



О култури, технологији и глобалним градовима

Сара Селаковић

mi17017@alas.matf.bg.ac.rs

Семинарски рад у оквиру курса Рачунарство и друштво



Концепт глобалних градова

Данас је могуће имати, на пример, кухиње и ресторане разних удаљених места у истом граду. Трендови ширења искустава у једном граду негативно утичу на културни и урођени идентитет градова. Овакве стратегије постављају концепт глобалних градова.

Последице технологије у туризму

Многа архитектонска дела су демонтирана, рушена, деформисана или подвргнута реновирању. Такве праксе угрожавају посебност и културне аспекте градова и негативно утичу на њихову атрактивност у погледу културног туризма.



Слика 1: Пошта у Београду пре и после реновирања

Превазилажење хомогености

Проширена стварност (augmented reality) и виртуелна реалност (virtual reality) су међу најпопуларнијим технологијама које градови користе да би побољшали своју атрактивност. Помоћу њих, може се приказати културно наслеђе у облику текста, видеа и сл.



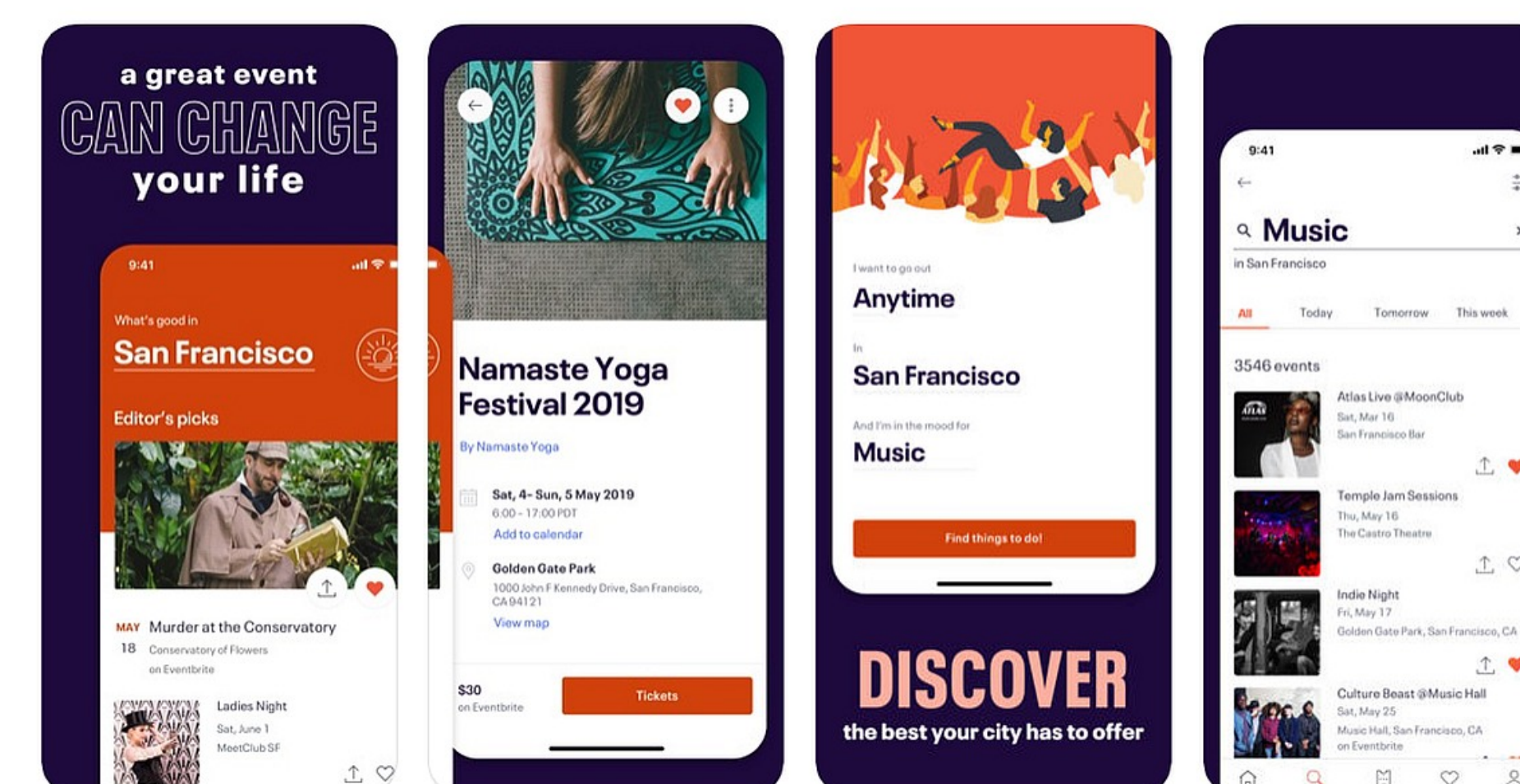
Слика 6: АР технологија



Слика 7: ВР технологија

Апликације за промовисање садржаја

Користе за приказивање информација попут културних календара, културних локација и дељења слика уживо из различитих делова градова.



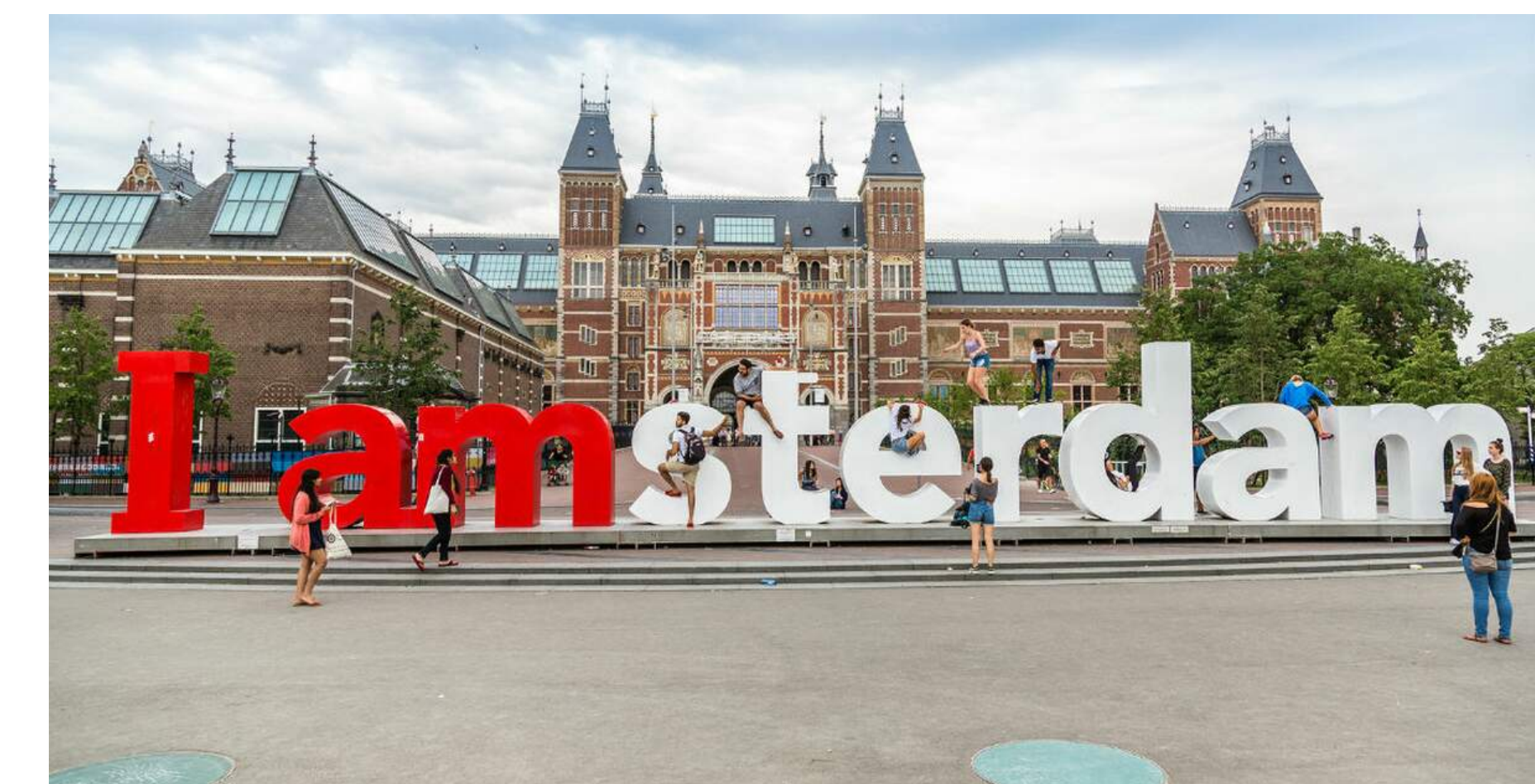
Слика 2: Евентбрајт апликација: нуди информације о предстојећим догађајима



Слика 3: Вамос апликација за такси услуге

Брендирање градова

Најпознатији од таквих брендова су: I Love New York, I AMSTERDAM, Let's Make it Happen (Луксембург), итд. Ствара се јединствени идентитет са којим би се могли повезати они који боравае или посећују град.



Слика 4: Брендирање Амстердама



Слика 5: Брендирање Луксембурга