

**Neki performansi su za
KONTEJNER.**



Pioniri progresivne umjetnosti

U vremenu kada u medijima i javnosti dominiraju politički i društveni skandali, KONTEJNER podsjeća na pravu ulogu umjetnosti – **preispitivanje, kritiku i pomicanje granica.**

Udruga odgovara na aktualne društvene kontroverze provokativnom kampanjom „**Neki performansi su za KONTEJNER.**“



PR kampanja koja preispituje granice umjetnosti i društvenih fenomena

IZAZOV: ciljne skupine nisu dovoljno upoznate s radom, izvedbeno-izložbenim prostorom i programom udruge, što ograničava njezin doseg

CILJ: pozicioniranje KONTEJNERA kao epicentra progresivne umjetnosti s prostorom u napuštenom kompleksu kultnog Vjesnika, kroz **progresivnu kampanju za progresivne članove društva** kako bismo ih zaintrigirali i motivirali da nam se pridruže

FOKUS KAMPANJE: upoznavanje ciljnih skupina s postojanjem udruge te nadolazećom izložbom Guya Ben-Aryja i njegovog revolucionarnog bio-art rada *CellF*, gdje mozak postaje instrument, a znanost i umjetnost se stapaju u jedinstvenu zvučnu instalaciju

Tko?

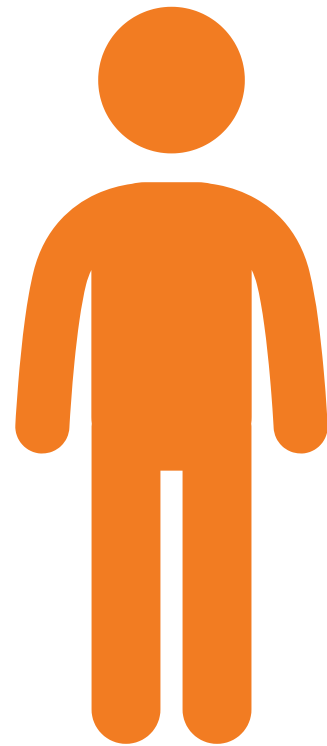
CILJNA SKUPINA

Oni koji razmišljaju **progresivno**

LJUBITELJI KULTURE I
NEZAVISNE SCENE



UMJETNICI
I KREATIVCI



STUDENTI I AKADEMSKA
ZAJEDNICA



URBANA
PUBLIKA



ZNANSTVENICI I
TEHNOLOŠKI INOVATORI





Kako?

Provokativnim plakatima

Kampanja „Neki performansi su za KONTEJNER.“ koristi **diptih plakate** kao **ključni komunikacijski alat**.

Prvih tjedan dana grad je oblijepljen plakatima poznatih društvenih kontroverzi - političke parade, ekstremne javne manifestacije, viralni „performansi“ koji pune medijske stupce.

Nakon 7 dana svakom postojećem plakatu pridružuje se još jedan s istom rečenicom, no sasvim drugačijim značenjem riječi *kontejner*. Ovi novi plakati predstavljaju izložbu Guya Ben-Aryja i njegov rad *CellF*.

Tako **povećavamo vidljivost** KONTEJNER **prostora i programa**, **privlačimo nove članove** i **jačamo zajednicu**.

Kako?

Osvajanjem javnog prostora

U centru Zagreba postavlja se instalacija kontejnera s natpisom „Neki performansi su za kontejner.“

Prvih tjedan dana u instalaciji su zvučnici iz kojih se čuju **kontroverzne izjave javnih osoba** (npr. „*Samo za mog brata Maria!*“ -J.D.), a koje izazivaju refleksiju o raznim društvenim pitanjima.

Drugih tjedan dana riječ kontejner zamijenjena je logotipom udruge i QR kodom koji vodi na najavni *one-pager*. Na zvučnicima se sada umjesto kontroverznih izjava reproducira **snimka CellF performansa kao najava predstojećeg događaja.**



Timeline

IZVEDBA

DEFINIRANJE PROBLEMA

KONTEJNER nije dovoljno poznat
potencijalnoj novoj publici

UKLJUČIVANJE ZAJEDNICE

Odabir aktualnih provokativnih
društvenih tema

GENERIRANJE INTERESA

Postavljanje anonimnih plakata i
instalacije

OTKRIVANJE ORGANIZATORA PR STUNTA

Povezivanje PR stunta s udrugom,
njezinim prostorom i programom

MEDIJSKA POPRAĆENOST

Uključivanje nacionalnih, lifestyle,
kulturnih i nezavisnih medija

ONE-PAGER I ODRŽAVANJE MEDIJSKIH ODNOSA

Brojač prometa na webu s više
informacija o izložbi, programu,
prostoru i udruzi

Neki performansi su za KONTEJNER.

Medijski prostor preplavljen je političkim i društvenim skandalima, dok **umjetnost ostaje u sjeni.**

KONTEJNER to može promijeniti tako da postane **epicentrom progresivne umjetnosti, propitkivanjem** postojećih društvenih normi.

PR kampanja „**Neki performansi su za KONTEJNER.**“ koristi **provokativnu komunikaciju** kako bi privukla pažnju.

Diptih plakati prikazuju stvarne društvene kontroverze, suprotstavljajući ih umjetničkom performansu Guya Ben-Aryja *CellF*.

U centru Zagreba postavlja se **kontejner** s natpisom koji potiče javnu raspravu o tome koje teme zaslužuju biti „odbačene“.

Postupnim otkrivanjem pravog značenja kampanje, KONTEJNER se predstavlja kao **prostor za umjetnost koja propituje društvo.**

Provokacija i dvosmislenost koriste se za privlačenje publike i medija.

Posjetitelji otkrivaju da progresivna umjetnost ne mora biti skrivena – **sada ima svoj dom u KONTEJNERU.**

