KOMUNIKACIJOS PLANO PARENGIMAS PROJEKTUI „MONA LIZA“ - "Dadaistinė Mona Liza XX amžiuje"

**GRAFITI** <|-------------------------------------------<

Žodžio Dadaizmas reikšmė -  Nihilistinis kultūrinis judėjimas, neigęs visus iki tol buvusius dailės, literatūros principus. Anot dadaizmo šalininkų, Dada ne menas, o anti-menas. Dadaistai bandė paneigti visas tuometines estetines ir socialines vertybes ir dažniausiai naudojo apgalvotus, tyčia sumanytus nesuvokiamus artistinius bei literatūrinius metodus. Jų darbai buvo sukurti siekiant šokiruoti ir išmušti iš vėžių publiką, taip bandant pakeisti jų estetines vertybes. Dadaistai surado be galo daug būdų išreikšti jų juodąjį humorą naudojant visai skirtingus elementus dailės kūrimui. Jie naudojo neįprastas medžiagas, įskaitant atliekas iš gatvės ir gatavus drabužius. Nors dadaistai ir įvaldė naujas technikas, jų sukilimas prieš standartus kilo iš romantinės tradicijos teigiančios visuotiną, nevaržomą gėrį žmonijai. Dėl to jiems pasisekė sukelti begalę skandalų, bet iš tiesų jie privertė žmones žiūrėti į meną kitomis akimis. Dada darbai privertė stebėtoją apsvarstyti priimtą realybę ir pripažinti vaizduotės galimybę.

Projekto vieta: Studentų g. 71, galinė siena, matoma nuo Baršausko g.

Projektas skirtas atskleisti technologijų ir meno tarpdiscipliniškumą. Projekto metu, pagerbiant garsųjį dailininką Leonardo Da Vinči universitete bus kuriama antroji jo kūrinio interpretacija „Mona Liza“. (Pirmoji yra I rūmuose, SHMMF, A.Mickevičiaus g. 37, iš K.Donelaičio gatvės pusės).

Projekto tikslai:

1.) Formuoti atitinkamą KTU įvaizdį atitinkamose tikslinėse grupėse.

1.1) Tikslinė grupė: Žmonių grupė, kuriems skirta reklama. Tikslinė auditorija apibrėžiama pagal demografinius ir psichografinius požymius.

2.) Skatinti inovatyvius sprendimus, "lenkiančius laiką", pristatyti tai nusakančias veiklas Universitete ir jo bendruomenėje.

2.1) Google Glass technologija?

2.2) 3D ir pažangių technologijų pritaikymas bei naudojimas įvairiose universiteto nišose.

3.) Ugdyti smalsumą naujų technologijų pritaikymui mokymosi procese, skatinti socialinį bendradarbiavimą su rinkoje lyderiaujančiomis įmonėmis.

**Neįsivaizduoju kas čia, bet įterpsim kaip background information‘ą:**

Trumpai apie projektą:

Kauno technologijos universitetas - inovatyvus, pažangus, orientuotas į ateitį. Universiteto bendruomenė - jauna, veržli, savo idėjomis kurianti ateities projektus. Simbolis Da Vinči ir jo žymiausias piešinys Mona Liza - atspindi menininko sugebėjimą pralenkti laiką. Neretai Da Vinči laikomas daugelio šiuolaikinių išradimų ir teorijų pradininku, pasižymėjęs savo išradimų bei meno kūrinių tarpdiscipliniškumu. Dar ir šiandien Da Vinči išradimai „lenkia laiką“. KTU ir Da Vinči - tai istorija paremtos idėjos, kurios kuria ateities inovacijas.

Pagrindiniai projekto elementai:

1. 3D piešinys su interaktyvia šviečiančia detale, kuri būtų įjungiama per internetinę svetainę KTU.
2. Stotelė, kuri leistų akinius padaryti interaktyviais, juos įjungiant per internetinę svetainę – tai galėtų daryti praeiviai ir svetainės lankytojai.
3. Šviečianti detalė būtų įjungiama išsprendus matematinį uždavinį, atvaizduotą ant piešinio.
4. Piešinys unikalus – atliktas 3D technika, kuomet pasitelkus specialius trimačius akinius vaizdas tampa iškilus – „Atgyja“.

**MŪSŲ PRISTATYMO PAGRINDINIAI TIKSLAI:**

Komunikacijos tikslai:

1. Informuoti pasirinktą tikslinę auditoriją apie projektą;
2. Formuoti atitinkamą įvaizdį apie KTU;
3. Paskatinti objekto lankomumą.

**Pasirinkti tikslinę auditoriją:**

Prašome pasirinkti vieną iš keturių tikslinių auditorijų:

* 1. Kauno miesto visuomenė
  2. Kauno miesto svečiai
  3. Studentai (Kauno miesto)
  4. Moksleiviai (visos Lietuvos).

**PLANAS:**

* 1. Pasirinktas komunikacinei žinutei perduoti priemones, būdus: tai gali būti reklama atitinkamais kanalais, komunikacinės žinutės, socialinės paskyros, video filmukai Youtube ir kt. Neapsiribokite nurodytomis priemonėmis. Galite numatyti vieną ar kelias priemones.
  2. Pasirinktus atitinkamus komunikacijos kanalus: nurodykite konkrečius kanalus (TV laidas, FB paskyras ir panašiai), kuriais reiktų perduoti žinutes.
  3. Detaliai aprašykite pasirinktos komunikacinės žinutės turinį (atskirai kiekvienam kanalui ir/ar priemonei), perteikiamas idėjas ir t.t. sukurkite reikalingus tekstus. Galite sukurti ir video. Turinys turi būti kuriamas atsižvelgiant į pasirinktos tikslinės auditorijos atstovų elgseną, asmenybės bruožus ir pan.

**KOMUNIKACIJOS TIPAS:**

Skaidrės, vaizdo įrašas, GIF, plakatas etc.

https://www.instagram.com/p/BMTrIXJlUqr/