



UMETNOST U JAVNOM PROSTORU

UMETNOST U JAVNOM PROSTORU

**Ekspertska studija prostorne provere užeg gradskog jezgra Užica
za potrebe umetničke produkcije u javnom prostoru**

 **academica**

Open Arc Theatre - Avangrad

2011

PREDGOVOR DRUGOM IZDANJU

Studija Umetnost u javnom prostoru, nakon pet godina od završetka projekta i objavljivanja prvog izdanja u ograničenom broju kopija, još je jedina ovakva studija u Srbiji i verovatno jedna od malobrojnih u celom regionu Zapadnog Balkana. Na sreću, procesi urbane regeneracije u praksi civilnog društva, nezavisnih umetničkih inicijativa, pa i gradskih vlasti i urbanista, nisu zastajali pa tako danas imamo brojne dobre primere širom Srbije i regiona, koji idu od osvajanja zapuštenih i devastiranih gradskih prostora od strane mladih, pa do sanacije i preoblikovanja prema modelu zona unapređenog poslovanja (BID modeli), gde se osim građana uključuju i poslovni sektor i lokalne vlasti. Istovremeno, osim umetničkih grafiti akcija, kao najčešće forme intervencije u javnom prostoru, ulične umetnosti i public arta, brojne su akcije oslikavanja murala, izvođenja performansa, teatarske produkcije na otvorenim i neatraktivnim mestima ili u neteatarskim uslovima, postavljanje instalacija na frekventnim mestima i sličnih akcija. Odnedavno, javljaju se i širi društveni mobilizatorski pokreti okupljeni uglavnom oko organizacija civilnog društva koje zagovaraju zaštitu javnog prostora od uticaja privatnih interesa investitora, političkih oligarha ili nebrige lokalnih vlasti. Ove inicijative u središte svog delovanja postavljaju pravo građana na grad, pravo na javni prostor za sve i nediskriminatorско postupanje u korišćenju prostornih resursa. Vredno je pomenuti kao primere dobre prakse pokrete i aktivističke platforme – u Srbiji *Otvoreno o javnim prostorima*, u Hrvatskoj *Pravo na grad* i *Varšavska*, mada možemo naći i na desetine drugih sličnih lokalnih inicijativa koje okupljaju najraznorodnije aktere (umetnike, aktiviste za prava društvenih manjina, studente, anarhiste, nevladine organizacije, javne ličnosti). Čini se da je pravo na grad i pravo na javni prostor postalo neprikosnoveno pravo ljudi koji se osećaju građanima u punom smislu te reči. Svi oni žele jedno – da grad pripada svim građanima i da postaje mesto kreativnog okupljanja, delovanja i time integracije. Čini se da aksiomi kreativne klase po Ričardu Floridi postaju najočividniji kroz realizaciju i izvođenje umetnosti u javnom prostoru – čime se njegovih čuvenih 3T (talent, tehnologija, tolerancija) najbolje pokazuju u svakoj umetničkoj intervenciji koja ide ka stvaranju kreativnog grada kroz svoju najbolju kreativnu klasu.

Od realizacije Studije, leta 2006. godine, *Academica* je, sa brojnim partnerima iz grada, zemlje i inostranstva, kroz nekoliko svojih programa uspešno realizovala projekte okrenute urbanoj regeneraciji i afirmaciji umetničke produkcije u javnom prostoru. Najpre treba pomenuti da je na osnovu predloženih tema iz studije, tokom jeseni 2007. godine, u saradnji sa lokalnom samoupravom, građanima i umetnicima Užica saniran prostor Malog trga, donjeg dela Trga partizana i napravljena prva javna galerija na otvorenom nazvana Art pijac. Ovaj galerijski prostor, postavljen na stubovima pasaža Malog trga i danas je aktivan, jer omladinske i andergraund grupe okupljene oko Andergrada i udruženja Izgradnja i dalje popunjavaju vitrine Pijaca različitim vizuelnim sadržajima i od tog nekada zapuštenog i skrajnutog mesta napravili su stecište mladih kreativaca Užica. Leta 2006. godine, dok je studija dovršavana, producirali smo i prvi digitalni performans u Užicu, *Sokočalo Project*, u lagumima Narodnog muzeja u Užicu, nekada trezorima Narodne banke Kraljevine Jugoslavije. Isti poduhvat učinili smo i 2007. godine – nekoliko produkcija u okviru Open Arc Theatre clustera, programa Avangrad Užice – *Lunatik* slovenačke grupe KUD Samosvoj (pozorišna predstava izvedena u zgradi i ispred zgrade užičke Hidrocentrale pod gradom), performans *Došljak* (koji je potom ugrađen u repertoarsku predstavu *Došljaci*, nagrađenu za najbolju produkciju 2008. godine u Srbiji) na ulicama Užica, pa do predstave digitalnog totalnog teatra *Klanica pet* (prva svetska pozorišna adaptacija romana Kurta Vonegata). Tema *Došljaka* bila je sudbina pridošlica i migranata, dok je *Klanica pet* osvetljavala večnu i istorijsku temu razaranja gradova, problematizujući pozorišni prazan prostor i tematizujući ratne i postratne traume grada. *Klanica pet* je bila zamišljena kao predstava verbalnog teatra, smeštenog u lavirintu na prostoru srušene gradske pošte u NATO bombardovanju, uz korišćenje nove tehnologije i novih formi (interaktivni softver, digitalna scenografija, video i dokumentarni teatar i sl) i učešće internacionalne glumačke ekipe i audio i video inženjera. Nakon par godina pauze, Akademika je ponovo, opet kroz Program E761, zajedno sa lokalnim i regionalnim partnerima, pokrenula novu produkciju – muzički festival Centrala, koji je održan 2010. i 2011. godine ispred stare Hidrocentrale pod gradom.

Svrha ove studije, osim što je namenjena građanima Užica i gradskoj upravi, da bude smernica, priručnik ali i planski dokument koji se može ugraditi u druge dokumente urbanističkih i razvojnih planova grada, jeste da, pre svega, podstakne kreativno i proaktivno mišljenje i delovanje, da otvori javni dijalog o korišćenju, uređenju, rekonstrukciji i sanaciji javnih prostora. Studija bi trebalo da bude i od pomoći studentima arhitekture, stručnjacima iz javnih službi, predstavnicima civilnog društva i samim građanima, da bi mogli da sagledaju sve mogućnosti rada i delovanja u javnom prostoru, kojih možda nisu ni bili svesni.

Studija Umetnost u javnom prostoru (Užica) svakako nema pretenziju da Užičanima preda konačnu sliku njihovog grada zamišljenog u kreativnom okviru i imaginaciji studenata i profesora Arhitektonskog fakulteta u Beogradu. Nosioc projekta i izdavač ove knjige, Academica, želeo bi, najpre, da ova knjiga bude aktivno korišćena i primenjena u izvođenju tema, koje nudi kao polazna rešenja.

Zahvaljujemo se na saradnji timu PaPs-a, odnosno profesorima, studentima i saradnicima Arhitektonskog fakulteta u Beogradu, na prvom mestu prof. Zoranu Đukanoviću i Aleksandru Bobiću, kao i Stevanu Vukoviću, filozofu i teoretičaru umetnosti, na učešću u ovom pionirskom projektu mapiranja gradskih zona Užica za javnu umetnost (Public Art), kao i na pomoći i podršci da se uradi drugo izdanje Studije.

Aleksandar Đerić, Academica

U Beogradu, na dan Grada Užica, 9. oktobra 2011.

NAPOMENA O AUTORSKIM PRAVIMA

Autorska prava sveg materijala iz ove studije zadržava Program *Public Art & Public Space* Arhitektonskog fakulteta Univerziteta u Beogradu. Sadržaj studije može se koristiti isključivo u okviru programa koje sprovodi Academica – Akademska grupa, kao korisnik prava, uz saglasnost Public Art & Public Space. Neovlašćeno korišćenje sadržine studije ili njenog dela, uključujući i umnožavanje i distribuciju cele studije ili njenih delova u štampanom ili elektronskom obliku zabranjeno je i kažnjivo po zakonu o autorskim i srodnim pravima.

UVOD

Darko Radović¹

Subverzivna moć kreativnosti i javnog prostora

1.

“Umetnost u javnom prostoru” je vrijedna studija. Vrijedna je zbog projekata koje predstavlja, zbog elegantne artikulacije tog materijala, ali i zbog toga što - postoji, zbog same činjenice da je objavljena.

Vrijeme u kojem živimo, kako je to još 1967.godine, u *Društvu spektakla* najavio Guy Debord i maestralno podvukao u *Komentarima o društvu spektakla* (1988), definisano je banalizacijom koja se bazira na komodifikaciji svega. To je vrijeme erozije kulture i erozije gradskog, kao poprišta iz kojeg kultura izranja. “Umetnost u javnom prostoru” kulturu pozicionira gdje joj je mjesto, umjetnost gdje ima šta da kaže i odakle treba da crpi energije kojih je, u društvu spektakla, veoma malo.

Ova knjiga prezentira seriju projekata koji se se bore za urbano, javno, za umjetničko, za kreativno. U pitanju jeste borba. Ovo su projekti koji idu protiv sivila, otupljenosti, protiv zadovoljnosti banalnim. Takva *borba je grad*. Lefevrovski, suština *gradskog* jeste, između ostalog, i - konfliktna. Grad, totalitet urbanog, *oeuvre*, je u stalnom previranju. Borba kojoj se “Umetnost u javnom prostoru” pridružuje je borba za javni interes, ili bar pokret otpora, za vrijednosti protiv kojih su bile sve doskorašnje bitke i ratovi u regionu. Svi ti stvarni, krvavi i blatnjavi ratovi, vođeni “oružanim i drugim sredstvima” (ako se dobro sjećam formulacije) bili su tragično uspješni u jednom – u destrukciji gradskog.

2.

Prije nekoliko godina, na savjetovanju čija je tema bila “Javno dobro” u tom sam kontekstu govorio i o Beogradu (Radović, 2004). Ključna teza je bila da se Beograd našao pod snažnom dominacijom otužnog mentaliteta koji je iz perioda jugoslovenskih i post-jugoslovenskih sukoba izašao kao neprikosnoveni pobjednik – mentaliteta palanke. Diskutovao sam neke od ključnih aspekata odnosa palanke i javne sfere, palanke i javnog dobra. Za to nam ne nedostaje ni ličnih iskustava, a ni teorijskih okvira. Na širem planu (jer *palanka* je samo naša riječ za pojavu koja je globalna i sveprisutna, a danas skoro univerzalno i veoma uspješna) referentne tačke su brojni kritičari duha suburbije, među kojim volim da izdvojim *Levebrea*, *Deborda* i *Richarda Sennetta* (1990, 2002). U domaćem kontekstu fundamentalni okvir je odavno definisao Radomir Konstantinović u seminalnom djelu *Filosofija palanke*.

Kad su Srbija, palanka i palanačko u pitanju, Radomira Konstantinovića je nemoguće dopuniti. Ovdje ću samo ponoviti nekoliko njegovih teza o

¹ Profesor arhitekture i urbanog dizajna na Keio Univerzitetu u Tokiju i gostujući profesor na Univerzitetu Ujedinjenih nacija, Institutu za napredne studije u Jokohami.

tom razornom fenomenu koje su relevantne za našu temu. A ilustracija za njegove teze, nažalost, ne nedostaje, kao da su se u osamdesetim, devedesetim, i u prvoj dekadi 21. vijeka svi na ovim prostorima trudili da dokumentuju Konstantinovićeve rad.

Na nekoliko mjesta Radomir Konstantinović obrazlaže palanačku izuzetost iz istorije. Govori o istovremenom shvatanju te izuzetosti kao zle sudbine i paradoksalnoj žudnji za izuzetost. “Osnovna pretpostavka duha palanke negde je u tome: da je to duh koji, zaboravljen od istorije, pokušava svoj udes da preobrazi u svoju privilegiju, time što će i sam (onako kao što se klin klinom vadi) da zaboravi istoriju, ovim zaboravom da se ovekoveči u samom sebi, zaveren trajanju, s onu stranu vremena. Vreme je s druge strane brda, tamo gde počinje svetski kaos, ili kaos apsolutno-otvorenog sveta.” To proizilazi iz nagona za zatvaranjem, “[...] kada se, u ‘večnosti’, živi zajedno sa mrtvima, i kada nema mrtvih, kada je svet kao u nekakvom večnom Danu večno-praroditeljskog sveta ...” (Konstantinović, s.a.).

Pretpostavljam da je taj duh veoma poznat. Važno je podvući da je duh palanke antiteza grada i gradskog, dinamičnog, otvorenog, povezanog, aktivnog. Palanački je duh “pasivno delatan” i “pokušava da akciji suprotstavi pasivnost”. Tu prepuštanje postaje “svojevrсна delatnost, jedna negativna delatnost” (ibid.).

Palanačka kultura je *plemenska*, “kultura stila kao nijedna druga kultura”. Kad je palanka u pitanju, Konstantinović predlaže, “umesto: čovek, to je stil, trebalo bi možda reći *pleme*, to je stil”. Javna sfera postaje prostor za eksponiranje niskih nagona, prvenstveno “svega nerednog”. “Misterija nije svojstvena filozofiji palanke”. Njen duh “ne voli ništa što je nedokučno.” “Empirizam i primitivno-racionalistički (zdravo-razumski) determinizam filozofije palanke zasnovani su na van-subjektivnosti, na *objektiviranju* (pretvaranju u objekt) samoga subjekta” (ibid.).

Palanački duh vrvi od pamfletizma, “obračuna u ime već poznate, već date istine (pamfletizam ne traži istinu jer je već ‘ima’, on nije duh filozofski: duh okrenut nepoznatoj istini, već duh apriorizma koji *poseduje* istinu)...” To je, naravno, u suprotnosti gradu, koji jeste sav u orijentaciji ka nepoznatoj budućnosti, koji je sav trajektorija. Pamfletizam je izražen u odnosu prema (sopstvenom) nacionalizmu, koji *jeste* bespogovorno ispravan, dok su ostali, prvenstveno susjedni – pogrešni.

To što se, urbanistički, dogodilo Beogradu i Srbiji u susretu sa palankom (*sopstvenom*, onom iznutra) jeste svođenje na puku *banalnost*, koja je, po Konstantinoviću, prvo načelo ništavila. Jednostavno, palanačka “stvarnost je [...] *banalnost*” (ibid.).

3.

Odnos grada i palanke prema javnoj sferi suštinski je različit. Palanka oduvijek ima problem sa “javnim”. Ona uživa u “prljavom vešu”, posebno u njegovom iznošenju u javnost, u javnom ponižavanju i, kad god je to moguće, ponižavanju javnog. Palanka, dakle, na specifičan način uživa u javnosti, mada je njen odnos prema javnom obilježen fundamentalnim animozitetom. Ona se javnog, u suštini, boji. Gradsko svoj suštinski izraz nalazi upravo u javnom.

Javnost palanke je destruktivna, za razliku od javnosti gradskog koja je plodna. Javni prostor u gradu je prostor debate (agora), prostor susreta (ulica),

prostor razmjene (trg), prostor konflikta i rješenja konflikta. Javnost grada stimuliše kreaciju i inventivnost.

Nasuprot tome, javno palančaninu služi za pokazivanje, i potkazivanje privatnog. Palanka javno dobro ne razumije. Palančanin ono što nije njegovo grabi ili uništava. U najbenignijoj formi – zapušta ga. Javni gradski prostor je mjesto gdje se može susresti *različito* a palanka od različitog zazire, ono je za palanku opasno. Brojni primjeri etničkog čišćenja na prostorima bivše Jugoslavije ilustruju taj strah, i agresivnu težnju palanke da bude “čista”, sama sebi mjera.

“Umetnost u javnom prostoru” kaže: Užice je grad! Ali, najvažnije je što “Umetnost u javnom prostoru” to kaže *pokazujući* konkretne akcije (re)urbanizacije Užica. Prezentacijom urbane akcije, umjetničke subverzije, ova knjiga se suprotstavlja duhu palanke. Time se konfrontira sa najsnažnijom silom današnje Srbije. Poprište te *borbe za urbanitet* je sfera javnog – javno dobro, javnost odlučivanja, javni prostor. I knjiga, kao javni prostor, kao javno dostupan prostor artikulisane misli. To je način na koji se ova knjiga priključuje projektima koje predstavlja. To su projekti za jedan konkretan grad. Konkretno akcije u tom, konkretnom, gradu, ali čije su referentno polje, aspiracije i, nadajmo se, značaj daleko širi, regionalni. U urbanoj regeneraciji, konkretna misao, djelatna misao, konkretna akcija su od posebnog značaja – ne zato što su to misli i akcije o gradu, već što su takve akcije *grad*. One su, svojom suštinom, protiv tog duha koji pobjeđuje “pasivno delatnošću” i koji “akciji suprotstavlja pasivnost”.

Grad je, da se opet pozovem na *Lefebvrea*, projekcija društva u prostoru. Umjetničko pripada javnom prostoru, palanačka osrednjost ga erodira. Umjetničko u javnom prostoru najavljuje socijalnu regeneraciju, i samim tim je, u današnjoj konstelaciji snaga, suštinski subverzivno. Palanka se plaši i umjetničkog i javnog. Teme umjetnosti, kreativnosti, prisustva, slobodnog krika ili pjesme u javnom prostoru izuzetno su važne za podiranje provincijalnog i za koncipiranje *gradskog*, za sam život, za urbanu svakodnevicu koja čini najveći dio egzistencije (*Lefebvre, 1999*). Javno predstavlja čitavu sferu kompleksnih medjuotica koji čine *urbano*, grad kao “djelo”, *oeuvre* vrhunskog reda (*Lefebvre, 1996*). Javno dobro podrazumijeva “pravo na grad”, *le droit à la ville*, proces participacije i apropijacije - “koju ne treba shvatiti kao vlasništvo ili korist” (*ibid.*).

Radovi prikazani u knjizi “Umetnost u javnom prostoru” kažu da vrijeme nije s druge strane brda. Oni, na razne načine, razbijaju “empirizam i primitivno-racionalistički (zdravo-razumski) determinizam” palanke. Knjiga pokazuje veliki broj projekata. To je veoma značajno. U borbi sa palankom, količina, kvantitet se računaju. Frekvencija i intenzitet se računaju. Sama potreba za kreativnim izrazom se računa. Potreba i snaga da se izvede i da se objavi – se računaju.

Kritička opaska upućena autorima je za upotrebu riječi branding. Konotacija reči branding podvaja “umetnike” i “konzumente”. Mislim da je ključna tema svakog Public Art Public Space projekta vraćanje *ponosa*. Ponosa grada, gradskim. Ponosa građana pripadnošću sredini koja je lasno lokalno profilisana, ukorijenjena i univerzalno relevantna.

Studija “Umetnost u javnom prostoru” je, činom objavljivanja, postala predmet javnog, kritičkog pogleda. Kao ulica, kao trg. Vjerujem da ona ima potencijal da značajno doprinese diskursu o (izgubljenim) vrijednostima, o gradskom. Više od toga, ova knjiga želi da učestvuje u rekonstrukciji

urušenog urbaniteta. Ne treba ovdje pisati o neophodnosti socijalne regeneracije Srbije i čitavog regiona. U tom procesu, gradovi su od posebne važnosti, jer imaju posebnu snagu. To je snaga koje se palanka plaši, zato jer je svjesna tog potencijala i sopstvene nesposobnosti da ga razumije. Gradovi imaju tu snagu, pa time i civilizacijsku odgovornost. Na prostorima Srbije, ta odgovornost je bazična: gradovi treba da (pokušaju da opet) postanu – gradovi. Oskrnavljeni, poniženi, pobijeđeni, oni zavise od manjinske populacije urbanog duha. Treba im pomoć. Studija “Umetnost u javnom prostoru” je izvanredan primjer takve pomoći. Ona predstavlja borbu kreativnosti i urbaniteta, pobunu gradskog duha u jednom konkretnom gradu, konkretnim akcijama, za univerzalne vrijednosti urbaniteta. Kao takva, ova knjiga zaslužuje čestitke i – čitaće.

U Tokiju, novembra 2011.

Bibliografija

- Compagnon, Antoine (2004), *Literature, Theory and Common Sense*, Princeton and Oxford: Princeton University Press
- Debord, Guy (1998; orig. 1988), *Comments on the Society of the Spectacle*, London, New York: Verso
- Debord, Guy (1994; orig. 1967), *The Society of the Spectacle*, New York: Zone Books
- Konstantinović, R. (s.a.), *Filosofija palanke*, Beograd: Treci program
- Lefebvre, H. (1999), *Everyday Life in the Modern World*, New Brunswick, London: Transaction
- Lefebvre, H. (1996), *Writings on Cities*, Oxford, Cambridge: Blackwell
- Radović, D. (2004) “Beograd – da li je moguć zaokret ka urbanitetu?”, *Javno Dobro*, Komunikacije, Belgrade: CEP, ed. N. Gligorijević: str. 91-99
- Sennett, R. (1990), *The Conscience of the Eye*, London, Boston: Faber&Faber
- Sennett, R. (2002), *The Fall of Public Man*, London: Penguin

Iz recenzije

Umetnost u javnom prostoru – ekspertska provera užeg gradskog jezgra Užica ubraja se među izuzetno retke i dragocene primere interdisciplinarnog projekta umetnosti u javnom prostoru, jer spaja nekoliko važnih elemenata za razumevanje i preoblikovanje javnog prostora a otvara i poligon za jedno novo razmatranje samih gradskih celina kod nas. Studija je veoma temeljno urađena i sadrži neophodne celine za sveobuhvatan pristup planiranja i ostvarivanja umetnosti u javnom prostoru, te kao takva slobodno može poslužiti kao vrhunski primer za analize.

Studiju otvara uvodno-metodološki deo gde se identifikuju i razmatraju javni prostori grada Užica, čak tridesettri lokacije, prepoznati kao potencijalna mesta umetničkog delovanja. Dati prostori su potom veoma dobro kontekstualizovani u istorijsko-političku i geo-poetičku istoriju grada Užica, prostor koji je imao veoma značajnu ulogu u našoj novijoj istoriji. Sa druge strane cela ideja projekta umetnosti u javnim prostorima je prikazana kao deo razvoja ove prakse u Srbiji. Posebno dobro istraženo je pitanje strategije i principi institucionalizacije umetnosti u javnom prostoru u Užicu gde je data valorizacija resursa, definisanje institucionalnih okvira, pitanje kulturne politike. Jednako vredan deo studije predstavlja bogata likovna dokumentacija gde su do detalja prikazane analize svake lokacije ponaosob, dok je izvedenim umetničkim projektima posvećeno posebno poglavlje.

prof dr Jelena Todorović, Univerzitet umetnosti u Beogradu
Beograd, novembra 2011.

UMETNOST U JAVNOM PROSTORU

Ekspertska studija prostorne provjere užeg gradskog jezgra Užica za potrebe umetničke produkcije u javnom prostoru. Projekat je rađen od maja do avgusta 2006.

Rukovodioci:

Doc. Zoran Đukanović, d.i.a.
Doc. Mr Jelena Živković, d.i.a.

Autorski tim:

Doc. Zoran Đukanović, d.i.a.
Doc. Mr Jelena Živković, d.i.a.
Mr Stevan Vuković, dipl. filozof
Aleksandar Bobić, d.i.p.a.
Olivera Stanković, d.i.a.
Milana Aleksić, stud.arh.
Anđelka Borović, stud.arh.
Aleksandra Vrzić, stud.arh.
Nikiša Čoko, stud.arh.
Ana Mitić, stud.arh.

Koordinacija:

Olivera Stanković, d.i.a.

Metodologija:

Doc. Mr Jelena Živković, d.i.a.
Aleksandar Bobić, d.i.p.a.
Doc. Zoran Đukanović, d.i.a.
Mr Stevan Vuković, dipl. filozof

Public Art:

Mr Stevan Vuković, dipl. filozof

Kontekstualizacija:

Doc. Mr Jelena Živković, d.i.a.
Aleksandar Bobić, d.i.p.a.

Strateški koncept:

Doc. Zoran Đukanović, d.i.a.
Aleksandar Bobić, d.i.p.a.

Anketa:

Aleksandar Bobić, d.i.p.a.

Mapiranje:

Olivera Stanković, d.i.a.

Inventarisanje i identifikacija:

Doc. Zoran Đukanović, d.i.a.
Mr Stevan Vuković, dipl. filozof
Aleksandar Bobić, d.i.p.a.
Olivera Stanković, d.i.a.
Milana Aleksić, stud.arh.
Anđelka Borović, stud.arh.
Nikiša Čoko, stud.arh.
Ana Mitić, stud.arh.

Zoniranje i umrežavanje:

Olivera Stanković, d.i.a.
Milana Aleksić, stud.arh.
Anđelka Borović, stud.arh.
Ana Mitić, stud.arh.

Modelske opcije:

Milana Aleksić, stud.arh.
Anđelka Borović, stud.arh.
Aleksandra Vrzić, stud.arh.
Nikiša Čoko, stud.arh.
Ana Mitić, stud.arh.
Olivera Stanković, dipl. inž. arh.

3D model:

Nikiša Čoko, stud.arh.

Prelom i priprema za štampu:

Milana Aleksić, stud.arh.
Anđelka Borović, stud.arh.
Olivera Stanković, d.i.a.
Aleksandar Bobić, d.i.p.a.

Video klip:

Nikiša Čoko, stud.arh.

Saradnja sa lokalnom zajednicom:

Aleksandar Đerić, dipl. filozof
Aleksandar Bobić, d.i.p.a.
Milojko Knežević, dipl. filolog

METODOLOŠKI OKVIR ZA PUBLIC ART

Autori:

Zoran Đukanović, Aleksandar Bobić, Jelena Živković

1. UVOD

1.1. Predmet Studije

Predmet ove Studije predstavljaju javni gradski prostori centralne zone Užica i redefinisavanje odnosa prema načinu njihovog oblikovanja i korišćenja. U tom cilju ovaj projekat zagovara interdisciplinarno delovanje što šireg dijapazona različitih aktera referentnih za ovu oblast delovanja, posebno u pogledu ostvarivanja što tešnje saradnje između umetnika, inženjera i lokalne zajednice.

1.2. Povod za izradu Studije

Studija je rađena na inicijativu i uz logističku podršku Udruženja građana „Academica“ u sklopu programa Otvoreni put E761, a za potrebe izrade razvojne studije *Open Arc Theatre cluster* (Mokra Gora, Užice, Kadinjača i Tripkova).

1.3. Ciljevi i zadaci Studije

Generalni cilj ove Studije je provera prostornih mogućnosti javnih gradskih prostora Užica za potrebe realizacije najšireg dijapazona Public Art-a, te postavljanje metodoloških smernica za uspostavljanje novih rutina u procese oblikovanja i korišćenja javnih gradskih prostora u Užicu kroz interdisciplinarni pristup saradnje umetnosti i urbanog dizajna, koristeći nove metode koje se u svetu uspešno primenjuju u ovoj oblasti. Pored afirmacije interdisciplinarnosti različitih oblasti koje se bave promišljanjem gradskog prostora, ova Studija ima još jedan posredan ali vrlo značajan cilj - edukaciju novih generacija dizajnera gradskog prostora koji će multidisciplinarni pristup u radu prihvatiti i upražnjavati u svom budućem profesionalnom delovanju. Konačno, budući da Public Art ima skromnu tradiciju u Srbiji, postoji potreba da se kod građana razvija svest o njenom značaju za kvalitet okruženja kao i da se intenzivira njihovo učešće (kroz lokalne inicijative i institucije) u ukupnom procesu oblikovanja javnih gradskih prostora.

Zadaci koje ova studija promovise, ali i benefiti koje realizacija ovih zadataka donosi su brojni:

- stvaranje uslova za integraciju umetnosti u proces planiranja i oblikovanja javnih gradskih prostora u svrhu uspostavljanja jednog novog okvira za evaluaciju i unapređenje kvaliteta javnih prostora Užica,
- stvaranje uslova za aktiviranje i uključivanje lokalne zajednice, različitih institucija i upravljačkih gradskih struktura u procese dizajna i uređenja javnih prostora koje su u njihovoj ingerenciji i koje svakodnevno koriste, a u cilju postizanja rešenja koja odgovaraju njihovim stvarnim potrebama
- identifikacija i evaluacija javnih prostora za različite oblike umetničkog oblikovanja i formiranje inicijalne baze podataka kao osnovnog inputa za dalje delovanje,
- stvaranje uslova za aktivaciju prostora koji imaju značajne potencijale za razvoj kulture, istorije i reprezentativnije slike grada, tj. realnu proveru mogućnosti remodelacije izabranih poligona u datu svrhu, i
- edukacija - formiranje edukativnih alata za obrazovanje budućih poslenika u oblasti dizajna javnih gradskih prostora u Srbiji i regionu.

1.4 Metodologija izrade Studije

1.4.1. Metodološki uzori korišćeni u izradi Studije

Savremena dizajnerska praksa širom sveta doživljava fragmentaciju od strane različitih profesija koje se bore za posao. Međutim, u novije vreme ponovo se razvijaju pristupi koji u dizajnu gradskih prostora (posebno javnih) teže što tešnjem i što širem povezivanju različitih razmera (grad, reon, kvart, blok, ulica, parcela, objekat) i različitih disciplina (umetnici, arhitekta, urbani planeri, dizajneri, pejzažne arhitekta, inženjeri...). To su interdis-

ciplinarni pristupi koji podrazumevaju sveobuhvatnu, kompleksnu i ravnopravnu saradnju različitih struka koje tako, u zajedničkom delovanju, doprinose kvalitetu građenog okruženja. Proces interdisciplinarnog dizajna javnih gradskih prostora poštuje dizajnerska znanja i veštine svih komplementarnih profesija koje saraduju u cilju inicijacije i realizacije projekata od značaja za grad. Hijerarhija disciplina nestaje. Ovaj metod rada je istovremeno star i nov: on se razvija na tragu Beaux-art tradicije i USA WPA metoda dizajna javnih prostora. Tradicija koja u ovoj oblasti postoji u uređivanju gradova u razvijenim zemljama poslužila je kao inicijalna osnova za izradu ove Studije. U tim slučajevima Public Art se često koristi sa svrhom pojačavanja efekta urbanog dizajna sa ciljem da se umetničkim odgovorom na karakteristike lokacije omogući njeno sagledavanje i doživljaj na novi način. Umetnici saraduju na projektima infrastrukture javnih objekata sa arhitektima, pejzažnim arhitektima, urbanim dizajnerima i inženjerima u realizaciji njihovih projekata. Takođe, u razvijenim zemljama, a naročito u USA razvijena je tradicija učešća lokalne zajednice u projektima od javnog značaja. U radu na projektima profesionalci istražuju kako korisnici koriste ili doživljavaju prostor (lokaciju) i šta bi želeli da na njoj vide. Ova komunikacija informiše dizajnersku viziju i pomaže im u dizajnu novog mesta ili redizajnu starog, bez uništavanja tradicije ili istorije sa kojom je mesto povezano. Na tragu ovih tendencija, Arhitektonski fakultet Univerziteta u Beogradu je 2003. godine pokrenuo međunarodni interdisciplinarni program (projekat - laboratoriju) Public Art & Public Space u okviru koga se izrađuje i ova studija. U poslednjih par godina ovaj projekat se brojnim akcijama i projektima realizovanim u zemlji i inostranstvu dokazao kao lider u ovoj oblasti kod nas. Metodologije koje su do sada proverene u radu ovog programa predstavljaju polazište i za izradu ove studije.

1.4.2. Metodologija korišćena u izradi Studije

Metodološki postupak korišćen u izradi ove Studije sastojao se od nekoliko sukcesivnih, međusobno povezanih koraka:

- a. Definisanje prostornog obuhvata (određivanje granica poligona koji će biti predmet studije prema raznovrsnosti ponude, izraženim potencijalima, kao i u odnosu na značaj i značenje za lokalnu zajednicu),
- b. Identifikacija potencijala i resursa (prostorno-funkcionalna identifikacija i socio-kulturna identifikacija),
- c. Tipologija prepoznatih javnih prostora (prema unapred definisanim opštim kriterijumima),
- d. Ponuda modelskih opcija za posebno izabrane poligone (pojedinačno, zonalno i mrežno, zatim i prostorno i aktivaciono u smislu ponude konkretnih opcija oblikovanja i uređenja, akcija i mogućih aktera).

Procena prostornih mogućnosti centralnog gradskog jezgra Užica za Public Art podrazumevala je:

- definisanje prostornog obuhvata
- prepoznavanje i evidentiranje lokacija i pozicija na posmatranom području,
- definisanje tipa javnog gradskog prostora, njegove dimenzije i vizuelne sagledivosti,
- definisanje atraktivnosti i devastiranosti okolnog prostora; ocenu društvenosti prostora.

Na osnovu ekspertske analize centralnog gradskog jezgra definisan je prostorni obuhvat za istraživanje koji je obuhvatio širi prostorni okvir na potezu glavne ulice (od Dovarja do Aleksića mosta), odnosno Rakijske pijace do Gradske plaže, a sve u granicama između gradskih repera: Muzej – Rakijski pijac – Slanuša – Pozorište – Stara robna kuća – Aleksića most – Cveta Dabić – Centrala na plaži – desnom obalom reke Đetinje do Garaže – Gradski stadion – Lipa (Šarulja).

Nakon toga, izvršena je identifikacija potencijala i resursa javnih gradskih prostora na posmatranom području kroz definisanje karakterističnih punktova, zona i mreža javnih gradskih prostora na osnovu lokalnih karakteristika i prepoznatljivog načina života lokalnog stanovništva. U tom kontekstu izvršena je tipologija otvorenih prostora (koridor, niša, raskrsnica i trg/skver) pri čemu se dalje u metodskom postupku kroz istraživanje na terenu odustalo od kategorije raskrsnica u njenom formalnom značenju, te je pomenuta kategorija sagledana u korpusu trg/skver. Dimenzija prostora (mali, srednji i veliki) je određena na osnovu ekspertske utvrđenih indikatora dimenzija karakterističnih za posmatrano područje (mali prostor – pjaceta na

Slanuši, srednji prostor – Mali park, veliki prostor – Trg partizana). Kriterijum sagledivosti prostora procenjivan je na licu mesta tokom terenskog istraživanja. Procena atraktivnosti okolnog prostora je sagledavana kroz atraktivnost i gustinu okolnih sadržaja i funkcija, kao i kroz opremljenost, uređenost i estetsku vrednost istih. Tokom ove procene vršena je klasifikacija prepoznatih prostora kroz ocene 1-3, pri čemu je ocena 1 imala najnižu vrednost. Prema sličnom postupku vršena je i klasifikacija devastiranosti posmatranih prostora. Procena društvenosti prepoznatih javnih prostora vršena je kroz sagledavanje odnosa ljudi prema prostoru, kroz njihove međusobne odnose, na osnovu broja ljudi i njihovog zadržavanja u posmatranom prostoru, da li su u grupama ili ne ... na osnovu čega je takođe vršena klasifikacija prepoznatih prostora kroz ocene 1-3, pri čemu je ocena 1 imala najnižu vrednost. Takođe, svaka identifikovana lokacija je kataloškim brojem označena, kartirana i foto-dokumentovana.

Teorijsko definisanje Public Art-a i njegovo sagledavanje u sferi kulturne politike, kao i razgraničenja u odnosu na druge vidove javne umetnosti, tretirano je kroz stručne prikaze ideje i koncepta realizovanih projekata u zemlji i inostranstvu.

Na osnovu ekspertske analize i vrednovanja kroz liste identifikovanih lokacija formirana je kataloška kvantitativna i kvalitativna struktura prepoznatih javnih gradskih prostora za Public Art. Na osnovu kataloške analize i vrednovanja identifikovanih lokacija (ukupno 55) za potrebe Public Art-a izdvojeno je i prepoznato ukupno 27. Za svaku prepoznatu lokaciju određen je glavni i alternativni tip Public Art-a. Zatim se pristupilo detaljnoj analizi odnosa predloženog Public Art-a i postojećih urbanih funkcija, običaja i svakodnevnog života stanovništva, i to kroz kriterijume konflikta i sinergije, koji su dalje klasifikovani kroz ocene 1-3, pri čemu je ocena 1 imala najnižu vrednost. Ovako vrednovani prostori su dobili kataloški broj prepoznate lokacije, zatim kartirani i sagledani u prostornom kontekstu i uz detaljan opis, prema navedenim kriterijumima, foto-dokumentovani. Svaki predloženi tip ili vid Public Art-a je obrađen kroz kriterijume konflikta i sinergije, te na slikovit način vizuelno prikazan kao moguća intervencija u realnom prostoru.

Paralelno sa analizom i valorizacijom identifikovanih i prepoznatih prostora za Public Art vršeno je anketiranje građana o društvenosti javnih gradskih prostora (posećenost, protočnost, cenjenost, kvalitet, udobnost, ...) Užica, o uspešnosti realizovanog Public Art-a, o odnosu prema istoriji grada (period pre otomanske uprave, za otomanske uprave, period monarhije, period socijalizma), kao i o mogućem brendu grada i gradskog života. Analiza ankete potvrdila je značaj glavnih javnih prostora među kojima prednjače: Trg partizana, Gradska plaža, Mali park, Trg kod Crkve sv. Đorđa, ul. Dimitrija Tucovića. Svakako, Trg partizana prednjači u odnosu na sve ostale prostore, ali zapaženo je da su građani pored samog trga prepoznavali i njegove manje celine kao posebne (prostor kod Gradske kafane, prodor od trga prema dečijem igralištu popularno nazvanom „klackalice“. Ispitanici su takođe prepoznali niz devastiranih prostora sa potencijalom za Public Art, kao što su: park kod biblioteke, školska dvorišta, prostor kod muzeja, kej, prostor na reci kod javne garaže... Kada je u pitanju Public Art, većina ispitanika nije mogla da prepozna uspešno realizovan Public Art (iako ima više desetina realizovanih projekata), a oni koji su ga prepoznali jednoglasno se slažu da je to mural “Riba koja je progutala svet” kod Tehničke škole. Po pitanju istorijskog perioda koji predstavlja svetlu istoriju grada vlada izražen pluralizam pri čemu se neznatno izdvojio period socijalizma ispred perioda monarhizma. Kada je u pitanju brend grada ispitanici se slažu da su to Stari grad, Centrala, Trg partizana i Tito. Kao nedostatke ispitanici su najviše videli loše održavanje, nedostatak atraktivnih sadržaja i događaja, ali i probleme u nedovoljnom aktivizmu građana, kao i nedostatku ljudskih resursa za produkciju, učešće i realizaciju Public Art-a. Analizom ankete potvrđena je hipoteza o krizi identiteta karakterističnoj za zemlje u tranziciji koja nije zaobišla ni građane Užica. Ovo poslednje se posebno sagledava na pitanjima u vezi sa istorijom i potencijalnim brendom grada. Ono što se svakako može sagledati kao vrednost je svakako samokritičnost i veoma visoki zahtevi kada su u pitanju grad i život u njemu. U odgovorima se jasno očitava ponos, ali i spremnost da se aktivno učestvuje u izgradnji grada i društva u skladu sa zahtevima savremenog doba.

Konačno u teoretskim i praktičnim razmatranjima učinjen je i pokušaj prepoznavanja najbitnijih potencijalnih aktera - partnera, pojedinaca i grupa u procesu inicijacije, realizacije i participacije u Public Art-u u cilju aktiviranja lokalne zajednice i ohrabrenja iste na izgradnji i prihvatanju identiteta grada i gradskog života u skladu sa savremenim zahtevima.

1.5 Očekivani efekti korišćenja i implementacije rezultata Studije

Efekti korišćenja rezultata Studije koji se mogu očekivati kroz fazu implementacije, a imanentni su za ovakav pristup u realizaciji Public Art-a, iskazuju se u širokom polju:

- afirmacije koncepta Public Art-a,
- edukacije eksperata, institucija i javnosti u oblasti Public Art-a u pravcu interdisciplinarnog delovanja i integracije javnosti u procesu planiranja i uređivanja javnih gradskih prostora,
- realizacije projekata Public Art-a.

Ovi efekti se realizuju kroz:

- planiranje, projektovanje i realizacije projekata Public Art-a kroz multidisciplinarnе radionice i akcije koje uključuju delovanje eksperata i javnosti u svim fazama rada,
- javne prezentacije svih faza rada na projektima Public Art-a,
- predavanja o umetnosti u javnom prostoru, dizajnu javnih gradskih prostora, participaciji građana u procesu uređivanja javnih prostora,
- podršku akcijama i prezentacijama kojima se popularizuje Public Art.

JAVNA UMETNOST U JAVNOM PROSTORU

Autori:

Aleksandar Bobić, Zoran Đukanović, Jelena Živković

2. JAVNA UMETNOST U JAVNOM PROSTORU

KONTEKST DELOVANJA

2.1. Public Art u Srbiji

2.1.1. Public Art u javnim prostorima

Poslednjih 50 godina javna ulaganja u uređenje javnih prostora su vršena samo za realizaciju minimuma funkcionalnog opremanja javnih prostora ili u cilju proslave istorijskih ličnosti i događaja. Zbog toga se i Public Art u javnim prostorima u našim uslovima realizuje retko i u ograničenim pojavnim oblicima koji su tradicionalnog likovnog izraza. Reč je pre svega o spomenicima i pojedinačnim skulpturama, muralima i pojedinim primerima grafita koji poseduju umetničke vrednosti. Samo pojedine pešačke ulice su oblikovane tako da poseduju i estetske kvalitete, a javljaju se i pojedinačni pokušaji umetničkog oblikovanja (fontane, skulpture na otvorenom prostoru, umetnički performansi i sl...). Održavanje ovih objekata je još veći problem. Ono što nije pred očima širokog građanstva prepušteno je propadanju. Dodatno, svest i obrazovanost ljudi u oblasti Public Art-a je na izuzetno niskom nivou. Ne postoje institucije u kojima se realizuje program Public Art-a ni na nacionalnom ni na lokalnom nivou. Međutim, postoji veliki broj lepih javnih i polujavnih prostora u Srbiji koji čekaju da njihova lepota bude ponovo otkrivena. Postoje neki obični javni prostori koji bi se mogli unaprediti i atraktivnije urediti i koristiti. Postoje istorijske i prirodne vrednosti javnih prostora koje se mogu uvećati i bolje istaći. Postoji veliki potencijal za Public Art u Srbiji. Ali ljudi moraju da prepoznaju njen značaj za kvalitet življenja u gradu. Građani moraju da učestvuju u stvaranju prostora koji su njima namenjeni.

2.1.2. Participacija građana u procesu planiranja javnih gradskih prostora

Participacija građana u procesima planiranja u Srbiji je uglavnom na vrlo niskom nivou. Tradicionalni oblici uključivanja građana u proces planiranja su javne prezentacije strateških dokumenata i planova u završnoj fazi realizacije. Odgovor javnosti na njih je redak i sporadičan. Deo procesa demokratizacije našeg društva odnosi se i na intenzivnije animiranje i uključivanje javnosti u proces planiranja i proizvodnje prostora. Građane treba animirati da se uključuju ne samo kad je reč o strateškim planovima koji imaju niži nivo verovatnoće za realizaciju. Treba sprovoditi skromne, inkrementalne strategije u ovom cilju: ljudi treba da što pre vide rezultate svog učešća kako bi što pre stekli svest i sigurnost da je njihova participacija imala smisla. Mali ali vidljivi projekti Public Art-a kojima se unapređuju javni prostori su dobra šansa za to.

U zemljama sa dugom tradicijom u oblasti Public Art-a ovi programi se realizuju najčešće od strane gradske uprave, ali ima slučajeva kada se to događa i na nacionalnom (državnom) nivou. Participacija građana je krucijalni element svakog Public Art programa. Sa ciljem da se stimuliše i razvija svest građana o značaju Public Art-a programi iniciraju, samostalno ili u saradnji sa drugim institucijama, događaje i aktivnosti sa ciljem da se ostvari bolje razumevanje Public Art-a. Ove aktivnosti imaju za cilj da :

- pospešuju zainteresovanost i edukuju javnost o ovoj oblasti (konferencije, simpozijumi, radionice, prezentacije umetnika, ture obilazaka realizovanih projekata Public Art-a),
- informišu (distribucija promotivnog materijala, informacije o Public Art programu i mogućnostima uključivanja umetnika i javnosti, npr. kroz web sajt),
- obezbede direktno učešće zainteresovanih građana u procesu planiranja, dizajna, instalacije i održavanja Public Art projekata (u pitanju su zajednički programi i projekti u kojima saraduju grupe umetnika, društvene organizacije i institucije obrazovanja),
- obezbede direktno uključivanje predstavnika lokalne društvene zajednice u proces evaluacije predloga koji se odnose na njihovu zajednicu. Predstavnici društvenih zajednica se uključuju u selekcionu žiri ili savetodavni komitet kako bi se obezbedio input lokalne zajednice u vezi sa svakim

Public Art projektom,

- omogućće uključenje lokalnih organizacija i institucija koje su posebno zainteresovane za Public Art projekte kao što su npr. edukativne ustanove, umetničke asocijacije, organizacije i neprofitne organizacije. Nažalost, ništa od toga ne postoji u Srbiji 2006. godine.

2.1.3. Društveni, ekonomski i politički kontekst kao osnov za delovanje

Nesigurnost je jedino što je sigurno u svakidašnjici Srbije. Zahvaljujući nestabilnoj političkoj situaciji i siromašnoj nacionalnoj ekonomiji kao i brojnim problemima tranzicije nije realno očekivati veća ulaganja u Public Art u doglednoj budućnosti. Iako su pojedini privremeni projekti podržani i realizovani prethodnih godina, na trajne projekte ćemo verovatno još dugo čekati. U međuvremenu se određene stvari mogu činiti kako bi se građani i institucije bolje upoznali sa oblašću koja u velikoj meri može da unapredi kvalitet njihovog života.

2.2. Javni prostori Grada Užica

2.2.1. Istorijski kontekst

Jedini tragovi srednjovekovnog Užica očuvani su na prostoru nekadašnje vojne fortifikacije i to najviše zahvaljujući velikim obnovama tokom otomanskog perioda. Užice kao severna despotovina srednjovekovne srpske države pod tursku vlast je palo najkasnije 1459. Takođe, prvi pouzdani podaci o civilnom naselju pored vojne fortifikacije datiraju iz tog perioda. Može se slobodno reći da je Užice zahvaljujući svom vojnom značaju, kao i tome što je ležalo na značajnom trgovačkom putu za Bosnu tokom turske vlasti doživelo svoj procvat, tako da je u XVII veku dobilo status Šeher grada. To ga je po značaju svrstavalo odmah uz Sarajevo i Beograd. Nastanku srpske varoši Užice u drugoj polovini XIX veka prethodili su srpski oslobodilački ratovi, ali i velike promene u samom gradu izazvane ne samo političkim previranjima, već i velikim požarima u kojima je grad izgoreo gotovo do temelja (1805, 1862). Tek stvaranjem srpske varoši, Užice dobija svoj izgled i položaj u srpskoj državi koji je danas ostao nepromenjen. Sa srpskom varoši dolazi modernizacija u najširem smislu, koja kao takva traje do danas. Današnje Užice je sačuvalo relativno malo starih objekata, posebno onih čija je ambijentalna vrednost značajna. Brojna razaranja i teški topografski uslovi, ostavili su traga u urbanoj matrici, vidljivih uglavnom u lokacijama nekoliko manjih trgova i ulica, stecišta bivših čaršija. Tako, za većinu današnjih objekata se može tvrditi da su nastali rekonstrukcijom, odnosno razvojem grada, naročito posle Drugog svetskog rata.

Današnji oblik i izgled, Užice je formiralo uglavnom posle šezdesetih godina XX veka. Tendencija razvoja grada bila je u pravcu pružanja koridora glavnih komunikacionih tokova, drumskih i železničkih, koji prate dolinu Đetinje i prolaze kroz kotline Turice, Užica, Krčagova i Sevojna. Na taj način je stvorena linearna forma grada. Grad je planiran kao kompaktna struktura sa fokusom na centralnoj zoni, koja se dalje račva u radijalnim i linearnim pravcima razvoja u vidu koncentričnih krugova. Ovakvu koncepciju gradske strukture prate kružne saobraćajnice u centru i po obodu grada. Tokom razvoja Užica javili su se mnogi konflikti, gotovo svi nastali kao posledica prirodnih ograničenja (velike nadmorske visine, velike visinske razlike između pojedinih delova grada, male površine aluvijalnih ravni Đetinje pogodne za gradnju, zasićenost razvojnog pojasa industrijom i stanovanjem). Užicu danas Prostorni plan Srbije daje status makroregionalnog centra. Prvi Generalni plan Užica (Direktivni regulacioni plan), izrađen je u periodu 1945-1950. godine. Njime je predviđeno uklanjanje 80 odsto postojećeg građevinskog fonda, kako bi se rešio nedostatak prostora za dalje širenje, nastao kao rezultat stešnjenog položaja i prirodnog okruženja. Tako je izvršena rekonstrukcija istorijskog dela grada, koji je pored toga što je zadržao status javnog, kulturnog, poslovnog i administrativnog centra, trebalo da obezbedi veliku koncentraciju stanovanja za oko 22.000 stanovnika. Glavno proširenje grada se odvijalo prema Krčagovu gde je predviđena izgradnja novog industrijskog grada u zelenilu sa oko 8.000 stanovnika. Osnovnu kompoziciju grada čine niski objekti individualne izgradnje utonulih u zelenilo i koncentracija visokih objekata u istorijskom središtu grada, kao nov element gradske slike. Ono što se sigurno može reći je da je Užice tokom otomanskog perioda, sve do XIX veka imalo visok tempo razvoja i veliki značaj u regionu u svakom pogledu. Tokom XIX veka dolazi do velikog pada razvoja usled političkih previranja tokom oslobođenja Srbije i velikih požara.

Svakako, u srpskoj varoši s kraja XIX veka uspostavljaju se temelji današnjeg Užica (izgradnja institucija, industrijalizacija, ali i prvo plansko uređenje grada). Socijalističko Užice sa konceptom funkcionalizma razorilo je staro istorijsko jezgro grada uspostavljajući kompaktnu strukturu modernog grada. Moderno Užice je uspostavilo novi identitet grada koji se mahom zasnivao na negiranju tradicionalnog načina života. U skladu s tim, formirala se specifična urbana kultura s kraja XX veka koja nije bila toliko snažna da do kraja asimiluje one vrednosti koje je donosilo stanovništvo koje je migriralo sa sela tokom industrijskog razvoja grada. Međutim, uprkos tome, novi urbani identitet centralnog gradskog jezgra koji se zasnivao na modernim neboderima, administrativnim i poslovnim centrima, kao i na specifičnom oblikovanju javnih gradskih prostora za koje se može reći da karakterišu ovaj grad, izgrađen je ipak jedan identitet koji je crpeo svoju snagu u izvornom karakteru Užičana o njihovoj svesti o posebnosti i značaju u široj društvenoj zajednici. Tako je izgrađena kultura filma i pozorišta, roka, sporta, noćnog života i specifičnog načina korišćenja javnih gradskih prostora sklonih anglosaksonskoj kulturi.

2.2.2. Public Art kontekst

U kontekstu svega prethodno navedenog javlja se veoma upečatljiv *Street Art* u vidu grafita, zatim Public Art u vidu murala, kao i potkultura fanzina i stripa, a sve sa karakterističnim osobenostima daleko čuvenog mentaliteta Užičana. Ono što posebno karakteriše Užičane, a što se dalje kao ideja involvira u sam život i identitet, je koncept mišljenja ili stava baziran na „ili-ili“, a ne „i-i“. Ovo se najbolje ogleda u korpusu prihvatanja ili neprihvatanja različitih društvenih vrednosti, što dalje nužno vodi u potpunu segregaciju različitih potkultura do njihove krajnosti, za šta je najbolji primer s kraja XX veka kada su u pitanju supkulture turbo folka i rok alternative. Ova segregacija društvenih podgrupa se manifestovala ne samo kroz prihvatanje određenih vrednosti, već i kroz način korišćenja i odnos prema javnom prostoru i životu u njima čemu je bila sklona potkultura rok alternative, te u tom smislu se može slobodno reći da je ova kultura dominantno dejstvovala i ostavila danas vidljiv trag u javnim prostorima kroz spontane ili organizovane akcije, aktivnosti ili događaje. S druge strane, lokalna samouprava je pokušavala, shodno svojim mogućnostima i kapacitetima, da koncipira jednu vrstu kulturne politike s kraja XX veka koja se odlikovala „ad hok“ pristupom baziranim najčešće na pojedinačnim inicijativama i sklonostima lokalnih političara sa kratkoročnim ciljevima. Iako bez sinhronizacije, menadžmenta i strategije neke od ideja su zaživele i doprinele kulturnom razvoju grada, pri čemu se pre svega misli na projekte „Užice – grad murala“, „Jugoslovenski pozorišni festival“, „Eko fond“ i „Skokovi sa starog mosta - Leto na Đetinji“. Jedan od velikih nedostataka ovih aktivnosti lokalne samouprave je nedovoljno aktiviranje i učešće lokalne zajednice koja je u svim pomenutim akcijama pasivan akter. Svakako, Užice kao specifičan grad Srbije sa još specifičnijom urbanom kulturom, iako trenutno u krizi identiteta u periodu tranzicije, ima dovoljno potencijala i kapaciteta za izgradnju i razvoj kulturne politike u skladu sa savremenim zahtevima života i društva.

STRATEŠKI KONCEPT INSTITUCIONALIZACIJE PUBLIC ART-a U UŽICU

**Autori:
Zoran Đukanović, Aleksandar Bobić, Jelena Živković**

3. STRATEŠKI KONCEPT INSTITUCIONALIZACIJE PUBLIC ART-a U UŽICU

3.1 Strategije i principi lociranja i aktiviranja Public Art-a u Užicu

Za potrebe adekvatne implementacije rezultata predmetne studije neophodno je permanentno, dosledno i ažurno primenjivati brojne principe, dosledno slediti ciljeve i razvijati strategije koje su u najopštijim crtama date u nastavku teksta:

- Uspostavljanje prostorno-funkcionalnog kontinuiteta mreže Public Art kroz mrežu postojećih javnih prostora na posmatranom području. Na ovaj način bi se aktivirali postojeći javni prostori kroz tematske ili ciljne aktivnosti i događaje. U skladu s tim poželjno je uspostaviti niz nezavisnih mreža koje bi se međusobno preklapale, linkovale i prožimale, čineći jednu jedinstvenu integralnu prostorno-funkcionalnu mrežu javnih prostora centralnog gradskog jezgra.
- Uspostavljanje korelacije između predloženog vida Public Art-a sa urbanim kontekstom, običajima i načinom života lokalnog stanovništva. Ovde se prvenstveno misli na odnose sadržaja javnog gradskog prostora sa predmetnim mestom i njegovim kontekstom.
- Uspostavljanje strategije prepoznavanja, aktiviranja i umrežavanja javnih gradskih prostora kroz varijante Public Art-a vezanih za unapred određen scenario. U skladu s tim scenario bi se zasnivao na prostornim mogućnostima, kontekstu i karakteristikama mesta, i kao takav bi bio prepoznat za različite modalitete Public Art-a, bilo kao tematske, sadržajne ili nezavisne.
- Public Art uskladiti sa prostornim, ekonomskim i društvenim mogućnostima uz poštovanje sistema višeg reda i privatne svojine. Urbane funkcije i privatna svojina moraju imati prioritet u odnosu na Public Art, što ne znači da Public Art nije i ne može biti dominantna urbana funkcija nekog mesta i u formalnom smislu (misli se na urbanistički planski dokument), odnosno da privatna svojina ne može biti predmet Public Art-a.
- Obezbeđenje kvaliteta i stacionarne funkcije javnih gradskih prostora posmatranog područja kroz povećanje estetskih, ekoloških i funkcionalnih karakteristika prostora u cilju unapređenja kvaliteta života, percepcije i razvoja lokalne zajednice.
- Aktiviranje lokalnog stanovništva, običaja i karakterističnog načina života kroz organizovanje javnog života grada, interakciju i linkovanje sa Public Art-om. U sklopu toga dati prednost onom konceptu Public Art-a koji uključuje i integriše lokalnu zajednicu tokom njegove realizacije ili produkcije. Aktiviranje lokalne zajednice u procesu razvoja Public Art-a je nužan preduslov za uspešnu realizaciju i ostvarivanje pozitivnih očekivanih efekata u oblasti kulture grada.
- Aktivan rad na ohrabrenju lokalne zajednice u izgradnji i prihvatanju identiteta u skladu sa tradicijom i savremenim zahtevima šire društvene zajednice. Kroz Public Art aktivno raditi sa lokalnom zajednicom na prihvatanju transponovanja tradicionalnih ideja i vrednosti u skladu sa savremenim dobom i principima otvorenog društva.
- Pažljivo kreiranje, realizovanje i aktiviranje Public Art-a u skladu sa Poveljom o ljudskim pravima i slobodama, lokalnim običajima i karakterističnim načinom života. Razvijati ideju otvorenog društva, interkulturalnosti, solidarnosti i prijateljstva unutar i van lokalne zajednice.
- Prijateljska i aktivna saradnja sa lokalnom samoupravom, institucijama kulture, prosvete i privrednim subjektima u cilju uspostavljanja, aktiviranja i realizacije Public Art-a. Saradnja sa pomenutim akterima i filantropija su nužni preduslovi za realizaciju Public Art-a.

- Aktivno kreiranje uslova i saradnja sa lokalnom samoupravom na izgradnji kulturne politike i upravljanju kulturnim inicijativama i institucijama bez obzira na njihov značaj, uticaj, veličinu ili obim u cilju uspostavljanja, aktiviranja i realizacije Public Art-a. U skladu s tim, aktivno kreirati uslove za veliku raznovrsnost umetničke produkcije i kulturnih aktivnosti iz svakog žanra i za sve ukuse, bez obzira na „tržišne“ interese. Organizovati lokalne debate između lokalne zajednice i lokalnih političkih elita o tome koji tip kulturnih aktivnosti je poželjan iz demokratske perspektive, imajući u vidu da kulturu treba podsticati novim i neočekivanim umetničkim izražavanjem. Raditi na lokalnoj filantropiji i entuzijazmu kako bi se dodatno obezbedila neophodna infrastruktura. Odrediti strategiju kulturnog razvoja sa kratkoročnim, srednjoročnim i dugoročnim planovima aktivnosti, s obzirom da je umetnički život promenljiva i dinamična kategorija. Izgraditi i dodatno ojačati mrežu NVO u oblasti kulture i umetnosti koje bi zajedno sa lokalnom samoupravom kreirale i realizovale lokalnu kulturnu politiku. Podržavati masovnost publike i aktivnosti lokalnog stanovništva u Public Art-u, ali isto tako zadržati pravo da nema kompromisa u umetničkom smislu. Razvijati i održavati kontakte sa ostalim gradovima i regijama u Srbiji i Evropi u pogledu razvoja kulturne politike.
- Izgradnja i uspostavljanje lokalnog servisa i menadžmenta za umetničku produkciju i rad sa lokalnom zajednicom u cilju postavljanja, aktiviranja i realizacije Public Art-a.
- Intenzivno sarađivati sa lokalnom samoupravom u pogledu prepoznavanja Public Art-a kao sastavnog dela politike grada, pružiti svu potrebnu logistiku i kapacitete i ohrabrivati nadležne lokalne institucije da institucionalizuju Public Art kroz zvanične odluke i dokumente kulturne politike i urbanističkih planova.

3.2. Valorizacija resursa u odnosu na preferencije ciljnih grupa

Preferencije ciljnih grupa u oblasti Public Art-a predstavljaju relativno nestabilnu kategoriju. One zavise od više faktora:

- direktnih, varijantnih uslova u ovoj oblasti kao što su: aktuelnost, kvalitet ponude, autentičnost ponude, troškovi, konkurencija, i sl.
- indirektnih, varijabilnih uslova kao što su: aktuelni kulturni trendovi, meteorološki uslovi (s obzirom da su u pitanju otvoreni prostori), ekološki uslovi (ekološki incidenti), imidž i sl.

Iz tog razloga, preferencije ciljnih grupa se moraju permanentno pratiti i analizirati, a valorizacija raspoloživih resursa mora se raditi periodično i to u skladu sa rezultatima istraživanja koja se sprovode kroz marketinške i druge analize ponašanja ove specifične oblasti.

3.3. Ljudski resursi

S obzirom da se Public Art manifestuje u javnim prostorima, tj. u svakodnevnom životu, ljudski faktor u ovoj oblasti predstavlja jedan od ključnih faktora. U realizaciji i emanaciji ove oblasti učestvuju svi društveni stratumi od organizacionih struktura do dnevnog ponašanja stanovništva. Posmatrano na ovaj način, svaki stanovnik lokacije (grada, regiona) predstavlja i posrednog i neposrednog poslenika u ovoj oblasti. On je istovremeno i konzument Public Art-a i deo Public Art-a samog. Gotovo svako učestvovanje u Public Art realizacijama i njihovo “konzumiranje” motivisano je željom za autentičnom samorealizacijom, odnosno za autentičnim doživljajem. Nekadašnju individualizaciju realizacije Public Art-a savremeni umetnik je zamenio potrebom za aktivnim dejstvom na javni korpus (mnjenje, dnevni život, navike, konvencije, značenja i sl). Nekadašnje “razgledanje Public Art-a savremeni konzument je zamenio potrebom za neposrednim učestvovanjem u njemu. Takav autentičan pristup moguće je realizovati jedino ukoliko svi akteri tog i takvog Public Art-a deluju zajedno, jednovremeno i u istom smeru, odnosno ka istom cilju. Za takvu akciju potrebna je nedvosmislena motivisanost svih njih, ali pre svega znanje o tome zašto se i kako se jedan takav posao radi.

3.3.1. Participacija

Ako se uzme u obzir da su u ovu oblast društvenog delovanja uključeni apsolutno svi nivoi društvene organizacije: pojedinci, porodice, zajednice, grad, region, država, jasno je koliko je važna uloga ljudskog faktora u valjanom odvijanju ovih aktivnosti. Svaka pojedina akcija mora biti logičan immanentan deo celovite ponude o čemu se mora permanentno voditi računa na svim nivoima. To se postiže jedino na način kada su svi učesnici davanja ponude u oblasti Public Art-a svesni sopstvenog značaja i uloge u formiranju "finalnog" proizvoda. Da bi se jedan ovakav posao valjano odvijao neophodno je fasilitirati ga stalnim sprovođenjem participativnih i edukativnih mehanizama. Pošto u oblasti Public Art-a učestvuju svi nivoi društvene organizacije, radi obezbeđenja direktnog učešća svih relevantnih aktera (*stakeholder-a*), neophodno je obezbediti primenu što šireg spektra participativnih mehanizama u svim segmentima ovog polja delovanja. To znači da će svi relevantni akteri biti permanentno uključeni u poslove vezane za ovu oblast delovanja od faze definisanja politike Public Art-a, preko formiranja specifične ponude, do učestvovanja u benefitima koji se na ovaj način ostvaruju. Iskustva pokazuju da uključivanje svih aktera nije suštinski preduslov za uspešno participativno donošenje odluka, ali je od presudnog značaja za promociju društvene jednakosti i pravednosti u upravljanju određenom oblasti društvenog delovanja. Međutim, sa druge strane, neuspeh u odgovarajućem obimu angažovanja aktera pokazali su, u velikom broju slučajeva, da je takav pristup neodrživ. Bez učešća svih relevantnih aktera, rezultati najčešće ne podržavaju strategije a neodgovarajući akcioni planovi se loše (ako se uopšte) sprovode i negativno utiču na posao u celini.

3.3.2. Edukacija

Edukacija predstavlja sledeći veliki i značajan posao u oblasti Public Art-a. S obzirom da je ovo nova grana društvenog delovanja kod nas, potrebno je pre svega formirati kvalifikovan ekspertski korpus koji će raditi u njoj. To znači da je neophodno formirati čitav spektar edukativnih alata i mehanizama koji će se baviti stvaranjem novih kadrova specifično profilisanih za rad u ovoj oblasti. To je posao za koji se pretpostavlja da će dugoročno, u organizacionom smislu, najveće opterećenje podneti institucije javne uprave (države, grada, opštine, lokalne zajednice, mada se po ovom pitanju može očekivati i masovno učešće civilnog (nevladinog) sektora, naročito u inicijalnoj fazi razvoja ove oblasti. Kratkoročno gledano, neophodno je, pre svega obezbediti dokvalifikaciju i prekvalifikaciju znatnog broja postojećeg kadra u oblastima kulture, urbanizma, turizma i slično i njihovo osposobljavanje za intersektorsko dejstvovanje. Ovaj posao se može obavljati decentralizovano, specifično po autentičnim regionima putem kurseva, radionica, seminara i sl, sa visokokvalifikovanim referentnim predavačima iz zemlje i inostranstva. Dugoročno, strateški posmatrano, potrebno je obezbediti uslove za edukaciju novih kadrova kroz specifične reformisane nastavne programe u svim nivoima obrazovanja. U pogledu novih kadrova to se pre svega odnosi na srednjoškolsko i visokoškolsko obrazovanje, dok se kroz osnovno obrazovanje stvara i neguje svest o značaju ove oblasti društvenog delovanja i neguje način ponašanja mladih koji je adekvatan željenim efektima specifične ponude kulturnog turizma. Na takav način dugoročno se stvaraju zdravi uslovi za formiranje široke baze direktnih i indirektnih poslenika u kulturi, posebno u oblasti Public Art-a.

Takođe, ne sme se zaboraviti ni edukativna funkcija samog Public Art-a kao delatnosti. Saznanja koja se ostvaruju na ovaj način predstavljaju jedan od najznačajnijih rezultata Public Art-a uopšte. Ako se ovo uzme u obzir, posebno je značajno da budući poslenici u ovoj oblasti poseduju specifična znanja i veštine o prenošenju znanja, jer će jedino na taj način efekti ove ponude biti referentni. Iz tog razloga neophodno je i po ovom pitanju pružiti organizovanu adekvatnu obuku poslenicima u ovoj specifičnoj grani. Na taj način dobio bi se širok krug eksperata planera, menadžera, animatora, operatera i specifično obrazovanih za oblast Public Art-a.

3.4. Institucionalni okvir

Institucionalni okvir za oblast Public Art-a kod nas danas ne postoji. Različiti sektori (kultura, urbanizam, turizam i sl...) dejstvuju samostalno i bivaju upravljani nezavisnim ministarstvima od strane države odnosno sektorskim direktijama i sekretarijatima na nivou gradova. Na isti način, veliki broj javnih preduzeća i institucija upravljaju ingerentnim resursima svaki za sebe i u granicama svojih strogo definisanih i nadležnosti neretko čak i sa

suprotstavljenih pozicija. Intersektorska saradnja je veoma retka, povremena, sa usko definisanim ciljem i bez dugoročnih efekata.

3.4.1. Opšti strateški principi institucionalizacije

Sa organizacionog stanovišta Public Art podrazumeva intersektorsko povezivanje svih ovih, danas nezavisnih i nekoordinisanih sektora. Radi postizanja što boljih rezultata, ove dve oblasti treba da uspostave partnerski odnos i udruže se u oblikovanju zajedničkog proizvoda. Međutim, uspostavljanje ovog partnerstva nije spontan proces, te se on mora planirati i njime se permanentno mora upravljati u skladu sa promenljivim uslovima okruženja.

Ovo partnerstvo i saradnja podrazumevaju integrisano učešće svih sektora društvenog života:

- javni sektor (organi uprave, javne institucije i preduzeća, država, grad, region...)
- privatni sektor (privatne institucije, preduzeća, strukovna udruženja, komore, banke, privatna lica)
- civilni (nevladin) sektor (udruženja građana, političke stranke, nevladine organizacije i sl.)

U inicijalnoj fazi uspostavljanja i artikulisanja oblasti Public Art-a javni sektor je najvažniji jer uspostavlja osnovni, strateški institucionalni okvir delovanja u ovoj važnoj oblasti. Niko drugi do organi uprave moraju organizovati donošenje politike Public Art-a, obezbediti intersektorsku saradnju ministarstava, sekretarijata i javnih službi, formirati razvojne fondove za ovu oblast, ponuditi beneficije za poslovanje u ovoj oblasti i sl.

U tom smislu najvažnije je posebno obratiti pažnju na tri ključna faktora:

1. institucionalni (zakonodavni) okvir,
2. modaliteti finansiranja i beneficija i
3. stvaranje uslova za multidisciplinarno obrazovanje za poslenike u kulturi posebno u Public Art-u.

S obzirom na značaj efekata Public Art-a za artikulisanje i iskazivanje identiteta jedne zajednice, razlozi za ovakvo definisanje i organizovanje snažnog institucionalnog okvira uspostavljenog od strane uprave (države i pre svega lokalnih samouprava) su brojni:

- da bi se uvelo integralno upravljanje ukupnom kulturnom ponudom, a posebno ponudom Public Art-a,
- da bi se obezbedili dinamični, interaktivni intersektorski odnosi između kulture, turizma, arhitekture, urbanizma, obrazovanja, sporta, privrede, zanatstva, odnosno između različitih resora koji su do sada delovali izolovano,
- da bi se očuvalo nasleđe, kako zbog njegovog značaja u definisanju opšteg javnog interesa, tako i zbog njegovog značaja u opštoj kulturnoj ponudi,
- da bi programi i projekti Public Art-a postali sastavni element ukupnog održivog razvoja predmetnog područja (lokacije, reona, grada, regiona, države...),
- radi omogućavanja dugotrajnije Public Art ponude tokom čitave godine,
- radi decentralizacije, odnosno ravnomerne, kontrolisane prostorne i lokacione disperzije Public Art-a,
- da bi se ograničila preterana posećenost pojedinih lokacija, jer to može da ugrozi primarne funkcije kulturnih znamenitosti, što ponekad može ugroziti "autentičnost", tj. atraktivnost specifične kulturne ponude,
- da bi specifična obeležja kulturnih lokaliteta postala kriterijum po kome će kulturno dobro biti otvoreno za javnost.

S tim u vezi, dejstvovanje javnog sektora u ovoj oblasti se može očekivati u sledećim domenima:

- usaglašavanje i kalibrisanje zakonodavnog (statutarnog) okvira za oblast Public Art-a,
- artikulisanje kulturne politike u oblasti Public Art-a,
- formiranje ingerentnih instrukcija i procedura.
- Edukacija na svim nivoima.

3.4.2. Definisiranje zakonodavnog (statutarnog) okvira

Definisiranje zakonodavnog (statutarnog) okvira ne mora da predstavlja preduslov za institucionalizovanje oblasti Public Art-a. Programi Public Art-a se mogu realizovati i u okviru postojeće zakonodavne materije, ali država, odnosno grad, ne treba da propuste priliku da kroz posebna dokumenta sistemski uredi ovu važnu oblast definišući prava i obaveze svih učesnika u ovoj delatnosti, a posebno u pogledu regulisanja odnosa između javnog i privatnog sektora. Time se stvaraju uslovi za dalje institucionalno razvijanje i usložnjavanje granskih i profesionalnih struktura u ovoj oblasti. Istovremeno, time se definišu i prava i obaveze svih učesnika, a time i posebno, institucionalno uređuje specifična oblast Public Art-a. U tom smislu, potrebno je posebno povesti računa o međunarodnim dokumentima koji uređuju ovu oblast, jer se u procesima evropskih integracija kojima težimo, usaglašenost domaćih zakonskih rešenja sa važećim međunarodnim dokumentima mora podići na najviši mogući nivo. Jedino se na taj način može očekivati da se za razvoj ove oblasti u nas može računati na pomoć i kreditni servis međunarodnih finansijskih fondova. S tim u vezi, a s obzirom na skromne finansijske mogućnosti države i domaćih finansijskih institucija, ova usaglašenost se može pokazati kao jedan od ključnih faktora u fazi masovnije, sistemske realizacije Public Art-a kod nas.

3.4.3. Kulturna politika u oblasti Public Art-a

Artikulisanje kulturne politike u oblasti Public Art-a se može dovoljno kvalitetno raditi i na osnovu važećeg zakonodavnog okvira, ali se mora posebno voditi računa o raznovrsnosti i disperznosti relevantne zakonodavne materije u različitim postojećim dokumentima. Kulturnom politikom u oblasti Public Art-a dugoročno se definišu opšte sektorske strategije, ciljevi koje treba postići i vremenski horizont za njihovo ostvarenje, mehanizmi za zaštitu i realizaciju javnog interesa, kao i modaliteti finansiranja i eventualne podele u dobiti koja se ostvaruje u ovoj oblasti. Istovremeno, time se stvara institucionalni i proceduralni okvir za dalju razradu "politike" kroz izradu posebnih razvojnih i akcionih planova za specifične teme, lokacije i sl.

U skladu sa brojnim preporukama koje u razvijenim zemljama posredno i neposredno uređuju ovu oblast, ove strategije treba da:

- analiziraju potencijal kulturnog nasleđa za potrebe Public Art-a
- vrednuju kratkoročne, srednjoročne i dugoročne efekte Public Art-a na sve aspekte istorijskog, kulturnog, socijalnog i ekonomskog okruženja
- procene prihvatljiv broj konzumenata, odnosno da odrede minimalan i maksimalan noseći kapacitet,
- stvore uslove za izradu planova nižeg reda (razvojnih i akcionih planova),
- definišu opšte, dugoročne i strateške ciljeve i prioritete.

Navedene strateške ciljeve treba usmeravati u pravcu da se obezbedi:

- rad sa lokalnim stanovništvom i ingerentnim institucijama radi razvijanja saradnje i delotvornih načina upotrebe Public Art-a u funkciji promovisanja, korišćenja i razumevanja autentičnih kulturnih miljea i njihove raznolikosti,
- jačanje svesti o karakteru, raznolikosti i značaju kulturne autentičnosti i njene vitalne uloge u obrazovanju na svim nivoima
- odgovarajuća obuka poslenika relevantnih sektora i to posebno o karakteristikama autentičnosti specifične ponude Public Art-a, kontekstualnosti, istoriji, značenju i značaju te ponude, ali i o adekvatnim, specifičnim kodeksima ponašanja od značaja za razumevanje specifičnosti datog Public Art-a u kontekstu šireg kulturnog miljea.

Ovi strateški ciljevi i principi moraju se dalje razrađivati kroz set akcionih planova, koji treba da:

- Definišu posebne, srednjoročne sektorske ciljeve, ali i prioritete budućeg delovanja,
- Definišu akcije radi upoznavanja i umetnika i konzumenata sa mestima i aktivnostima koje im se nude. Te akcije su raznovrsne i mogu da obuhvataju širok dijapazon aktivnosti, od stvaranja specijalizovanih info centara, do izdavanja lako dostupnih brošura i publikacija sa informacijama i edukativnim materijalom prilagođenim različitim vrstama publike,
- Predvide izgradnju objekata i instalacija i uređenje površina koje zadovoljavaju najosnovnije potrebe za realizaciju Public Art-a, a njihov

položaj, oblik i materijalizacija moraju biti takvi da ne narušavaju postojeće javne prostore, posebno iz pogleda zaštite kulturnog dobra ili historijskog ambijenta u kome se realizuju,

- Olakšavaju svakovrsnu javnu dostupnost (saobraćajnu, informacionu...) Public Art-a izgradnjom kvalitetne putne mreže, organizacijom adekvatnog javnog prevoza, uređenjem površina za mirujući saobraćaj, produkcijom informacionih sredstava (medijski nastupi, oglasi, brošure, putokazi, piktogrami...) i sl.

- Budu vremenski određeni, što znači da ih povremeno treba preispitivati kako bi se, ako je to potrebno, prilagodili ciljevi, izmijenili prioriteta i revidirale metode rada ili planirane akcije u svetlu stečenih iskustava ili promenjenih uslova

Na kraju, treba posebno istaći da je ovo faza u kojoj se imperativno mora raditi uz široko korišćenje participativnih mehanizama. To znači da u formulisanju i donošenju politike Public Art-a moraju učestvovati svi relevantni akteri ove oblasti. Jedino se na takav način može računati da će strateški i planski okvir politike kulturnog turizma biti celovit, sveobuhvatan, a što je najvažnije i najšire prihvaćen u svim segmentima društvene strukture, jer je to u ovoj oblasti od presudnog značaja.

3.4.4. Formiranje ingerentnih institucija i procedura

Formiranje ingerentnih institucija i procedura je veoma zahtevan i osetljiv posao jer se tek na ovaj način ostvaruje trajna logistička poslovna infrastruktura za implementaciju strategija vezanih za oblast Public Art-a. To pre svega znači institucionalizovanje intersektorske saradnje između svih sektora ingerentnih za oblast Public Art-a i to pre svega sektora kulture, urbanizma, obrazovanja, ali i turizma, saobraćaja, komunalne infrastrukture i sl... Kao što smo već rekli, institucije vezane za svaki od navedenih sektora već postoje, ali je njihova saradnja neadekvatna za sistemsko bavljenje ovom oblašću. Pošto se takva saradnja očigledno neće uspostaviti i odvijati sama od sebe, potrebna je institucionalna fasilitacija tog posla. U tom smislu, jasno je da se najpre kroz politiku Public Art-a, a poželjno je i kroz zakonodavni okvir, moraju uspostaviti institucionalni mehanizmi koji će dovoljno precizno definisati tu intersektorsku saradnju. Kroz širok spektar prava i obaveza koja se realizuju kroz ovu oblast svi sektori moraju nedvosmisleno prepoznati i svoju ulogu u poslovima vezanim za ovu delatnost, kao i sopstveni interes da te poslove kreiraju i da u tim poslovima učestvuju. Poželjno je da ova intersektorska saradnja bude definisana, shvaćena i sprovedena sveobuhvatno, pre svega kao partnerstvo sektora. To podrazumeva konstantan, interaktivan i zajednički posao u svim fazama koji pri tom ni jednu od strana ne dovodi u podređen položaj, jer u partnerstvu nema nadređenih i podređenih učesnika u poslu. Ovo partnerstvo mora biti jasno regulisano i dosledno sprovedeno kroz sve nivoe sektorskih struktura od političke i izvršne vlasti do nevladinog sektora i od državnih institucija do privatnih inicijativa. Naravno da se svim ovim poslovima mora upravljati. Kod nas nisu razvijene oficijelne institucije koje se bave poslovima menadžmenta u oblasti Public Art-a i to predstavlja osnovni problem. Ne postoji titular fasilitiranja ovih procesa.

Agencija za Public Art predstavlja instituciju koja bi mogla biti onaj ključni faktor koji dejstvuje integrativno i koji titulira fasilitaciju procesa immanentnih oblasti Public Art-a. Uloga, ingerencije i opšti zadaci ovakve institucije bi mogli biti definisani pre svega zakonodavnim okvirom, a zatim obavezno preciznije operacionalizovani kroz politiku Public Art-a i druge dokumente koji detaljnije specificiraju ovu oblast delovanja. Agencija bi trebalo da bude organizacioni okvir međusobno povezanih aktivnosti izrazite komplementarnosti, usmerenih na približavanje Public Art-a specifičnim potrebama lokalne zajednice, ali i posebnim zahtevima selektivnog korpusa umetnika koji bi dejstvovali u ovoj oblasti. U idealnom slučaju to bi značilo da je realizacija Public Art-a najdirektnije motivisana kulturnim potrebama lokalne zajednice. Poslovna aktivnost ove institucije bazirala bi se na strateškim istraživanjima razvojnih potencijala lokalne sredine (pre svega javnih prostora) i kulturnih potreba lokalne zajednice u cilju artikulacije specifičnog lokalnog identiteta, te njegove afirmacije i kontekstualizacije u širem kulturnom kontekstu. Ova strateška istraživanja nisu jeftina, ali ih je poželjno permanentno raditi jer predstavljaju gotovo nezaobilazan preduslov za argumentovano i pravovremeno:

- definisanje ciljeva i strategija razvoja,
- utvrđivanje ciljnih grupa,
- definisanje marketinških i PR strategija,

- otkrivanje ključnih elemenata za utvrđivanje strategije konkurentnosti u širim oblastima kulture, urbanizma, turizma i sl.
- iznalaženje ključnih elemenata strategije finansiranja.

U najopštijim crtama zadatak agencije bi bio da bude fasilitator, a u određenim slučajevima čak i nosilac razvojnih strategija i brojnih organizacionih poslova vezanih za oblast Public Art-a, kao što su:

- donošenje politike i koncepcije (održivog) razvoja Public Art-a, kao i planova i programa za njihovo sprovođenje, te njihovo usklađivanje sa istim aktima drugih kulturnih oblasti, te drugih tangencijalnih oblasti grada ili regiona
- obezbeđivanje uslova i sredstava za realizaciju koncepcija i operativnih planova rada (materijalnih sredstava i drugih radnih instrumentarija)
- usmeravanje radnih zadataka na specijalizovane izvršne ustanove ili organizacije i koordinacije svih poslovnih aktivnosti u vezi sa izvršavanjem programa i planova rada,
- obezbeđivanje mera za obrazovanje i raspoređivanje kadrova u oblasti Public Art-a,
- kontrola svih aktivnosti u resornom poslovanju.

Najbolji rezultati u ovoj oblasti se postižu ukoliko je institucija Agencije za Public Art organizovana na svim nivoima društvene organizacije¹.

To znači da bi postojao čitav spektar agencija:

- Nacionalna agencija za Public Art, zadužena za poslove na nivou države i međunarodne saradnje u ovoj oblasti,
- Lokalna agencija za Public Art, zadužena za poslove iz ove oblasti na nivou lokalne zajednice i bilateralnih ili multilateralnih međugradskih ili međuopštinskih koordinacija, ali i za implementaciju posebnih strateških poslova u skladu sa nacionalnim strategijama,
- Regionalna agencija za Public Art, organizuje se za regione sa specifičnim potrebama i ponudom u oblasti Public Art-a i koordinira rad gradskih agencija koje se nalaze u okviru regiona a u skladu sa nacionalnom strategijom. Ova agencija može imati posebne ingerencije u pogledu međunarodne saradnje u ovoj oblasti ukoliko se region nalazi na teritorijama više država.

Agencije mogu biti organizovane na više načina i mogu dejstvovati u različitim poslovnim aranžmanima:

- samostalne neprofitne ustanove od javnog interesa, nezavisno od toga da li su osnovane od strane države, lokalne samouprave, privatnih lica ili civilnog sektora,
- nezavisne profitne organizacije, koje mogu da obavljaju iste poslove za različite naručioce u oblasti kulture, urbanizma, turizma, medija i svih drugih razvojnih oblasti koje su komplementarne sa Public Art-om,
- poslovi Agencije za Public Art mogu biti organizovani i u okviru specijalizovane organizacione jedinice u sastavu već postojećih institucija koje deluju u oblasti kulture, pa čak i turizma, s tim što posebno treba poveriti računa o adekvatnoj kvalifikovanosti kadrova koji rade na ovim poslovima.

U skladu sa svojom složenom delatnošću i sa interdisciplinarnim delovanjem vezanim za uspostavljanje i operacionalizaciju intersektorskog partnerstva u poslovima realizacije Public Art-a, posebno je posebno pažljivo birati kadrove koji će biti zaduženi za obavljanje pojedinih poslova. Ti kadrovi moraju biti eksperti u svojoj oblasti sa posebnim znanjima iz tangencijalnih struka i posebnim veštinama za rad u multidisciplinarnim timovima. Pošto nije realno da se može očekivati da ovakvih kadrova ima na pretek, moraju se posebno, u okviru agencije, obezbediti uslovi za njihovu doobuku i dokvalifikaciju.

U tom smislu struktura jedne ovakve organizacije može biti veoma složena:

- sektor za strateško istraživanje i analizu
- banka podataka i interni informacioni sistem
- sektor za permanentno obrazovanje kadrova

¹ Dobar primer ovakve organizacije može se videti u institucijama programa Percent for Art, koji su kroz sve nivoe društvene organizacije organizovani u SAD.

- sektor kulturne animacije,
- sektor za marketing i odnose sa javnošću.

Ukoliko nije moguće formirati ovako celovitu strukturu agencije, što je za očekivati u najvećem broju slučajeva, pojedini poslovi se mogu ustupati i drugim ekspertske institucijama i preduzećima, koje bi namenski, prema striktnom projektnom zadatku agenciji davale uslugu u oblasti za koju su ingerentne i za posao ili grupu poslova za koje su zadužene. To se posebno odnosi za poslove permanentnog obrazovanja (za čije potrebe bi se mogla angažovati relevantna visokoškolska ustanova ili referentna nevladina organizacija specijalizovana za tu vrstu delatnosti), zatim za poslove marketinga i odnosa sa javnošću (marketinške agencije), ali i za pojedine specifične poslove kulturne animacije (profesionalna udruženja umetnika, kustosa i sl).

Public Art, kultura, turizam i kulturni turizam su one oblasti društvenog delovanja koje bi mogle najtešnje sarađivati u polju institucionalizacije Public Art-a, ili barem delovati ultimativno sinergetski. Kada govorimo o Public Art-u, istovremeno govorimo i o kulturi, a tada neizostavno moramo govoriti i o njenom udelu u ukupnoj turističkoj ponudi grada. I pored toga što turistička ponuda gotovo uvek obuhvata i kulturne sadržaje, sistemska saradnja između turizma i kulture izostaje. Kulturni poslenici se ne bave izučavanjem oblasti kulture, a turistički radnici kulturu shvataju uprošćeno, tek kao jedan od mogućih, fakultativnih elemenata rutinske turističke ponude.

Istovremeno, kulturni sektor u devedesetim godinama prošlog veka bio je jedan od četiri sektora sa najbržim rastom u svetskoj ekonomiji. U uslovima povećane mobilnosti stanovništva plasman kulturne ponude postaje globalna kategorija, te se najdirektnije ostvaruje u saradnji sa oblašću turizma. Iz tog razloga ova dva sektora, kultura i turizam, logično su se povezala u jedinstvenu ponudu u novoformiranom polju kulturnog turizma¹. Planine, bistre reke i lepe pejzaže imaju i druge turističke destinacije, ali se u turistički razvijenim zemljama odavno shvatilo da to nije dovoljno za kvalitetnu savremenu turističku ponudu. S tim u vezi, brojne konvencije, preporuke, pravila i smernice Saveta Evrope, UNESCO-a, ICOMOS-a i drugih međunarodnih institucija i organizacija daju međunarodno definisan okvir i ukazuju na pravce za uspostavljanje institucionalnog okvira u oblasti kulturnog turizma, a u tom pogledu Public Art ima veliku šansu.

3.4.5. Edukacija na svim nivoima

Edukacija na svim nivoima je posao koji na svaki način mora pratiti institucionalizaciju oblasti Public Art-a. Ta reforma treba da dovede ne samo do stvaranja kadrova specijalizovanih eksperata za ovu oblast već da, što je još važnije, dugoročno kroz specijalizovane i opšte edukativne programe stvara i neguje svest o značaju Public Art-a u ukupnom životu lokalne zajednice. To je veliki posao, zahteva mnogo znanja, novca i vremena, ali dugoročno dovodi do takvih efekata da se svakako isplati. Da bi se realizacija Public Art-a oblikovala po meri stvarnih potreba i u skladu sa stvarnim mogućnostima lokalne zajednice, neophodno je da njeni kreatori pored stručnih i specijalističkih znanja iz oblasti kulture i umetnosti, raspolažu i različitim znanjima, veštinama i sposobnostima iz susednih, komplementarnih oblasti: sociologija, ekonomija, psihologija, politikologija, antropologija, etnologija, arhitektura, menadžment, marketing, itd. Znanje je važan preduslov kvaliteta ostvarenih rezultata, pa se stoga nameće potreba da svi učesnici u kreativnom procesu stvaranja i promovisanja ove oblasti imaju potrebna interdisciplinarna znanja, koja će neprekidno unapređivati i osavremenjavati. Iz tih razloga, u tim edukativnim programima posebno treba poveriti računa o interdisciplinarnosti znanja i veština koje budući eksperti treba da usvoje. Poseban problem se javlja što se ta znanja crpe i iz društvenih (humanističkih) i iz prirodnih nauka. Svaki od tih naučnih korpusa ima svoju logiku i tehnike rada pa se, shodno tome, budući eksperti moraju obući tako da nedvosmisleno razumeju i koriste i jedan i drugi postupak u radu. Edukovanost građana u ovoj oblasti postaje imperativ. Potrebno je da i oni steknu neka od stručnih, kao i da prošire opšta znanja, a posebno i znanja o kulturnim vrednostima sopstvene sredine (lokalnim, prirodnim, etničkim i drugim kulturnim vrednostima) kako bi informacija na kraju bila što relevantnija i upotrebljivija. Ovaj posao se može obavljati putem specijalizovanih besplatnih kurseva, izradom i širokom distribuci-

¹ Đukić Dojčinović, V: Kulturni turizam - menadžment i razvojne strategije, Beograd: Clio, 2005

jom specijalizovanih informatora, biltena, prigodnim posebno dizajniranim interaktivnim internet sajtovima, kao i prikladnim priložima edukativnog sadržaja u lokalnim medijima (lokalnim novinama, TV i radio stanicama i dr).

3.5. Marketing

S obzirom da, sa ekonomskog stanovišta, Public Art ne predstavlja samo izlazak kulture u javni svakodnevni život, već i oblast u koju se moraju permanentno usmeravati sredstva iz javnog i iz drugih sektora društvenog delovanja, nije potrebno posebno naglašavati potrebu za sistemskim organizovanjem marketinga u ovoj oblasti. Realizacije u oblasti Public Art-a moraju biti atraktivne i za lokalno stanovništvo i za umetnike i za konzumente.

3.5.1. Marketinška istraživanja

Inicijalne aktivnosti marketinga u ovoj oblasti predstavljaju specifična istraživanja i najkraće rečeno ona se mogu svesti na:

- Istraživanje aktera Public Art-a, pre svega lokalne zajednice (stilova života, kulturnih modela, kulturnih potreba, psiholoških profila, modela ponašanja, navika, obrazovanja, učešća pojedinih grupa u ukupnom društvenom korpusu, strukture društvenog korpusa i sl),
- istraživanje Public Art korpusa (koji i kakav Public Art hoćemo, koji profili umetnika i koji umetnici su najadekvatniji za taj i takav Public Art), istraživanje ciljnih korisničkih (konzumentskih) grupa (koje i kakve korisnike – konzumente hoćemo), istraživanje strategija za privlačenje ciljnih korisničkih - konzumentskih grupa (specifična programska politika, adekvatne marketinške kampanje, poželjni modeli menadžmenta),
- Istraživanje Public Art “ponude” (karakteristike postojećeg Public Art-a, mogućnosti unapređenja postojećeg Public Art-a, uvođenje novih elemenata specifične “ponude” Public Art-a),
- Istraživanje “konkurencije” (konkurenti, oblast konkurencije, valorizacija konkurenata, specifičnosti), istraživanje strategija konkurentnosti (partnerstvo, podela partnerskih ingerencija, prestiž, ekskluzivnost, inkluzivnost...),
- Istraživanje izvora finansiranja (modeli finansiranja, struktura troškova, modeli raspodele, modeli smanjenja troškova, participacija javnog sektora, modeli efikasnog organizovanja, participacija privatnog sektora, donatori, sponzori i sl.)

Da bi izradili specifičnu optimalnu i kompleksnu realizaciju Public Art-a, marketing timovi treba da budu inicijatori i realizatori ovih specijalizovanih, prilagođenih istraživanja, na osnovu kojih bi se stekla saznanja o osnovnim elementima koji utiču na realizaciju u ovoj oblasti, tj. njihov mogući obim i poželjni kvalitet. Ti elementi se mogu razvrstati u dve velike grupe koje istražuju sektor iskazanih potreba i sektor mogućnosti za njihovo zadovoljenje. Ako su Public Art realizacije većeg značaja, te ako se računa na dolazak konzumenata iz inostranstva i ako se hoće biti konkurentan u međunarodnom korpusu u ovoj oblasti, onda se neka od ovih strateških istraživanja i analiza moraju raditi u inostranstvu. Ipak, ako se želi biti poželjna Public Art destinacija ova istraživanja se moraju raditi permanentno i to tamo odakle se konzumenti očekuju, odnosno tamo gde je “konkurencija” locirana. U svakom slučaju, i bez obzira na utrošena sredstva, efekti ovakvih istraživanja se uvek višestruko vraćaju u fazi realizacije.

3.5.2. Marketing strategije

Marketing strategije se razvijaju nakon urađenih analiza, a realizuju ih specijalizovani timovi stručnjaka. Njihov zadatak je da upravljaju i podstiču istraživačke, analitičke, animacione aktivnosti, te informacione i propagandne delatnosti. Ovi timovi mogu biti razvijani unutar resornih institucija koje se bave upravljanjem u oblasti Public Art-a, a mogu biti i nezavisne marketinške agencije, angažovane od strane resornih institucija. Takođe, ovi poslovi mogu biti organizovani i po teritorijalnom principu (gradski, regionalni...) ili po sektorskom principu (svi muzeji, sva pozorišta, sve javne manifestacije...).

3.5.3. Marketinške kampanje

Implementacija marketinških strategija počinje njihovom promocijom kroz marketinške kampanje. Stoga, lokalni marketinški timovi moraju tesno sarađivati sa ustanovama i specijalistima koji se bave propagandom i dizajnom, organizaciono kombinujući i usmeravajući aktivnosti stručnih timova da bi se ostvarili optimalni poslovni rezultati. Pri tom marketinške kampanje se u propagandnom smislu mogu sprovoditi putem brojnih sredstava:

- grafička sredstva: plakati, prospekti, fotografije, štampane,
- oglasna sredstva: TV oglasi, bilbordi, novinski oglasi, oglasna reportaža, oglasne ploče, radio-oglasni, razglasni...
- multimedijalna sredstva: filmovi, audio i video nosači (DVD, CD, prigodne digitalne prezentacije i sl),
- virtuelna sredstva: WEB portal i druge internet prezentacije i komunikacije...
- aranžmanska sredstva: sajmovi, izložbe, izlozi...
- memorabilije: suveniri, ukrasni predmeti, replike, promotivna galanterija (bedževi, olovke, upaljači, ešarpe, šolje i sl.)
- kontaktna propaganda: PR (pres konferencije, saopštenja, intervjui, studijska putovanja, svečana otvaranja, prezentacije projekata, promocije, kokteli, donatorske večere, dodele nagrada, radionice i sl.)
- korporativni grafički identitet: zaštitni znak, logo, pismo, maskota, boje, grafički standard...

Ukoliko se računa na međunarodnu "konkurentnost", ove kampanje se u određenom obimu moraju sistematski i pravovremeno plasirati u onim zemljama (sredinama) iz kojih se žele privući potencijalni akteri (umetnici, konzumenti, donatori, sponzori, turisti i sl...). Ukoliko se to ne uradi na taj način, potencijalni akter biva preskočen i ostaje neinformisan, te se i ne može odlučiti za izbor koji je predmet marketinške kampanje.

3.5.4. Brendiranje

Konačno, cilj svake marketinške kampanje je stvaranje brenda. Brendiranje predstavlja najpoželjniju posledicu uspešno sprovedenih marketinških kampanja. To znači da Public Art realizacija koja predstavlja predmet marketinške kampanje, konačno postaje nedvosmisleno prepoznatljiva, opšte prihvaćena, i najšire poželjan "proizvod" u ukupnoj ingerentnoj regionalnoj (svetskoj) ponudi. Dugotrajni i efikasni brend se zasniva na postignutim specifičnim, autentičnim vrednostima, makar ona bila i sasvim lokalnog karaktera (konteksta). Najvažniji akteri Public Art-a (umetnici i konzumenti) pre svega žele da realizuju, vide i dožive nešto autentično drugačije, odnosno ono što ne mogu naći niti u svojoj sredini ni drugde u svetu. Proces brendiranja se nikada ne završava. Jednom postignuti brend se permanento mora održavati. Vremenom, kada se duh vremena promeni, menjaju se i potrebe a samim tim i značaj, pa i značenje brenda. Tada se brend redizajnira i proces njegovog redefinisanja kreće iz početka.

IDENTIFIKACIJA LOKALITETA (INVENTARISANJE I IDENTIFIKACIJA)

Autori:

**Zoran Đukanović, Aleksandar Bobić, Stevan Vuković, Olivera Stanković,
Milana Aleksić, Anđelka Borović, Nikiša Čoko, Ana Mitić**

01

02

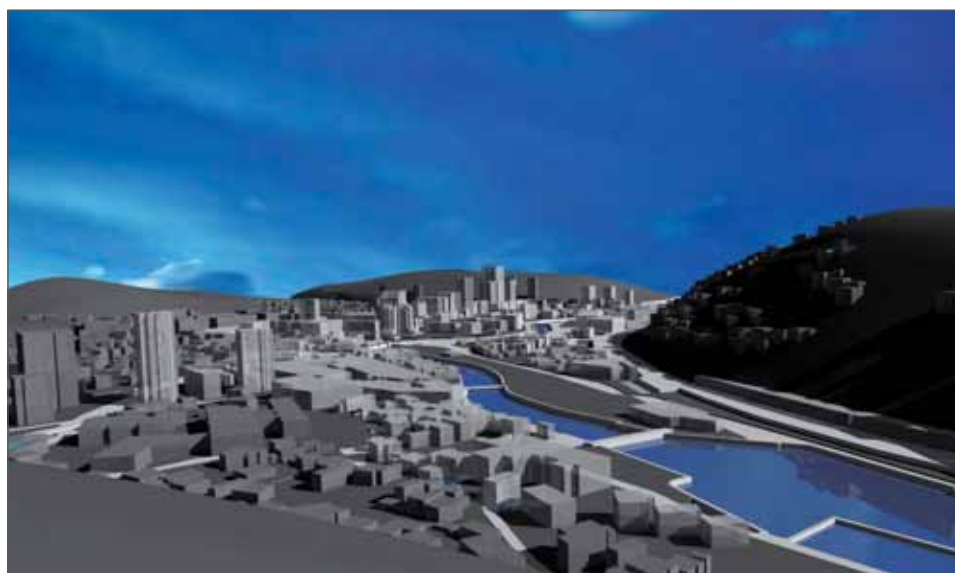
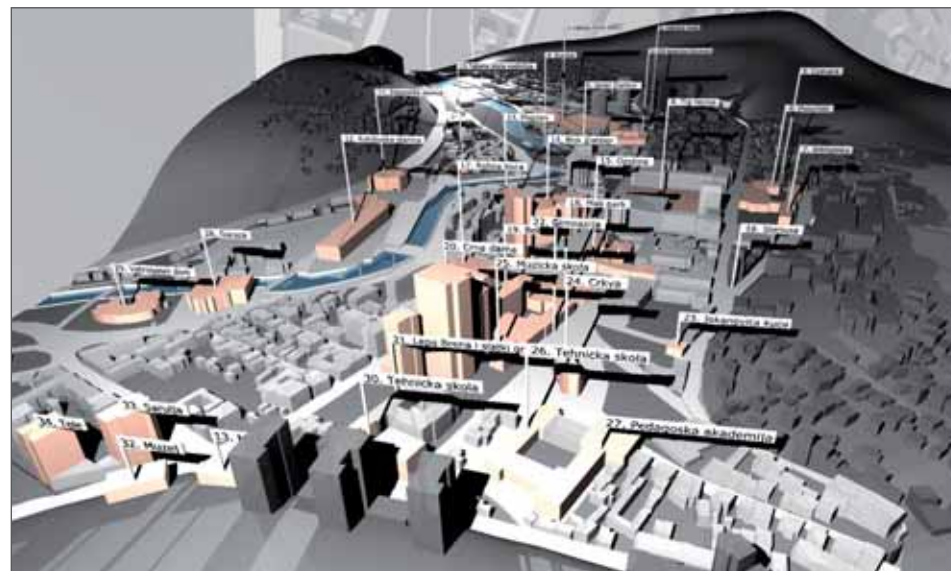
03

Identifikacija lokaliteta

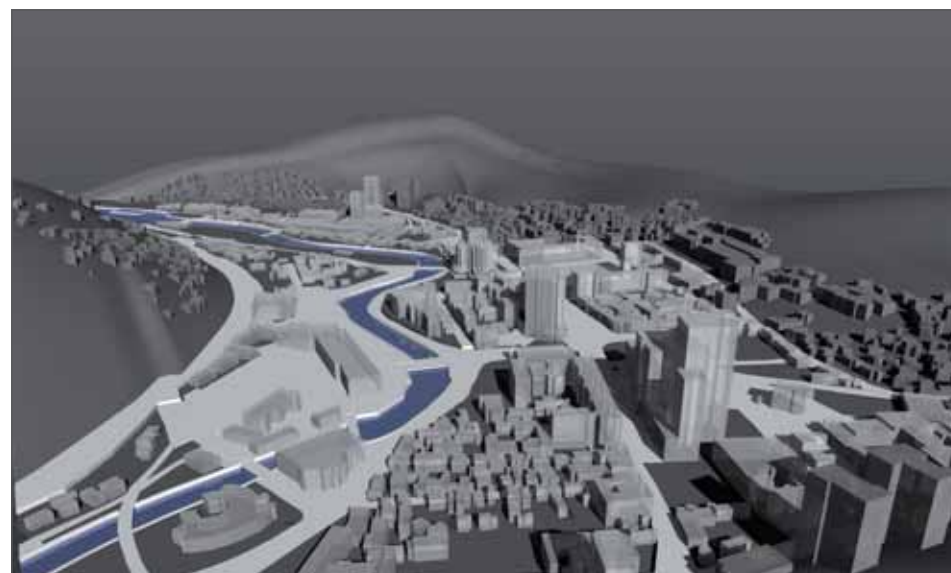
Identifikacija lokaliteta



Karta gradskih repera



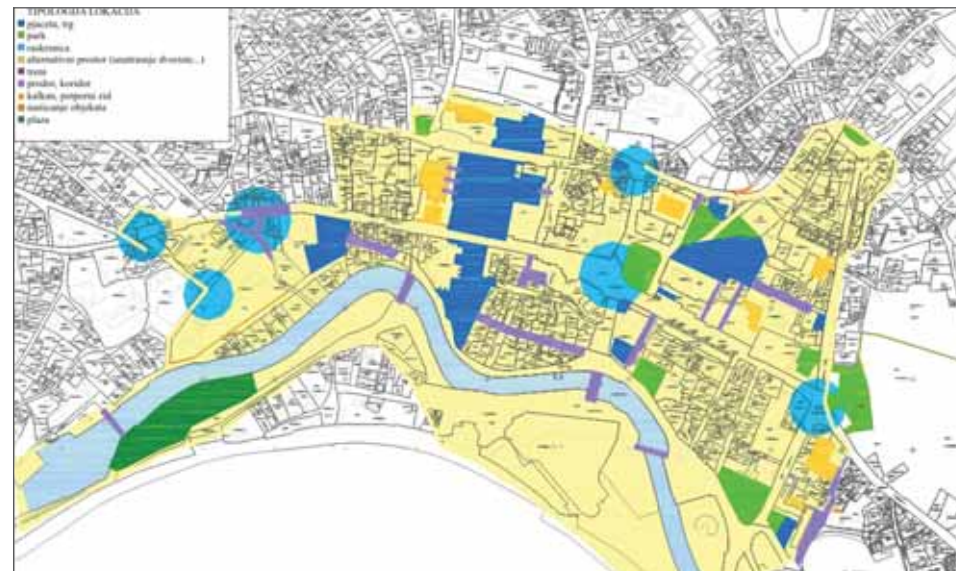
Lokaliteta na 3D modelu Užica



Lokaliteta na 3D modelu Užica



Registrrovane lokacije



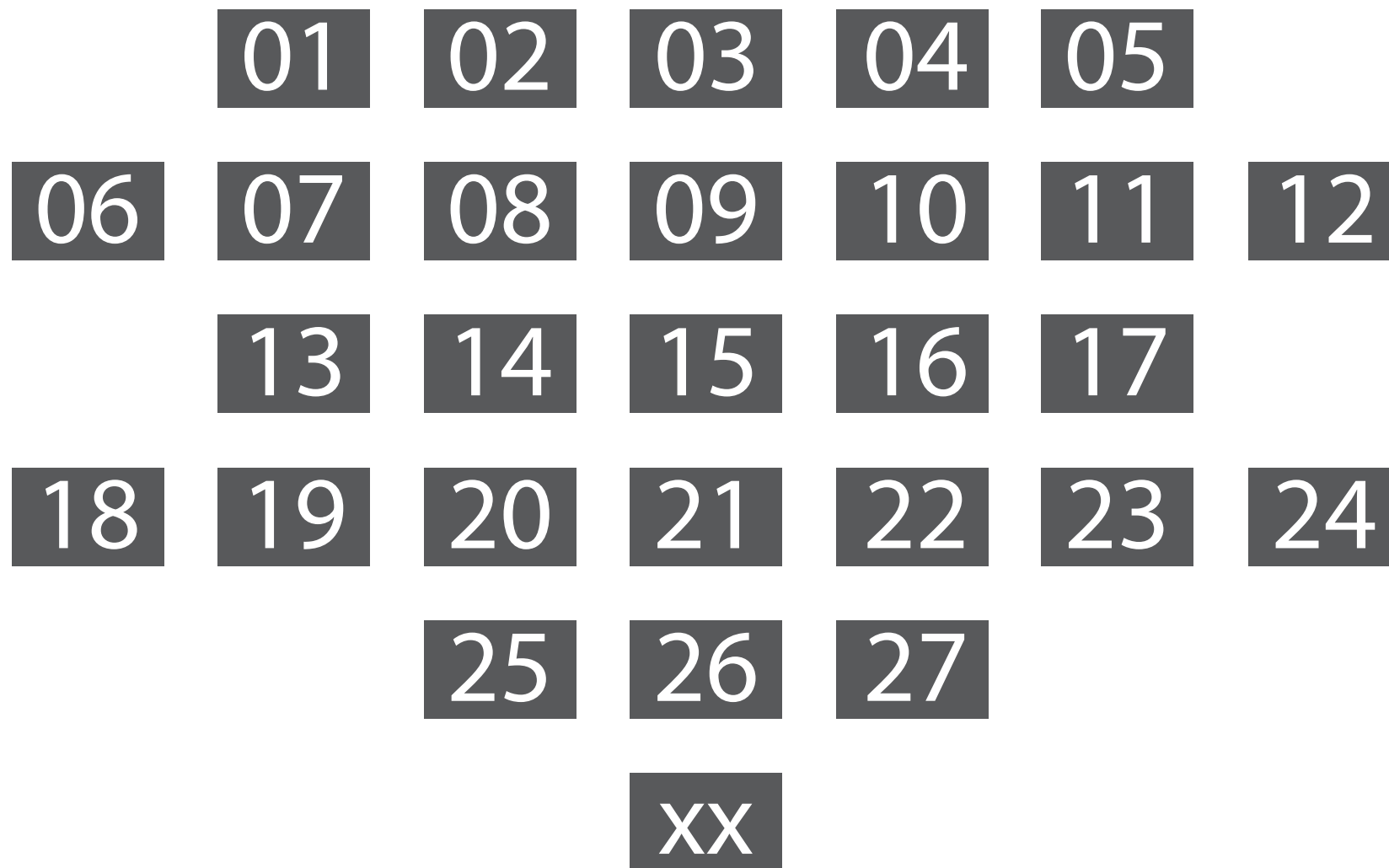
Tipologija lokaliteta

Lista registrovanih lokaliteta i ocena njihove atraktivnosti, devastiranosti i društvenosti

ŠIFRA LOKACIJE	LOKACIJA	TIPOLOGIJA OTVORENIH PROSTORA			DIMENZIJA			VIZUELNA SAGLEDIVOST		ATRAKTIVNOST OKOLNOG PROSTORA (oceniti sa 1,2,3)
		koridor	niša	trg/skver	mali	srednji	veliki	saglediv	nesaglediv	
1	Plato ispred biblioteke			x		x			x	2
2	Trg Partizana			x			x	x		3
3	Prodori na Trg	x			x			x		2
4	Park iza pasaža		x		x				x	2
5	RK Progres		x		x				x	1
6	Niša na Trgu i prodor	x	x			x		x		2
7	Plato kod hotela			x			x	x		3
8	Između pozorišta i biblioteke		x			x			x	1
9	Cvećara			x	x			x		2
10	Ulica Kneza Lazara	x			x				x	1
11	Plato kod škole			x		x		x		2
12	Ul. D.Tucovića i Kost. potok	x				x		x		1
13	Fasada fabrike					x			x	1
14	Most i obala	x		x			x	x		2
15	Plaža						x	x		3
16	Obala						x	x		2

Lista registrovanih lokaliteta i ocena njihove atraktivnosti, devastiranosti i društvenosti

ŠIFRA LOKACIJE	LOKACIJA	TIPOLOGIJA OTVORENIH PROSTORA			DIMENZIJA			VIZUELNA SAGLEDIVOST		ATRAKTIVNOST OKOLNOG PROSTORA (oceniti sa 1,2,3)
		koridor	niša	trg/skver	mali	srednji	veliki	saglediv	nesaglediv	
17	Ulica na Megdanu	x				x			x	1
18	Koridor i pasaž iza bloka Zlatibor	x	x			x			x	1
19	Kalkan				x				x	1
20	Alternativni prostor na Slanuši		x			x		x		2
21	Pjaceta na Slanuši			x	x			x		2
22	Susticanje kuća na Slanuši		x		x			x		1
23	Potporni zid				x			x		2
24	Prodor	x			x				x	1
25	Prodor	x			x				x	1
26	Unutrašnje dvorište Doma JNA		x			x			x	2
27	Park kod crkve 1			x		x		x		1
28	Trg kod Muzeja			x	x				x	2
29	Park kod crkve 2			x		x		x		1
30	Trg kod crkve, Trg Sv. Save						x	x		2
31	Prodori	x			x			x		2
32	Obala	x			x			x		2
33	Prodori	x			x			x		2



Katalog prepoznatih lokaliteta za Public Art

Plato ispred biblioteke



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- Pjacet

Dimenzija

P = 2 946 m²

Vizuelna sagledivost

- Pogled sa trga je zaklonjen drvoredom, a prilaz iz ul. Ljube Stojanovića je kroz uzan i mračan pasaž, pa prostor ni sa jedne strane nije saglediv

Kontekst / Šire okruženje

- Sa prednje strane se nalazi trg, a u sklopu lokacije su biblioteka i pozorište. Sa strane (na mestu srušene pošte) je ograđena močvara

Devastiranost prostora

- Lokacija nije očuvana i devastirana je od strane lokalnog stanovništva (smeće, uništene klupe, šaranje sprejevima...)

Društenost prostora

- S obzirom na zaklonjenost i nesagledivost, prostor se koristi prvenstveno za prolaz, a malo ljudi se zadržava u njemu (bez obzira na pol, starosno doba ili status)

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

- “vesele fontane” (trčanje kroz iznenadni vodoskok), statična vodena ogledala
 - **Mogući konflikti** / Buka koja bi možda smetala prolaznicima
 - **Sinergija** / Zašto prostor koji se koristi za prolaz ne bi bio zanimljiviji...
- stepenice celom dužinom ka trgu, sa klupama i projekcijama (odmaranje uz lep pogled)
 - **Mogući konflikti** / Buka
 - **Sinergija** / Interakcija sa trgov - povezivanje poteza od biblioteke do reke
- manji uređeni trg okružen postojećim zelenilom sa osvetljenjem ili kafeom na otvorenom - uređeni kutak
 - **Mogući konflikti** / Ljudi diskutabilnih moralnih normi i destruktivne osobe
 - **Sinergija** / Poluprivatan, miran prostor u centru



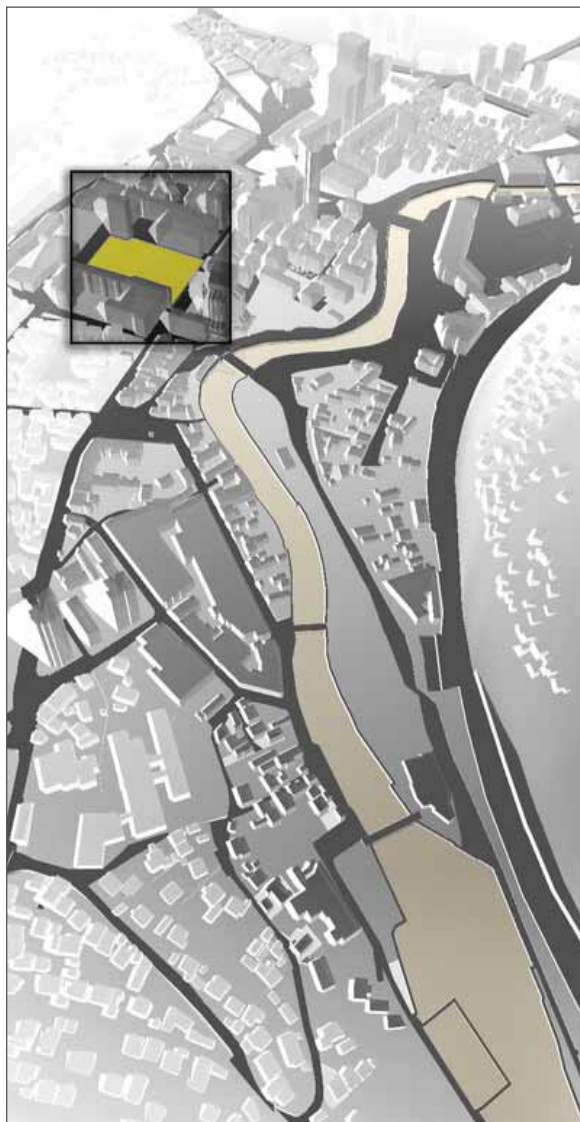
Plato ispred biblioteke

intervencije

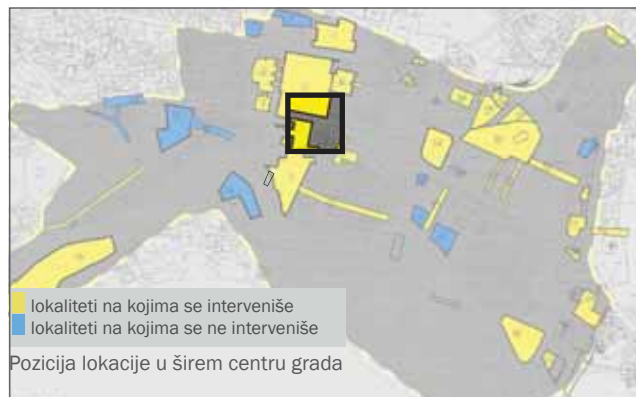
<<< Vizuelno usmeravanje ka trgu i
naglašavanje bitnih puteva

<<< Vesele fontane

Trg partizana



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- Trg

Dimenzija

P = 10 451 m²

Vizuelna sagledivost

- Izuzetna vizuelna sagledivost sa svih strana

Kontekst / Šire okruženje

Sa prednje strane se nalazi trg, a u sklopu lokacije su biblioteka i pozorište. Sa strane (na mestu srušene pošte) je ograđena močvara

Devastiranost prostora

- Lokacija je okružena sadržajima (hotel, biblioteka i pozorište sa pjacetom) čija bi sadržajna povezanost i umreženost predstavljala kvalitetan koridor i potez koji vodi ka reci

Društenost prostora

- lokacija nije očuvana niti unapređena - 'živi' u duhu vremena u kom je izgrađena

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

- govornica speaker's corner na mestu Titovog spomenika sa predviđenim prostorom za gledalište tj. šetalište (slobodni govornici po principu 'kaži šta hoćeš i kad hoćeš')
 - **Mogući konflikti** / Uvek postoji neko ko će to zloupotrebiti
 - **Sinergija** / Istorijski zanimljiva pozicija
- paneli za pisanje poruka sa (bez) obezbeđenim materijalom (eventualno žiri ako bi postavka bila takmičarskog karaktera)
 - **Mogući konflikti** / Uvredljive poruke
 - **Sinergija** / Crtanje po panelima jer ljudi uvek imaju nešto da poruče ili čitaju tuđe - specifičan 'crni humor' Užičana
- koncept otvorenih soba sa ležaljicama, hladilicama gde ljudi besplatno borave i pružaju 'Live act'
 - **Mogući konflikti** / Ljudi diskutabilnih moralnih normi i destruktivne osobe
 - **Sinergija** / Besplatan boravak
- zabavni sadržaji (razna takmičenja - slobodno bacanje, 'plivanje' u kuglicama sa mogućom dodelom diploma i/ili simboličnih nagrada)
 - **Mogući konflikti** / Potreba za sponzorima
 - **Sinergija** / Reklama investitora i zabava koja uvek privlači posetioce
- karaoke, žurka na trgu sa pratećim (ili nezavisnim) osvetljenjem
 - **Mogući konflikti** / Ograničenje vremena, buka
 - **Sinergija** / Dinamika, zabava kroz lični izraz
- otvoreni slobodni poligon za vajarne, aukcija radova, takmičenje za učenike (umetničkih i ostalih škola) ali i za građane

Trg partizana intervencije

- **Mogući konflikti** / Mali broj zainteresovanih
 - **Sinergija** / Zainteresovanost umetnika i ostalih
- g) betonske kocke u kompoziciji na trgu sa parternim rešenjem koje bi ga pratilo. One predstavljaju slobodnu zonu za grafite, ali i za penjanje, sedenje...
- **Mogući konflikti** / Destrukcija i oštećenje
 - **Sinergija** / Prostor za sedenje i/ili afirmativno aktiviranje korisnika
- h) zaštita oštećenih fasada panelima (žiri, diplome...) kao i slobodan zona za grafite, crteže i oslikavanje
- **Mogući konflikti** / Ružni i uvredljivi sadržaji
 - **Sinergija** / Zainteresovanost umetnika i ostalih
- i) osvetljenje ka fasadama, panelima i u visinu (moguće i *live act* senke ili žive skulpture)
- **Mogući konflikti** / Pažljiv odabir pozicije osvetljenja
 - **Sinergija** / Prazan prostor traži razlog da bi bio posećen
- j) poligon po principu igara bez granica (upotreba panela i stubova) - takmičenje ali i sloboda ukrašavanja, crtanja...)
- **Mogući konflikti** / Organizacija, sponzori
 - **Sinergija** / Takmičarski duh i kreativnost
- k) enigmatika na parteru, šah (zabava ali i umni rad)
- **Mogući konflikti** / Destrukcija i oštećenja
 - **Sinergija** / Intrigiranost rešavanjem problema - okupljanje



<<<Performans na starom planu grada



<<<Pasarela od biblioteke ka reci sa orto snimkom Užica



<<<Govornica na mestu Titovog spomenika (Speaker's corner)

Trg partizana

intervencije

Street - performans>>>



Akcija oslikavanja partera (levo)>>>
Akcija na temu istorije Užica (desno)>>>



Trg partizana intervencije



<<<Niz portala na trgu (mogu se oslikavati)



<<<Fontane na trgu

Prodori na trg



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Pozicija lokacije u širem centru grada



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- Tri pasaža u prizemlju otvorene zgrade

Vizuelna sagledivost

- Relativno dobra sagledivost sa trga, dok je iz ulice Strahinjčica Bana zaklonjena malim parkom sa dečijim igralištem

Kontekst / Šire okruženje

- Prostor predstavlja vezu između dva različita a kvalitetna prostora - sa jedne strane trg otvorenog tipa i sa druge 'mirna zona' parkovskog karaktera (neiskorišćen potencijal)

Devastiranost prostora

- Lokacija nije očuvana niti unapređena

Društenost prostora

- Isključivo se koristi kao komunikacija

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

- sve pomenute aktivnosti ukrašavanja i slobodnog izražavanja kao predlozi za Trg partizana i njihove kombinacije
 - **Mogući konflikti** / Destrukcija i neprikladni sadržaji
 - **Sinergija** / Sloboda izražavanja
- poligoni za skejtere, grafitiranje partera, stubova i zidova (sa učesnicima i posmatračima)
 - **Mogući konflikti** / Opasnost od povreda
 - **Sinergija** / Skejtera ima, treba im prostor
- lavirint (zavesa od traka, ukrašeni ćorsokaci - zanimalo bi ljude da prođu i nađu put/izlaz)
 - **Mogući konflikti** / Teško da ih ima jer je put prolaznicima proizvoljan
 - **Sinergija** / Novina, promenljiva kompozicija



Prodori na trg intervencije

<<<Spiralni tuneli koji se protežu kroz grad
i tako naglašavaju bitne pravce

Park iza pasaža



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Pozicija lokacije u širem centru grada



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- Park

Dimenzija

P = 1 957 m²

Vizuelna sagledivost

- Prostor je sa tri strane okružen stambenim objektima pa je saglediv samo iz ulice Strahinjića Bana

Kontekst / Šire okruženje

- Sama lokacija je park opremljen mobilijarom za igru dece. Okružen je stambenim zgradama i kućama

Devastiranost prostora

- Neodržavana i zarasla vegetacija, kontejneri uz sam prostor (na neprimerenom mestu)

Društvenost prostora

- Okupljanje dece i penzionera iz okolnih stambenih objekata

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

a) *workshop za decu ili za odrasle, izložbe radova...*

- **Mogući konflikti** / Zagađenje bukom okolnom stanovništvu
- **Sinergija** / Prostor je već posećen - stanovnici ga prepoznaju

Park iza pasaža intervencije



<<<Izložba fotografija i umetničkih radova



<<<Dečiji art - workshop

Pasaž RK Progres



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Pozicija lokacije u širem centru grada



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- Atrijum sa tremom i pasažima

Dimenzija

P = 3 076 m²

Vizuelna sagledivost

- Trem navodi na korišćenje prostora čiji je kvalitet u tome što je zaklonjen i "ušuškan"

Kontekst / Šire okruženje

- Okružen i opremljen komercijalnim sadržajima koji definišu karakter prostora i grupe aktera koji ga koriste

Devastiranost prostora

- Trafo stanica na lokaciji (na neprimerenom mestu), loše dizajnirani izlozi, zapušten prostor

Društvenost prostora

- Komercijalni sadržaji definišu grupe aktera koji ga koriste

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

- razne vrste umetničkog performansa (*passage as stage*)
- poboljšanje boniteta prostora ukrašavanjem panelima (učestvovanje i lokalnog stanovništva)
- postavljanje privremenih vizuelnih barijera koje bi skrenule pažnju na kvalitet tog prostora

- **Mogući konflikti** / Ljudi diskutabilnih moralnih normi i destruktivne osobe
- **Sinergija** / Poluprivatan, miran prostor u centru

Pasaž RK Progres intervencije



<<<Razne vrste performansa u zapuštenim nišama i pasažima

<<<Potpuno zatvaranje pasaža i niša



<<<Oslikavanje zapuštenih atrijuma i stepeništa

Niša i pasaž ka trgu



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Pozicija lokacije u širem centru grada



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- Niša i pasaž podjeljen stubovima na tri dela

Dimenzija

P = 3 016 m²

Vizuelna sagledivost

- Nije saglediv sa velike udaljenosti već samo sa trga

Kontekst / Šire okruženje

- Okružen je stambenim objektima i lokalima (prvenstveno kafićima)

Devastiranost prostora

- Očuvan prostor dobrog boniteta

Društvenost prostora

- Budući da je povezan sa trgom, koristi se kao njegova mirnija zona (bez obzira na pol, starosno doba i socijalni status)

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

- a) u niši i pasažu se mogu upotrebiti svi sadržaji predloženi za Trg partizana (2 i 3), a za prodor predložen za prodor na Trg.

• Konflikti / Sinergija

Važe isti konflikti i sinergije



Niša i pasaž ka trgu intervencije

<<<Rampe i siluete koje naglašavaju portal na trgu



<<<Skulpture koje korisnici koriste na različite načine

Plato kod hotela



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Pozicija lokacije u širem centru grada



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- Trg

Dimenzija

P = 5 580 m²

Vizuelna sagledivost

- Dobro saglediv sa svih strana

Kontekst / Šire okruženje

- Prostor je okružen stambenim objektima, komercijalnim sadržajima (trgovina, ugostiteljstvo)

Devastiranost prostora

- Dobro opremljen, uređen, očuvan, denivelacije ga čine dinamičnim

Društvenost prostora

- Korisnici prostora su pre svega mlađa populacija, a zatim i gosti hotela svih starosnih grupa

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

a) integracija u parternom rešenju sa obalom (iscrtana traka - prostorna kompozicija koja naglašava put). Takođe je potrebno i uređenje obale

- **Mogući konflikti** / Potreba za investiranjem
- **Sinergija** / Naglašavanje poteza koji je prirodan, ali ne i povezan

b) kačenje ličnih fotografija na panelima i fasadama i "umetničkih dela"

- **Mogući konflikti** / Potrebna je cenzura
- **Sinergija** / Potreba za eksponiranjem, gradske priče

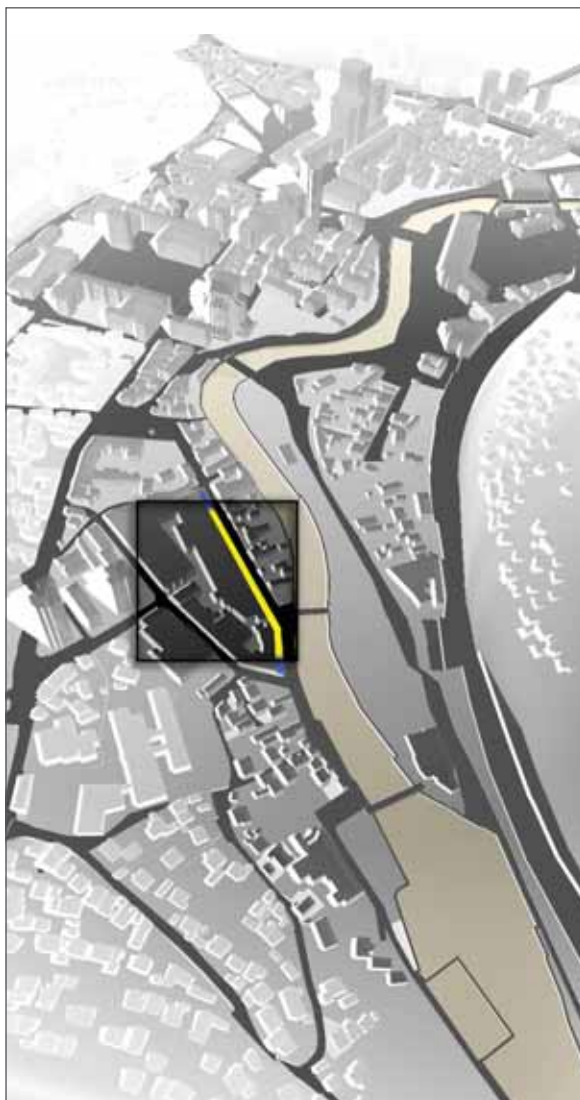


Plato kod hotela

intervencije

<<<Izložba ličnih fotografija ispred hotela

Fasada fabrike Cveta Dabić



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Pozicija lokacije u širem centru grada



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- Fasada

Vizuelna sagledivost

- Saglediva iz ulice Mališe Atanackovića, u kojoj se i nalazi, i važan je i pravac ka obali i gradskoj plaži

Kontekst / Šire okruženje

- Okružena je isključivo stambenim objektima

Devastiranost prostora

- Ruinirana grafitima

Društenost prostora

- Koristi se kao komunikacija (bez obzira na pol, starosno doba i socijalni status)

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

a) akcije ukrašavanja fasade (crtanje, slikanje, grafiti...)

- **Mogući konflikti** / Pitanje odobrenja akcije
- **Sinergija** / Fasada je već sada zid.



Fasada fabrike C. Dabič

intervencije

<<< Vizuelno usmeravanje ka trgu i
naglašavanje bitnih puteva



<<< Različiti vidovi ukrašavanja fabrike

Most, brana i obala



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Pozicija lokacije u širem centru grada



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- Most kao koridor (komunikacija), obala kao linearni trg i brana kao površina

Dimenzija

P = 1 000 m²

Vizuelna sagledivost

- Saglediv sa svih strana

Kontekst / Šire okruženje

- Neiskorišćeni gradski prostor, bez značajnih sadržaja

Devastiranost prostora

- Održiv i slabo opremljeni prostor

Društenost prostora

- Koristi se kao komunikacija, šetalište uz obalu u letnjem periodu godine i kao mesto sa dobrom vizurom ka gradu i prirodi (bez obzira na pol, starosno doba i socijalni status)

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

- a) akcije ukrašavanja brane (slikanje, crtanje, grafiti...)
- **Mogući konflikti** / Pitanje bezbednosti brane i učesnika
 - **Sinergija** / Postoji posvećenost, promena prostora treba da obezbedi dinamičnost i osećaj pripadnosti
- b) izložba umetničkih radova stanovnika Užica na mostu
- **Mogući konflikti** / Pitanje bezbednosti mosta i učesnika
 - **Sinergija** / Atraktivnost lokacije
- c) sve vrste intervencija predložene za Trg partizana
- **Mogući konflikti** / Svi navedeni konflikti u predlogu uređenja trga
 - **Sinergija** / Uspostavljanje interakcije i aktiviranje prostora



Most, brana i obala

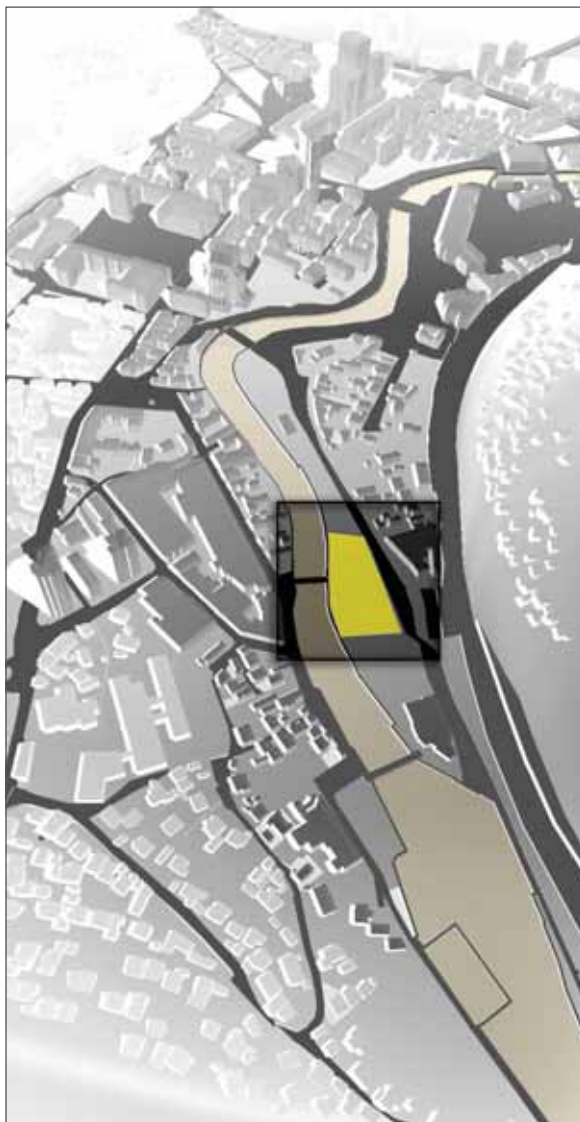
intervencije

<<<Oslikavanje brane - "ribolovačka priča"

<<<Skulptura na obali

<<<Ekрани koji emituju snimke različitih godišnjih doba/vremenskih nepogoda i posmatraču daju utisak da se u njima stvarno nalazi

Plaža



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Pozicija lokacije u širem centru grada



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- Plaža

Dimenzija

P = 14 198 m²

Vizuelna sagledivost

- Potpuno saglediva sa svih strana

Kontekst / Šire okruženje

- Neiskorišćeni gradski prostor, bez značajnih sadržaja

Devastiranost prostora

- Nedovoljno održavan i neuređen gradski prostor

Društenost prostora

- Koristi se kao kupalište i mesto za okupljanje (uglavnom za mlađu populaciju), sa pogledom na reku

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

- a) terasa iznad reke preko puta bazena, mobilijar, pa čak i neke privatne investicije

- **Mogući konflikti** / Investicija
- **Sinergija** / Posećenost postoji, promena prostora treba da privuče veći broj posetilaca

Plaža intervencije

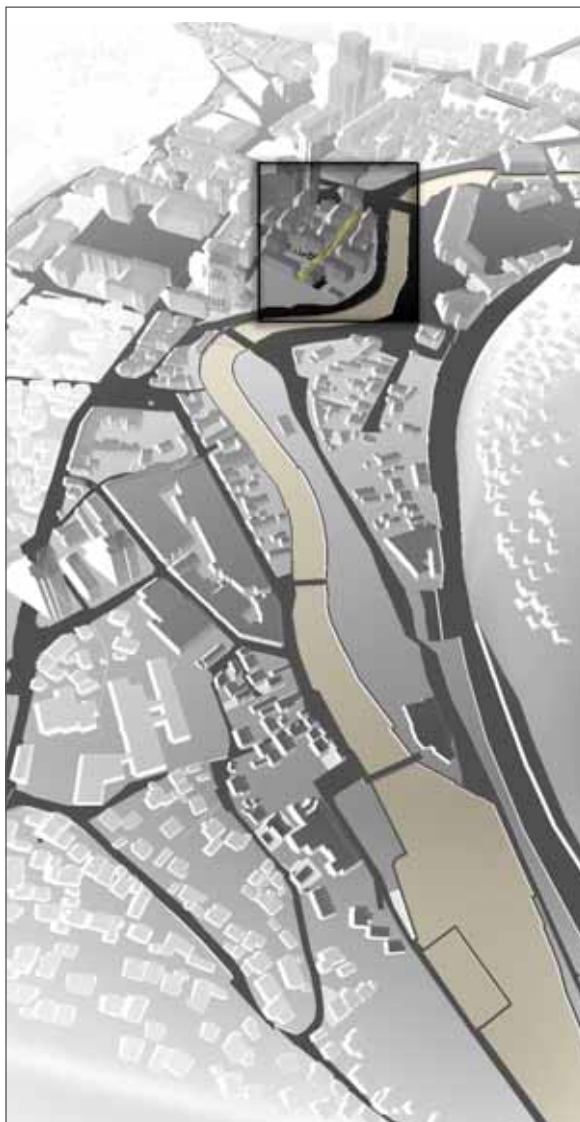


<<<Predstava za decu na plaži



<<<Koncert na plaži sa montažnom binom

Ulica na Megdanu (Vukole Dabića)



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Pozicija lokacije u širem centru grada



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- Koridor

Dimenzija

P = 639 m²

Vizuelna sagledivost

- Saglediv u pravcu istok - zapad, iz Obilićeve ulice i ulice Petra Čelovića, kao i sa trga - ispod hotela *Zlatibor*

Kontekst / Šire okruženje

- Stambeno - poslovna ulica sa parkiranjem po obodu, dok su u neposrednoj blizini pošta, hotel, zgrada Opštine, robna kuća itd.

Devastiranost prostora

- Nedovoljno održavan i neuređen prostor bez trotoara

Društenost prostora

- Koristi se isključivo kao saobraćajnica (kolska i pešačka komunikacija)

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

- a) prostor za izvođenje umetničkih performansa
- **Mogući konflikti** / Ometanje koridora - komunikacije
 - **Sinergija** / Zabava slučajnih prolaznika



Ulica na Megdanu (Vukole Dabića)

intervencije

<<<Dečije pozorište na ulici

Koridor i pasaž iza bloka Zlatibor



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- Koridor, pasaž

Dimenzija

P = 540 m²

Vizuelna sagledivost

- Prostor saglediv samo iz ulice Petra Čelovića.

Kontekst / Šire okruženje

- Okolinu čine stambeni, stambeno - poslovni i poslovni objekti.

Devastiranost prostora

- Prostor je neočuvan i devastiran postojećim kontejnerima i neprikladnim mestima za parking

Društvenost prostora

- Koristi se isključivo kao pešačka komunikacija

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

a) prostor za izvođenje umetničkih performansa (predstave, ples..)

- **Mogući konflikti** / Ometanje koridora - komunikacije
- **Sinergija** / Zabava slučajnih prolaznika



Koridor i pasaž iza bloka Zlatibor

Intervencije



<<<Bina u niši između zgrada



<<<BiOzelenjeni kutak u gradu

Koridor i pasaž iza bloka Zlatibor

Intervencije

Fasade zgrada upotrebene kao podloga za odabrane fotografije>>>



Neke nove zebre>>>

Koridor i pasaž iza bloka Zlatibor

Intervencije



<<<Oslikavanje pejzaža



<<<Skulptura koje se koristi i za sedenje

Slanuša



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- 20. Alternativni prostor na Slanuši
- 21. Pjacetna na Slanuši sa česmom
- 22. Susticanje kuća na Slanuši

Dimenzija

P 20 = 4 100 m²

P 21 = 178 m²

Vizuelna sagledivost

- Prostor je saglediv iz Slanuške ulice, pravac istok - zapad.

Kontekst / Šire okruženje

Direktno je povezan sa centrom ulicom Slanuškom, a Obilježevom ulicom sa malim parkom.

Devastiranost prostora

- Prostor 21. pjaceta na Slanuši je održavan, autentičnog ambijenta, sa tradicijom.
- Prostori 20, 22 su lošeg boniteta, lošeg urbaniteta te stoga provociraju.

Društvenost prostora

- 21. Pjacetna na Slanuši sa česmom, pauza u prostoru, sa privremenim zadržavanjem prolaznika.
- Alternativni prostor na Slanuši, pešački prometna raskrsnica.

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

- 21. Alternativni prostor na Slanuši.
 - a) Postavljanje vizuelne barijere, panela i formiranja scene.
 - b) Scena za instalacije.
- **Mogući konflikti** / zbuñjivanje građana preusmeravanjem kretanja i izmenom identiteta okoline.
- **Sinergija** / uklapanje prostora u urbani kontekst.

Slanuša

Intervencije



<<<Susticanje kuća kao podloga za različite umetničke instalacije



<<<Fasada kao podloga za različite umetničke instalacije

Unutrašnje dvorište Doma JNA / GKC



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- Unutrašnje dvorište sa binom

Dimenzija

P = 2 532 m²

Vizuelna sagledivost

- Nesaglediv, prostor iznenadjenja

Kontekst / Šire okruženje

- Okružen parkovskim površinama, tangiran jakim pešačkom stazom trg Svetog Save, ulica Slanuška

Devastiranost prostora

- Trenutno zapušten

Društvenost prostora

- Neaktivan prostor

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

- a) prostor za koncerte, pozorišne predstave, razne vrste performansa

- **Mogući konflikti** / Nema ih
- **Sinergija** / Prostor kome je vraćena njegova namena





Unutrašnje dvorište Doma JNA / GKC

intervencije

<<<Koncert u dvorištu Doma JNA
tj. Gradskog kulturnog centra

Park kod Crkve sv. Đorđa



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- Park sa bistama velikana

Dimenzija

P = 1 476 m²

Vizuelna sagledivost

- Vizuelno saglediv sa trga Svetog Save

Kontekst / Šire okruženje

- Komunikaciono dobro povezan sa gradskim centrom preko Malog parka, tangiran jakim pešačkom komunikacijom (25) (rekonstruisanom ali neuklopljenom u ambijent koji nudi gradski muzej sa trgov, prodor je aktivan kafe - galerijom koja baštom izlazi na podest stepeništa) koja povezuje trg Svetog Save i Slanušku ulicu.
- Okružen obrazovnim ustanovama (gimnazija, tehnička škola, muzička škola...), crkvom i muzejom.

Devastiranost prostora

- bez adekvatnog sadržaja, biste su sporadično postavljene, zelena površina bez identiteta.
- nedovoljno održavan.

Društvenost prostora

- Aktivan u periodu septembar - jun, koristi se kao komunikacija i kao oaza za starije stanovništvo Užica.

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

- Prostor za postavku panela za izlaganje gde bi izlagali učenici iz lokalne umetničke škole.
- Prostor za održavanje mini koncerta, ulični muzičari ili deca iz lokalne muzičke škole.
 - **Mogući konflikti** / sukob sa crkvenim pravilima.
 - **Sinergija** / Upotpunjavanje neurbanog prostora i skretanje pažnje lokalnom stanovništvu, mlađoj populaciji i sugerisanje da mogu prostor da prilagode svojim potrebama.

Park kod Crkve sv. Đorđa (II)

Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- Park

Dimenzija

P = 949 m²

Vizuelna sagledivost

- Vizuelno saglediv iz ulice Vojvode Demira i trga Svetog Save

Kontekst / Šire okruženje

- Komunikaciono dobro povezan sa gradskim centrom, okružen obrazovnim ustanovama (gimnazija, tehnička škola, muzička škola, crkva), i etnografskim muzejom (Jokanovića kućom), nalazi se na raskršću komunikacija.

Devastiranost prostora

- bez adekvatnog sadržaja, zelena površina bez identiteta, napadnut parkiranjem u obodnom delu.
- nedovoljno održavan.

Društvenost prostora

- Aktivan u periodu školske godine septembar - jun, koristi se kao komunikacija i kao oaza za starije stanovništvo Užica.

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

- Prostor za postavku panela za izlaganje gde bi izlagali učenici iz lokalne umetničke škole.
- Prostor za održavanje mini koncerta, ulični muzičari ili deca iz lokalne muzičke škole.
 - **Mogući konflikti** / sukob sa crkvenim pravilima.
 - **Sinergija** / Upotpunjavanje neurbanog prostora i skretanje pažnje lokalnom stanovništvu, mlađoj populaciji i sugerisanje da mogu prostor da prilagode svojim potrebama.



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Trg kod Jokanovića kuće



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- Pjacet

Dimenzija

P = 910 m²

Vizuelna sagledivost

- Vizuelno nesaglediv iz ulice Vojvode Demira, Slanuške, prostor iznenađenja.

Kontekst / Šire okruženje

- Okružen parkovskim površinama, tangiran stepenišnim pristupima (24, 25) iz ulice Slanuške.

Devastiranost prostora

- Popločan kaldrmisani trg, pristojno očuvan, u skladu sa autentičnim ambijentom koji nudi kuća iz 19. veka, ali tangiran stepenišnim prodorima različito tretiranih / netretiranih i ambijetalno uklopljenih u prostor koji nudi muzej sa trgom.

Društvenost prostora

- Prostor nije društven, izuzetno kada su nove postavke u muzeju, svakodnevno prostor se koristi kao prolaz, komunikacija sa kratkim zadržavanjem.

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

- Postavke na otvorenom, postavljeni platoi ili instalacije, sa uključivanjem stepenišnog prostora (24) koje uplivava u prostor trga.
- muzičke izvedbe.
- pozorišni performansi gde bi se stepenišni prolaz iskoristio za sedenje auditorijuma.
 - **Mogući konflikti** / pitanje dobijanja dozvole uprave muzeja.
 - **Sinergija** / podržavanje aktivnosti muzeja u otvorenom prostoru, aktivacija prostora i spontano edukovanje prolaznika.

Trg kod Jokanovića kuće intervencije



<<<Umetnička instalacija koja naglašava
pravac kretanja

Mali park



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- Park

Dimenzija

P = 2 437 m²

Vizuelna sagledivost

- Vizuelno saglediv, nalazi se na raskršću Obilićeve ulice i ulice Dimitrija Tucovića

Kontekst / Šire okruženje

- Komunikaciono direktno povezan sa gradskim centrom, predstavlja težište, spregu između centralnog dela grada i dela gde su objekti obrazovanja, crkva i muzej.

Devastiranost prostora

- Održavan prostor.

Društvenost prostora

- Prostor koriste generacijski različite kategorije ljudi i društvenog statusa, vrlo često zbog blizine.

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

- Prostor za postavku panela za izlaganje, gde bi izlagali učenici iz lokalne muzičke škole.
- Prostor za održavanje mini koncerta (ulični muzičari ili deca iz lokalne muzičke škole).
 - **Mogući konflikti** / nema ih.
 - **Sinergija** / Upotpunjavanje neurbanog prostora i skretanje pažnje lokalnom stanovništvu na prostor, mlađoj populaciji i sugerisanje da prostor prilagode svojim potrebama.

Mali park intervencije

<<<Live act - muzičari u parku

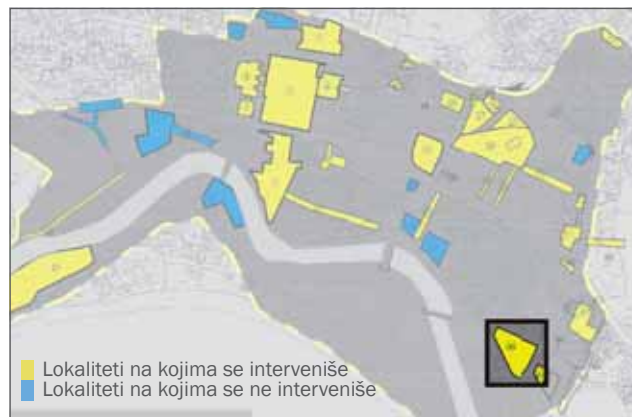


<<<Jednobojno drvo kao reper u prostoru

Park kod Vatrogasnog doma 2



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- Park, velika zelena površina.

Dimenzija

P = 1 250 m²

Vizuelna sagledivost

- Prostor je saglediv samo iz Omladinske ulice.

Kontekst / Šire okruženje

- Funkcija okolnog izgrađenog tkiva je stambena, što omogućava konstantno prisustvo ljudi i intenzivno korišćenje.
- Otvaranje ka Vatrogasnom domu i obali doprinosi kvalitetu prostora.

Devastiranost prostora

- Ozelenjen prostor, zadržava kvalitet prirodnog ambijenta.
- Parter je neočuvan.

Društenost prostora

- Koristi se intenzivno za okupljanje lokalnog stanovništva - igru dece, okupljanje stanovnika oko zgrada.

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

- a) Moguće umetničke instalacije, manifestacija, u kojima bi moglo da učestvuje i lokalno stanovništvo. Ti događaji mogu promovisati određena svojstva karakteristična za prostor Užica i polako se pretvoriti u neki tradicionalni događaj, npr. spremanje voćnih proizvoda (promovisanje kulture malina) sa panelima za ispisivanje i razmenu recepata.

- **Mogući konflikti** / Ne postoje.
- **Sinergija** / Uspostavljanje jače veze među stanovništvom.

Park kod Vatrogasnog doma 1

Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- Park, veća zelena površina u kombinaciji sa manjom, popločanom pjacetom.

Dimenzija

P = 1100 (440 + 660) m²

Vizuelna sagledivost

- Prostor je saglediv samo iz Omladinske ulice, iz oba pravca.

Kontekst / Sire okruženje

- Funkcija okolnog izgrađenog tkiva je stambena, što omogućava konstantno prisustvo ljudi i intenzivno korišćenje.
- Otvaranje ka Vatrogasnom domu i obali doprinosi kvalitetu prostora.

Devastiranost prostora

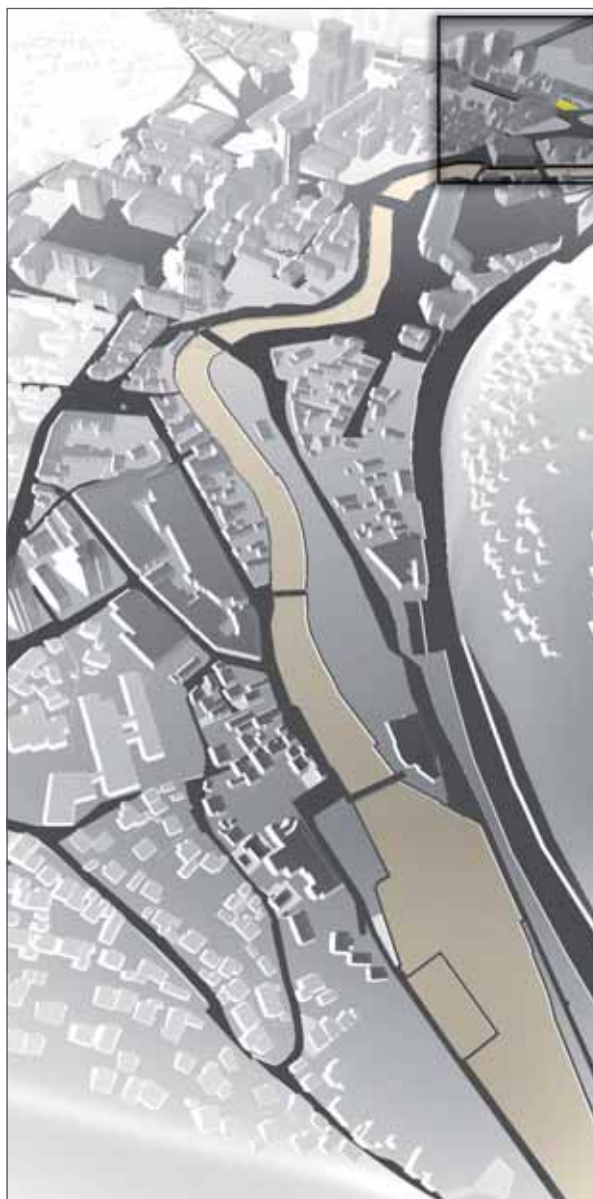
- Neuređen i neodržavan prostor.

Društvenost prostora

- Korišćenje je slabo zbog devastiranosti prostora.

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

- Moguće umetničke instalacije, manifestacija, u kojima bi moglo da učestvuje i lokalno stanovništvo. Aktivnosti za decu iz obližnjeg vrtića: pravljenje kućica za decu na obližnjem drvetu, oblačenje drveća u dečije crteže...
 - **Mogući konflikti** / Bezbednost dece zbog prometne saobraćajnice.
 - **Sinergija** / Uspostavljanje jače veze među stanovništvom.
- Neutralni događaji: Sajam hortikulture, baštovanski ili cvečarski zahvati, sajam rukotvorina...



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Alternativni prostor kod Šarulje (plato i unutrašnje dvorište)



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- Plato sa denivelisanim unutrašnjim dvorištem kao sa nišom, i mrežom prodora okružen stambeno poslovnim - objektom.

Dimenzija

P = 1 670 m² + 250 m² (plato kod ulice)

Vizuelna sagledivost

- Omogućena ali slaba iz ulice Dimitrija Tucovića, i to samo platoa u nivou ulice.
- Unutrašnje dvorište je potpuno zaklonjeno od pogleda, a pešački pristupačno i dobro umreženo sa različitih strana.

Kontekst / Šire okruženje

- U umreženju su prostori različite funkcije, muzej, pijac, koji svojom namenom privlače različite grupe korisnika (bez obzira na starosno doba, pol, socijalni status)

Devastiranost prostora

- Prostor je osmišljen i isprojektovan, karakteriše ga visok nivo urbaniteta i boniteta, denivelisan parter, elementi scenografije u javnom prostoru.

Društvenost prostora

- Intenzivno korišćenje od strane stanovnika.

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

- Prostor je vrlo pogodan za pozorišne i plesne predstave, akustičke nastupe jer već ima elemente scenskog prostora.
- Izložbe vizuelnih umetnosti i radionice lokalnog stanovništva: strip, D.J, V.J, vajarske, literarne.
 - **Mogući konflikti** / Ukoliko bi se zahtevne bučne aktivnosti odvijale u kasnim večernjim satima ometale bi stanovanje.
 - **Sinergija** / Nenametljive ali atraktivne aktivnosti bi podigle kvalitet stanovanja, unele atraktivnost i animirale građane.

Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica

Alternativni prostor kod Šarulje (plato i unutrašnje dvorište)

intervencije

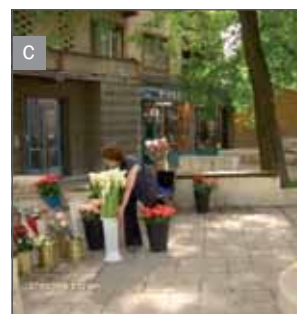


<<<Dečije pozorište, priredbe i performansi



<<<Umetničke instalacije, obraćanje javnosti, trava na stepenicama

Pjaceta kod Zelene pijace



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- pjaceta na raskrsnici.

Dimenzija

P = 220 m²

Vizuelna sagledivost

- Izuzetna, na velikoj i značajnoj raskrsnici.

Kontekst / Sire okruženje

- Pijac je osnovni susjedni sadržaj, a u okruženju su značajni prostori različitih funkcija: muzej, park, škola...koji svojom namenom privlače različite grupe korisnika (bez obzira na starosno doba, pol i socijalni status)

Devastiranost prostora

- Nije devastiran, bonitet je na visokom nivou, okolne fasade su pažljivo osmišljene i očuvane, parter je vrlo kvalitetno urađen, prisutno je kvalitetno zelenilo.

Društenost prostora

- Velika mada se uglavnom koristi kao mesto prolaza i susreta.. ipak moguće je okupljanje, a postoje i stalni sadržaji - prostor se koristi za uličnu prodaju, cveća...što mu daje određenu živost i prisustvo boja..raskrsnica se koristi prvenstveno kao komunikacija, koridor i predstavlja tačku ukrštanja mreže.

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

- Prostor je vrlo pogodan za pozorišne i plesne predstave, akustičke nastupe jer već ima elemente scenskog prostora.
- Izložbe vizuelnih umetnosti i radionice lokalnog stanovništva: strip, D.J, V.J, vajarske, literarne.
 - **Mogući konflikti** / Ukoliko bi se zahtevne bučne aktivnosti odvijale u kasnim večernjim satima ometale bi stanovanje.
 - **Sinergija** / Nenametljive ali atraktivne aktivnosti bi podigle kvalitet stanovanja, unele atraktivnost i animirale građane.

Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica

Pjaceta kod Zelene pijace

intervencije

<<< Interaktivne instalacije u koje može da se uđe

<<< Instalacije sa simboličkom porukom



<<< Edukativna instalacija koja demonstrira prelamanje i mešanje boja pomoću ogledala

Malo stepenište prema Dobarju



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- denivelisan koridor.

Dimenzija

P = 140 m²

Vizuelna sagledivost

- Vrlo slaba zbog povučeniosti uličnog fronta.

Kontekst / Šire okruženje

- Preko puta su škola i park a i pijaca je u neposrednoj blizini.

Devastiranost prostora

- Izuzetno loše održavan prostor (razbijeni stepenici, bez zaštitne ograde, i bez adekvatnog pristupa, okolno zelenilo je zaraslo i zapušteno)

Društvenost prostora

- Jedino ga koriste stanovnici naselja iznad za komunikaciju.

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

- Linearan denivelisan prostor može biti atraktivan poligon za manja okupljanja, tipa sajmove sitne robe, manje predstave gde se stepenište može koristiti za prihvatanje auditorijuma ili ulične zabavljače.
- U pogledu fizičkih intervencija moguće je postavljanje instalacija koje podstiču kretanje uzbrdo, a na kraju stepeništa - instalacije koje podstiču vizuru grada.
 - **Mogući konflikti** / Sa stanovništvom okolnih prostora ukoliko sadržaji budu previše bučni.
 - **Sinergija** / Iskorišćavanje potencijala prirodnog prostora.

Malo stepenište prema Dobarju

intervencije



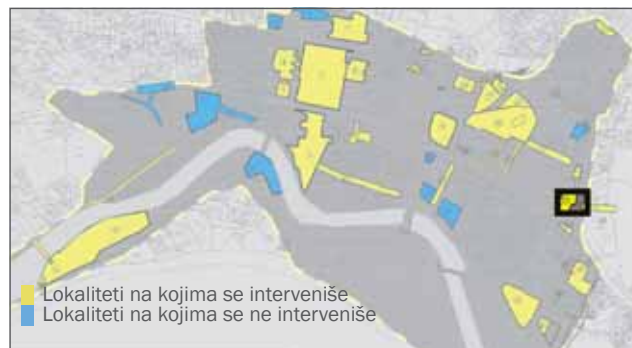
<<<Fotografije iz istorije grada i pojedinaca (lične kolekcije), instalacija putokaza, koji treba da navede na penjanje, na visinu gde je druga instalacija koja potencira vizuru sa visine, na grad

<<<Obeležavanje prostora jakim bojama i oslikavanje podova grafitima

Park kod Narodnog muzeja



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- Park, pjaceta.

Dimenzija

P = 860 m²

Vizuelna sagledivost

- Izuzetna, nalazi se na raskrsnici pa je lako uočljiv iz ulica Dimitrija Tucovića i Nikole Pašića.

Kontekst / Šire okruženje

- Preko puta je muzej a pijaca i škola su u neposrednoj blizini.

Devastiranost prostora

- Vrlo izražena ali namena nije jasna, uređenje još nije dobilo finalni oblik i identitet.

Društvenost prostora

- Vrlo slaba zbog devastiranosti, slabe opremljenosti i uređenja...nema zadržavanja ni aktivnog korišćenja prostora.

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

- Moguće je organizovati video art, projekcije tematskih filmova, mixa filmova iz uzičke istorije, iz ličnih kolekcija, koji pokazuju značajne događaje u gradu kroz istoriju, ali i svakodnevan život i aktivnosti.
- Takođe mogu se organizovati različite statične izložbe vizuelnih umetnosti ali i različiti dinamični događaji - muzički nastupi, od akustičnih do elektronskih.
 - **Mogući konflikti** / Ne postoje, osim eventualnog konflikta sa stanovanjem, u slučaju intenzivnog noćnog korišćenja.
 - **Sinergija** / Podržavanje aktivnosti muzeja na otvorenom.

Park kod Narodnog muzeja

intervencije



<<<Primer pokretne pneumatičke kapsule u Beču, Haus Rucker Co, 1967. Pulsirajuće žuto srce - u svojoj unutrašnjosti pruža osećaj promenjenog pritiska, novog dodira i reverberacije... kao čulni nadražaj.



<<<Video - art tema Titovog Užica. Prostor koji je otvoren ali mobilnim, polutransparentnim panelima - usmerava pažnju na jednu aktivnost (pozorište, dečije...)

Pjacetu kod Saobraćajne škole



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- Pjacetu, polujavni prostor okružen fasadama škole.

Dimenzija

P = 540 m²

Vizuelna sagledivost

- Prostor je najsigledljiviji iz ulice Nikole Pašića pri prilasku sa severne strane, od Rakijskog pijaca;
- Sa južne strane od Muzeja, pjaceta je zaklonjena tremom škole, ali se nakon sagledavanja parka ispred škole, i park i pjaceta doživljavaju kao jedinstven prostor, povezan prodorom.

Kontekst / Šire okruženje

- Preko puta je muzej a pijaca i škola su u neposrednoj blizini.
- Pjacetu je povezana i sa Trgom Svetog Save, ali se iz tog pravca doživljava kao iznenađenje, iza ugla, preko puta Gluvačkog potoka.

Devastiranost prostora

- Pešački povezan koridorom (33), sa bitnim javnim prostorima Užica (trg kod crkve, muzej...)
- U okruženju su prostori različite funkcije: muzej, pijac, Trg kod škole i ostale škole koje svojom namenom privlače različite grupe korisnika (bez obzira na starosno doba, pol, sicialni status)

Društenost prostora

- Bonitet objekta i parternog uređenja je na zadovoljavajućem nivou: utisak devastiranosti odaje smeće i lepljeni promotivni materijal.
- Raspored urbanog mobilijara i grafiti verovatno su delo učenika, što prostoru daje određenu živost i identitet.
- Radnim danima od septembra do juna prostor vrvi od učenika, ali vikendom i leti je pust.

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

- Fasadna platna se mogu koristiti kao izložbeni prostor, za ostvarenja učenika ili video art.
 - Pjacetu je pogodna za učeničke radionice, ili performanse: ulično pozorište ili horski nastupi ulični govori ili recitali (koji bi bili lako ostvarljivi s obzirom da već postoji mobilijar koji bi te aktivnosti podržao). Zbog prisustva nadstrešenog prostora i prodora, moguće je pozorište senki uz određene ritmičke izvedbe.
 - **Mogući konflikti** / Radnim danima tokom školske godine aktivnosti u toku dana bi remetile učenje.
 - Noću bi remetile stanovanje preko puta ulice.
 - U toku leta i vikendom prostor je pogodan za aktiviranje.
- **Sinergija** / Prodor i natkriveni ulaz u školu (koji se fizički i funkcionalno ponašaju kao zasebna celina), mogu funkcionisati kao jedna celina.
- Prostor bi mogao da promoviše aktivnosti radionice i ostvarenja učenika.

Pjacetā kod Saobraćajne škole

intervencije

<<<Korišćenje zida, poda i plafona kao
medijuma za oslikavanje



<<<Pozorište senki, rimički nastupi,
prodori omogućavaju pojavljivanje iz-
nenada, kao i senku iza spuštenog platna,
uz jako osvetljenje.

<<<Postavljanje printova na fasadi na
mestima koja se trenutno koriste za
propagandni materijal, ukazivanje na
vezu dva tipa prostora, pjacete i trema.

Trg Svetog Save



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- Trg sa crkvom, crkvenim dvorištem.

Dimenzija

P = 14 386 m²

Vizuelna sagledivost

- Vizuelno saglediv u pravcu istok - zapad i iz ulice Vojvode Demira.

Kontekst / Šire okruženje

- Komunikaciono dobro povezan sa gradskim centrom, preko Malog parka a prodorima (31, 32) kroz stambeno - poslovni blok "Lepa Brena" koji je povezan ulicom Dimitrija Tucovića i prodorom (33) Mali park - Saobraćajno - tehnička škola, sa istočnom stranom grada odnosno ulicom Dimitrija Tucovića.

Devastiranost prostora

- Popločani trg, dobrog boniteta.

Društenost prostora

- Aktivan u periodu septembar - jun i u vreme crkvenih praznika, prvenstveno služi kao komunikacija.e

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

- a) Unos nestandardnih elemenata - instalacija u prostor u čijem je neposrednom okruženju verski objekat.
- **Mogući konflikti** / Postavljanje neprikladnih sadržaja u čijem je okruženju crkva (buka, instalacije).
 - **Sinergija** / Oživljavanje i izmena karaktera lokacije. Navođenje lokalnog stanovništva da uzme ulogu u aktiviranju i oplemenjivanju prostora u gradu.

Trg Svetog Save

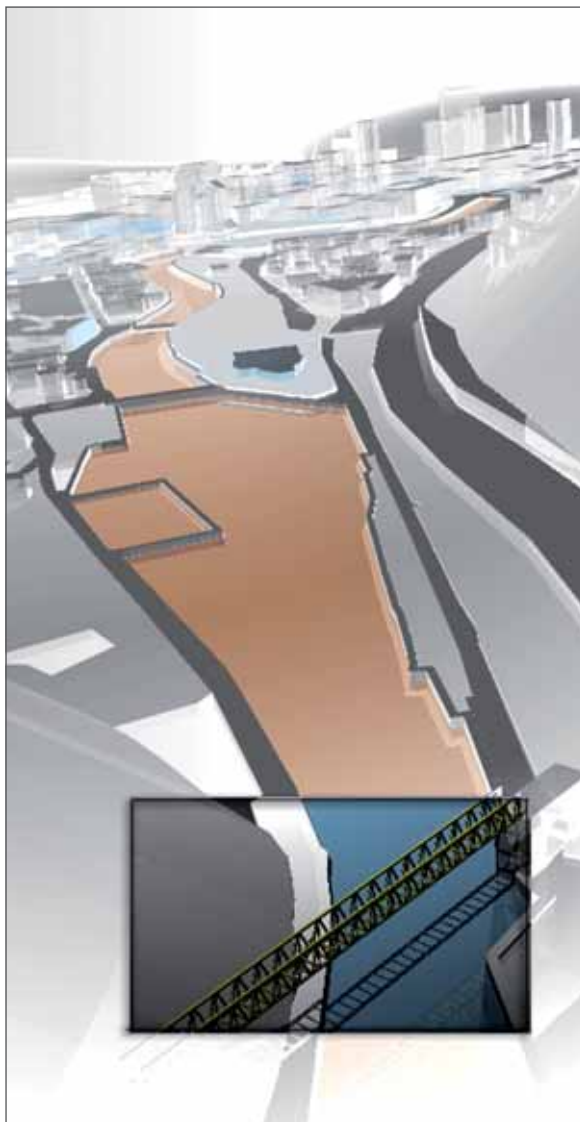


<<<Bojenje klupa, pazi sveža farba!

<<<Montažni paneli za šaljivo fotografisanje

<<<Obeležavanje prostora bojom.
Postavljanje nadstrešnice kao putokaza i oslikavanje fasade

Stari železnički most



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



Opis postojećeg stanja

Tip otvorenog prostora

- Koridor.

Dimenzija

P = 190 m² (dužine preko 40m)

Vizuelna sagledivost

- Zavučen i udaljen od urbane gradske zone, saglediv samo sa jedne strane, prilazne (iz strane grada).

Kontekst / Šire okruženje

- Neiskorišćen gradski prostor, bez značajnih sadržaja.

Devastiranost prostora

- Budući da se most više ne koristi, prostor je zapušten.

Društenost prostora

- Prostor se ne koristi.

STREET / PUBLIC ART moguće intervencije i aktiviranja

- Akcije ukrašavanja mosta, (crtanje, slikanje, grafiti).
- Izložba umetničkih radova stanovnika Užica na mostu
 - **Mogući konflikti** / pitanje dozvole i bezbednosti
 - **Sinergija** / Izuzetna vizura ka gradu, povoljno mesto za okupljanje.

Stari železnički most

intervencije



<<<Izložbe na mostu



<<<Poligon za skejtere na mostu

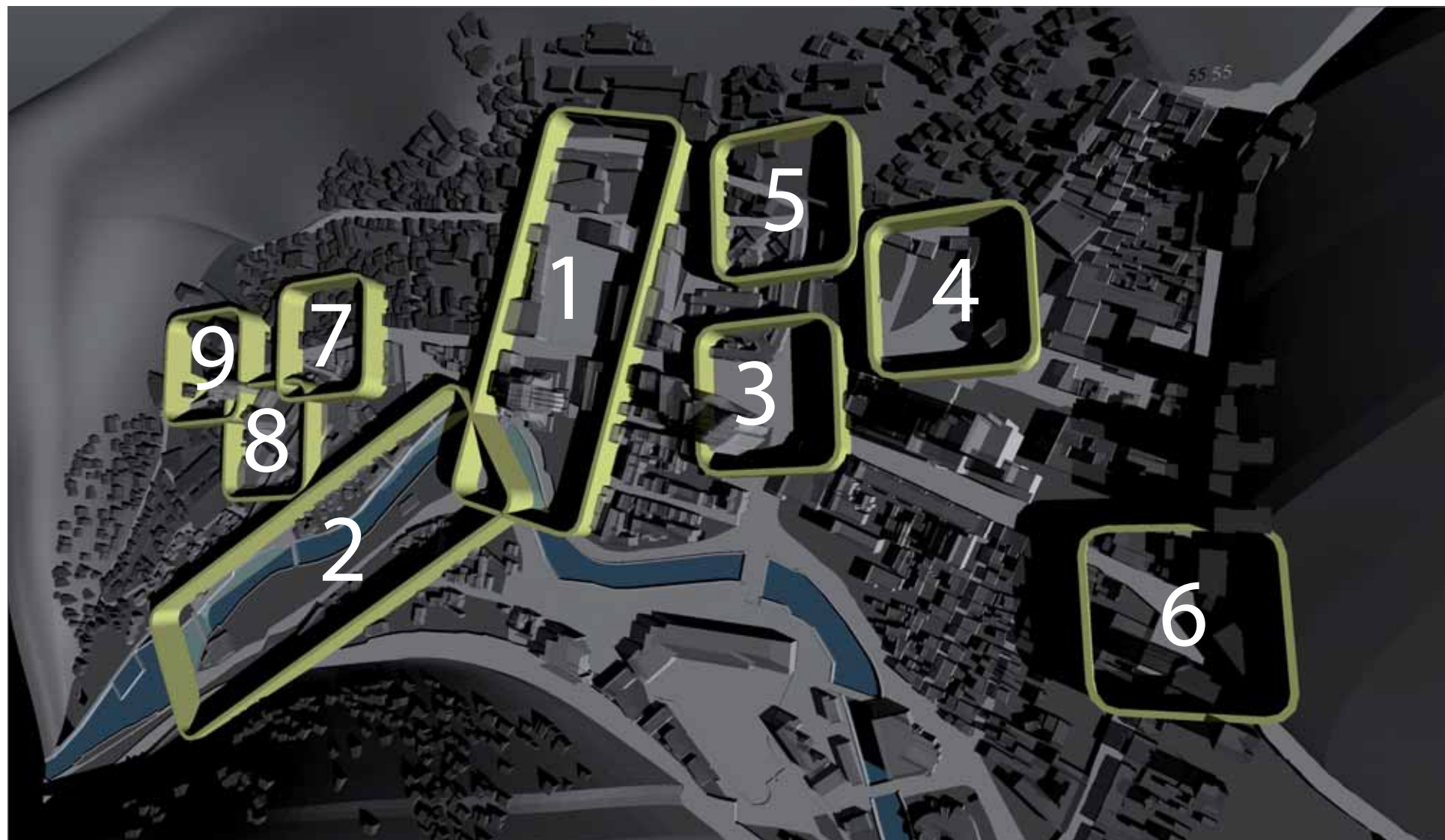
<<<Bioskop na otvorenom

ZONE

00	01	02	03	04
05	06	07	08	09

ZONE 00

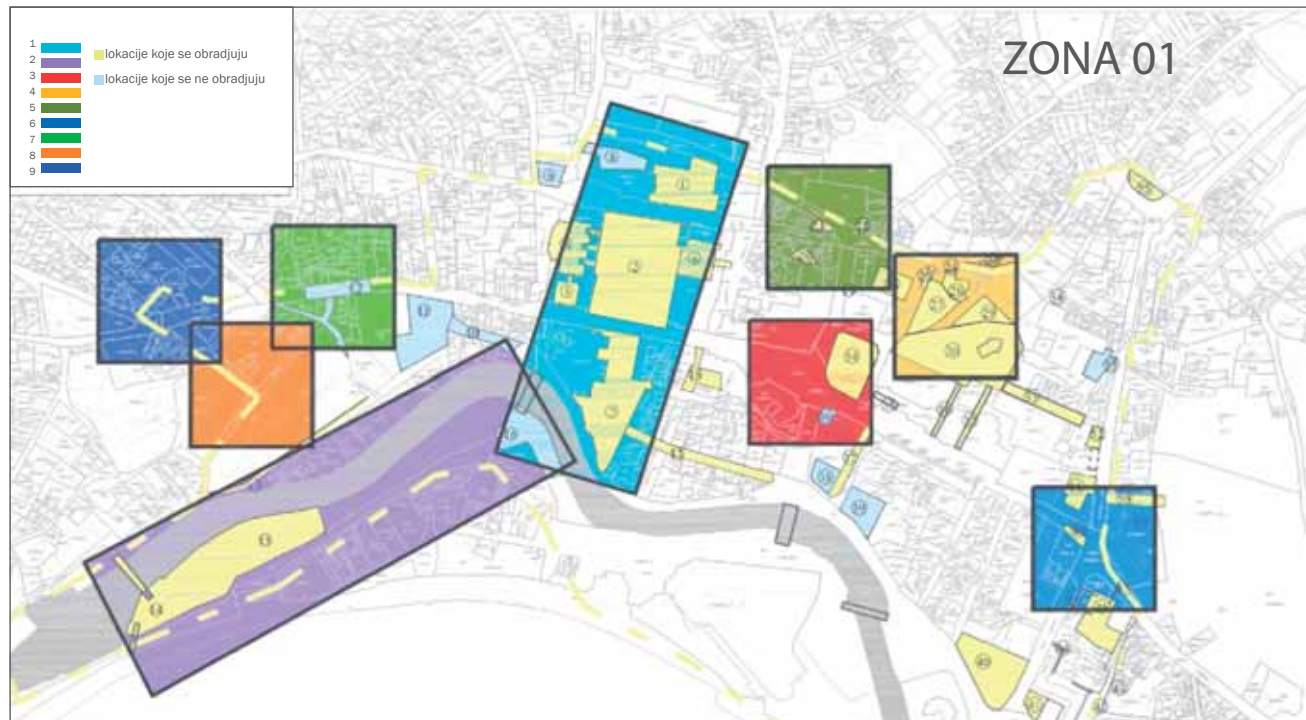
3D model prepoznatih zona



01 ZONE



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



- Kontinualna jasno izražena linija, agresivna, vizuelno naglašena, nametljiva i politički isprovocirana.
- Iako je svaki od trgova drugačije organizovan, zajedno čine skladnu celinu i predstavljaju različite tačke... ubrzavanja i usporavanja.
- Ulaz u prostor naglašen je izuzetnom gradskom dominantom, hotelom, i nakon toga prostori se nižu jedan za drugim nenametljivo.
- Bočno, "veliki" trg je prošaran efektnim prodorima pravcem istok - zapad, koji vode u tipološki drugačije prostore, koji upotpunjavaju i unose dinamiku. Izražena je interakcija između prostora.
- Svaka od lokacija može živeti za sebe, i upravo to jeste nenadmašni kvalitet koji ova zona nudi.
- Ovaj prostor vizurom, okruženjem i površinom čini najnapadnutiji prostor za public - art.



Hotel Zlatibor



Pozorište



Biblioteka



Pasaži ka trgu



Niša na trgu



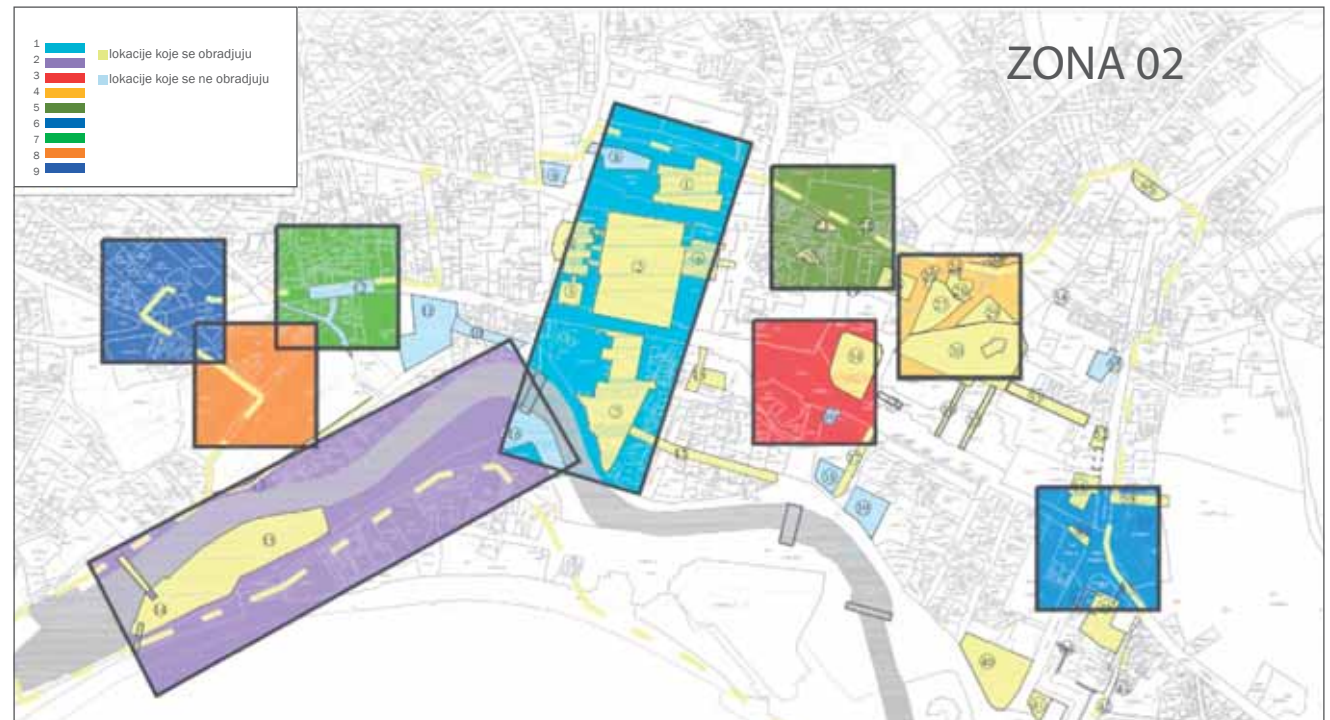
Robna kuća Progres



02 ZONE



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



- Specifičan ambijent kraj reke, velike površine, predstavlja oazu u urbanom tkivu grada, nenametljiv ali prodoran.
- Na reci se nalazi hidrocentrala, još jedna od znamenitosti grada.
- Reka sa priobalnim pojasom predstavlja izuzetnu inspiraciju svojom autentičnošću i mirom predstavlja mesto za odmor, rekreaciju. Zanimljiva je volja stanovništva da taj potencijal iskoriste.
- Na potezu se mogu organizovati izložbe, koncerti... jer ceo prostor već nudi scenu u koju jedino treba uvesti aktere, izvođače i publiku.



Buvljak



Brana



Tunel



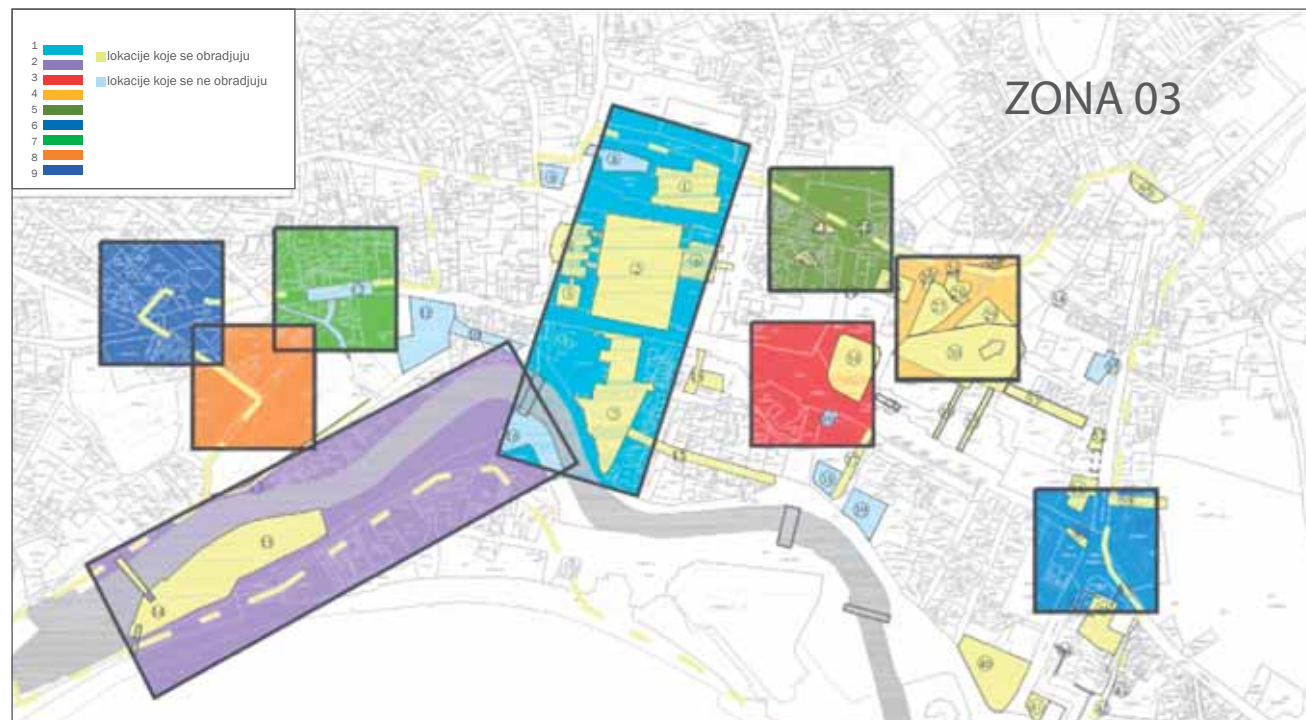
Obala



03 ZONE



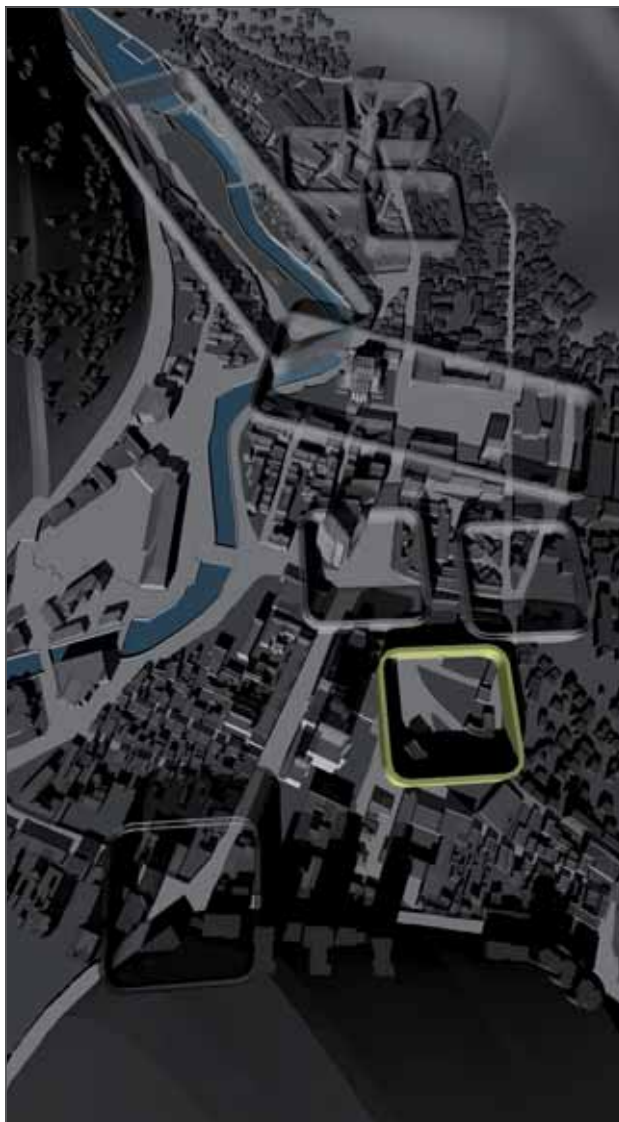
Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



- Izuzetno značajan prostor u gradu, koji je svojom pozicijom izložen svakodnevnom intenzivnom korišćenju. Kao raskrsnica, predstavlja čvorište, tačku ukrštanja različitih putanja - mreza komunikacija, saobraćajnih i pešačkih.
- Park koji predstavlja dominantnu tačku zaustavljanja, jeste najposećeniji prostor, ovog tipa u Užicu, te je stoga izuzetan nezaobilazan poligon za navođenje posetilaca na učestvovanje u performansima.
- Prostori kraj robne kuće i opštine su izuzetno naglašene komunikacije koje pored karaktera koridora svojom površinom i ambijentom omogućavaju susret, zadržavanje ili okupljanje.
- Zajedno, otvoreni javni prostori koji okružuju raskrsnicu fizičkim kapacitetom i ambijentom nude mogućnost raznovrsne upotrebe i aktiviranja ove zone, posebno kada bi se raskrsnica zatvorila u kratkoročnom periodu za saobraćaj, što bi omogućilo, pored vizuelnog, i fizičko spajanje ovih prostora.



04 ZONE



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



- Predstavlja jaku pešačku raskrnicu, prošaranu naglašenim koridorima različitog karaktera, veza gornje i donje zone grada. Centralna tačka povezana je sa svim gradskim pravcima, izuzetno prometna, ali i pored jakog zelenog pojasa ne nudi ništa što bi prolaznike zadržalo na tom potezu, zbog toga neobičan prostor u gradu. Izuzetno pozicioniran, ali neostvaren, miran ambijent ali nedovoljno ubedljiv.
- Dominantna pešačka celina okružena objektima kulture i obrazovanja, mogla bi da postane stecište umetnosti, kada bi se u prostor iznelo ono što svaki od objekata koji okružuje celinu, nudi.



Park kod Crkve sv. Đorđa



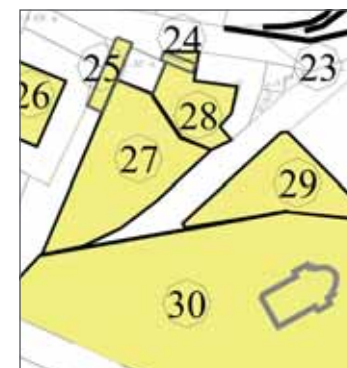
Trg kod Jakanovića kuće



Prodor - stepenište



Trg Svetog Save



05 ZONE



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



- Specifičan prostor koji se prepoznaje po uređenoj pjaceti čiji ambijentalni izraz upotpunjuje mural na obodnom zidu. Pjacetu je ograničena sa dve jake saobraćajnice, predstavlja "oazu" sa česmom na centralnom delu.
- Prostori u neposrednom okruženju nestali su spontanom izgradnjom, delujući kao "greška". To atipično sučeljavanje objekata provocira i navodi na postavljanje skulptura i instalacija namenjenih samo tom prostoru i takvom kontekstu.
- Y raskrsnica, pjaceta i dva autentična prostora čine specifičnu celinu u gradskom jezgrou, bez dominantne političke pozadine, sa jakim vizuelnim otvaranjem i jedinstvenim spajanjem nespojivog.



Pjacetna na Slanušič



Pjacetna na Slanušič



Pjacetna na Slanušič



Alternativni prostor na Slanušič



06 ZONE



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



- Izuzetno značajan prostor u gradu, sa izraženim identitetom. Kao raskrsnica predstavlja čvorište, tačku ukrštanja različitih putanja - mreža komunikacije...Pored karaktera koridora, koji omogućava susret ali ne i zadržavanje ili okupljanje, otvoreni javni prostori koji okružuju raskrsnicu svojim fizičkim kapacitetom i izraženom sadržajnošću, nude mogućnost raznovrsne upotrebe i aktiviranja ove zone.
- Osnovni reper ove zone je muzej, koji je i najčvršća podloga za intervencije u oblasti kulture i umetnosti.
- Drugi značajan element u prostoru je pijaca i pjaceta ispred nje, koji uzrokuju svakodnevno intenzivno korišćenje prostora i održavaju ritam gradskog života.
- Treći značajan prostor je park, koji je trenutno devastiran ali bi se neznatnim intervenisanjem i uređenjem mogao adekvatno prilagoditi za prihvatanje većih gradskih dešavanja kao što su predstave, koncerti, veće izložbe ili video projekcije, radionice...
- Postoji i kvalitetno stanovanje sa uređenjem partera, visokog urbaniteta u susjedstvu.
- S obzirom na prisustvo, značaj, i značenje muzeja prostor bi se mogao koristiti za aktivnosti sa izraženim umetničkim karakterom, privremene i atraktivne...moguće je i poželjno promovisanje starih sećanja na period Titovog Užica, kao bitne determinante definisanja grada...Tokom leta moguće je tematsko iznošenje eksponata u otvoren prostor (park), postavljanje prostornih instalacija, koji mogu imati kulne efekte (nadpritisak, zvuk, boje, svetlo, miris) simboličko značenje, ili karakter interaktivnosti i pružanje informacija.
- Očekivani pozitivni efekat ove zone jeste uspostavljanje jače veze između različitih funkcija i sadržaja, kroz raznovrsne aktivnosti u otvorenom prostoru. Ljudi koji idu na pijacu mogu lako da pogledaju neke eksponate, oni koji su u prolazu, na putu ka školi, mogu da koriste instalacije ili da čuju deo nekog recitala...(spontana edukacija).



Muzej



Muzej



Raskrsnica kod muzeja



Stepenište kod muzeja



07 ZONE



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



- Manje značajan prostor u gradu, ali sa specifičnim identitetom. Kao raskrsnica, predstavlja čvorište, tačku ukrštanja različitih putanja - mreža komunikacija... Iako je ova raskrsnica mesto susretanja koridora različitih intenziteta, omogućava susretanje i interakciju među prolaznicima, jer ulica D. Tucovica ima širok trotoar i definisan drvoored.
- Značajan element u prostoru je raskrsnica koja uzrokuje svakodnevno, intenzivno korišćenje prostora i održavaju ritam gradskog života.
- Drugi značajan element gradskog prostora su mnogobrojni neuredni zidovi objekta koji izlaze na ulicu, koji predstavljaju značajan potencijal za street - art.
- S obzirom na odsustvo kulturnih i društvenih zbivanja, a visok intenzitet kretanja stanovništva, ovaj prostor je moguće koristiti za postavljanje umetničkih instalacija, koji će prolaznike usmeravati, voditi ili zaustavljati, po unapred osmišljenim putanjama a koje bi mogle biti i tematski oblikovane (Istorija Užica, Tito, stripovi, murali).
- Očekivani pozitivni efekat ove zone jeste stvaranje prijatnog ambijenta, jer je to važan koridor. Poželjno je i postavljanje dizajniranih smernica u formi public - arta, koji bi ukazivale na određene prostorne repere ili druge aktivirane zone.



Ulica D. Tucovića



Raskrsnica



Kurlagino raskršće



Kurlagino raskršće



08 ZONE



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



- Ova zona je određena fabrikom kao dominantom, pa je tako ona sa svojom okolinom i najpogodnija podloga za različite intervencije. Iako je sam objekat fabrike u lošem stanju, on ovoj zoni daje specifičan identitet i obeležje.
- Drugi značajan element u prostoru je mali skver sa spomenikom Cvete Dabić. Nalazi se prekoputa ulaza u unutrašnje dvorište fabrike i ispred stambenog objekta. Iako je pogodan za stvaranje mirnog kutka sa pogledom na ukrašenu fasadu i zelenilo na brdima iznad, prostor sada liči na neuređeni memorial.
- Treći element u ovoj zoni je veoma rasprostranjeno stanovanje, srednjeg kvaliteta, ali sa prostranim unutrašnjim dvorištima i ne sasvim uređenim zelenilom.
- S obzirom na nespecifičan karakter koji ova zona poseduje i već navedenih potencijala za public - art, nameće se tematika Titovog Užica, radničke klase i sl. Kao jedan od elemenata teme istorije Užica koja bi se mogla forsirati. Prostor same fabrike, može takođe predstavljati vid public art-a za sebe. Pogodan je za performanse masovnog karaktera, koncerte i predstave ali i za jedinstven izložbeni prostor koji bi pored ostalih izložbenih eksponata i sam bio izložen kao deo istorije.
- Očekivani pozitivni efekat ove zone jeste aktiviranje dela grada koji je prestankom rada fabrike izgubio na značaju, zatim upotreba kvalitetnog prostora koji trenutno nema namenu, i na kraju mogućnost spajanja industrije, nekad karakteristične za Užice sa umetnošću i edukacijom.



Fasada fabrike



Fasada fabrike



Fasada fabrike



Spomenik kod fabrike



09 ZONE



Lokacija izdvojena iz 3D modela Užica



- Izuzetno značajno čvorište u gradu, na kojem se sučeljava 5 pravaca, specifično je po tome što ispred svih objekata koji ga formiraju ima manji plato sa prostorom za sedenje i zelenilom. Iako su svi ovi prostori prilično neuređeni trenutno, pa i zagađeni zbog blizine saobraćajnica, veoma su sagledivi. Pored toga što ovaj prostor komunicira sa prolaznicima, vizuelno je pristupačan i prilikom kretanja automobilom, pa nudi proširenu populaciju na koju public art deluje.
- Druga značajna odrednica ovog prostora je postojanje unutrašnjih dvorišta koja su veoma denivelisana, pa postoji veći broj stepeništa, koja mogu poslužiti za prihvatanje auditorijuma, da bi se organizovao neki vid lokalnih performansa za stanovnike lokalnih zgrada.
- Delovanje na nivou susedstva otvara mogućnost dešavanja istog vida public art-a, na više mesta u gradu istovremeno, odnosno u većem broju naselja. To vodi ka njihovom umrežanju, pa tako bi se u svakom naselju organizovale dečije predstave, jedanput mesečno birali bi se predstavnici naselja koji bi se takmičili na trgu. Ako bi se u svakom naselju organizovao neki vid radionice, susreti naselja na trgu bi bili revijalnog, a ne takmičarskog karaktera, da bi se dobio veći broj izložbi na različite teme u toku godine.
- Očekivani pozitivni efekat ove zone je u okupljanju susedstva oko zajedničkog cilja, jer će veći broj stanovnika učestvovati u nekoj vrsti projekta koji se dešava u neposrednoj blizini "ispod prozora, a sa druge strane, nakon ustaljivanja ovakvih akcija, naselja će dobiti identitet na osnovu oblasti public art-a koji se u njima najviše razvila (tako da će iz jednog kraja biti poznati crtači grafita, iz drugog "glumci" itd) Dalji razvoj ovih projekata išao bi ka formiranju prostora, opet u okviru svakog naselja ili bloka, gde bi na neki način bili istaknuti reprezentativni primeri nečega na čemu je isto stanovništvo radilo. U konkretnom slučaju, to bi bili platoi na raskrsnici koji su veoma sagledivi, a koje bi mogao da krasi neki mural ili instalacija.



Skver



Unutrašnje dvorište



Stepenište između objekata



Plato na raskrsnici



MREŽE

Mreže poteza i lokacija

- Definisane toka
- Prostorna sinusoida
- Dinamičnost pogleda
- Iščekivanje događaja
- Potreban je događaj, osobenost, "sidro"

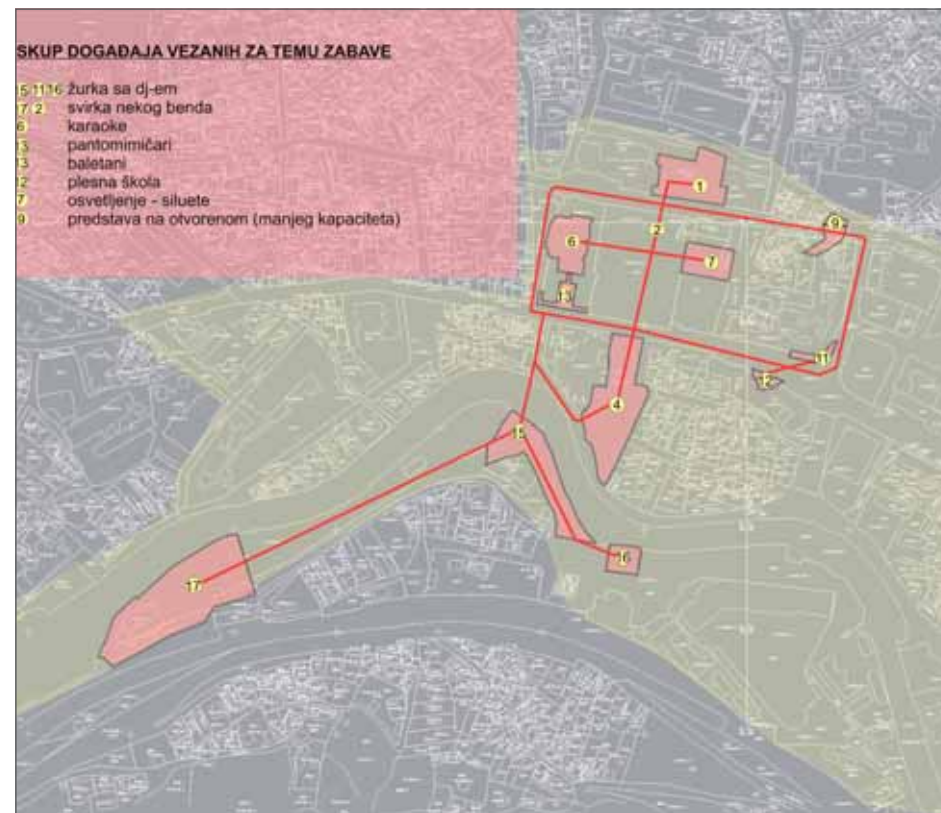
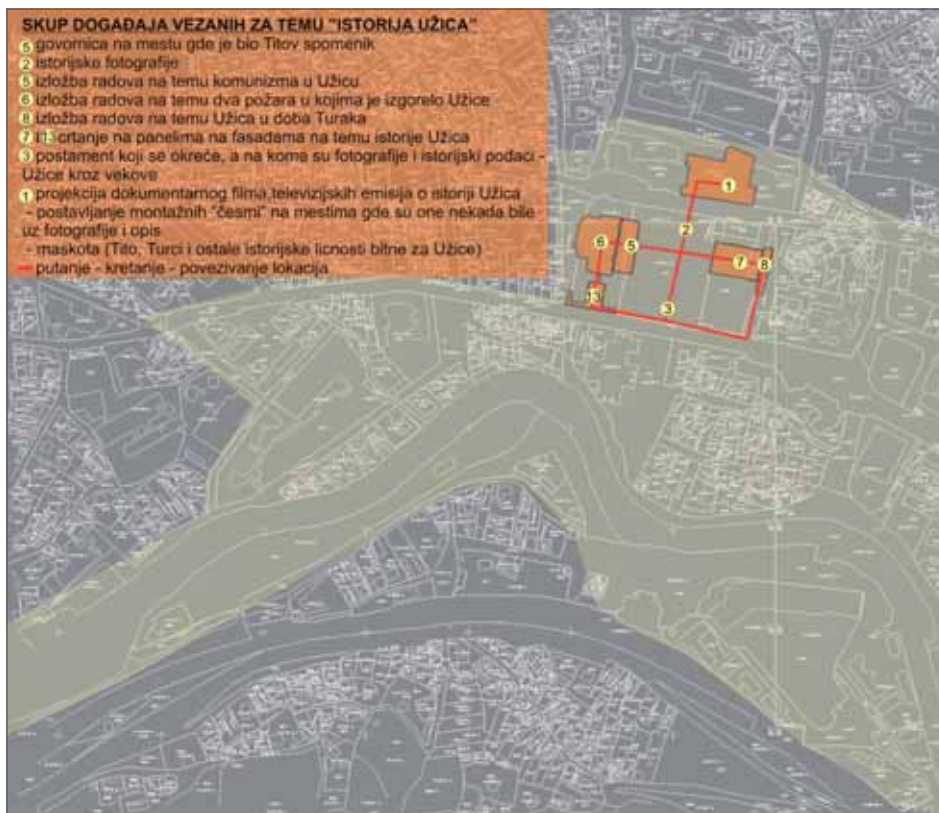
Otvoreni gradski prostori na teritoriji šireg gradskog jezgra Užica, koji svojom pozicijom i vizurom provociraju, zahtevaju sistem korišćenja, tj aktiviranje kroz kombinacije sistemskog povezivanja neiskorišćenih gradskih ambijenata.

Neophodno je stvoriti strategiju prepoznavanja, aktiviranja i umrežavanja različitih gradskih prostora.

Analizom pozicija i okruženja otvorenih javnih prostora, njihove funkcije i fizičke strukture, i sagledavanjem prodora, koridora i pristupa, predloženo je nekoliko varijanti za njihovo povezivanje u sisteme:

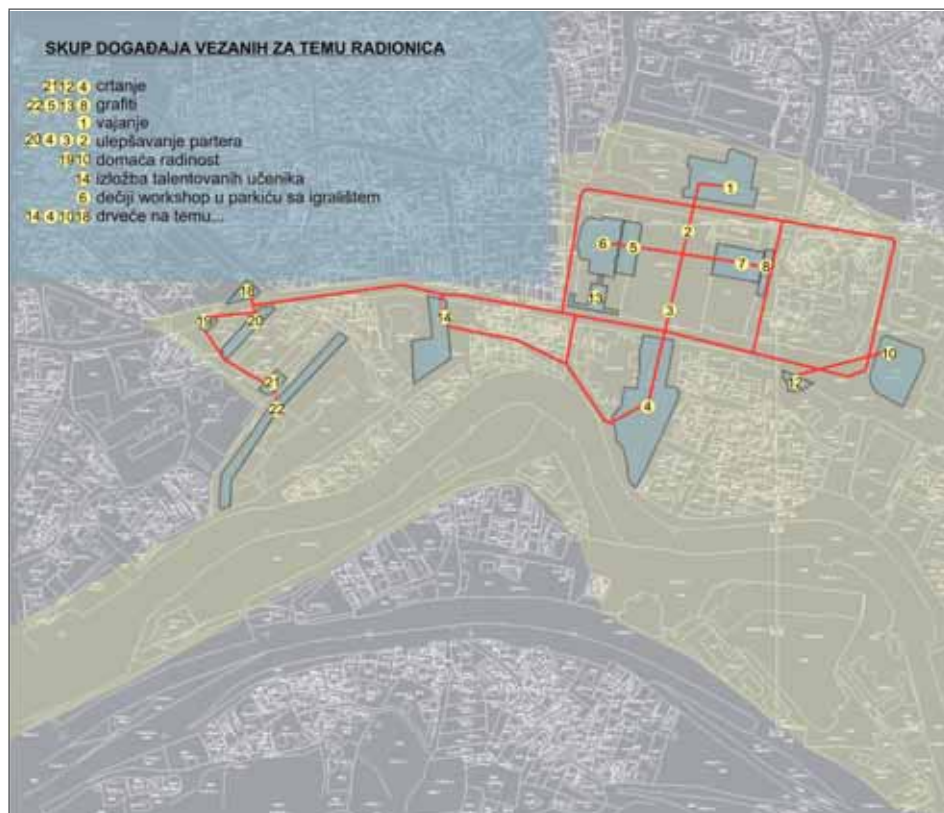
- Aktiviranje javnih prostora koji se oslanjaju na susedne gradske sadržaje (kulturne - muzej, galerija, pozorište; ugostiteljske - kafiće..) - osnovna ideja bila bi da sadržaji "izađu" u javni gradski prostor.
- Uspostavljanje mreže tematski aktiviranih prostora, u određenom periodu, tako da jedna tema dominira - da su sve aktivnosti srodne (a/istorijska slagalica, b/izložbe, c/akcije u kojima grad postaje scenografija..)
- Mreža prostora koji počinju da se koriste za aktivnosti lokalnog stanovništva (radionice, sajmovi, sastanci..), na kojima se insistira, njihovom učestalošću, tako da potencijalno postaju deo tradicije grada.
- Animiranje u prirodi (plaža, parkovi, šume) kroz sport i rekreaciju.
- Na osnovu prostorne dispozicije, povezanosti i sagledivosti javnih prostora, prepoznaju se putanje koje bi se mogle aktivirati po scenariju (scenario je sklop aktivnosti i efekata, koji može biti fleksibilan), tako da ponude kombinaciju svih prethodnih varijanti, pri čemu se gradski prostor doživljava dinamično, kao kontinualna mogućnost izbora, i kao stalna neizvesnost, emotivno uzbuđenje u prostoru, bogatstvo raznovrsnih efekata i doživljaja..
- Angažovanje građana, tako da kroz razne akcije (najlepši prozor, izlog kao galerija, moda kao događaj...) mesto susreta privatnog i javnog postaje suspregnut prostor.





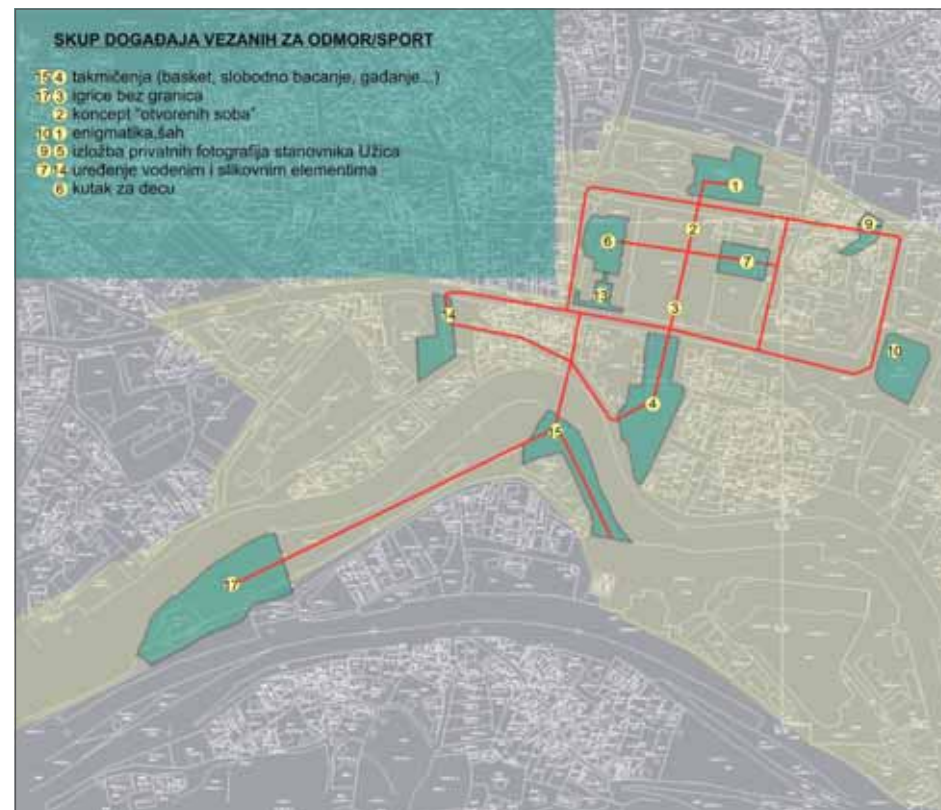
Ilustracija strategije / varijanta 2 - tematsko aktiviranje:

Moguće su različite teme, poželjno je kroz teme istaći identitet grada (Titovo Užice, grad murala...); ove mreže su privremene, promenljive, prostori mogu da se aktiviraju i gase po potrebi i mogućnostima, nema značajnije međusobne uslovljenosti...



Ilustracija strategije / varijanta 3 - lokalne aktivnosti:

Predstavljaju značajan potencijal za aktiviranje otvorenih prostora grada, a i bitan socijalni aspekt čitave ideje...Važno je usmeravanje intervencija na širu populaciju, različite korisničke grupe, i slojevito uključivanje ljudi u život grada (omladina - đaci i studenti, se najlakše uključuju kao i deca, penzioneri, zaposlene žene i muškarci...)



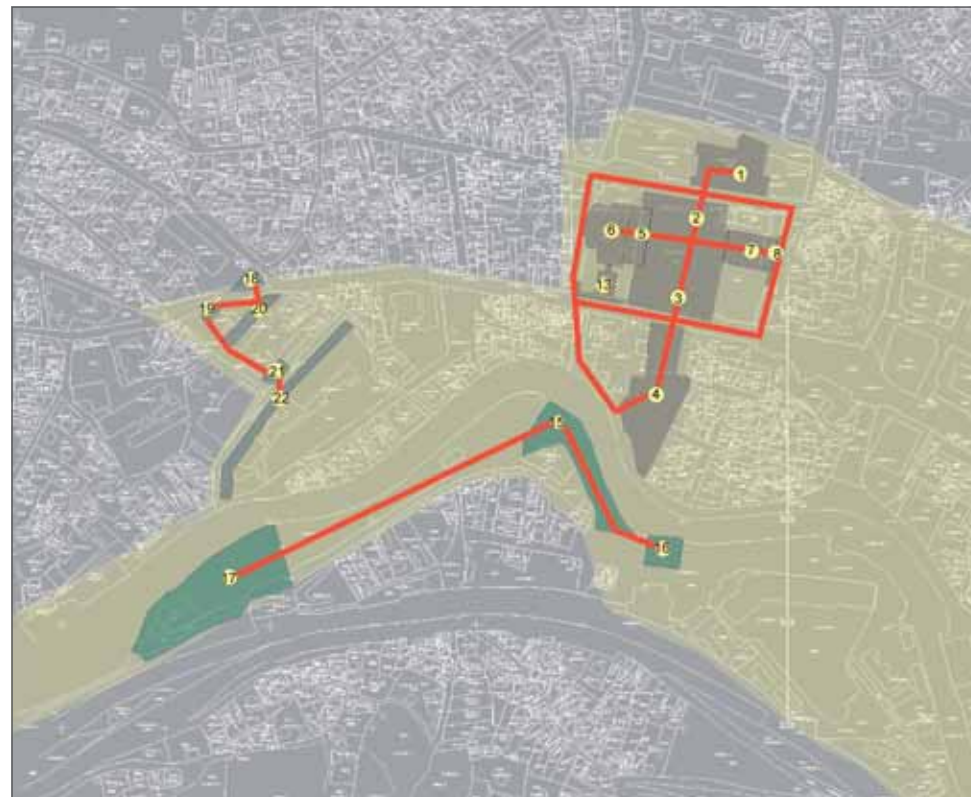
Ilustracija strategije / varijanta 4 - rekreacija u prirodi:

Može da podrazumeva različita animiranja - organizovane izlete i takmičenja, sajmove hortikulture, autorsko aranžiranje cveća, izložbe, igre i takmičenja kućnih ljubimaca, sportske manifestacije, ekstremne sportove...ali i rekreaciju u manjim, gradskim zelenim ambijentima.

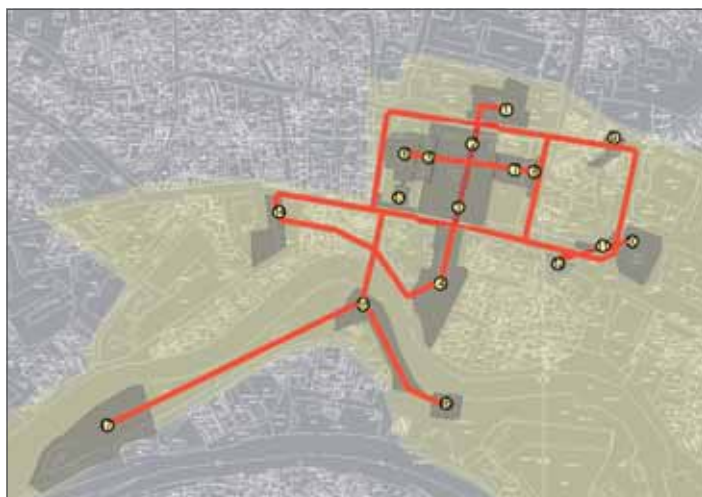


Šeme kretanja i pozicije aktiviranja na širem potezu

Na karti su prikazane pozicije (kao prepoznati potencijali) i način njihovog umrežavanja. Ona predstavlja mogućnost za odvijanje neke od prethodnih tema (uz dodatne sadržaje) ili njihove kombinacije kao i podloga za realizaciju neke nove. Bitno je sagledati mogućnost umreženja - šeme kretanja koje bi se kretale tokom celog dana, vikendom, sezonski.



Mogućnost kombinovanja tema kao zasebnih priča na manjim lokalitetima ili njihovo nezavisno odvijanje u različitom periodu.



Kombinacija i varijante šema kretanja i umreženja prepoznatih lokacija

Ilustracija strategije, varijanta B, osmišljavanje mogućeg scenarija:

Prepoznavanje prostora srodnih po fizičkoj strukturi, njihovo povezivanje i aktiviranje na teritoriji šireg gradskog jezgra Užica.

Ako se pođe od pretpostavke da bi trebalo da se Trg “rastereti”, a da se dešavanja i umetničke akcije disperzuju i po nizu drugih pogodnih gradskih prostora - onda je ovo jedina mogućnost za prepoznavanje tih prostora, njihovih mogućnosti i kako ih približiti građanima.

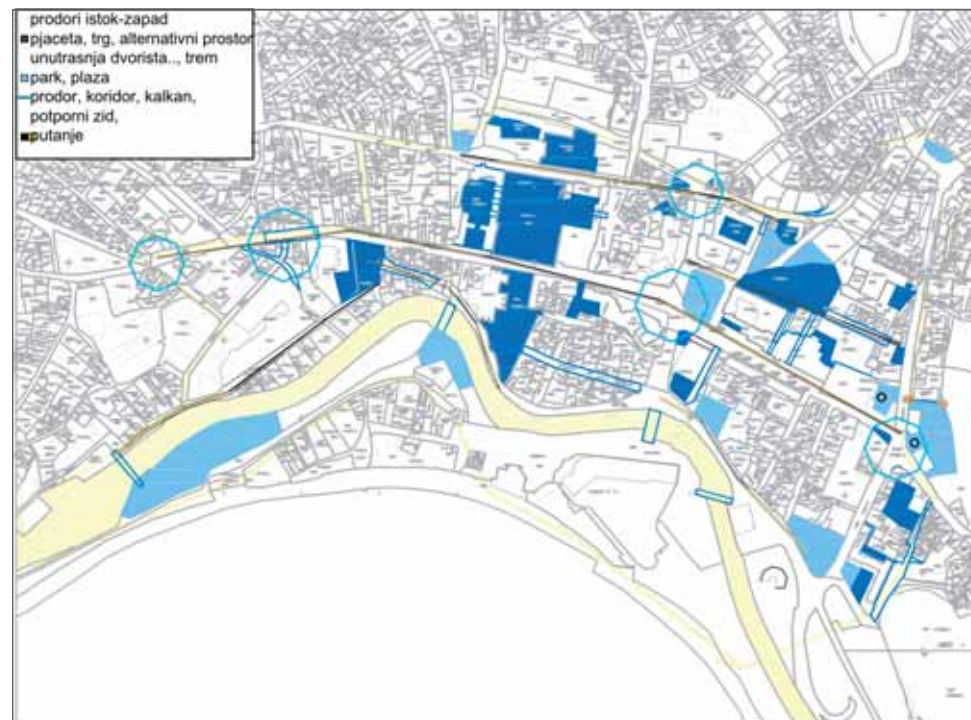
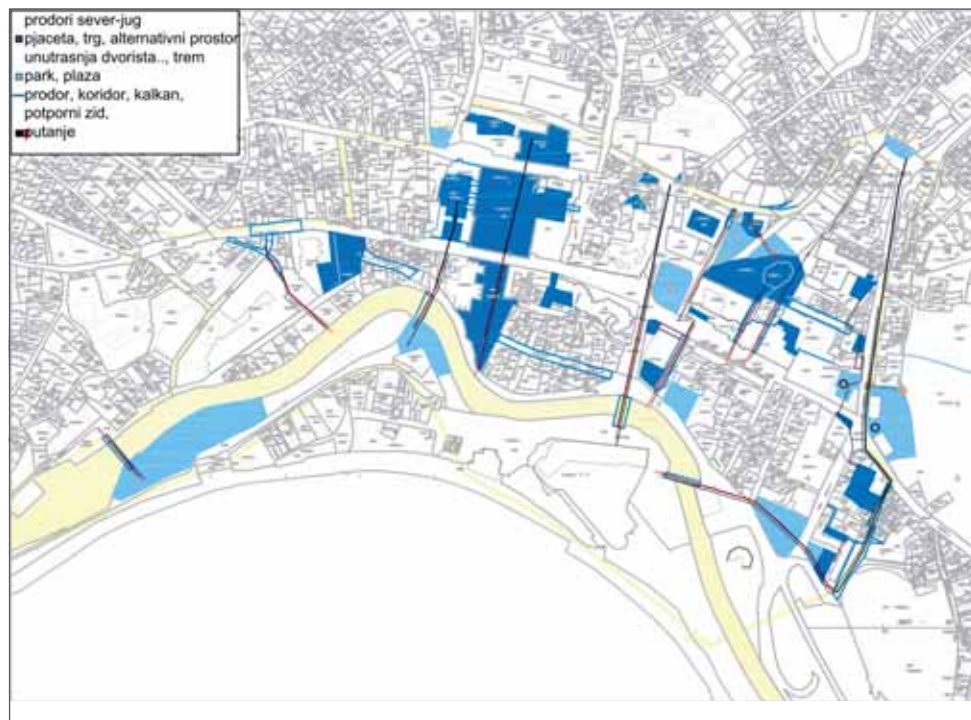
Mreža predstavlja potencijale nekih prepoznatih prostora i mogućnosti njihovog povezivanja u raznovrsnim linearnim akcijama kroz grad, tročasovnim ili celodnevnim organizovanim umetničkim aktivnostima ili kroz događaje koji bi okupljali lokalno stanovništvo, a dešavali bi se jednom nedeljno, mesečno, sezonski, kako bi se pokazalo da različiti, neiskorišćeni gradski prostori mogu da prime neke zanimljive aktivnosti i da se polako kroz te akcije u svest ljudi utisne saznanje da prostori mogu, i kako sve mogu da se koriste, a onda i potreba i želja da ih koriste.

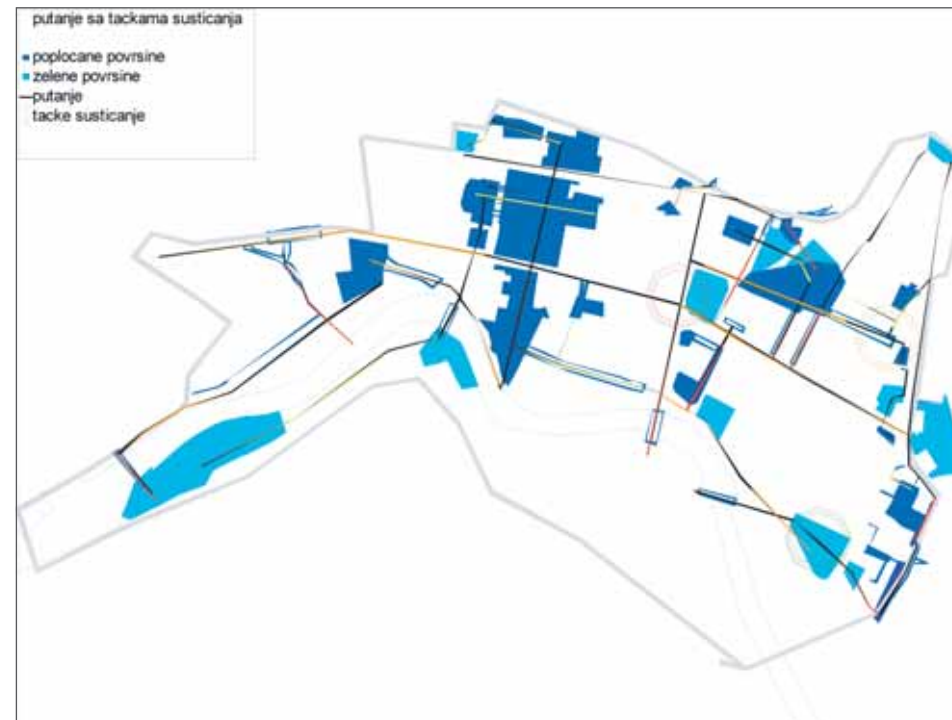
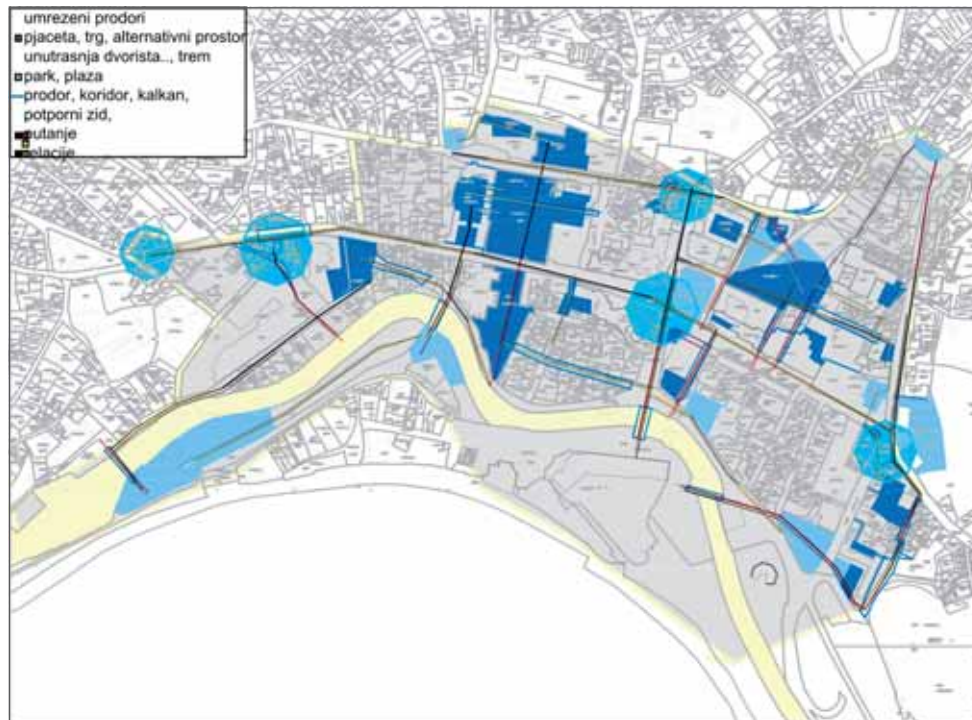
Sušтина je u bogatstvu utisaka i dinamici doživljavanja prostora, jer su prostorne karakteristike i kapaciteti otvorenih prostora različiti, a samim tim i aktivnosti u njima. Grad se doživljava i “živi” kroz niz različitih sekvenci, iznenađenja, dužih i kraćih događaja zaustavljanja, radi percipiranja, slušanja i aktivnog učestvovanja.

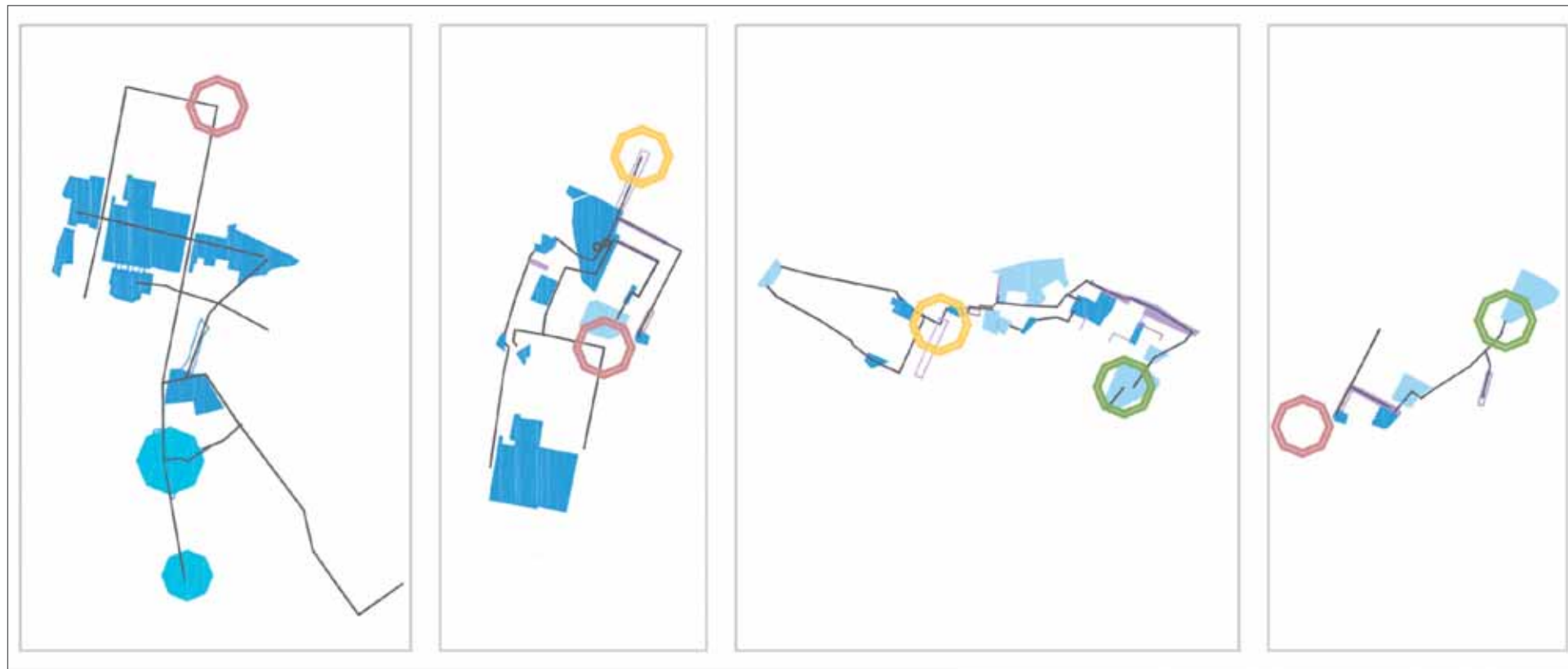
Ilustracije intervencija, mogućih dešavanja, nisu projekti, već samo prikaz ideje, tako da su predstavljene kroz izvedene primere.

Mreža kroz različitu tipologiju otvorenih prostora



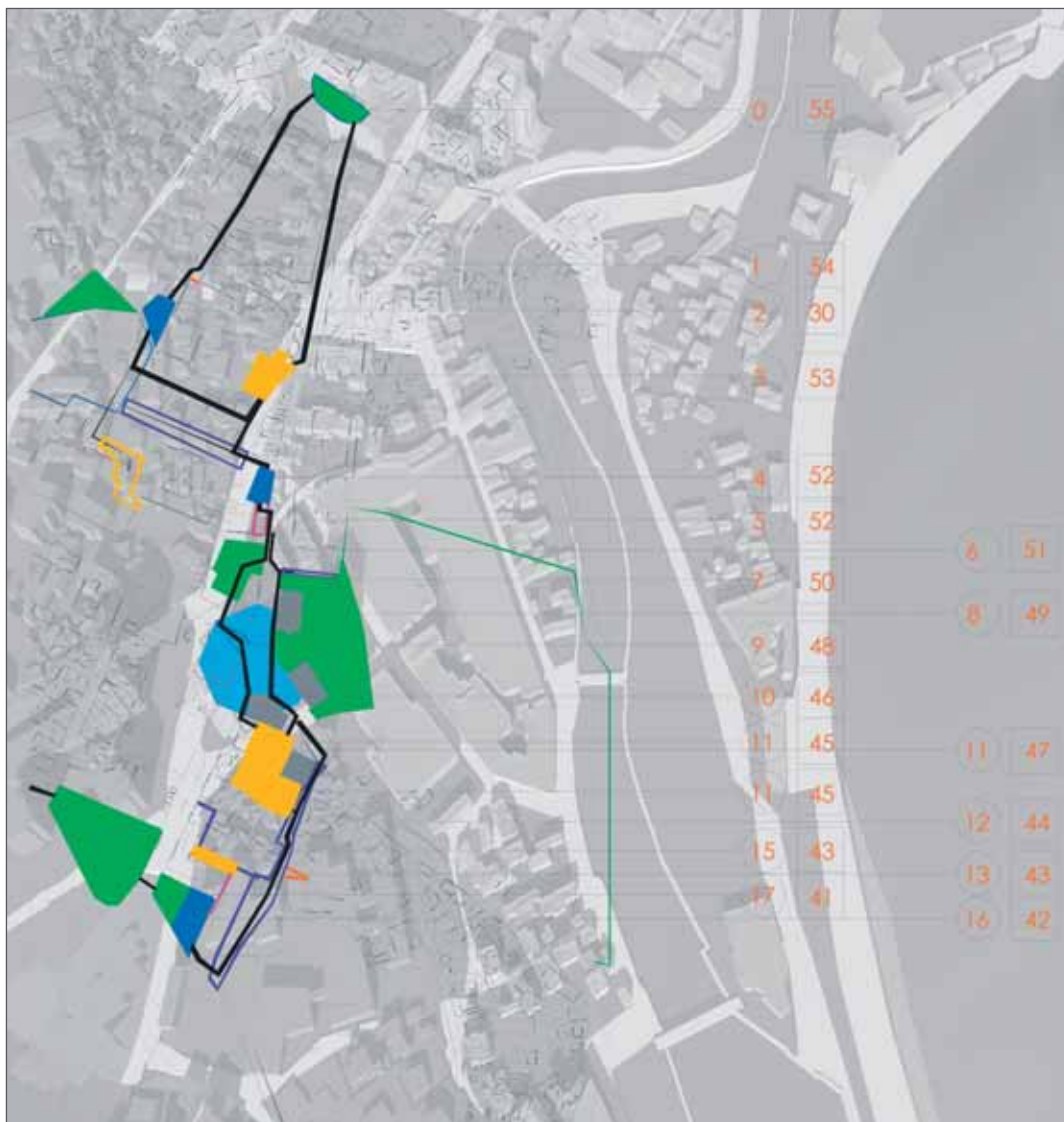






Uočavanje različitih putanja...njihova geometrija varira, kao i karakter i gustina prostora koji se za njih vezuju. Krugovima su označena mesta njihovih ukrštanja, tačke na kojima je moguće preći sa jedne strane putanje na drugu, čime se stvara kontinualna mreža potencijalno aktivnih putanja u gradu.

Ilustracija strategije, varijanta 5 - osmišljavanje mogućeg scenarija:
demonstracija jedne od putanja, prikaz sistema: od umetničke škole do umetničke prakse



Ilustracija strategije, varijanta 5 - osmišljavanje mogućeg scenarija: demonstracija jedne od prepoznatih putanja /3/

BR.	ŠIFRA	LOKACIJA	DEMONSTRACIJA DOGAĐAJA 3 SATA	LOKALNO AKTIVIRANJE STVARANJE TRADICIJE DOGAĐAJA	FIZIČKE INTERVENCIJE	STVARANJE KULTURNOG BRENDA
0	55	Rakijski pijac	Sto i rakija, emitovanje snimljenog zvuka		Sto i flaša	Kultura rakije
1	54	Školski kalkan	Izložbeni prostor za ostvarenja učenika, Video art	Izložbeni prostor za ostvarenja učenika	Video bim	Učeničke izložbe
2	30	Ispred škole	Performans, hepening, ulično pozorište, horski nastupi	Učeničke radionice	Scenografija	
3	53	Alternativni prostor iza škole, kod kanala	Performans, hepening, ulično pozorište			
4	52	Pjacetna iza škole, sa klupicama	Ulični govori, recitali, horski nastupi		Govornice sedišta, već postoje	Učenički performansi
5	52	Nadstrehe u prostoru, kod škole A8	Pozorište senki, ritmična izvedba oslikavanja, ulična galerija, prostor za video art		Platno	
6	51	Park kod muzeja	Projekcija miksa užičkih filmova	Muzički događaj, rejev		Tito
7	51	Malo stepenište kod muzeja, događaj stac.		Sajam.... Radionice... Izložbe...	Lunstacije - putokaz, instalacije - vizura: ogledala i prelamanje svetlosti	Grad na pokrenutom terenu
8	49	Raskrsnica kod muzeja	Iznošenje eksponata u prostor na neku temu, u nekom periodu		Instalacije - čulni efekti: Nadpritisak, zvuk, boje i svetlo. Miris	Tito

BR.	ŠIFRA	LOKACIJA	DEMONSTRACIJA DOGAĐAJA 3 SATA	LOKALNO AKTIVIRANJE STVARANJE TRADICIJE DOGAĐAJA	FIZIČKE INTERVENCIJE	STVARANJE KULTURNOG BRENDA
9	48	Pjaceta kod pijaca	interaktivne instalacije		Instalacija interaktivna, korisnici već postoje	
10	46	Stepenište ispred Šarulje	Postavka, efekat koloristički, visinski reperi, simboli			
11	45	Alternativni prostor, unutrašnje dvorište kod Šarulje	Pozorište, ples, akustični nastup, političko pozorište	Radionice, strip, V.J, D.J vajarske - aluminijum i bakar, linearne		
12	44	Iza Šarulje, mreža prodora	Grafitiranje, osvetljenje izložba vizuelnih umetnosti		Murali, grafiti	
13	43	Susticanje kuća, kalkana, kod Šarulje			Iznenadjenje u prostoru, vizuelna atrakcija - skulptura koja izlazi iz zida, ogledalo, svetlo	
14	42	Iza Šarulje, mreža prodora		Video projekcije - crtači		
15	45	Alternativni prostor, unutrašnje dvorište na kraju	Grafitiranje izložbe, plesne ritmične izvedbe, video art	radionice, ritmika		
16	42	Pjaceta preko puta vatrogasnog doma	Ciljna tačka - koncert, izložba			Hrastopoštovanje
17	41	Park kod Vatrogasnog doma 1		Pravljenje kućice za decu na drveću: Oblačenje drveća u dečije crteže		
18	40	Park kod Vatrogasnog doma 2	Performans spremanja voćnih proizvoda	Javno spremanje voćne salate: emitovanje zvuka: priče iz voćnjaka, pored šporeta, instalacija	Sto i nož	Kultura malina

0
0

1
0

2
H4

3
A3

4
D4

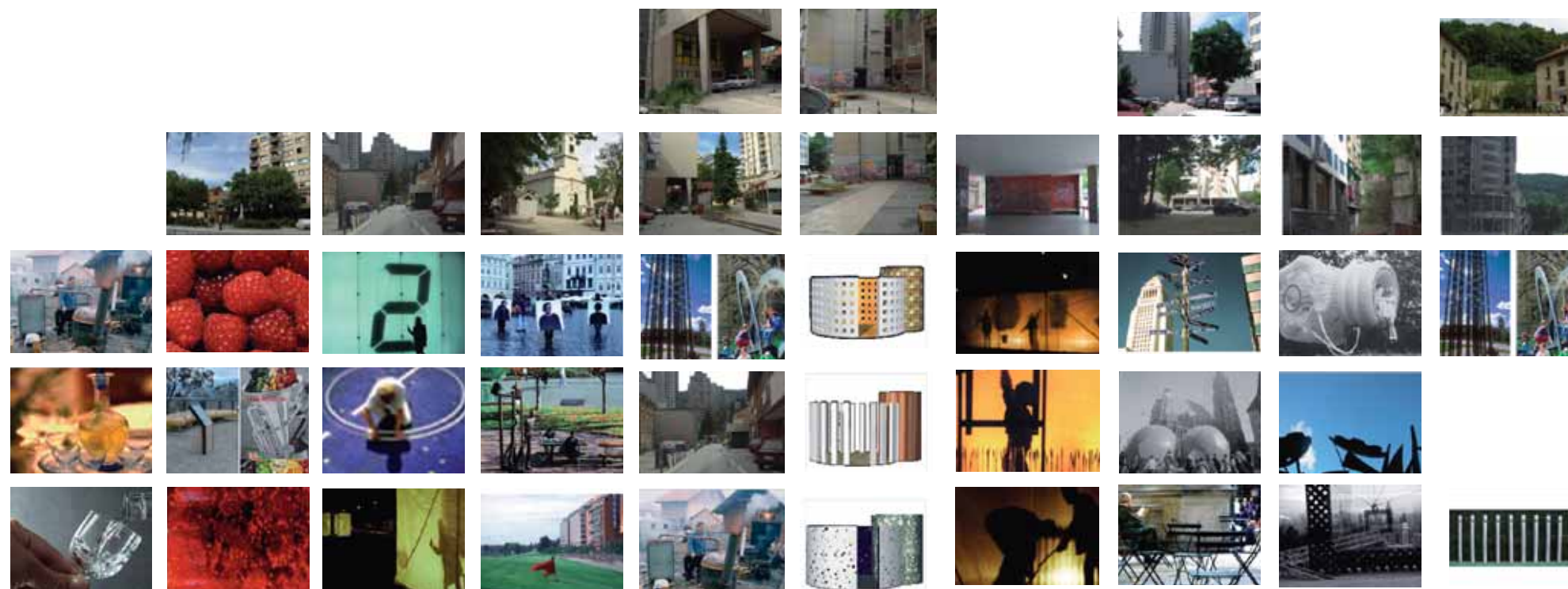
5
A8

6
E1

7
B3

8
F3

9
C3



10
A7

11
K1

12
D5

13
F4

14
I2

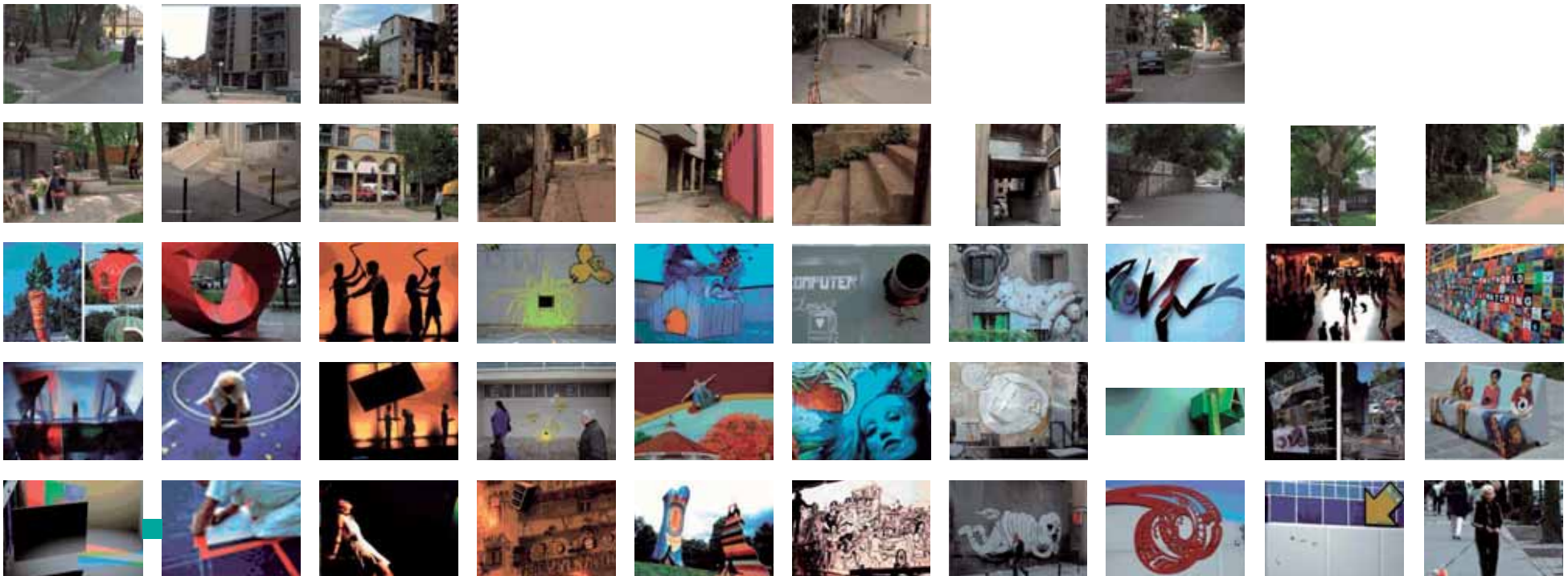
15
F4

16
D6

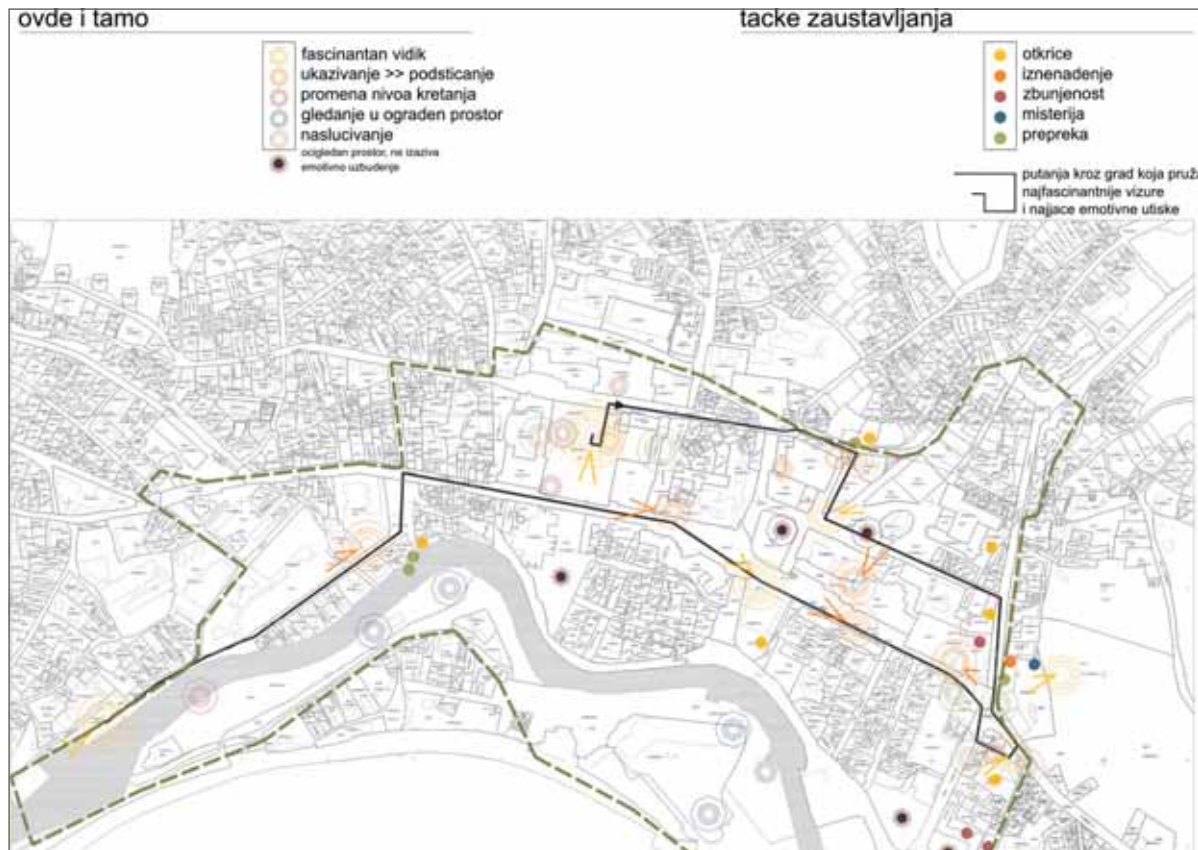
17
A9

18
B4

19
B5







“Ako vam neko zakuca na vrata, a vi mu ih otvorite, ponekad sa njima uđe i nalet vetra, brišući po sobi i stvarajući pometnju. Isto je i sa vidom, često dobijamo više nego što smo tražili.” *Gordon Cullen*

“Pogled, u stvari, nije samo koristan, već on priziva naša sećanja i iskustva, ona živa osećanja u nama koja imaju moć da uznemire misao u nama kada se probude”

OVDE I TAMO po Cullenu, bi se mogla nazvati kategorija fenomena koji objašnjava emotivne doživljaje izazvane kompozicijom različitih elemenata prilikom kretanja i sagledavanja prostora u seriji, kroz niz sekvenci... to mogu biti fenomeni ukazivanja i podsticanja, efekti promene nivoa, gledanja u određeni prostor, prikazivanje i otkrivanje vidika... A tačke zaustavljanja su mesta vrhunca emotivnog doživljavanja, koja iz različitih razloga dovode do prekidanja kretanja... To mogu biti iznenađenje ili zbunjenost, naslucivanje i misterija, ili čak osećaj ugroženosti i nesigurnosti.

EMOTIVNI DOŽIVLJAJ GRADA

Predstavlja niz utisaka, asocijacija, osećanja... koje gradski prostor prouzrokuje svojim sklopom - kompozicijom, karakterom, duhom koji nosi, aktivnošću...Efekti koje grad sam po sebi proizvodi su vrlo značajni za njegovu eksploataciju - za pravilan razmeštaj aktivnosti u javnom prostoru, gde se određenim svojstima može manipulirati, kako bi se postigla određena dramatičnost, iluzija, kontrast ili čak apsurd ili uklapanje ili smirivanje...



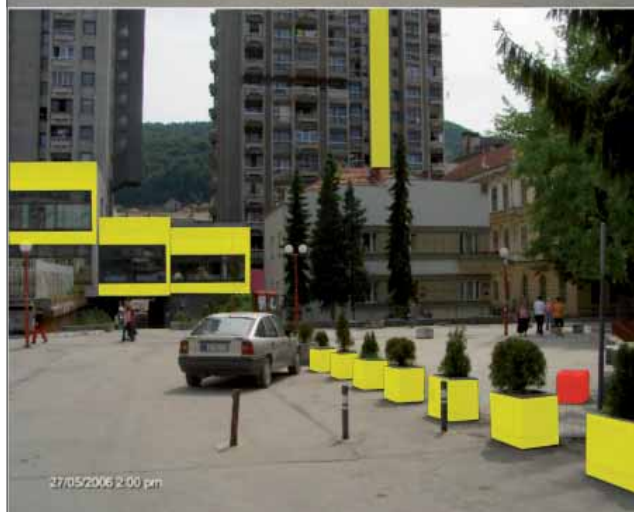
Povezivanje putanje, uspostavljanje kontinuiteta i odnosa između različitih potentnih gradskih prostora street art-om.



Umetničkim intervencijama - nizom instalacija na temu...



Svetlosnim snopovima, ljudima u pokretu - ritmička putanja..



Korišćenje nekog apstraktnog elementa kao putokaza, smernice, za povezivanje različitih lokacija koje pripadaju istoj putanji...
U iste svrhe se mogu koristiti i svetlosni signali, iznenadne projekcije koje aktiviraju i usmeravaju ili ljudi u pokretu, koji (na)vode na promenu lokacije praćenja putanje.

Realizacija projekta
Public Arta

Open Arc Theatre

Scena Avangrad

(Academica, 2006-2007)

Projekat Art Pijac
Sanacija i revitalizacija prostora Malog trga
(Academica, 2007)

Autori:
Milojko Knežević, Danilo Stojić, Aleksandar Đerić
Direktor projekta: Milojko Knežević

Art pijac



ЈАВНИ ПРОСТОРИ НАШИ ПРОСТОРИ

Ужичанке / Ужичани,

Желите ли да наш град учинимо лепшим, да унапредимо изглед и функционалност простора које свакодневно користимо? Можда само пролазимо заједничким просторима града, не примећујући ни њихов изглед ни могућности које нам пружају?

ПРИДРУЖИТЕ СЕ иницијативи за оживљавање и обнављање јавних простора града
ИНИЦИЈАТИВИ ЗА КРЕАТИВНО УЖИЦЕ

У суботу, 2. јуна 2007, од 11:00 до 15:00 у пробној сали Народног позоришта Ужице - службени улаз из улице Марије Магазиновић бр. 2 и у простору доњег (малог) трга одржаћемо презентацију и радионицу на тему

ИГРА СА ПРОСТОРОМ
ШТА ЈЕДАН ПРОСТОР ЧИНИ УСПЕШНИМ

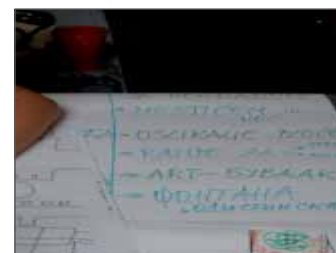


Ваше идеје, заједничка енергија и акција учиниће да Ужице (п)остане **КРЕАТИВАН ГРАД**

ПОСВЕТИМО ДАН НАШИМ СУГРАЂАНИМА И НАШЕМ ГРАДУ

АКАДЕМИКА - Ужице / Отворени пут Е-761
ЈП Дирекција за изградњу - Ужице
Народно позориште Ужице

БАЛКАНСКИ ФОНД ЗА ЛОКАЛНЕ ИНИЦИЈАТИВЕ (БЦИФ) - програм Јавни простори - наши простори

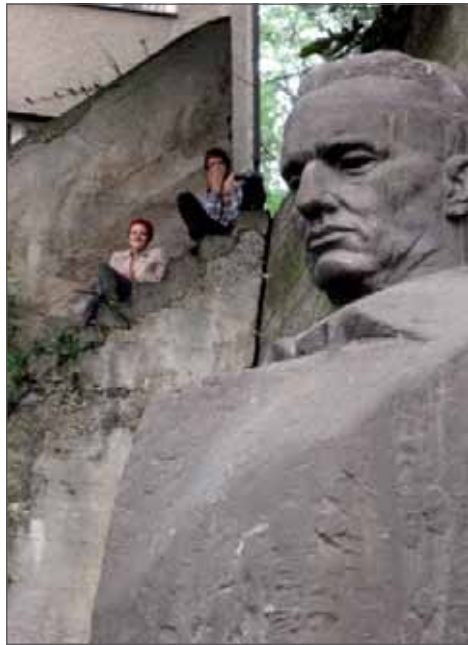


Sokoćalo Project

Digitalni performans u prostoru industrijskog nasleđa
i sa kolektivnim sećanjem
(Academica, 2006)

Autori:

**Fahrudin Salihbegović, Tatjana Ljujić, Boris Butorac, Matthias Oostrik,
Milojko Knežević, Aleksandar Đerić, Boris Todorović**
Direktor projekta: Milojko Knežević
Direktor programa: Aleksandar Đerić



Sokoćalo Project



Klanica pet

Digitalni teatar u prostoru sa kolektivnim sećanjem

(Academica, 2007)

Autori:

**Fahrudin Salihbegović, Tatjana Ljujić, Boris Butorac,
Aleksandar Đerić, Danilo Stojić, Marko Tešović, Paul Verity Smith, Martin Dupras,
Vladimir Bojović, Ranka Delić
Direktor projekta: Milojko Knežević
Direktor programa / producent: Aleksandar Đerić**

AvanTown Project is a part of the creative cluster named **Open Air Theatre** which covers four locations (three rural and one urban) in Uzice area (South-Western Serbia), encompassing experimental theatre workshops, site-specific theatre production and presentations, public art and land art activities.

The goals of the cluster are: To promote site-specific theatre and public art practices in Central Serbia • To build an international cultural cooperation making contemporary culture practice closer to the towns of Serbia interior • To start revitalizing monumental and cultural heritage of the former Yugoslavia, through creating new programmes and re-considering cultural models of the Ex-Yugoslav area • To foster cultural and village tourism in the area during the summer season(s).

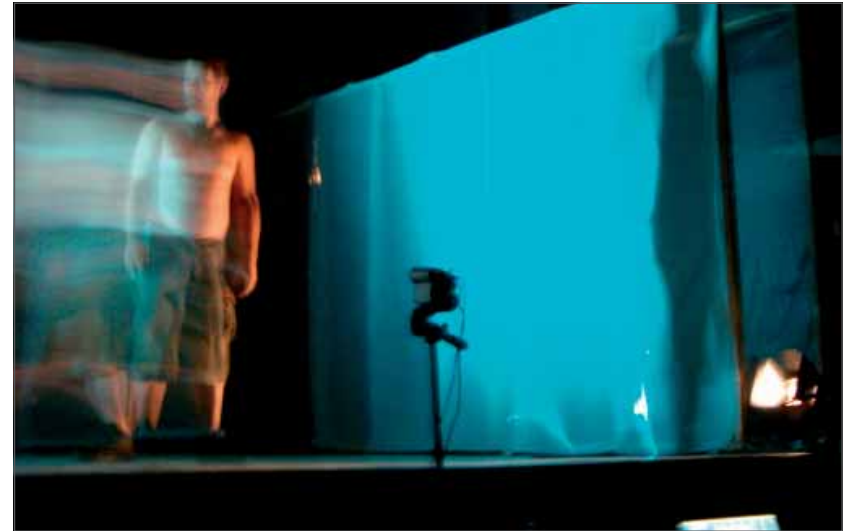
In three years (since 2009), the program has developed as a regional (Ex-Yugoslavia and Western Balkans) as well as international cooperation bringing together artist groups, individuals and organizations from Balkans (Serbia, Montenegro, Bosnia and Herzegovina, Croatia), Europe (Netherlands, UK, Slovenia) and Canada.



Implementing Organization: ACADEMICA /Public & Cultural Policies & Arts/
I/II, Mihaila Pupina Street, 31000 Uzice, Serbia; Tel: + 381 31 51 39 53;
E-mail: academica@cepeline.net ; artnet@ptt.yu

www.openairfest.org ; www.academica.org.yu ; www.e761.org ; www.madmarx.net

Uzice [the name should be pronounced Oujtse as if it were in French] town (population 80.000) in South-Western Serbia, administrative and cultural center of the Zlatibor District. It lies along the Djerdjina River and the railway line going from Beglade to Adriatic Coast (Montenegro). A medieval town of strategic importance, Uzice was the headquarters for the Partisan army in autumn 1941. It was renamed in honour of Josip Broz Tito in 1946 but reverted to its old name in 1992. An industrial center of the former Yugoslavia, rather impoverished while the later was falling apart in the last decade of the twentieth century still well known for its picturesque natural surroundings as well as for its traditional products such as dairy, dried meat, plum and juniper brandy. Uzice today is regaining its strengths and resources. As arts and culture had always been among those, its citizens do their best in order to make Uzice The Creative City.



Klanica pet



Lunatik

Teatar u objektu industrijskog nasleđa

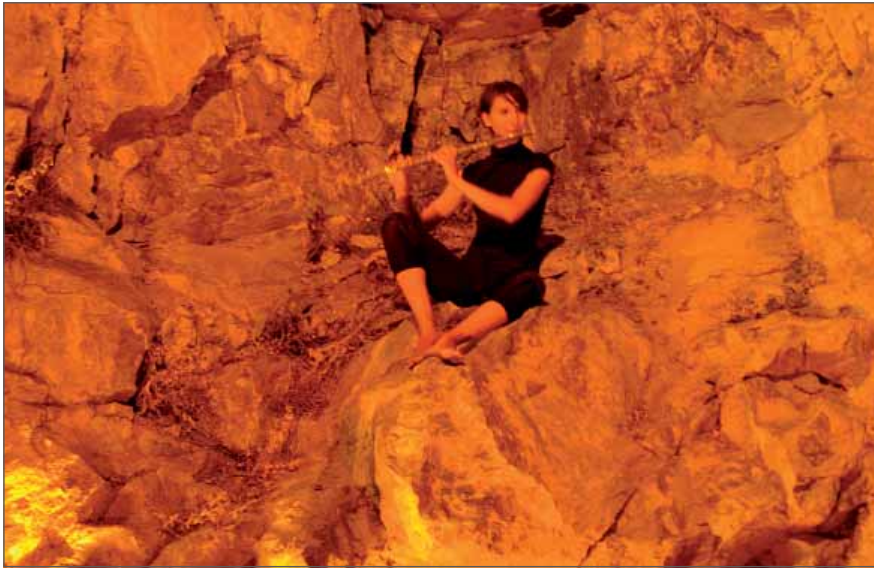
(Academica, 2007)

Autor:

Borut Bučinel

Direktor projekta: Milojko Knežević

Direktor programa / producent: Aleksandar Đerić



Lunatik



Došljak
Ulični teatar
(Academica, 2007)

Autori:

Aleksandar Lukač, Milojko Knežević, Aleksandar Đerić

Ljuban Supurović, Danilo Stojić, Marko Tešović

Direktor projekta: Milojko Knežević

Direktor programa / producent: Aleksandar Đerić



Došljak



Riba koja je progutala svet
Rekonstrukcija murala iz 1987.

(Univerzitet umetnosti u Beogradu & Academica, 2007)

Autori murala:
Nataša (Ljubičić) Žilić
Dragoljub Kaplanović

Koordinatori projekta rekonstrukcije murala:
Marijana Cvetković i Milojko Knežević

Riba koja je progutala svet



Riba koja je progutala svet



JAVNA UMETNOST

Definicija i trendovi

Autor:
Stevan Vuković

JAVNA UMETNOST - Definicija i trendovi

Postoji više uloga očekivanih od umetnosti u javnom prostoru. Da imenujemo samo nekoliko: dodavanje vizuelnog kvaliteta izgrađenom okruženju; demonstriranje određene strategije urbanog planiranja i urbanog dizajna; promovisanje višeg nivoa integracije između umetnosti, arhitekture i pejzaža kroz saradnju umetnika sa arhitektima, pejzažnim arhitektima, urbanistima i javnom gradskom upravom; povećanje stepena javne svesti; približavanje savremene umetnosti opštoj publici; obezbeđivanje novih poslova umetnicima putem javnih konkursa; privlačenje turista; vizuelno markiranje mesta od javnog značaja; generisanje osećanja ponosa i pripadnosti grupama koje ga koriste i to putem memorisanja događaja iz kolektivne istorije ili stvaranja određene slike zajednice i sl.

Radovi koji su predviđeni za postavljanje u javni prostor su uglavnom inicirani i producirani u okviru definisanom od strane javne administracije, parametrima kulturne politike programa koji dobijaju javna sredstva, programa koje pokreće lokalna zajednica, umetničke institucije poput muzeja i istraživačkih instituta, do programa privatnih kompanija i javnih neprofitnih organizacija. Svaki naručilac rada u javnom prostoru ga postavlja u svoj okvir, određen svojim strateškim ciljevima i skalom kulturnih vrednosti koje se drži, što realizuje tim da taj rad "postane mesto konflikta" različitih interesa, i deo "priče o tome kako je javna kultura stvaranja i stavljanja u polje javnih nesuglasica", što je u stvari "priča o moći i participaciji u demokratskoj sferi."¹

Istorija umetnosti je od svojih početaka uključivala i istoriju radova smeštenih na javnim mestima. Ali, puko postavljanje radova u spoljašnji prostor, ispred neke javne zgrade, na primer ne znači nužno i neposredno i njihovo postavljanje u sferi "javne umetnosti". Da bi se to desilo, ti radovi moraju da ostvare performativnu ulogu u kolektivnoj imaginaciji i prostornim iskustvima korisnika prostora u kojima su smešteni, i razvijen odnos spram označavajućih praksi u socijalnom i kulturnom miljeu koji oni dele.

Eksperimentalne vizuelne umetnosti, u širokom rasponu od performansa do događaja i hepeninga, instalacija i akcija, prostorno specifičnih intervencija i javnih projekcija, ulične i gerilske umetnosti, participatorne umetnosti i umetnosti koja radi sa lokalnim zajednicama, su tokom celog prošlog veka razvijale strategije prisvajanja javnih gradskih prostora i ostvarenja javne uloge.

Još od prve decenije dvadesetog veka, usvojen je stav da poseta umetničkom muzeju i galeriji pretpostavlja pristup veoma ograničenim formama kulturnog kapitala², i da se neposredne firme demokratije u oblasti kulture, poput onih koje je zagovarao Jozef Bojs /Joseph Beuys/³, ne mogu ostvariti u okviru muzejskog ili galerijskog prostora, ni u klasičnom buržoaskom salonu. Umetnost je stoga počinjala da napušta institucionalne okvire i izlazi u javnosti da bi omogućila opšti pristup sadržajima koje je uvodila u polje kulture i plasirala, ne samo stručnoj, već i opštoj javnosti.

1 Doss, E: *Spirit Poles and Flying Pigs: Public Art and Cultural Democracy in American Communities*, Washington, DC: Smithsonian Institution Press, 1995, p. 11

2 U "Vidovima Kapitala" (*The Forms of Capital*) Pjer Burdije /*Pierre Bourdieu*/ razlikuje tri tipa kapitala: ekonomski (vladanje ekonomskim resursima, kao što su gotovina i materijalna svojina), socijalni kapital (koji je zasnovan na neekonomskim resursima – grupna pripadnost, odnosi, mreže solidarnosti i podrške, uticaja i javnog pritiska), i kulturni kapital (zasnovan na obrazovanju, znanju, veštini akulturacije). Svi oni su na delu u društvenoj reprodukciji, i reprodukciji društvenih nejednakosti – Bourdieu, P: "The forms of Capital", u: Richardson J. G. (urednik): *Handbook for Theory and Research for the Sociology of Education*, New York: Greenwood Press, 1986, pp. 241 – 258

3 Pored svojih aktivnosti stvaranja političkih institucija, kao što su to bile *Studentska partija*, 1967, *Organizacija za neposrednu demokratiju putem referenduma*, 1971, i, zajedno sa Hajnrihom Belom /*Heinrich Boell*/, Slobodnog univerziteta, 1974, Bojs je takođe formulisao teoriju 'socijalne skulpture', istražujući kreativne impulse koji obrazuju umetničko delo, kao potencijalne izvore uticaja na društvenu i političku sferu. Za njega je 'socijalna skulptura' bila svojevrsan kolaborativni projekat koji je nastao kreativnim uključivanjem u neku zajednicu, i on je i skovao moto 'Svako je umetnik', koji se ne odnosi na to da svako može da proizvede neki estetski objekat ili događaj, već da svako može da nađe svoju specifičnu ulogu u stvaranju značenja i vrednosti u okviru umetničkog procesa.

Opšti, javni pristup i opšte javno učešće u umetničkim događajima je bio vrlo čest zahtev mnogih eksperimentalnih i izuzetno radikalnih praksi u području javne umetnosti. “Publiku bi trebalo u potpunosti eliminirati” – bila je jedna od čuvenih izjava Alana Kaprova /*Allan Kaprow*/¹, koji je ušao u istoriju eksperimentalne umetnosti uvodeći formu hepeninga – umesto da proizvodi estetske oblike, on je namerio da provocira situacije u kojima “umetnost i život nisu samo prosto pomešani” već u kojima je “identitet i jednog i drugog postao sasvim neizvestan”². Nasuprot tradiciji ‘umetnosti u javnom prostoru’, koja je samo plasirala umetničko delo opštoj publici koja koristi javne prostore i koja je aktivirala samo u perceptivnom, a ne i u stvaralačkom smislu, on je krenuo u istraživanje interakcije među svim osobama fizički prisutnim u određenim prostornim situacijama, koje su unapred osmišljene za hepening. Te situacije je prosto koristio kao neku vrstu scene za improvizaciju slobodnu od bilo kakvih restrikcija vezanih za poreklo, profesionalnu kompetentnost, socijalni status, način razmišljanja ili grupnu pripadnost.

Za Kaprova, podela između autora i publike koja se sastoji od određenog broja pasivnih posmatrača koji usvajaju kulturne vrednosti preko recepcije umetničkog dela koje je umetnik sam načinio, bila je nešto što je umetnost morala da prevaziđe ukoliko je pretendovala na to na šta su pretendovale tradicije avangarde – da bude emancipatorska i progresivna, otvarajući nove puteve za kulturnu i društvenu teoriju i praksu. Ukoliko su, kao što je to Benjamin pokazao, umetnička dela u doba moderne izgubila svoju *auratsku* funkciju³, i postale sredstvo razmene, postoje dva načina da se ona razmenjuju – putem tržišta, kao roba, ili putem zajedničkih iskustava, kao socijalni medijatori. Kaprov je izabrao drugi način razmene i koristio ga je da bi demokratizovao umetničke prakse.

Kao što je pomenuto Benjaminovo delo, naslovljeno sa *Umetničko delo u doba mehaničke reprodukcije* pokazalo, već u ranom modernizmu je izgubljena granica između autonomnog umetničkog rada i njegovog prostornog, kontekstualnog i društvenog okvira. Umetnici koji su radili na horizontu savremenosti su s toga morali da nađu načina da pozicioniraju sebe i svoj rad uzimajući u obzir ove nejasne granične sfere između teksta i konteksta rada i da desublimiraju svoj položaj u oblasti kulture.

U tom kontekstu, prosto smestiti umetnički rad, koji je izgubio auru, u javni prostor, ne predstavlja ništa više od pukog dizajna – da bi povratio svoju kulturnu i društvenu ulogu, koja se podrazumevala u doba auratske umetnosti, on mora da deluje u svim kontekstualnim slojevima koje su sedimentirane u datom javnom prostoru, i to desedimentirajući ih i otvarajući ih ka novim čitanjima i novim iskustvima. Ispitujući ovu temu u okviru rasprave između ‘umetnosti u javnom prostoru’ i ‘javne umetnosti’, mora se priznati da umetnost u javnom prostoru, kao praksa situiranja umetničkog dela u neki prostorni sklop, treba da evoluirala do javne umetnosti, kao mikropolitike delatnosti u vidu intervenisanja u opštoj javnoj sferi putem različitih umetničkih formi i sadržaja.

¹ Prvi hepening je bilo izvođenje komada pod nazivom *Theater Piece No. 1* Džona Kejdža /*John Cage*/, na Blek Mauntin Koledžu (*Black Mountain College*) 1952. godine, ali je sam naziv bio ustanovljen od strane Alana Kaprova, koji je bio Kejdžov student, i razvio je i izveo komad koji se zvao *18 Happenings in 6 Parts*. Po Polu Šimelu /*Paul Schimmel*/, on je u stvari potpuno promenio način rada koji je Kejdž razvio, i to u sledećem smislu: “Nasuprot Kejdžu, koji je publiku podsticao na učešće motivisan željom da nad njima sprovedi autoritarnu kontrolu, publika u mnogim Kaprovljevim hepeninzima je postala kanalom putem koga se umetnička vizija realizovala.” (Schimmel, P: “Leap into the Void: Performance and the Object”, u : Schimmel, P: *Out of Actions: between performance and the object, 1949-1979*, New York and London: MoCA Angeles – Thames and Hudson, 1998, p. 61f). On je počeo kao slikar, slikajući na platnu, ali je uskoro shvatio da smo, kako je to sam pisao “mi sami oblici (iako toga često nismo svesni). Mi imamo odeću različitih boja; možemo da se krećemo, osećamo, govorimo i da posmatramo druge na različite načine; i stalno ćemo menjati ‘značenje’ rada čineći to. (Kelly, J. (urednik): *Allan Kaprow: Essays on the Blurring of Art and Life*, Berkeley, Los Angeles and London: University of California Press, 1993, p. 11). Razvijajući to nadalje, i ostavljajući učesnicima u hepeningu da razvijaju samo to što je Kejdž sam unapred određivao, on je počeo da hepening istražuje kao “svrsishodnu aktivnost, bez obzira da li je nalik igri, ritualu, ili potpuno kontemplativan”, u okviru koje se može “svirati džez, voditi ljubav, spremati hrana, film može da se projektuje, nameštaj razlupa na komade” (isto, strana 85). Svrshodnost je naglašena da bi se naučila razlika spram nadrealističkih i dadaističkih događaja, koji su naglašavali besmisao i apsurd – ovi su bili osmišljeni kao slavljenje svakodnevnih aktivnosti u rekontekstualizovanom smislu, i stavljenih u službu novog ritualnog organizovanja života.

² Kaprow, A: *Assemblages, Environments and Happenings*, New York: Harry N. Abrams Inc, 1966, p. 189.

³ U Benjaminovoj teoriji, aura umetničkog dela je funkcija dva kvaliteta: njegovog prisustva i kultne vrednosti. Njegovo prisustvo je “njegovo jedinstveno postojanje na mestu gde se nalazi, sasvim autonomno i suvereno”, tako da je “aura konceptualizovana u prostornom smislu kao “jedinstveni fenomen distance, ma koliko da je blizu”. (Benjamin, W: “The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction” u Benjamin, W: *Illuminations*, New York: Schocken Books, 1969, p. 222) kako Benjamin piše, to objašnjava samo činjenica da je kulturna vrednost umetničkog rada u kategorijama vremensko-prostorne percepcije, u okviru koje je nepristupačnost osnovni njen kvalitet, čineći je udaljenom od običnih ljudi putem čuvara koje predstavlja manjina prosvetljenih, i koja kontroliše pristup delu.

Prostorno specifična, kontekstualno specifična i umetnost usmerena ka zajednici

Najčešće korišćena definicija prostorno specifične umetničke prakse je ona koju je Ričard Sera /Richard Serra/ izgovorio pokušavajući da odredi svoju poziciju u javnoj debati vezanoj za pravni slučaj uklanjanja njegove prostorno specifične skulpture nazvane Title Arc (Potpisani luk) iz 1981. On je izjavio sledeće: “premestiti rad znači uništiti ga”¹. Naime, prostorno specifičan rad je stvoren da postoji na određenom mestu i njegova kompozicija je u potpunosti zavisna od načina na koji je on postavljen u dati prostorni sklop – on ne funkcioniše odvojeno od njega. Poreklo osnovne ideje i kasnije projekta koji umetnik realizuje na tom mestu, izvedeno je iz istraživanja same lokacije. Iako taj rad može sadržati skulptorske elemente, on ne može da funkcioniše u galeriji ili u nekom drugom prostornom okruženju na isti način na koji to čini u datom prostoru za koji je izrađeno – on se nikada ne može redukovati na skulpturu galerijskog formata. Prostorno specifičan rad vizuelnih umetnika proizišao je iz minimalizma u likovnoj umetnosti, odnosno preciznije, iz minimalističke skulpture, koju Daglas Krimp /Douglas Crimp/ tumači kao “atak na prestiž umetnika i umetničkog dela”, a u korist posmatračeve “samosvesne percepcije minimalističkog objekta”².

Kako to Krimp sugeriše, već je minimalna umetnost angažovala publiku u vrlo telesnom smislu, uvodeći, kao okvir rada, specifično fenomenološko istraživanje u sferi subjektivnih doživljaja i reakcija publike. To ostaje na nivou formalnih i perceptivnih eksperimenata, ali otvara puteve i za druge, više kontekstualno usmerene prakse. Sa jedne strane, oni se kreću ka istraživanju prostora kao mesta habitacije, rada, ratovanja, turizma i rekreacije, pokušavajući da se pozicioniraju prema tim funkcijama, dok sa druge strane, ove prakse istražuju institucionalne okvire i ekonomsku logiku sveta umetnosti i samog kulturnog sistema. Prostorno specifična umetnost je vrlo brzo postala povezana sa lendažom, procesualnom umetnošću, performans artom, konceptualnom umetnošću, umetnošću instalacije, institucionalnom kritikom, umetnošću koja radi sa lokalnim zajednicama, te je pitanje nerazdvojnivosti rada i lokacije na kojoj se on realizuje redefinisano kao neodvojivost rada od različitih konteksta njegove produkcije, prezentacije i recepcije.

Prostorna specifičnost je izvedena iz istraživanja specifičnih prostora, koja su uključivala, u metodološkom smislu, različite tipove kontekstualizujućih mehanizama, koje su umetnici preuzimali iz oblasti istorije, društvene teorije, strukturalne lingvistike, arhitekture, urbanizma, itd. Umetnici kao Hans Hake /Hans Haacke/, Marsel Bruders /Marcel Brothmans/, Daniel Buren /Daniel Buren/, Mel Bochner /Mel Bochner/ i Majkl Ašer /Michael Asher/ su potpuno zamenili prostornu specifičnost fizičkog rada i tretiranje lokacije kao fenomenološkog procesa, sa jasnim kritičkim refleksijama koje nisu imale nikakve nužne veze sa prostornim aspektima konteksta instaliranja rada. Rečima Benjamina Buhloha /Benjamin Buchloch/, to je označilo kraj klasične modernističke skulpture³ i njenog direktnog uticaja na ‘umetnost u javnom prostoru’.

U interpretaciji umetnika koji su kasnije proizašli iz te tradicije, poput Džozefa Košuta /Joseph Kosuth/, ograničavanje na fizičke i fenomenološke aspekte prostora značilo je istovremeno ograničavanje na njegove bukvalne karakteristike. On je, stoga uveo razlikovanje između bukvalnog i funkcionalnog prostora, stavljajući jači akcenat na kontekstualnu specifičnost⁴. U savremenim debatama, kontekstualna specifičnost je u tolikoj meri zamenila prostornu specifičnost, da su te rasprave postale fokusirane na “pojam zajednice ili javnosti kao prostora i na javnog umetnika kao onoga čiji rad uspostavlja odnos sa problemima, potrebama i usmerenjima koje određuju taj neuhvatljivi i teško odredivi entitet.”⁵

Stoga su tematike poput starosti, okruženja, društvenog isključenja, zdravstvene zaštite, posebnih potreba i međugeneracijskom komunikacijom,

1 Serra, R: “Titled Arc Destroyed”, in *Writings*, Interviews, Chicago: Chicago University Press, 1994, p. 194

2 Crimp, D: *On the Museum's Ruins*, London: MIT Press, 1993, pp. 16-17

3 Buchloch, B: “Michael Asher and the Conclusion of Modernist Sculpture”, u: *Performance Text(s) Documents*, Montreal: Parachute, 1981, pp. 55-65.

4 Kosuth, J: “1975”, u: *Art after Philosophy and After: Collected Writings 1966-1990*, uredio Gabriel Guercio, Cambridge: MIT Press, 1994, p. 134.

5 *But is it Art? The Spirit of Art as Activism*, uredila Nina Felshin, Seattle: Bay Press, Inc, 1995, p. 21

zadobile jednak značaj u umetničkom radu, kao i problemi formalne organizacije i prostornog postavljanja rada u specifičnim institucionalnim i istorijskim konteksima. Umetnici su počeli da rade sa bolnicama, sindikatima, socijalnim centrima, zatvorima i popravnim domovima, kao i sa grupama koje rade sa pojedinim zajednicama, sa omladinskim organizacijama i socijalnim radnicima. Drugim rečima, njihov rad je pomerio fokus od javnog prostora ka javnoj sferi.

Mnogi od savremenih javnih umetnika su bitno umešani u aktuelna kulturna, društvena i politička pitanja i klasične trajne instalacije dela umetnosti u javnom prostoru smatraju za primere 'birokratskog egzibicionizma'¹ koji podržava socijalni i politički status kvo. Za Vodička /Wodiczko/, na primer, privremeni karakter nekog javnog dela, u fizičkom smislu (jedno vreme je radio sa slajd projekcijama na postojeće javne spomenike), čak još više naglašava trajni karakter njihovog uticaja na društveno imaginarno publike: "Ljudi među sobom razgovaraju ispred tog dijaloga (vizuelnog dijaloga slajda i spomenika)... Ljudi pamte šta su videli, i šta su diskutovali, kao i sa kim su to diskutovali... Kada je sve to zapamćeno na taj način, projekcije ostaju i projektovana slika se vidi kao nedostajuća."²

Javna sfera, demokratska sfera, kulturno građanstvo

Kako god da odredili termin javni prostor, dato određenje mora uzeti u obzir kao pravo na javni pristup tom prostoru, tako i pravo na učešće u njegovom korišćenju, na individualnom i na kolektivnom nivou (kao grupa i zajednica). U idealnom smislu, javni prostor bi bio onaj u koji svako ima pravo pristupa bez isključivanja po osnovu ekonomskih i socijalnih kriterijuma i da ga koristi slobodno za bilo kakvu aktivnost koja ne ulazi u konflikt sa pravima drugih grupa i individua koje ga takođe koriste; dok širi smisao uključuje takođe i prostore kao što su kafe, voz ili bioskop, koje svako može da koristi ukoliko plati i pridržava se određenih pravila.

Javni prostori ne uključuju nužno samo urbane agore – na primer, u Norveškoj, Švedskoj i Finskoj tradicionalno je propisano da se priroda i svi prirodni resursi smatraju za javne prostore, po pravilu koje ih svrstava u domen *Allemansrätten*³ (svačijeg prava), i u današnje vreme se uglavnom primenjuju na sferu turizma. Takođe u Britaniji, uglavnom u Škotskoj, na snazi je pravna kategorija zajedničke svojine nad zemljištem ('*common*' ili '*common land*'), što zapravo označava zemlju na kojoj različiti ljudi mogu da ostvaruju neka od tradicionalnih prava, kao na primer da napasaju stoku na njoj.⁴ U savremenom engleskom žargonu, reč '*commons*' označava bilo kakav set resursa koji su od strane zajednice namenjeni za slobodno korišćenje od strane svakog člana, a što uključuje i veliki broj kreativnih kulturnih resursa.⁵

1 Wodiczko, K: "Strategies of Public Address: Which Media, Which Publics?" u Foster, H: (urednik), *Discussions in Contemporary Culture*, Seattle: Seattle Bay Press, 1987

2 Wodiczko, K: "Projection", u: Boss, S. (ed.): *Krzysztof Wodiczko: De Appel*, Amsterdam: De Appel Foundation, 1996, p. 56

3 *Allemansrätten* je švedski način izgovora, na norveškom se to kaže *Allemansretten*, a na finskom *jokamiehenoikeus* (singularni nominativ) ili *jokamiehenoikeudet* (pluralni nominativ). Ovo nikad nije bilo kodifikovano, ali ostaje validno kao običajni zakon koji ne dozvoljava zabranu ulaza u te prostore, niti zahtevanje plaćanja tog ulaza. Odnosi se na kempovanje, sakupljanje plodova, uzimanje vode iz jezera i sa izvora, branje divljeg cveća (osim zakonom zaštićenih vrsta), pečuraka, ili uzimanje divljeg meda, na mestu koje nije građevinsko zemljište, bašta ili plantaža, zatim kupanje ili plovidba prirodnim tokovima i skijanje. Etiketa posedništva nad zemljom koja okružuje *Allemansrätten* predaje se u školama i uopšteno je prihvaćena od zajednice. Više o tome u: Vall D. And Held T: "*Institutional Factors Influencing the Size and Structure of Tourism: Dalarna (Sweden) and Maine (USA)*". *Current Issues in Tourism*, 3(4), 2000, pp. 283-324

4 U petnaestom veku je skoro pola Škotske bilo zajedničko zemljište. Međutim, do sredine devetnaestog veka skoro je sve to nestalo, osim oko 800 administrativnih jedinica, koje danas pokrivaju oko 5.000 km², što je oko 7 odsto kopnenog dela zemlje. Novim zakonom o zemljišnoj reformi, Škotska je 2003. godine vratila prava ruralnim zajednicama na korišćenje mnogo većih oblasti, što je još uvek predmet pravnih rasprava u Škotskoj. Videti: Callander, R.: "*The History of Common Land in Scotland*", *Commonweal of Scotland Working Paper*, 1(1), Caledonia Centre for Social Development, 2003.

5 Mogu se za primer uzeti, The Creative Commons, neprofitna organizacija koja omogućava da se kopirajnt koji ima autor reguliše tako da se omogući korišćenje toga što je njime zaštićeno veoma širokom spektru korisnika bez nadoknade, dok se zadržava kontrola nad korporativnim korišćenjem. Namera je da se izbegnu problemi sadašnjeg sistema kopirajntovanja u pravcu podele informacija. Njihove licence su razvijene na osnovu Open Publication License i GNU Free Documentation License (GFDL), koje su postojale pre njih. GFDL je bio namenjen uglavnom za licence za dokumentacioni softver, ali je takođe korišćen i za nesoftverske projekte kao što je Wikipedia.

Otvoreni karakter javnih prostora za pristup svakog člana društva je naglašen u nemačkom terminu *Öffentlichkeit* (u bukvalnom prevodu otvorenost), koji se koristi da označi "javnu sferu", kao kontekst javnog prostora. U knjizi koju je Jürgen Habermas /*Jürgen Habermas*/, izdao pod nazivom *Strukturwandel der Öffentlichkeit* (Strukturalne promene u javnoj sferi) još 1962. godine, ovaj pojam je zadobio svoje osnovno akademsko značenje, koje je još uvek korišćeno od strane gotovo svih savremenih autora na temu javnih prostora. U tom radu Habermas je opisao trenutak u društvenoj i političkoj istoriji Evrope u kome je buržoazija u nastanku bila u poziciji da se okuplja u različitim javnim prostorima poput salona i kafea, da diskutuje različite teme od javnog značaja i formuliše javno mnjenje o mnogim stvarima u dijapazonu od trgovine do politike, od kulture do društva.

Javna sfera kakvom je znamo je, po njemu, nastala u osamnaestom veku, kao svojevrsna četvrta sfera, različita od porodične, ekonomske i državne sfere, sa moći da posreduje između ostale tri, i ovo značenje je zadržalo aktuelnost u savremenim debatama u ujedinjujućoj Evropi, okružujući pitanja građanstva i identiteta. Kasnije kritike i revizije ovog modela, poput onih od strane Calhouna /*Calhoun*/ iz 1992¹, Frejzera /*Fraser*/ iz 1993², i Hausera /*Hauser*/ iz 1999³, fokusirale su se na ekskluzivnost javne sfere i na zavisnost onih koji u njoj učestvuju od kulturno specifičnih diskurzivnih praksi koje zapravo čine ovu sferu, iako otvorenom u teorijskom smislu, zapravo zatvorenu za svakoga osim malog privilegovanog segmenta javnosti, dok nas, kao što to Mirjam Hansen /*Miriam Hansen*/ tvrdi – nagli razvitak mnogih novih formi javnosti, takodje prisiljava da redefinišemo "prostorne, teritorijalne i geopolitičke parametre javne sfere".⁴

Naime, izbeglica, imigrant i beskućnik ne učestvuju u javnoj sferi koja je određena po modelu buržoaskog kafea, u kome se dijalozi i građanske razmene mišljenja razvijaju ka "racionalnom konsenzusu"⁵. Oni žive u borbi za svoje živote, i dok god se javna sfera određuje u prethodnom smislu, njihovi glasovi su učutkani. Oni čak mogu da ostvare i pravo na građanstvo u administrativnom smislu i formalno pravo da učestvuju u društvenim procesima, ali ono što ostaje neispunjeno je zahtev za kulturnim priznanjem, koje se naziva "kulturnim građanstvom".

Kulturološka razumevanja građanstva istražuju područje sa one strane formalnih pitanja o tome ko ima pravo glasa i pitanja održanja aktivnog civilnog društva, ispitujući čije su kulturne potrebe i prakse priznate, legitimizovane i poštovane, a čije nisu. Kao što to Renato Rosaldo /*Renato Rosaldo*/ tvrdi u svom uticajnom članku pod nazivom "Kulturno građanstvo, nejednakost i multikulturalizam", kulturno građanstvo je kategorija usmerena ka "onima koji imaju potrebu da budu vidljivi, saslušani, kao i potrebu za pripadnošću"⁶, te ima za cilj da omogući vidljivost tih potreba i zahteva, te se u tom smislu koriste ne samo formalni mandati, već i praktične sposobnosti i kompetencije kulturnih radnika i umetnika da ih uključe u kreativni proces i osnaže u kreativnom i stvaralačkom smislu.

Svojevremeno tom, mnogi od postupaka javne umetnosti čine vidljivim činjenice za koje je sadašnji neoliberalni sistem kulture potpuno slep – kulturne i socijalne oblike neuvažavanja koji ne mogu biti svedeni na praktične slučajeve fizičkog zlostavljanja, kao što je to pravo glasa. Ove druge forme neuvažavanja – učutkivanje, marginalizovanje, stereotipizovanje i činjenje nevidljivim – su zapravo mnogo suptilnije i ne manje bolne. One mogu biti otkrivene ispitivanjem toga kojim se jezicima omogućava javno prihvatanje, a kojima ne; koje se istorije uče u školama, a koje ne; koje seksualne aktivnosti su dozvoljene u javnosti bez javnih sankcija, a koje ne itd.

1 Calhoun, C: *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge, Mass: MIT Press, 1992.

2 Fraser, N: "Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy" u Robbins, B. and Social Text Collective (ed.): *The Phantom Public Sphere*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1993, pp 1-32

3 Hauser, G: *Vernacular Voices: The Rhetoric of Publics and Public Spheres*, Columbia SC: University of South Carolina Press, 1999.

4 Hansen, M: "Forward", uvod knjige Negt, O, and Kluge, A: *Public Sphere and Experience*, Minneapolis and London: University of Minnesota Press, 1993, pp 183

5 Đorđo Agamben (Giorgio Agamben) piše da je izbeglica ne samo simptom današnjeg gubitka javne sfere, kao što je to Hana Arendt (Hana Arendt) pisala davne 1943, već "s obzirom na danas nezaustavljiv zalazak nacionalne države i opštu koroziju tradicionalnih političko-pravnih kategorija, izbeglica je danas možda jedina zamisliva slika za ljude našeg vremena i jedina kategorija kroz koju možemo danas da sagledamo... oblike i granice nadolazeće političke zajednice.", u "Beyond Human Rights", Virno, P, and Hardt, M. (urednici): *Radical Thought in Italy*, Minneapolis, Minnesota: University of Minnesota Press, 1996, pp. 159-160a.

6 Rosaldo, R: "Cultural citizenship, inequality and multiculturalism" u: R.D. Torres et al. (urednici): *Race, Identity and Citizenship*, Oxford: Blackwell, 1999, p 260

Sprovodeći istraživanja ove vrste, javni umetnici ispituju kapacitete datog sistema da osigura legitimitet različitih “načina samoostvarenja u okviru nasleđenih kulturnih horizonata datog društva” (izraz Aksela Honeta – *Axel Honneth*)¹, te potom rade na proširivanju tih horizonata koji svojom uskošću proizvode prepreke samorealizaciji isključenih i marginalizovanih. Ovde sledi opis Krištova Vodička, koji komentariše dva svoja projekta tog tipa, koje je izveo u mnogim urbanim okruženjima, da bi osnažio položaj beskućnika i promenio stereotipe o njima (radi se o svojevrsnim vozilima koje je on dizajnirao posebno za i sa beskućnicima u jednom slučaju, te bespravnim imigrantima u drugom, da bi odgovarala njihovim dnevnim potrebama, da bi im potom ta vozila poklonio):

“Ovi projekti imaju psihološku dimenziju, jer oni koji barataju tim vozilima bivaju time legitimisani kao članovi takozvane ‘urbane zajednice’. Oni operišu alatima i instrumentima koji su dizajnirani za njih i sa njima. U ovom društvu, kada neki proizvod biva dizajniran za neke specifične korisnike, ti korisnici bivaju shvaćeni ozbiljno. Čak i kada posmatrači ne razumeju o čemu se tu zapravo radi, oni prepoznaju ozbiljnost tih poduhvata u dizajnu. Korisnici tog dizajna, bez obzira da li su beskućnici, imigranti, ili ljudi bez dokumenata, zadobijaju osećaj da su legitimni kao ljudska bića, putem tog objekta i ljudi im postavljaju pitanja putem te ‘mašine’. Ti objekti su ‘treća strana’ u socijalnoj interakciji, i pomažu da se inicira komunikacija”².

Pravljenje mesta: Javni umetnički rad kao javni prostor

“Bolestan vetar duva kroz naše gradove“, metaforično piše Majkl Sorkin (Michael Sorkin) o smanjenju javnog prostora u savremenim američkim urbanim sklopovima, pripisujući tom ‘vetru’ “moć da nepovratno izmeni karakter gradova kao primarnih mesta demokratije i zadovoljstva”³. Ova anksioznost je nešto karakteristično za čitav talas savremenih teoretičara koji istražuju uticaj neoliberalne ekonomije na život zapadnih zemalja, poput Brenera i Teodora /*Brenner; Theodore*/, koji priču o “eliminaciji, i /ili intenzivnom nadgledanju urbanih javnih prostora“ i “stvaranju novih privatizovanih prostora elite/koorporativne upotrebe”⁴, ili Brus Robins /*Bruce Robbins*/, koji u predgovoru zbornika pod nazivom *Fantomski javni prostor*, čak tvrdi da je otvorenost javnih prostora “sad izgubljeni kvalitet koji smo nekada imali i koji moramo povratiti”⁵. Na nivou svakodnevnog života, to se reflektuje kao masovno povlačenje iz urbanog prostora koji je ostavljen onima koji nemaju svoje privatne prostore u kojima bi boravili, dok se neobavezne šetnje javnim trgovima i ulicama zamenjuju turističkim posetama prostorima koji se brenduju kao drugačiji. Turizam, kao visoko dizajnirana industrija vođena produkcijom znakova, zamenjuje nedostatak javnih prostora proizvodnjom spektakla, oružja i simulacije, vodeći ljude u ono što Ože /*Augé*/ naziva ne-mestima. “Dosta turističkih prospekata sugerise ovo povlačenje, ovo obrtanje pogleda, pružajući potencijalnom putniku unapred gotove slike interesantnih ili kontemplativnih lica, koja u grupi ili samostalno gledaju putem beskonačnih okeana, prelaze pogledom preko snegom obrubljenih planina ili začudnih urbanih pejzaža: oni pružaju putniku njegovu sopstvenu sliku, njegovu anticipiranu sliku, koja govori samo o njemu samome, a nosi neko drugo ime (Tahiti, Alpi d’Huez, Njujork). Putnikov prostor mora stoga biti ne-mesta”⁶. Mehanizam je krajnje jednostavan: mi prostor razumevamo ne tako što ga iskušavamo u realnim životnim situacijama, koje artikulišu segmente prostora kao mesta, već pre putem njihove klasifikacije u funkcionalne kategorije, koje brišu njihovu partikularnost – ove kategorije su, naravno, nikada sasvim funkcionalne, već su ispunjenje stereotipima.

U takvom urbanom okruženju, koje se ispunjava ne-mestima, javna umetnost stiče ulogu ‘proizvodnje mesta’, kao što je to predloženo i elaborirano od strane Ronald Li Fleminga i Renate fon Tšarner /*Ronald Lee Fleming; Renata von Tscherner*/, u njihovoj knjizi pod nazivom *Proizvođači mesta*:

1 Honneth, A: *The Struggle for Recognition: The Moral Grammar of Social Conflicts*, Cambridge, Polity Press, 1995, p. 134

2 Finkelpearl, T: “Interview: Krzustof Wodiczko on Alien Staff”, u: Finkelpearl, T: *Dialogues in Public Art*, Cambridge and London: MIT Press, 2000, pp. 339-340

3 Sorkin, M: “Introduction: Variations on a Theme Park”, u Sorkin, M. (urednik): *Variations on a Theme Park: The New American City and the End of Public Space*, New York: Hill and Wang, 1992, pp. xi-xv.

4 Brenner, N. And Theodore N: “Cities and the Geographies of ‘Actually Existing Neoliberalism’”, u Brenner, N. And Theodore N: *Spaces of Neoliberalism: Urban Restructuring in North America and Western Europe*, Oxford: Blackwell, 2002, p. 24

5 Robbins, B. and Social Text Collective (eds.): *The Phantom Public Sphere*. Minneapolis: University of Minnesota Press. 1993, strana viii

6 Augé, M: *Non-Places: Introduction to an Anthropology of Supermodernity*, London: Verso, 1995, p. 86

stvaranje javne umetnosti koja vam kaže gde se nalazite¹. Istražujući mnoštvo umetničkih radova po javnim prostorima u SAD, od murala do gradskog mobilijara, oni su napravili neku vrstu kompendijuma o tome kako se umetnost i dizajn mogu koristiti da bi se izumeo, povratio, uhvatio ili pojačao jedinstveni karakter određene lokacije ili prostora.

Oni u stvari predlažu upotrebu javne umetnosti kao neku vrstu platforme za stvaranje kulturnih identiteta, a koja bi se mogla koristiti kao oruđe od strane bilo koje grupe ili zajednice, da bi se našao način upisivanja individualnih ili grupnih identiteta i pripadnosti, potreba, želja i fantazija u urbano okruženje koje oni naseljavaju, i kojima su i sami uslovi uslovljeni i definisani.

'Pravljenje mesta' ima za cilj da preokrene proces kognitivnog mapiranja karakterističan za turistički pogled i da omogući produkciju osećaja konkretnog prostora i njegovog položaja u mreži mesta na način koji je Tili /Tilley/ imenovao kao topoanaliza. "Lični i kulturni identiteti su vezani za mesto; topoanaliza je ona analiza koja ispituje stvaranje ličnog identiteta posredstvom mesta", piše Tili u knjizi pod nazivom *Fenomenologija pejzaža*, dodajući da "geografsko iskustvo počinje na nekim konkretnim mestima, od kojih se zahvata kroz prostor do drugih mesta i stvaraju se pejzaži ili regioni ljudskog postojanja".² Potpomaganje procesa zajedničkog korišćenja ovih regiona i zajedničkog konstruisanja drugih, jeste uloga javnog umetnika.

¹ Fleming R. L. And Von Tscharnier, R: Place Makers: *Creating Public Art That Tells You Where You Are*, Boston: Harcourt Brace Jovanovich, 1987, p. 5

² Tilley, C: *A Phenomenology of Landscape*, Oxford: Berg. 1994, p. 15

O projektu

Public Art & Public Space

PAPS PROJEKAT

Nosilac projekta PaPs je Arhitektonski fakultet Univerziteta u Beogradu. Realizacija projekta se sprovodi u saradnji sa programom Percent for Art (New York - *Department for cultural affairs*), a uz participaciju drugih referentnih institucija i nezavisnih eksperata: fakulteti Univerziteta umetnosi u Beogradu, Šumarski fakultet, Sekretarijat za urbanizam Grada Beograda, Sekretarijat za kulturu Grada Beograda, Ministarstvo kulture i medija Republike Srbije i dr.

Predmet ovog projekta su javni gradski prostori odnosno redefinisane odnose prema načinu njihovog oblikovanja i korišćenja. U tom cilju ovaj projekat propagira interdisciplinarno delovanje što šireg dijapazona aktera referentnih za ovu oblast, posebno u pogledu ostvarivanja što tešnje saradnje između umetnika, inženjera i lokalne zajednice.

Međunarodni karakter ovog projekta se ostvaruje realizacijom posebnih projekata koji se vezuju za pojedinačne ključne teme u razvoju i unapređivanju kvaliteta življenja u Beogradu uz učestvovanje eksperata iz zemlje i inostranstva i studenata Beogradskih univerziteta.

Generalni cilj ovog projekta je uspostavljanje novih rutina u procese oblikovanja javnih gradskih prostora u nas kroz interdisciplinarni pristup saradnje javne umetnosti i urbanog dizajna, koristeći nove metode koje se u svetu uspešno primenjuju u ovoj oblasti.

Pored afirmacije interdisciplinarnosti različitih oblasti koje se bave promišljanjem gradskog prostora, ovaj projekat ima još jedan vrlo značajan cilj - edukaciju novih generacija dizajnera gradskog prostora koji će multidisciplinarni pristup prihvatiti i upražnjavati u svom budućem profesionalnom delovanju. U tom cilju ovaj projekat je izvanredna osnova za saradnju različitih fakulteta i univerziteta.

Benefiti PaPs-a

- Integracija umetnosti u proces planiranja i oblikovanja javnih gradskih prostora u cilju uspostavljanja jednog novog okvira za vrednovanje i unapređenje javnih prostora Beograda,
- Aktiviranje i uključivanje lokalne zajednice i upravljačkih gradskih struktura u procese dizajna javnih gradskih prostora koji su u njihovoj ingerenciji i koje svakodnevno koriste, a u cilju postizanja rešenja koja odgovaraju njihovim stvarnim potrebama,
- Evaluacija i unapređenje prostora koji budu izabrani za poligon akcije, te formiranje inicijalne baze podataka koja predstavlja osnovni input za dalje delovanje,
- Aktiviranje prostora koji imaju zajedničke potencijale za razvoj kulture, istorije i reprezentativnije slike grada, odnosno realna provera mogućnosti remodelacije izabranih poligona u datu svrhu,
- Edukacija - formiranje edukativnih alata za obrazovanje budućih poslenika u oblasti dizajna javnih gradskih prostora.

Metodologija

Proces interdisciplinarnog dizajna javnih gradskih prostora poštuje dizajnerska znanja i veštine svih komplementarnih profesija koje saraduju u cilju inicijacije i realizacije projekata od značaja za grad.

Hijerarhija disciplina nestaje!

Ovaj metod je istovremeno star i nov. On se razvija na tragu *Beaux-art* tradicije a u USA WPA metoda javnog dizajna.

Tradicija koja u oblasti uređivanja gradova postoji u USA poslužila je kao inicijalna osnova za PaPs. U USA, *public art* se često koristi sa svrhom pojačavanja efekta urbanog dizajna sa ciljem da se umetničkim odgovorom na karakteristike lokacije omogući njeno sagledavanje i doživljavanje na novi način. Umetnici sarađuju na projektima infrastrukture javnih objekata sa arhitektima, urban-dizajnerima i inženjerima u realizaciji njihovih projekata. Takođe, u SAD je razvijena tradicija učešća lokalne zajednice u projektima od javnog značaja. U radu na projektima profesionalci istražuju kako korisnici koriste ili doživljavaju prostor i šta bi želeli da u njemu vide. Ova komunikacija informiše dizajnersku viziju i pomaže u dizajnu novog mesta ili redizajnu starog, bez poništavanja tradicije ili istorije sa kojom je mesto povezano.

KONTAKT

Public Art & Public Space

Arhitektonski fakultet
Univerzitet u Beogradu

Poštanska adresa:
Bulevar Kralja Aleksandra 73/II
11000 Beograd, Srbija
Telefon:
+381 11 3218766
Elektronska pošta:
Informacije:
info@publicart-publicspace.org

Media Sektor:
media@publicart-publicspace.org
Webmaster:
webmaster@publicart-publicspace.org
www.publicart-publicspace.org



ACADEMICA - Akademska grupa

 **academica**

open  theatre

ACADEMICA – Akademska grupa je nezavisna i neprofitna *think tank* tj. istraživačka i razvojna organizacija i istovremeno grupacija više razvojnih platformi, organizacionih i programskih entiteta za neprofitnu ekonomiju i kreativni sektor. Akademika je po sastavu složena asocijacija koja okuplja stručnjake humanističkih, društvenih i primenjenih nauka, umetnike i kreativce sa ciljem da sinergijski deluju na polju javnih politika. Jedina je organizacija tog tipa u Srbiji koja se sistematski i sveobuhvatno bavi fenomenom kreativnih industrija, odnosno kreativne ekonomije. Akademika razvija istraživačke, razvojne i produkcijske projekte koji su postavljeni interdisciplinarno i autonomno, kao posebne platforme za razvoj strateške teme ili strategijskog mišljenja i istraživanja.

Academica Group / Akademska Grupa razvija autonomne i održive programe, kao otvorene platforme za mobilizaciju i sinergijski rad ljudi koji dele slična uverenja i imaju istu potrebu za društvenim angažmanom koji nije ideološki ili politički motivisan. Otuda, Akademska grupa podrazumeva razvoj više nezavisnih programskih platformi, istraživačkih i razvojnih centara, organizacijskih celina, koji su postavljeni samostalno ili u saradnji sa nezavisnim stručnjacima ili drugim organizacijama, odnosno u saradnji sa javnim, privatnim i građanskim sektorom. Otuda je Akademska Grupa grupacija autonomnih entiteta, koji se u svojevrsnom inkubatoru Akademike razvijaju samostalno i u skladu sa svojom užom misijom, istovremeno delujući prema opštoj misiji Akademske Grupe.

Programi Akademike:

Mad Marx – istraživanje, razvoj i promocija kreativnih industrija; razvoj poslovnih ideja u neprofitnom sektoru; kreativna rešenja,

E761 – lokalni kreativni razvoj i interkulturalna i prekogranična saradnja,

Res Publica – razvoj otvorenog kreativnog društva i društva znanja; izgradnja institucija,

Open Arc Theatre – unapređenje i zaštita prostora, urbana regeneracija i ruralni razvoj,

SET – istraživanje, razvoj i promocija digitalnih medija i politika.

Pomoćne interdisciplinarnne platforme: O2 – Obuka & Odluka i Dositheus. O2 razvija programe obuka za neprofitni, javni i kreativni sektor a Dositheus je platforma za učenje na daljinu.

Open Arc Theatre je strateški program Akademike sa misijom istraživanja, afirmisanja i unapređenja kulture prostora. Promoviše prostor kao mesto za podsticanje razvoja društva, očuvanje prirodnog balansa i zasnivanje koncepta održivog razvoja, isticanje i zaštitu kulturnih diverziteta, otvaranje interkulturalnog dijaloga svih na jednom prostoru, kao i njegovom kreativnom dopisivanju, rastu i pozicioniranju u odnosu na parametre vremena, kultura i trendova rasta i razvoja.

Segmenti programa Open Arc Theatre su Repopeja, Avangrad i Teatar van kutije. Prvi je okrenut - u fizičkom prostoru i pitanjima ruralnog/ekološkog razvoja, a u imaginarnom prostoru - poetskom i epičkom, odnosno politici sećanja, istoriografiji i etnografiji kroz najširi interkulturalni dijalog. Avangrad tretira urbanitet, odnosno urbani razvoj, regeneraciju i urbani dizajn, savremenost. Teatar van kutije je prostor stvaranja, interpretacije i imaginacije.

www.academica.rs i www.academica.rs/oat (Open Arc Theatre)

www.madmarx.rs

www.e761.org

SADRŽAJ

Metodološki okvir za Public Art	(11)
Javna umetnost u javnom prostoru	(16)
Strateški koncepti institucionalizacije Public Art-a u Užicu	(20)
Identifikacija lokaliteta (Inventarisanje i identifikacija)	(31)
Realizacija projekta Public Art-a	(139)
Javna umetnost	(167)
O projektu PaPs	(179)
Academica - Akademska grupa	(181)

UMETNOST U JAVNOM PROSTORU

Ekspertska studija prostorne provere užeg gradskog jezgra Užica (2006-2011)

Autor projekta i priređivač publikacije Zoran Đukanović

Izdavač

ACADEMICA – Akademska grupa
Program Open Arc Theatre
Edicija Avangrad, knjiga peta
Beograd, 2011.

Za izdavača
Veselin Vasiljković

Recenzenti
dr Darko Radović
dr Jelena Todorović

Redakcija
Zoran Đukanović
Aleksandar Bobić
Milica Apostolović
Branislav Mihajlović
Aleksandar Đerić
Veselin Vasiljković

Obrada teksta i prelom
Milica Apostolović
Branislav Mihajlović

Dizajn
Uroš Savić

Štampa
Digital Art, Beograd



swiss cultural programme
in the western balkans



CIP - Каталогизacija u publikaciji
Narodna biblioteka Srbije, Beograd

725.822.5(497.11)(082)
711.57(497.11)(082)

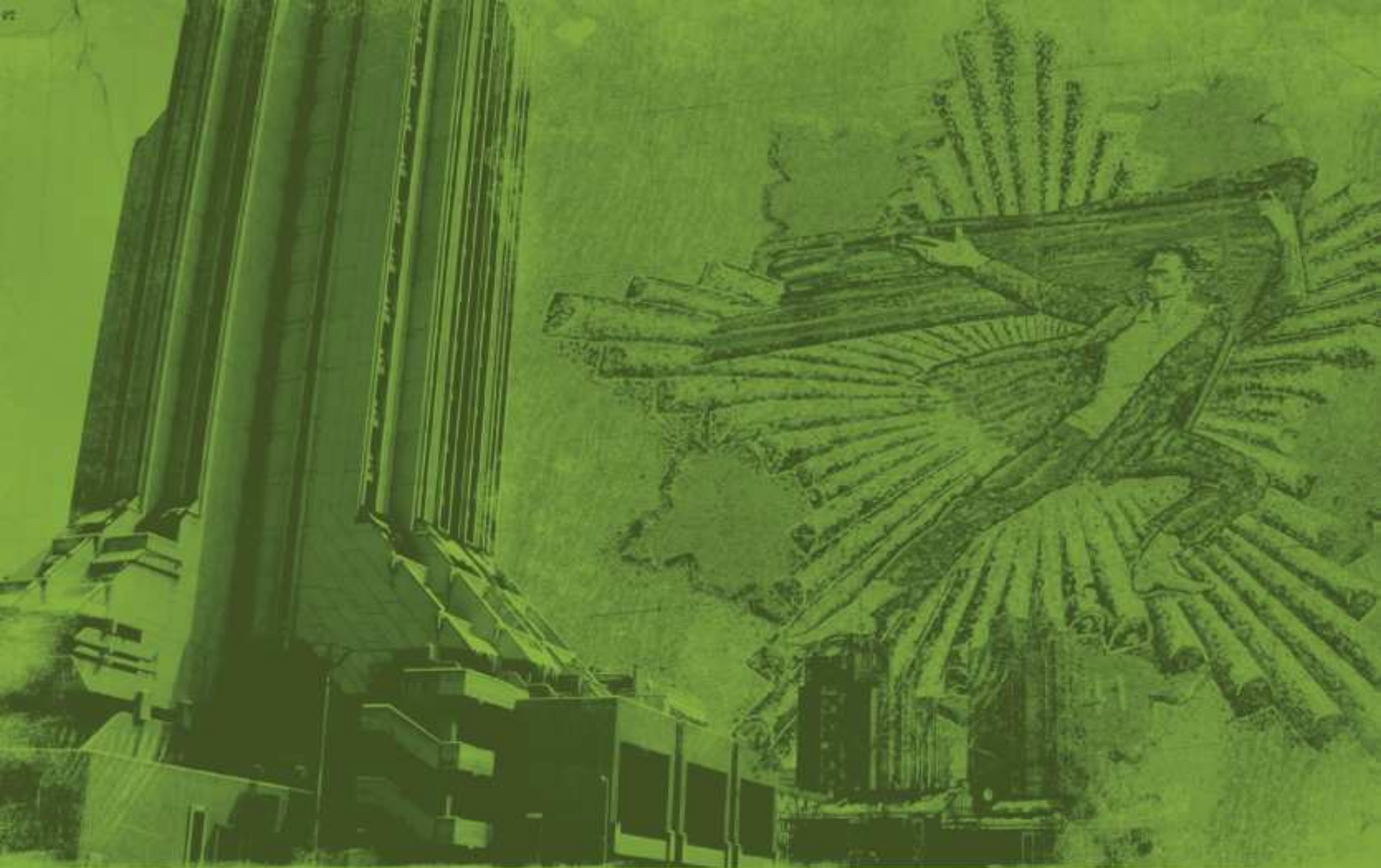
UMETNOST u javnom prostoru : ekspertska studija prostorne provere užeg gradskog jezgra Užica za potrebe umetničke produkcije u javnom prostoru / [autor projekta i priređivač publikacije Zoran Đukanović]. - Beograd : Academica - Akademska grupa, 2011 (Beograd : Digital art). - 186 str. : ilustr. ; 25 cm

Tiraž 100. - Napomene i bibliografske reference uz tekst.

ISBN 978-86-88835-01-5

a) Урбани дизајн - Зборници b) Изложбени простори - Ужице - Зборници c) Ужице - Урбанизам - Зборници
COBISS.SR-ID 188187148

Sva prava izdavača su zadržana. Mišljenja izneta u ovoj knjizi su mišljenja autora i ne odražavaju nužno stavove izdavača i donatora. Ovo izdanje realizovano je sredstvima Programa E761 uz podršku Švajcarskog programa za kulturu na Zapadnom Balkanu (SCP) i Grada Užica.



 **academica**

 **scp**

europa cultural programme
in the western balkans