

Zaklada Hrvatska kuća raspisuje, a Hrvatsko dizajnersko društvo provodi Javni natječaj za dizajn vizualnog identiteta Zaklade Hrvatska kuća — Croatia House

PROJEKTNI ZADATAK

Uvod

Osnivanje Zaklade 'Hrvatska kuća' odgovor je na potrebu za izgradnjom i održavanjem prepoznatljive međunarodne slike hrvatske kulture u cjelini, odnosno za pojačanim radom na predstavljanju i promociji kako suvremene umjetničke scene – književnosti, glazbe, filma, vizualnih i scenskih umjetnosti, dizajna i arhitekture, tako i baštine, jezika i znanosti na cjelovit način i kroz jedinstvenu instituciju.

Zaklada 'Hrvatska kuća – Croatia House', osnovana od strane Vlade RH, ustanovljena je 1. siječnja 2014., kada je na snagu stupio Zakon o Zakladi usvojen od strane Sabora RH.

Zaklada može osnivati kulturna predstavništva, kulturne centre i druge neprofitne pravne osobe u inozemstvu, pri diplomatsko-konzularnom predstavništvu RH. Osim toga, zaklada je punopravna članica mreže međunarodnih kulturnih instituta zemalja članica Europske unije EUNIC, što joj omogućava programsko umrežavanje na međunarodnoj razini.

Namjera Zaklade HK je intenzivirati regionalnu i vanjsku politiku drugim sredstvima s ciljem unapređenja bilateralnih odnosa s drugim državama putem promocije hrvatske kulture, umjetnosti, jezika i kulturne baštine u svijetu. Osnivanjem Zaklade, dosadašnja raspršenost djelovanja oko promicanja hrvatske kulture (Ministarstvo kulture, Ministarstvo vanjskih i europskih poslova te posebni programi Ureda za Hrvate izvan RH) objedinjuje se pod jednom krovnom organizacijom. Sinergijom djelovanja, prvenstveno Ministarstva vanjskih i europskih poslova (MVEP) i Ministarstva kulture (MK) te koordinacijom i korištenjem postojeće diplomatske infrastrukture, cilj je povisiti učinkovitost i kvalitetu programa kulturne promidžbe, istovremeno racionalizirajući korištena sredstva. Odlučeno je da Hrvatska kuća neće stvarati nove troškove za iznajmljivanje novih prostora, niti biti mjesto za nova zapošljavanja te je predviđeno korištenje postojeće infrastrukture MVEP-a u prostorima diplomatsko-konzularnih predstavništava RH u inozemstvu, uz angažman postojećih diplomatskih djelatnika.

Redoslijed pokretanja hrvatskih kuća ovisit će o vanjskopolitičkim prioritetima i interesima RH, kao i o prostornim, kadrovskim i financijskim mogućnostima. Zamišljeno je da se s uspostavom hrvatskih kuća krene u zemljama iz okruženja RH (regija) te da se zatim proširi na europske zemlje (članice EU), a nakon toga i na ostale zemlje, u skladu s interesom RH.

Tema i predmet natječaja

'Hrvatska kuća' bit će jasno označena fokusna točka za suradnju u području kulture pri diplomatsko-konzularnom predstavništvu RH. Vizualni identitet 'Hrvatska kuća – Croatia House' pratit će svaku aktivnost Zaklade sa svrhom predstavljanja cjelovite hrvatske kulture, kako povijesnog nasljeđa tako i suvremenih dostignuća, trendova i to posebno onih koji su vezivno tkivo to jest uspostavljaju povijesni kontinuitet u hrvatskoj kulturnoj matrici, kao i onih koji povezuju hrvatsku kulturu s kulturnim kontekstom u kojem se ona predstavlja.

Cilj identiteta 'Hrvatska kuća – Croatia House' je uspostaviti vizualnu i perceptivnu okolinu povoljnu za predstavljanje, promociju, upoznavanje i afirmaciju kulturnog sadržaja s kojim će projektirani identitet biti u stalnoj bliskoj interakciji, kao i pružiti adekvatan okvir za provođenje međunarodne kulturne politike RH u skladu s budućim strategijama razvoja kulture.

Pojavljujući se u manje ili više ekskluzivnom odnosu prema pojedinom kulturnom sadržaju (predstavljanje programa ili selekcije, predstavljanje izdvojenog odnosno naglašenog kulturnog sadržaja), vizualni identitet će činiti jedinstvenu kognitivnu cjelinu s predstavljenim sadržajem i istovremeno biti ključ najjednostavnije razine njegovog tumačenja, oznaka pripadnosti programu i/ili aktivnosti Hrvatske kuće. Kontekst pojavljivanja „uz bok“ vrhunskim suvremenim i povijesnim djelima i autorima, kao i odgovornost za uspostavljanje prve konzistentne slike o hrvatskoj kulturi u brojnim zemljama u kojima ona još nije izgrađena, određuju visoke zahtjeve na koje vizualni identitet Zaklade treba odgovoriti – na razini promišljanja koncepta, strukture identitetskog sustava, komunikacije i oblikovanja.

Kontekst: međunarodna kulturna suradnja do osnivanja Zaklade Hrvatska kuća – Croatia House

Hrvatska kuća, kao jedinstvena krovna institucija za provođenje međunarodne kulturne politike RH, predstavlja nastavak kontinuiteta uspostavljenog pri Međunarodnoj kulturnoj suradnji Ministarstva kulture RH i objedinjavanje svih drugih pojedinačnih aktivnosti na planu međunarodne kulturne suradnje poduzimanih od strane različitih subjekata državne uprave.

Jedan od prioriteta u djelovanju Međunarodne kulturne suradnje pri Ministarstvu kulture je pružanje podrške umjetničkom stvaralaštvu, koje se očituje financiranjem produkcija, podrškom suradnji, umrežavanju i mobilnosti, intersektorskom suradnjom s turizmom, znanosti, obrazovanjem, gospodarstvom, poduzetništvom i vanjskim poslovima, poticanjem inovativnih i progresivnih praksi i njihove afirmacije u kulturnom i u širem socijalnom kontekstu, radom na pozicioniranju kulturnog sektora na međunarodnoj sceni te intenziviranjem kvalitetne komunikacije unutar regije.

Prioritet je i poduprijeti proces demokratizacije sektora kulture i kreativne edukacije, a bitne ciljeve u tom smislu predstavljaju edukacija na svim razinama s ciljem širenja polja umjetničkog obrazovanja, participacije publike, stvaranja nove publike kao i nove stvaralačke baze.

Sustavno se radi na povećavanju sredstava iz programa EU Kreativna Europa 2014.-2020. za projekte hrvatskih kulturnih organizacija te povećanju broja i diversifikaciji programa međunarodne kulturne suradnje, kao i na povećanju broja hrvatskih dobara na UNESCO-vim popisima i stalnoj prisutnosti u programskim i radnim tijelima UNESCO-a.

Kako bi stekli točniji dojam o karakteru i budućem djelovanju Zaklade Hrvatska kuća – Croatia House, preporučamo natjecateljima upoznavanje s relevantnim primjerima programa i aktivnosti Međunarodne kulturne suradnje pri Ministarstvu kulture provedenih u proteklom periodu, o kojima više mogu saznati na stranicama Ministarstva (<http://www.min-kulture.hr>), a od kojih neke navodimo u nastavku:

— organizacija i izvođenje festivala hrvatske kulture održanih u zemljama domaćinima – Croatie la Voici (2012.-2013.), Kroatien Kreativ Festival (2013.), Welcome Croatia Festival (2013.), Culturescapes Balkan (2013.)

— program edukacije za kulturne menadžere i producente kroz Devos Institut za kulturni menadžment

— redovna godišnja sudjelovanja na Sajmovima knjiga (Leipzig, Frankfurt, London, Bologna), međunarodnim manifestacijama (Venecijansko bijenale, Praško kvadrjenale) i sastancima radnih grupa (na primjer sudjelovanje u radu OMC radne skupine – Kreativne industrije, Mobilnost, Programi umjetničkih rezidencija, Kulturna raznolikost i interkulturni dijalog)

— podrška realizaciji rezidencijalnih programa: Eastern European Residency Exchange, Arts in General u New Yorku, programima za likovne umjetnike u Parizu (Cité Internationale des Arts) te razmjeni umjetnika između Akademie Schloss Solitude iz Stuttgarta i Zagrebačkog centra za nezavisnu kulturu i mlade

— sudjelovanje u multilateralnim programima za umjetnike i djelatnike u kulturi, koji potiču razvoj interkulturnog dijaloga i kulturne raznolikosti u sklopu međunarodnih organizacija i asocijacija te nevladinih organizacija (Vijeće Europe, Europski audiovizualni opservatorij, EURIMAGES, Međunarodna mreža kulturnih politika – INCP, Unija za Mediteran – Zaklada Anna Lindh – ALF, Fondation Roberto

Cimetta)

— sudjelovanje u programima suradnje u sklopu regionalnih inicijativa i asocijacija koje ističu specifičnosti Hrvatske kao srednjoeuropske i mediteranske zemlje (Srednjoeuropska inicijativa – SEI, Savjet ministara kulture JIE, Jadransko–jonska inicijativa, Radna zajednica Alpe–Jadran, Forum slavenskih kultura, Kvadrilateral).

Zahtjevi

Vizualna komunikacija Hrvatske kuće treba pružiti podršku i podlogu za afirmaciju bogatstva stvarne suvremene produkcije i zatečene baštine u njenom pluralitetu, bez nastojanja da je pojednostavljuje, uređuje ili pokušava svesti predodžbu o hrvatskoj kulturi u konačni oblik koji ne izrasta iz same kulturne aktivnosti. Prilikom osmišljavanja vizualnog identiteta treba uzeti u obzir njegov izvanredan doseg i ponekad iznimno osjetljiva područja primjene. Rješenje treba biti projektirano s kapacitetom za predstavljanje raznolikog kulturnog sadržaja, nad kojim vizualni identitet ne smije dominirati, nego ga treba podržavati. Natjecatelje potičemo na studiozno promišljanje i predlaganje argumentiranih koncepata u skladu s vizijom hrvatske kulture kao pokretača razvoja, a interkulturalnosti kao trajne i odgovorne povezanosti društava u interakciji.

Kriteriji vrednovanja rješenja

Prilikom ocjenjivanja pristiglih radova, Ocjenjivački sud vrednovat će idejna rješenja koja suvereno reprezentiraju visoke strukovne standarde, pokazuju promišljenost u pristupu natječajnoj temi, nude sređeni identitetski sustav s kapacitetom za brojne raznorodne primjene, rješenja koja reinterpetiraju tradicionalne elemente, teme i forme na nov i komunikativan način te jednako dobro funkcioniraju u tradicionalnim kao i u novim medijima, u koje se ne prenose inertno, već pokazuju izvornu oblikovnu usklađenost s njihovim tehnološkim mogućnostima. Pozitivno će biti ocijenjena i mogućnost prilagodbe, mutacije predloženog rješenja s ciljem stvaranja kontekstualne veze s kulturnim okruženjem unutar kojega će Hrvatska kuća djelovati. Ocjenjivat će se kako primjenjivost i logičnost, tako i inovativnost i originalnost rješenja.

Sadržaj natječajnog rada

Natječajni rad treba sadržavati prezentaciju idejnog rješenja vizualnog identiteta Zaklade Hrvatska kuća – Croatia House i prateće tekstualno obrazložene predloženog koncepta. U prezentaciju idejnog rješenja obavezno treba uključiti:

- 1. Prikaze svih elemenata vizualnog identiteta predstavljenih u karakterističnim odnosima,**
- 2. Primjere primjene vizualnog identiteta (do 15 relevantnih primjera)** među kojima obavezno:
 - najmanje 3 primjera primjene na tiskanom materijalu prema izboru autora (na primjer naslovnica kataloga izložbe, programska knjižica manifestacije, brošura o djelatnosti, plakat)
 - najmanje 2 primjera primjene na standardnim formatima oglašavanja (prije i za vrijeme trajanja kulturne manifestacije)
 - najmanje 2 primjera primjene u digitalnom mediju (naslovnica web sjedišta i dodatni primjeri prema izboru autora, na primjer elektronički newsletter, karakteristični kadar promotivnog tv spota)
 - najmanje 2 primjera primjene u prostoru (obavezno: natpisna ploča, dodatni primjeri prema izboru autora, na primjer identifikacija prostora Hrvatske kuće unutar diplomatsko-konzularnog predstavništva, nastup na manifestaciji ili sajmu, pozadina za press konferenciju)

Detaljne upute za pripremu i predaju natječajnih radova nalaze se u Općim uvjetima natječaja.