

Natječaj za dizajn vizualnog identiteta Grada Vodnjana

Strategija vizualnog identiteta Grada Vodnjana

Uvod

Pojam i praksa identiteta danas u teorijskom i životnom smislu imaju nedvojbeno multidisciplinarno značenje, odnosno - i preciznije - identitetske politike, strategije i taktike više nisu samo dio kulturne povijesti nego i mogućnost projektiranog djelovanja u društvu, a ponajprije u svrhu prepoznavanja, označavanja i ritualnog usvajanja određenih vrijednosti koje zajednica ima ili tek želi razviti kao svoj sociokulturni kapital. Pritom je vrlo važan moment participativnosti, odnosno udjela individualnog identiteta u identitetu zajednice, dakle ono što se u nekim komunikacijskim vještinama prepoznaje kao "interna javnost". Od tog udjela kojeg se može opisati i kao relacija Ja i Mi, odnos pojedinca i zajednice, ovisi semiotički potencijal svake identitetske situacije i ona je kao takva prepoznatljiva i u Istri, uz već utemeljenu svijest o multietničnosti tog kulturnog prostora. Stoga svako projektiranje identiteta, kako vizualnog tako i bilo koje druge vrste, mora voditi računa o tim aspektima komunikacije u zajednici, jer je jednako važno kako će taj projekt prihvatiti sama zajednica kao i to kako će projekt funkcionirati prema svakome kojega se novostvorenim komunikacijskim sustavom "cilja".

Pozicioniranje

Zatečeni identitet Grada Vodnjana / Vodnjanštine definira urbana samosvijest porijeklom još iz vremena kada je Vodnjan bio veći od susjedne Pule, a s druge strane, migracije i transformacije identiteta useljeničkih grupa. Vodnjanština se tako danas u svom simboličkom predstavljanju oslanja na svojevrstne kulturne zajedničke nazivnike, što treba uzeti u obzir pri izradi prijedloga vizualnog identiteta.

Međutim, uloga vizualnog identiteta Vodnjanštine je ne samo uklopiti se u zadani kontekst, nego i nadograditi ga, obogatiti i pokrenuti u smislu aktualiziranja novih mogućnosti.

Kao aktivni element razvoja, vizualni identitet bi trebao biti značajan doprinos pozicioniranju Vodnjana kao "...Grada po mjeri čovjeka koji svoju budućnost vidi u atraktivnoj turističkoj destinaciji prepoznatljivoj po bogatoj kulturnoj i prirodnoj baštini i tradiciji ruralnih prostora." (iz 'Strategije razvoja grada Vodnjana 2007. - 2012.')

Imidž kreiran u skladu s navedenom vizijom djelovao bi kao element društvene kohezije i identifikacije te izravno i neizravno utjecao na rast vrijednosti bitnih za razvoj Grada.

Vizualni identitet Grada Vodnjana bit će krovni identitet cijelog prostora Grada i u tom smislu treba biti predviđen njegov modularni karakter ili primjena u osnovnoj i proširenim varijantama kada se uvode imena drugih mjesta Vodnjanštine. Specifični zahtjevi koji će se pojaviti u implementaciji uključuju i:

- Podršku razvoju visokokvalitetnih poljoprivrednih proizvoda (maslinovo ulje i vino) u smislu njihovog prepoznatljivog brandiranja
- Olakšavanje zajedničkog istupanja i prezentacije malog i srednjeg poduzetništva
- Označavanje i vizualni doprinos prostoru bogatom mnoštvom očuvanih i raznolikih kulturno povijesnih spomenika i nematerijalnom kulturnom baštinom
- Doprinos stvaranju društveno institucionalnog okruženja
- Doprinos formiranju svijesti javnosti o viziji i prioritetima strategije razvoja Grada
- Kulturno zastupanje i povezivanje raznorodnih elemenata u složenoj multikulturalnoj sredini

SWOT analiza

SNAGE (PREDNOSTI)

- visokokvalitetni lokalni proizvodi koje je moguće prepoznatljivo brandirati
- ljudski resursi / znanje i kultura rada
- dobar strateški položaj za samopromociju i blizina tržišta
- trend rasta u malom i srednjem poduzetništvu otvara prostor rastu produkcije
- mnoštvo raznolikih kulturno povijesnih spomenika i bogata nematerijalna kulturna baština
- ustaljena turistička sezona
- relativno velik broj specijaliziranih sezonskih manifestacija
- plurikulturalnost - dobre veze s regijama u inozemstvu

SLABOSTI (NEDOSTACI)

- nedovoljna prepoznatljivost područja Grada Vodnjana
- nedostatna kvaliteta turističkih proizvoda
- visok stupanj sezonalnosti
- gospodarski neujednačeno razvijen prostor
- neujednačen stupanj aktivnosti nacionalnih manjina
- nerazvijene ustanove u kulturi i gradske funkcije

PRILIKE (MOGUĆNOSTI)

- partnerstvo u ostvarivanju
Imajući na umu uzlazni gospodarski trend i vrijedne ljudske resurse kao komparativnu prednost Vodnjanštine, implementacija dobro projektiranog rješenja vizualnog identiteta trebala bi biti uspješna srazmjerno stupnju prihvaćenosti u javnosti. Dobro prihvaćanje novog vizualnog identiteta može se osigurati upoznavanjem interesnih strana i građana sa svim prednostima sređenog imidža Grada kao elementa dugoročnog prosperiteta.
- brojne specijalizirane manifestacije mogu se iskoristiti za stvaranje pozitivnog ozračja i najavu uvođenja jedinstvenog vizualnog identiteta
- dobre prometne i kulturne veze, kao i postojeća razina (sezonskog) turizma prilika su za efikasnu promociju i izgradnju imidža koji bi trebao djelovati na opću razinu razmjene, od kulturne do gospodarske
- uvođenje oznaka geografskog porijekla / oznaka izvrsnosti na tradicionalne proizvode djelovalo bi na konkurentnost
- pozicioniranje Grada Vodnjana kao grada tradicije (organiziranom valorizacijom prirodne i kulturne baštine te tradicije u poljoprivredi)

PRIJETNJE (OPASNOSTI)

- nedosljednim angažmanom u provedbi, implementacija vizualnog identiteta, samopromocija i izgradnja imidža izbljedit će pred starim, konfuznim obrascima
- nametanje bez pripreme javnosti (PR aktivnosti, rasprava o viziji razvoja Grada i dr.) može rezultirati slabim prepoznavanjem vizualnog identiteta među stanovništvom

Susreti u Vodnjanu / Incontrarsi a Dignano

Obilazak Vodnjanštine, predavanja i diskusije zamišljene su kao zajedničko postavljanje osnova za razvoj autorskih prijedloga rješenja vizualnog identiteta i kreativne strategije implementacije grafičkih standarda.

Predavači, predstavnici Grada i Udruge/Associazione "Kontrada", kao i članovi Ocjenjivačkog suda upoznat će radne timove s temama relevantnim za promišljanje i pristupanje izradi prijedloga vizualnog identiteta, odnosno zajedno s timovima otvoriti pitanja i rasvijetliti eventualne sporne točke u strategiji razvoja identiteta u skladu s usvojenom strategijom razvoja Grada Vodnjana.

'Susretima' bi trebala prethoditi individualna istraživanja autora i analiza postojećeg stanja. Za vrijeme diskusije svaki od autora trebao bi dobiti priliku uspostaviti kontakt s naručiteljem i ostvariti uvid u kontekst u kojem će natječajni vizualni identitet funkcionirati, odnosno uvid, u uvjetno rečeno, ciljnu skupinu. Nakon 'Susreta' svaki od sudionika bi trebao imati vlastito viđenje kreativne strategije i kreativni brief na temelju kojeg će pristupiti rješavanju problema osmišljavanja i prijedloga implementacije vizualnog identiteta.