



Stepenice kao povijesna poveznica

Trg kao barometar promjena

Trg bana Jelačića dobar je primjer »barometra« političkih promjena, što je uvjetovalo preobrazbe prostora, koje su na izložbi naglašene fotografijama s detaljima ideoloških simbola (zastave, znakovi/reklame, monumentalne skulpture). Primjerice spomenik banu Jelačiću prikazan je komparativno uz »režimski« monumentalni spomenik sa zvijezdom petokrakom, koji ga neposredno nakon rata, na neko vrijeme mijenja, a na vrlo zanimljiv način prikazana je grafički preobrazba znakovlja na uglovnici Trga i Jurišićeve - trobojnica -Bayer-zvijezda-Pliva-zastava EU...



Interpolacije kao praksa novih urbanih morfologija

IZLOŽBA »Projekt Zagreb - Tranzicija kao stanje, strategija i praksa« u Muzeju grada Zagreba

Zagrebačka formula modernizacije

Harvardski arhitekti na multimedijски način prikazuju kako su se odvijali modernizacijski procesi u Zagrebu u prošlih 150 godina

Marina TENŽERA

Kafka, Srednja Europa, Zagreb, Habsburška Monarhija, Prag, duh modernog europskog grada... Tako smo dobili i prilično zapušteno modernu koja je dio stila ovoga filma, kao i te čudne trule korijene što se pružaju ravno u mračno srce devetnaestog stoljeća - izjavio je Orson Welles za BBC davne 1962. godine u povodu svoga znamenitog filma »Proces« snimana u Zagrebu.

Wellesov Zagreb, koji je poslužio za ilustraciju mračnoga kafijskoga grada diktature, u kojemu se pojedinac sukobljuje s birokracijom (kakva aktualna slika i danas!) - samo je jedan od filmskih fragmenata izvanredne multimedijalne izložbe »Projekt Zagreb - Tranzicija kao stanje, strategija i praksa« otvorene u srijedu na tavanjskom prostoru Muzeja grada Zagreba.

Istraživači s Harvarda

Štoviše, rijetko je kada jedno znanstveno istraživanje (a ovaj put riječ je o poznatom istraživanju skupine harvardskih stručnjaka Eve Blau i Ivana Rupnika koji su sa suradnicima proučavali tranzicijske fenomene

Zagreba) dobilo ovakvo izložbeno predstavljanje na svjetskoj razini.

Osim pisaca istoimene knjige i autora koncepcije izložbe, veliku zaslugu nosi koordinatorica izložbe i urednica kataloga Hela Vukadin Doronjga, koja je načinila izložbu u rangu Beča ili Pariza koja će običi svijet!

Tranzicijske preobrazbe Zagreba donesene su kroz

Kontrastne slike i percepcije grada Zagreba na filmu od Orsona Wellesa do Zorana Tadića

grafičke i vizualne prezentacije, apstraktne dijagrame i planove grada sa simboličkim intervencijama, a ortofoto fotografije pružaju uzbuđljiv put kroz kulturološke, ideološke, političke, sociološke, ekonomske i tehnološke procese tranzicijskih preobrazbi Zagreba.

»Harvardski arhitekti i povjesničari arhitekture uvode teze i zaključke jednim slobodnijim pogledom nego je bilo do sad (sve do sada više je mišljeno 'lijevom idejom') pokušavajući odgovoriti na pitanje: ako je

Zagreb stvorila modernost, a oblikovala politička tranzicija, je li onda trajno stanje tranzicije modernog Zagreba stvorilo 'nove' tehnike nastanka grada?»

Modernizacijski procesi grada Zagreba u prošlih 150 godina do danas istraženi su i predstavljeni kao zasebna poglavlja odnosno »studije slučajeva« u tri razine prikaza (fotografije, grafički prikazi, dijagrami, 3D modeli i filmovi) simulirajući različite realitet projektiranja odnosno transformacije prostora u kojemu istodobno vidimo ostvarenu i virtualnu stvarnost, ističe Hela Vukadin Doronjga.

Cilj je shvatiti dinamiku prakse

Težište je na tranzitnim situacijama (politički nestabilnim i nesigurnim) koje se pretvaraju u slučajeve i tako stvaraju praksu, odnosno, kako objašnjava Ivan Rupnik: »Naš je cilj u Projektu Zagreb shvatiti dinamiku prakse, a ne prikazati povijest Zagreba«.

Posebna vrijednost izložbe su filmovi koji omogućuju dodatne komunikacijske i dinamičnije predodžbe grada, a projiciraju se na nekoliko velikih ekrana »fotorex«. Od prostornih i vre-

menških fragmenata filmovi konstruiraju nekoliko mogućih paralelnih »Zagreba« funkcionirajući kao paralelan »projekt Zagreb«, kao virtualni urbanistički projekt nudeći uvid o mogućoj percepciji Zagreba kao »otvorenog grada«.

U tom smislu vrlo je zanimljivo vidjeti kontrastne slike i percepcije grada Zagreba u jednom vremenu - Wellesovo tumačenje u »Procesu«, dokumentarni film »Lica moga grada«, prikaz atmosfere Trnja u dokumentarcu »Zagrebačke paralele« i film »Ritam zločina« Zorana Tadića kojemu je Trnje poslužio kao ilustracija razočaranja s obećanim svijetom modernizacije i socijalizma.

Posebice valja pohvaliti izvanredan filmski prinos Brune Bahuneka, čiji su kratki stop-frame kadrovi sastavni dijelovi dokumentarnog filma »Projekt Zagreb«, a režirani točno po »praksama«, odnosno studijama slučajevima iz istoimene knjige, pokazujući kakvi bi ti prostori mogli biti.

Ne manje podataka pružaju fotografije na kojima se iščitava razvoj Zagreba kroz vrijeme »biološke« promjene i genezu prostora.



Političke mijene današnjeg Trga žrtava fašizma



ZAGREB - Kulturni proizvodi sadrže ideje, vrijednosti, značenja i oblik su komunikacije. Koje su uspješne i moguće marketinške strategije kulturnih ustanova i izvaninstitucionalnih projekata, kako stvoriti i održati dobar imidž proizvoda kulture, koliko reklama pridonosi percepciji kulture, postoje li suvremene mecene - samo su neka od pitanja na koja su se tražili odgovori na tribini »Poroci javni, vrline tajne - marketing u kulturi« održanoj u četvrtak u Društvu hrvatskih pisaca u Zagrebu.

Svoja mišljenja ponudili su Vesna Jurić Bulatović, voditeljica marketinga

TRIBINE »Poroci javni, vrline tajne - marketing u kulturi«

Poštenje prodaje kulturu

MUO-a, Nataša Bodrožić, producentica festivala Queer Zagreb, Sandi Blagonić, etnolog i kolumnist, i Igor Gerenčer, marketinški menadžer u izdavaštvu, a na trenutke iznimno uzavreli i polemičnu atmosferu, koju je ponajviše stvarao Blagonić, vodile su Jadranka Pintarić i Jagna Pogačnik.

»Noć muzeja« napunila muzeje

Klasični marketinški štosovi napunili su muzeje, ali pitanje je da li je to

samo pomodarstvo ili se zaista radi o prepoznavanju kulturološke vrijednosti projekta kao što je »Noć muzeja«. »Na djelu je demokratizacija kulture i svatko ima pravo na komadić nje«, mišljenje je koje dijele svi sudionici tribine.

I dok je »Noć muzeja« manifestacija iza koje stoji ugledna institucija, Bodrožić je 2003. kad je krenuo Zagreb Queer bila suočena s kreiranjem imidža po mnogočemu subverzivne manifestacije - promovira

se seksualna i ine manjine. Iako je festival dobivao medijski prostor, 70 posto tekstova bilo je skandalozne naravi, a manji dio odnosio se na stručnu kritiku i analizu festivalskih sadržaja. Teško je bilo naći i sponzore, jer rijetki su ti koji se žele vezati uz nešto alternativno i subverzivno.

Strategije kulturnog marketinga i nisu baš primjenjive u tranzicijskim državama, jer ipak se marketing odnosi na stvaranje »umjetne potrebe«, a u Hr-

vatskoj je teško udovoljiti i onim stvarima. »Svaka reklama je dobra reklama, ali negativna je najbolja« - negativnost jamči medijsku prisutnost, a širem građanstvu omogućuje zauzimanje čvrstog stava.

Prodaje se priča oko - knjige

Izdavaštvo je priča za sebe, drži Gerenčer, jer stanje je puno paradoksa. Nikad više izdavača, a manje knjižara, nikad više knjiga, a manje čitatelja. Iza hrpe promocija i festivala krije se opći kaos.

Novci nisu u knjigama, već u udžbenicima i toga su svjesni svi nakladnici. A kad se i prodaje književ-

ni proizvod, prodaje se priča oko njega, svjetonazor pisca, bolje rečeno prodaje se životopis pisca. »Loš proizvod - dobar marketing« nakladnička je maksima, a nakladnici su u sedmom nebu ako se kojim slučajem knjiga ekranizira jer to jamči prva mjesta liste najprodavanijih.

Ono u čemu su se svi složili jest da je kapitalizam nužno zlo, ali da marketing mora biti vjerodostojan te da naziv mora odgovarati ponudenom sadržaju - treba biti pošten prema potrošaču kulture, time si naime osiguravate njihovu odanost. [Zrinka Zorčec]