



PHOTOGRAPHY

RO Fotografie HU Fényképezés SRB Fotografija

AUTHOR
ROAutor HUSzerző SRBAutor

PROJECT TITLE
ROTitlul proiectului în limba engleză HUA projekt címe SRBNaslov projekta

miljena vučković

2nd hand land

PROJECT DESCRIPTION IN MOTHER TONGUE

RODescrierea proiectului în limba maternă HUA projekt leírása a pályázó anyanyelvén SRBOpis projekta na maternem jeziku

Projekt 2nd HAND LAND je istraživanje specifične estetike, vizuelnog jezika i kulture prostora izlaga 2nd hand prodavnica. Veliki broj ovih prodavnica postoji u centru grada i na glavnim ulicama, utičući i ponegde potpuno određujući ulični pejzaž. Veliki printovi i hiper dimenzionisane cedulje sa cenama dominiraju fizičkim izrazom ove tipologije, dok slabo osvetljenje i skroman enterijer dočekuju posetioce iza odštampanih ponuda "koje se ne smeju propustiti". Kako je modna industrija, zajedno sa građevinskom, najveći potrošač energije i загађивач planete, vredno je obratiti pažnju na životni vek i putave odeće. Obe ove industrije su neke od najranijih ljudskih aktivnosti - obezbeđujući sklonište i označavajući identitet. Takođe, interesantno je posmatrati i odnos između odeće i njene prostorne reprezentacije, kao i uticaja na građenu sredinu. Ovaj projekat je takođe inspirisan i dalje rastućim izjednačavanjem (evropskih) glavnih gradova, sa svakim istorijskim jezgrom i peđačkom zonom pretvorenom u šoping zone, sa istim izlozima i brendovima. Na isti način na koji su stilovi u arhitekturi određivali epohu i lokaciju, i odeća je korišćena za kompleksnu komunikaciju - kroz

materijale, boje, oblike... o sezoni, poretku, osobi koja je nosi, i mnogim drugim detaljima. Danas je situacija - jednako u građenoj i najbližem telesnom okruženju potpuno drugačija - odeća i zgrade svuda u svetu izgledaju isto. Druga univerzalnost je preterana proizvodnja i potrošnja, obe sa tragičnim uticajem na građeno i prirodno okruženje. Dalje, gradovi su, zajedno sa onlajn prostorom, glavna mesta da se iskaže lični ukus i identitet. Tako, gradovi i moda su paralelni u načinu korišćenja resursa, okruživanja ljudi i kreiranja slike i impresije. Ovaj projekat odgovara na BETA 2024 temu - cover me softly - na nekoliko načina: kao fizički prekrivač izlaga prodavnica i poziv da se udje unutra, ali isto i kao referenca - odeća je pokrivač za kožu i telo, isto kao što je štampa pokrivač fasade i zgrade. Ideja serije je da ispita uloge i odgovornost koje sadašnje generacije građana i praktičara imaju kao konzumenti, kreatori prostora i narativa, i da pokuša da proizvede snažne i upečatljive slike koje prenose važnu poruku. U eri kada su slike sve, logično je komunicirati putem slika, šireći poruku kroz njih.

PROJECT DESCRIPTION IN ENGLISH

RODescrierea proiectului în limba engleză HUA projekt leírása angol nyelven SRBOpis projekta na engleskom

Project 2nd HAND LAND is an exploration of specific aesthetics, visual language and spatial culture of 2nd hand window shops. Large number of these shops are present around the city centre and on main streets, so it influences and somewhere completely defines street landscapes. Large prints and hyper dimension price tags dominate as physical expressions of this typology, and poor lighting and interior design welcomes visitors beyond printed offerings "that can not be missed". As the fashion industry is, together with the building industry, the largest energy user and pollutant on the planet, it is worth paying attention to the lifespan and paths of clothes. They both are also some of the earliest human activities - providing shelter and communicating identities. Also, it is interesting to observe the relationship between clothing and its spatial representation, and influence on the built environment. This project is also inspired by the ever growing sameness of (European) major cities, with every historic centre and pedestrian zone turning into a retail area, with the same window shops of the same brands. In the same manner as the styles in architecture used to mark the epoch and place, the garment used to communicate elaborately - through materials, colours, shapes ... about

the season, origin, person that wears it, and so many more. Today the situation - both in built and the nearest body environment is completely changed - clothes and buildings around the world look the same. Another universality is excessive production and consumption, both having a tragic influence on the built and natural environment. Also, the cities, together with the online sphere, are the main places to show one's taste, and identity. So, the City and the Fashion are parallel in a way of using resources, surrounding people and providing an image and impression. This project responds to the BETA 2024 Theme - cover me softly - in several ways: as a physical cover of a shop window and a teaser to come inside, but also as a reference - clothes are cover for the skin and body, equally as the print is cover for the facade and building. Idea is to challenge roles and the responsibilities current generations of citizens and practitioners have as consumers, space and narrative creators, and to try to produce powerful and strong images that show important messages. In an era when images are everything, it makes sense to communicate via images, and to try to spread the word through images.