



D-spot
magazyn
specjalny
03.2024

projekt miasto piękne

 **BB__Design Lab**

laboratorium
projektowania
wspólnego
w mieście
Bielsko-Biała

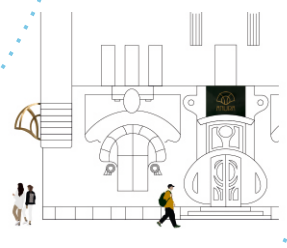
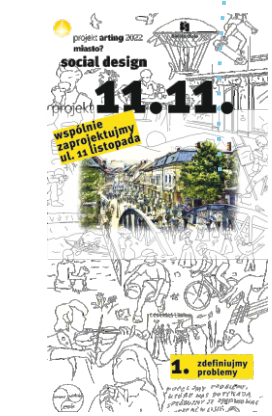
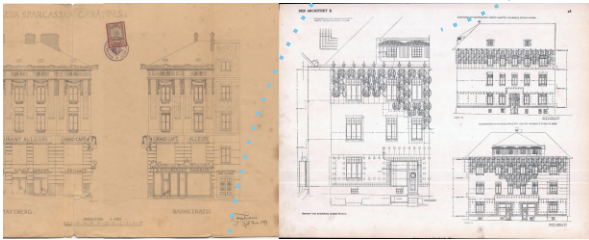
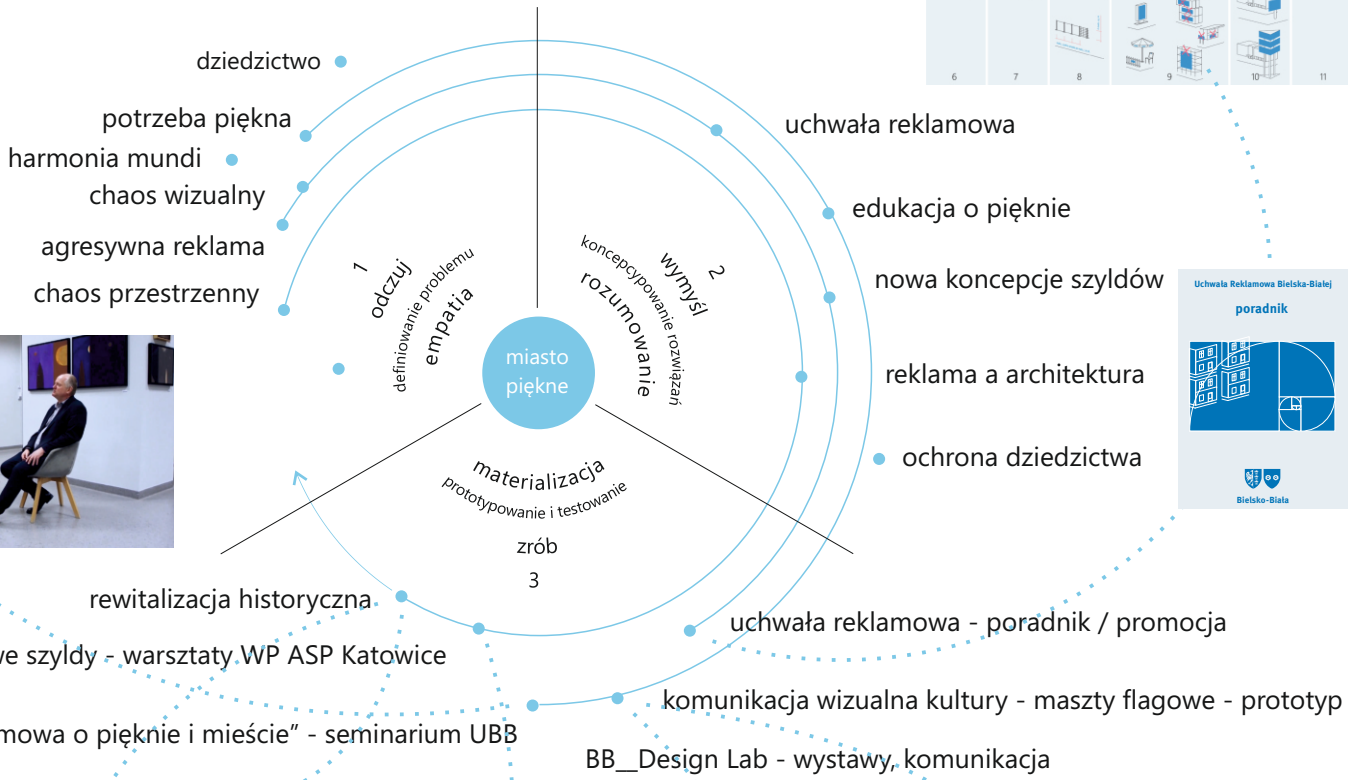
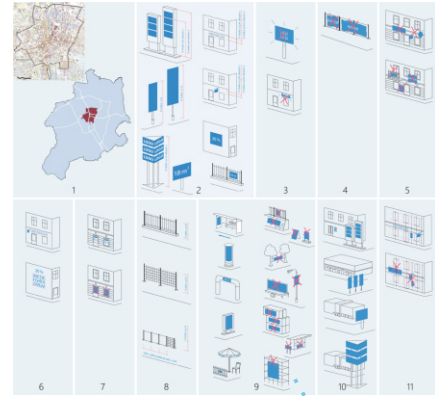
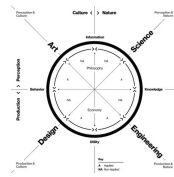
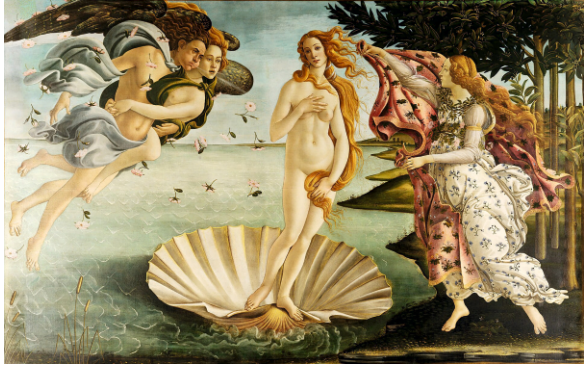


miasto
_piękne



mapa procesu: projekt miasto_piękne

Prototypowanie kształtu miasta w kategoriach piękna, harmonii i ekologii



Kompendium: projekt miasto_piękne

1. Wprowadzenie

Miasto Piękne to projekt skupiający się na estetyce przestrzeni miejskiej, harmonii urbanistycznej oraz świadomym projektowaniu architektonicznym. Głównym celem jest eliminacja chaosu wizualnego i przestrzennego oraz ochrona dziedzictwa **kulturowego**.

2. Kluczowe zagadnienia

2.1. Potrzeba piękna w mieście

Rola estetyki w kształtowaniu tożsamości miejsca, Psychologiczne i społeczne aspekty piękna w przestrzeni publicznej.

2.2. Chaos wizualny i przestrzenny

Problem nadmiaru reklam i agresywnej komunikacji wizualnej, Niekontrolowany rozwój przestrzeni a spójność urbanistyczna, Skutki braku jednolitych standardów estetycznych.

2.3. Ochrona dziedzictwa kulturowego

Rewitalizacja zabytków i przestrzeni historycznych, Integracja nowoczesnej architektury z historycznym kontekstem, Mechanizmy ochrony i regulacje prawne.

3. Strategie projektowe

3.1. Nowe koncepcje projektowania szyldów

Zasady tworzenia spójnych i estetycznych nośników reklamowych, Wzory dobrych praktyk w projektowaniu przestrzeni komercyjnej.

3.2. Uchwała reklamowa i jej wdrażanie

Przepisy regulujące umieszczanie reklam w przestrzeni miejskiej, Przykłady wdrożonych regulacji w różnych miastach.

3.3. Komunikacja wizualna i kultura przestrzeni

Znaczenie ładu przestrzennego w kreowaniu przyjaznego miasta, Edukacja mieszkańców i przedsiębiorców w zakresie estetyki.

4. Praktyczne działania

4.1. Rewitalizacja przestrzeni miejskiej

Dobre praktyki w zakresie poprawy jakości przestrzeni publicznej, Współpraca międzysektorowa w realizacji projektów urbanistycznych.

4.2. Warsztaty i seminaria edukacyjne

Szkolenia dla projektantów, architektów i decydentów, Podnoszenie świadomości mieszkańców na temat wartości estetyki.

5. Podsumowanie

Projekt Miasto Piękne dąży do świadomego i estetycznego kształtowania przestrzeni miejskiej, wspierając równowagę pomiędzy funkcjonalnością, historią i nowoczesnością. Poprzez działania legislacyjne, edukacyjne i projektowe, miasto może stać się przestrzenią harmonijną i przyjazną dla mieszkańców oraz odwiedzających.

Mapa procesu

Schemat wyjściowy

Temat:

Projekt miasto_piękne.

Prototypowanie kształtu miasta w kategoriach piękna, harmonii i natury.

Etap 1. - Definiowanie problemu

Sytuacja problemowa: / założenia /

Piękno jako potrzeba rozwoju

indywidualnego i cywilizacyjnego.

Mechanizmy kształtowania przestrzeni miejskiej.

Reklama.

Architektura.

Wytyczne projektowe: / postulaty

Edukacja o pięknie.

Uchwała reklamowa.

Nośniki informacji kulturalnej.

Etap 2. Koncipowanie rozwiązań:

Etap 3. Prototypowanie

Zagadnienia:

Formuła projektu:

Projektowanie wspólne

Koordynator projektu:

KG

Seminarium „Rozmowa o pięknie” Galeria Akademicka UBB



Seminarium „Rozmowa o pięknie i o mieście”

prof. dr hab. Ernest Zawada - dziekan wydziału humanistycznego UBB
projektant wzornictwa Krzysztof Gieleciak - plastyk miejski

08.12.2024

Uniwersytet Bielsko-Bialski - Galeria Akademicka

Zagadnienia:

Potrzeba piękna.

Problemy kształtowania przestrzeni miejskiej.

Uchwała reklamowa i ustawa krajobrazowa.

Czy piękno jest w ogóle komukolwiek potrzebne?

Ernest Zawada



Czy piękno jest w ogóle komukolwiek potrzebne? Szczególnie dziś, kiedy ciągle żyjemy w oparach postmodernistycznego relatywizmu i przewrotnie, chociaż demokratycznie mamy prawo brzydotę nazywać pięknem i odwrotnie. Rzeczywiście piękno do niczego nie służy, może tylko umiła życie, a wszystko co praktyczne posiada formę, która winna spełniać najpierw określoną funkcję. Jednak w znanej triadzie platońskiej pojęcie piękna znajduje się najwyżej. Ma poza fizyczny, doskonały charakter, a towarzyszy mu dobro i prawda. Okazuje się, że nawet w Oświęcimiu więźniowie potrzebowali piękna, w ukryciu tworzyli obrazy oraz proste ozdoby. Również szary i ponury komunizm tej potrzeby nie wykorzenił. Pamiętam nasze miasto Bielsko-Białą właśnie z tamtych lat, kiedy ulice nosiły nazwy sowieckich marszałków, na placach były usytuowane złowrogie obeliski, chwające czyny bratniej armii, a kamienice choć piękne architektonicznie były czarno- szare. Neorenesansowy dworzec kolejowy zamalowano od wewnątrz w dużej mierze olejną farbą i było w nim okropnie. Dziś już jest jednak inaczej. Odkryto i odrestaurowano jego piękną polichromię. Z zewnątrz również odzyskał dawny blask. A kamieniczki, zarówno w Bielsku jak i w Białej są sukcesywnie restaurowane i zachwycają nas patrzących formą, detalem i kolorem. Ktoś dba o to, żeby przestrzeń urbanistyczna była w całości estetyczna, a wszystkie jej elementy pasowały do siebie. W tej przestrzeni właśnie czujemy się dobrze, bo jest piękna. Nie brakuje oczywiście problemów. Krzyżące kakofonie współczesnych reklam zakłócają piękno tego obrazu, ale i ten mankament powoli trzeba rozwiązać. Mimo, iż piękno nie jest konieczne do życia, to sprawia, że staje się ono przyjemniejsze i dzięki temu może odrobinę łatwiejsze.

Ernest Zawada
23.12.2024

Ernest Michał Zawada (ur. 1971 w Cieszynie) – polski malarz abstrakcjonista, nauczyciel akademicki, profesor dr hab., dziekan Wydziału Humanistyczno-Społecznego Uniwersytetu Bielsko-Bialskiego.

Krajobraz a Ustawa Krajobrazowa Krzysztof Gieleciak



KRAJOBRAZ A USTAWA KRAJOBRAZOWA

Krzysztof Gieleciak

Plastyk Miejski Bielska-Białej

Mottem jednego ze szkoleń w 2015 roku, omawiającego procedury stosowania zapisów Ustawy Krajobrazowej było stwierdzenie hiszpańskiego filozofa Josè Ortega y Gasset cytat: Pokaż mi krajobraz w którym żyjesz, a powiem ci kim jesteś”.

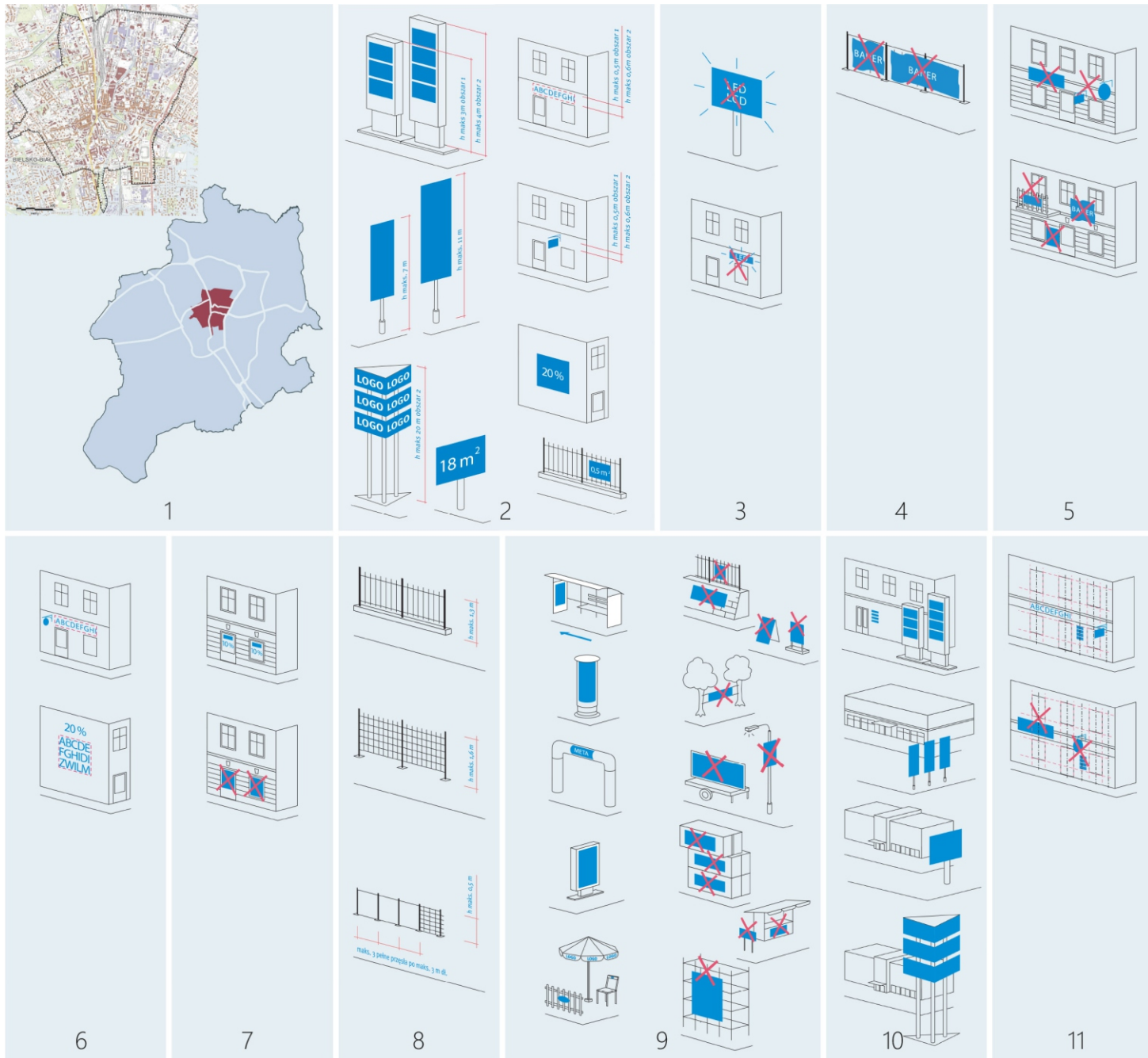
Celność wyboru tego stwierdzenia w kontekście stanu polskiego krajobrazu i widocznych zaniedbań w kształtowaniu przestrzeni publicznej w naszej rzeczywistości była bezsprzeczna.

Efektem braku regulacji prawnych po roku 1989 umożliwiających podejmowanie realnych działań administracyjnych mających na celu ograniczanie inwazji agresywnej reklamy w przestrzeń publiczną naszych miast czy otwartych przestrzeni, była degradacja krajobrazu.

Wprowadzona w życie Ustawa Krajobrazowa dała samorządom terytorialnym możliwość tworzenia przepisów zawierających zasady i warunki sytuowania reklamy, obiektów małej architektury i ogrodzeń.

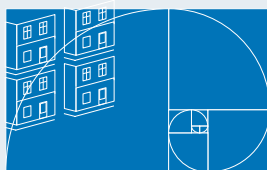
Aktualne działania, po wprowadzeniu uchwały reklamowej, określić można jako proces mający na celu poprawę jakości przestrzeni publicznej poprzez systematyczną eliminację samowolnie usytuowanych tablic i urządzeń reklamowych oraz na stosowaniu przyjętych zasad w realizacji nowo powstających.

Uchwała Reklamowa Krzysztof Gieleciak



Uchwała Reklamowa Bielsko-Białej

poradnik



Bielsko-Biala

Przyjęcie przez Radę Miejską w Bielsku-Białej Uchwały Reklamowej w dniu 2 lutego 2023 r. poprzedziło uchwalenie przez Sejm Rzeczypospolitej Polskiej, w dniu 24 kwietnia 2015 r. Ustawy Krajobrazowej.

Pełny tytuł uchwały czyli, „Uchwała w sprawie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz ogrodzeń, ich gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonane”, określa intencje autorów Uchwały co do kształtowania ładu przestrzennego, ochrony krajobrazu oraz determinację Rady Miejskiej co do poprawy wizerunku miasta.

Przyjęcie Uchwały było reakcją władz miasta na powszechnie dostrzegalny chaos informacyjny i estetyczny w przestrzeni publicznej. Wynikał on z braku narzędzi prawnych umożliwiających podejmowanie skutecznych działań przez służby w tym celu powołane, w stosunku do autorów samowoli reklamowej

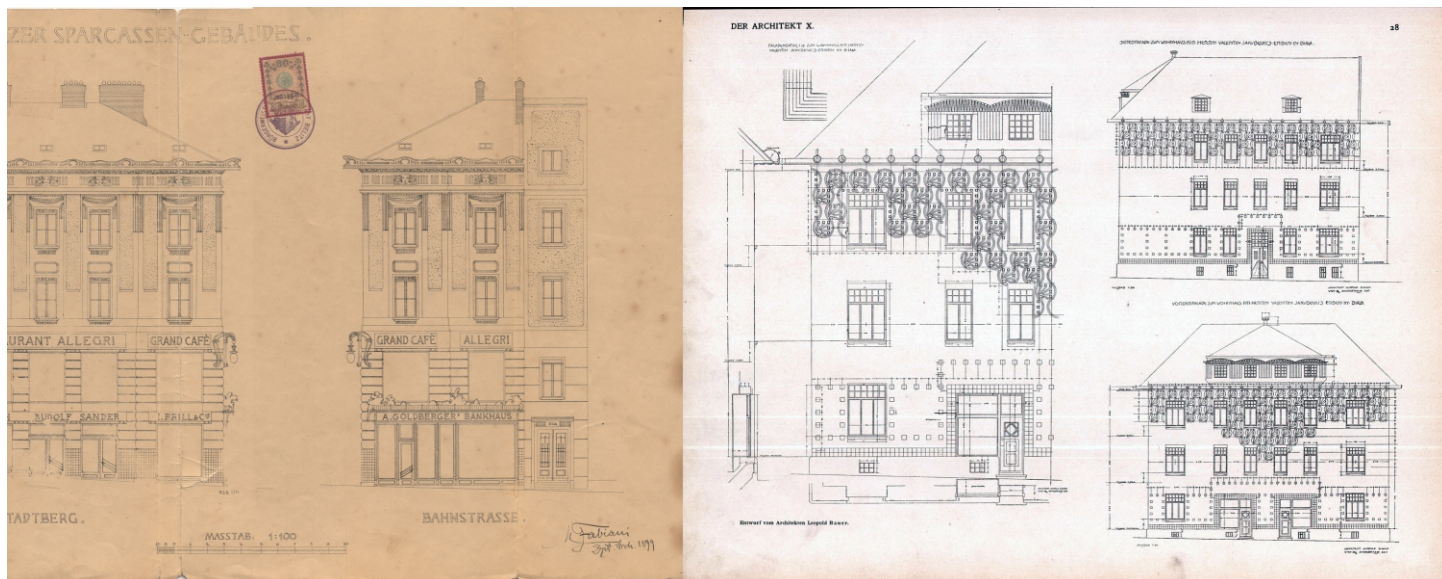
Zapisy zawarte w uchwale, obok przepisów ustawy Prawo budowlane, stanowią podstawę w postępowaniach administracyjnych prowadzonych przez wydział Urbanistyki i Architektury Urzędu Miejskiego.

Efektom finalnym postępowania administracyjnego są pozwolenia na sytuowanie tablic i urządzeń reklamowych, obiektów małej architektury i ogrodzeń.

W CELU OSIĄGNIĘCIA W PRAKTYCE POŻĄDANEGO EFEKTU W REALIZACJI UCHWAŁY WPROWADZONO NASTĘPUJĄCE ZAPISY:

1. Powierzchnia miasta została podzielona na dwa obszary.
Obszar 1 obejmuje zabytkowe centrum miasta a pozostała jego część stanowi obszar drugi.
Zasady sytuowania tablic i urządzeń reklamowych zostały zróżnicowane ze względu na lokalizację.
2. Wprowadzono graniczne wielkości powierzchni reklamowych. Standaryzacja nośników reklamowych.
3. W trosce o bezpieczeństwo przy drogach i skrzyżowaniach ulic wprowadzono zakaz umieszczania ekranów świetlnych typu LED LCD wyświetlających zmienne i ruchome obrazy.
Obrazek.....,
4. Wprowadzono zakaz umieszczania banerów na ogrodzeniach,
5. W celu poprawy ekspozycji zabytkowych elewacji budynków wprowadzono zakaz zasłaniania detali wystroju architektonicznego na elewacjach budynków.
6. W celu poprawy estetyki szyldów wprowadzono nakaz wykonywania szyldów w postaci liter przestrzennych lub malowanych na ścianach szczytowych budynków.
7. W celu poprawy estetyki witryn sklepowych ograniczono możliwość wyklejania powierzchni witryn sklepowych.
8. Standaryzacja ogrodzeń.
Wprowadzono graniczne wymiary i wybrano obowiązujące typy ogrodzeń.
9. Standaryzacja obiektów małej architektury.
Wprowadzono ujednoliczoną kolorystkę parasoli kawiarnianych i wiat przystankowych.
10. Wprowadzono istotne ograniczenia co do sytuowanych na terenie miasta tablic i urządzeń reklamowych uzależniając ich wielkość, typ i ilość od powierzchni zabudowy budynków w których prowadzona jest działalność usługowa, handlowa lub produkcyjna.
11. Dopuszczono sytuowanie tablic i urządzeń reklamowych jedynie w miejscu prowadzenia działalności.

Reklama w przestrzeni publicznej. Szyldy – szkic historyczny. Krzysztof Gieleciak



Omawiając zasady sytuowania tablic i urządzeń reklamowych w tym szyldów, nie sposób pominąć analizy historycznej. Przykładem mogą tu posłużyć projekty elewacji budynków, które zostały zrealizowane na przełomie XIX i XX wieku w Bielsku-Białej.

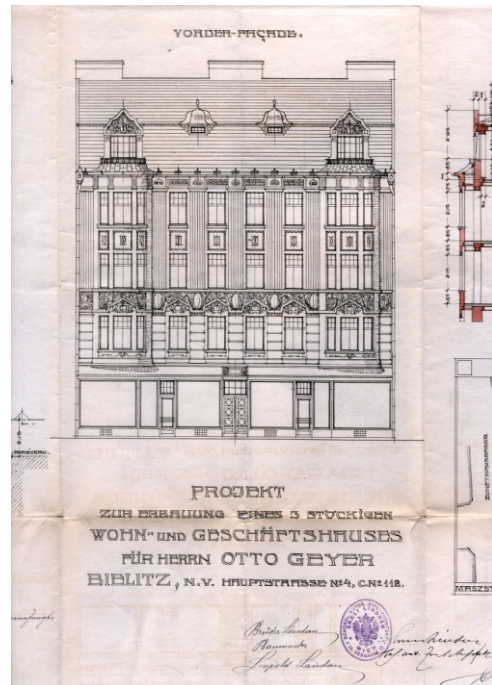
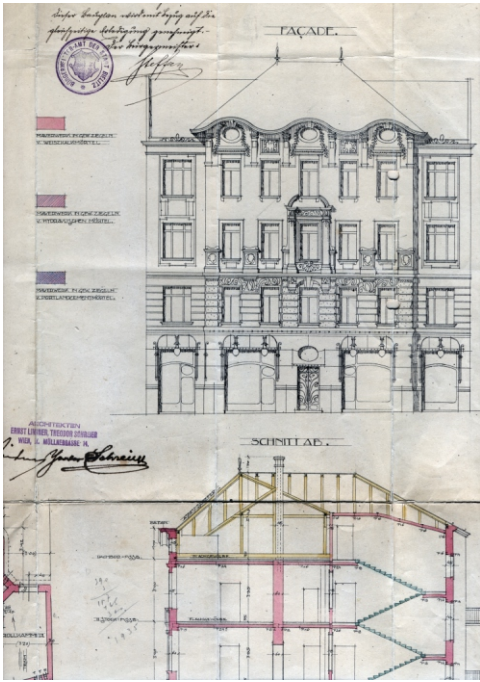
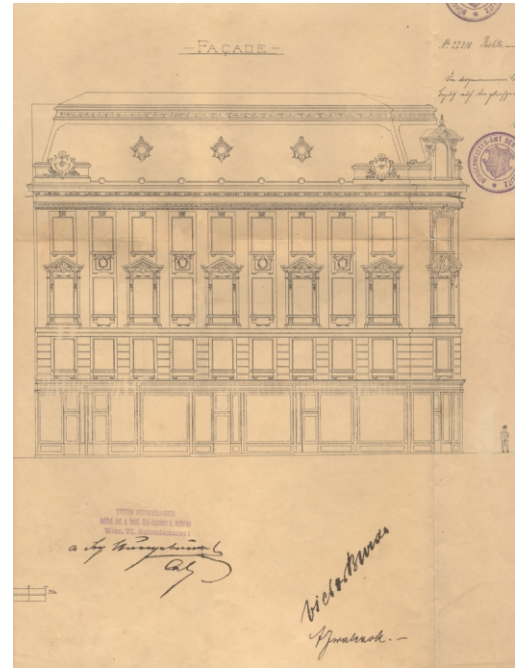
Autorzy projektów elewacji o bogatym wystroju modernistycznym, zastosowali zasadę wpisywania szyldów w wyznaczone pola wynikające z podziałów architektonicznych. Szyldy zostały wkomponowane w poziome pasy usytuowane poniżej gzymsów rozdzielających poszczególne kondygnacje. Powierzchnie wyznaczonych pól pod szyldy, ograniczone zostały do niezbędnego minimum i stanowiły dopełnienie kompozycji całych elewacji. Nie stanowiły elementów dominujących pomimo tego, że w lokalach planowana była funkcja usługowa czy handlowa.

Istotne jest także, że kompozycje litericzne umieszczone w ramach szyldów zbudowane zostały z krojów liter powszechnie wówczas stosowanych, oddających charakter epoki.

Te fundamentalne zasady projektowania szyldów na elewacjach budynków znalazły swoje odzwierciedlenia w zapisach Uchwały reklamowej.

Dla porównania kilka współczesnych przykładów sytuowania szyldów na elewacjach budynków w Bielsku-Białej przed wejściem w życie Uchwały reklamowej, świadczących o panującej powszechnie niskiej jakości przestrzeni publicznej

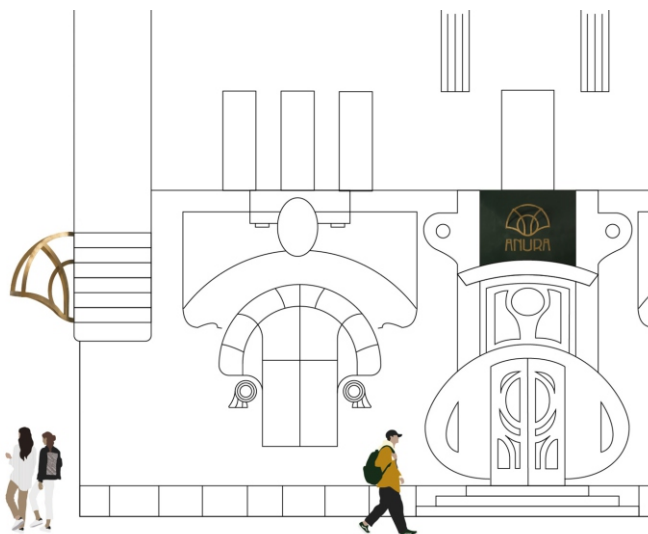
1911



2022



Reklama w przestrzeni publicznej. Szyldy – szkic historyczny. *Krzysztof Gieleciak*

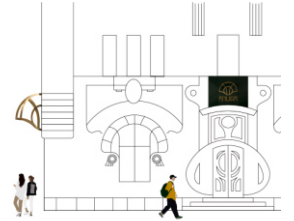


Projektowanie nośników reklamy dla przestrzeni miejskich o specjalnym, historycznym charakterze, powinno podlegać specjalnym regułom opartym na odpowiedzialności projektantów i użytkowników.

Ingerowanie w tkankę miejską, nawet jeśli dotyczy tylko wąskiego wycinka miejskiego projektowania jakim jest projektowanie komunikacji wizualnej, wymaga od projektanta szczególnej postawy, przejawiającej się poczuciem społecznej odpowiedzialności, aktywności ukierunkowaną na ulepszanie i usprawnianie otoczenia, szacunkiem dla ludzi i środowiska naturalnego¹, ciekawością świata, otwartością oraz znajomością szeregu kontekstów i aktualnych wyzwań pozwalających na odpowiedzialne współuczestniczenie w procesie kształtowania nowej tożsamości.

dr Anna Pohl

– Projektantka, kierowniczka Katedry Projektowania Komunikacji Wizualnej ASP w Katowicach. Prowadzi Pracownię Projektowania dla Tożsamości. Autorka projektów z zakresu identyfikacji wizualnej, systemów informacji wizualnej oraz aranżacji wystaw. W pracy badawczej podejmuje tematykę kształtowania tożsamości miejsca w sposób zrównoważony, z uwzględnieniem partycypacji społecznej. Od 2015 roku współkuratorka międzynarodowej konferencji projektowej AGRAFA, organizowanej przez Wydział Projektowy ASP w Katowicach.



Uchwała Reklamowa. Maszty flagowe w informacji kulturalnej. BBDL



Uchwała Reklamowa.
Maszty flagowe w informacji kulturalnej.

Jednym z preferowanych w uchwale sposobów eksponowania treści reklamowych i informacji o wydarzeniach kulturalnych jest stosowanie masztów flagowych.

Zdaniem autorów Uchwały reklamowej, zasadniczą zaletą stosowania masztów jako nośników jest możliwość szybkiego montażu i demontażu powierzchni reklamowych po zakończonym wydarzeniu.

W efekcie poza wyznaczonymi okresami, wolnostojące maszty pozbawione flag stanowią minimalną ingerencję w przestrzeń publiczną miasta.

Lokalizacja flag na przykładzie wybranych domów kultury (Hałcnów, Kamienica, Kubiszówka, Lipnik, Mikuszowice, Stare Bielsko, Wapienica).

Lokalizacja flag na przykładzie wybranych obiektów miejskich (Teatr, Książnica, Banialuka, BCK, ZIAD, Hala sportowa, Dębowiec).

Projekt 11.11. - rewitalizacja ul. 11 Listopada w Bielsku-Białej.
Metoda projektowania wspólnego.



projekt arting 2022

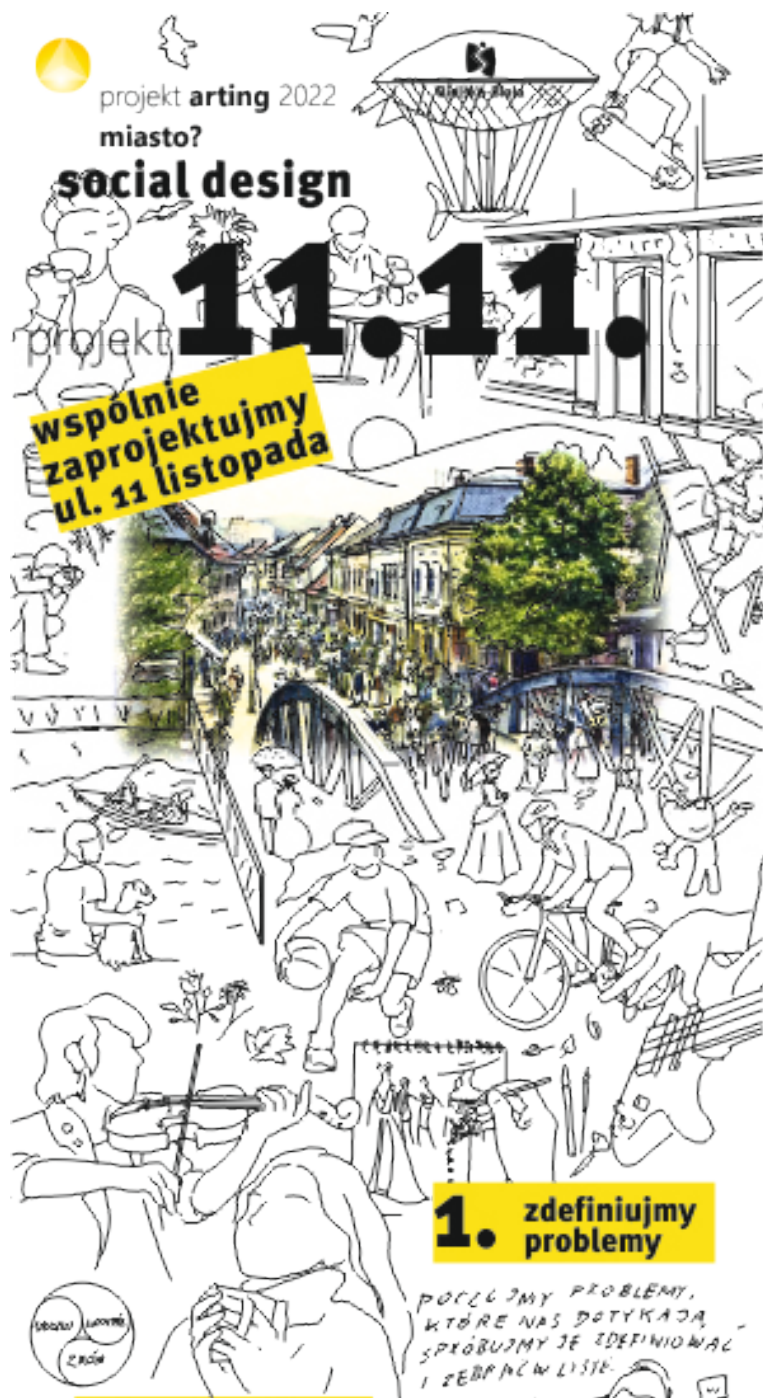
miasto?

social design

projekt

11.11.

wspólnie
zaprojektujmy
ul. 11 listopada



1. zdefiniujmy problemy

POCZUJMY PROBLEMY, KTÓRE NAS DOTYKAJĄ, SPRÓBUJMY JE ZDEFINIOWAĆ I ZEBRAĆ W LISTĘ.



2. wymyślmy rozwiązania

WYMYŚLMY ROZWIĄZANIA PROBLEMÓW I STWORZMY WSPÓLNĄ LISTĘ. RAZEM PRZEANALIZUJEMY I WYBIERZMY NAJLEPSZE.



3. zrobmy to!!!

PRZEJESTUJMY POMYSŁY W KILKU MIEJSCACH DZIAŁAJĄC RÓWNOLEGLE ZNIELOKROTNIJMY ATRAKCYJNOŚĆ ULICY.



Logo heraldyczne Bielska-Białej

Koncepcja 12.12.2022



Bielsko-Biała



Bielsko-Biała



Bielsko-Biała

Logo heraldyczne Bielska-Białej
Koncepcja / 12.12.2022

1.0.
Zależności: logo - herb

logo czy herb
?



Bielsko-Biała



Bielsko-Biała

Dyskusja logo czy herb?

W kraju na 2873 uprawnionych miast (województwa, powiaty, gminy), około 1/3 posiada logo promocyjne. Najczęściej typu „rzczyka słonka”. Andrzej Ludwik Włoszczyński: www.ahw.pl/logo-heraldyczne-cz-1 Marcin Wolny: www.ahw.pl/logo-heraldyczne-cz-2 Piotr Dziuk: www.ahw.pl/logo-heraldyczne-cz-3

Logo promocyjne

Logo promocyjne powinno służyć akcji promocyjnej tam gdzie nie można użyć herbu. Logo nie powinno zastępować herbu. Miasto może być miastem ale nie powinno być twarzą. Prezentacja miastka jest załączona niezależnie co sugeruje emlar w użytych nieskutecznych komunikatach.

Logo heraldyczne

Logo heraldyczne jest wersją herbu przystosowaną do szerokiego użytkowania, poprzez sproszczenie heraldycznych cech graficznych herbu (np. czarne obrisy). Herb jest najważniejszym znakiem miastka kłamiącym ku historii i tożsamości. Romantyzacja przeprosowania służy miastu.

Logo heraldyczne Bielska-Białej
Koncepcja / 12.12.2022

1.0.
Przykłady rebrandingu symboli miejskich



Herb Krakowa

Dobrym przykładem dostosowania historycznego herbu do wymagań współczesności jest projekt Barbary Wiołak (drukan WPP ASP Kraków).

Herb Skawiny

Herb Skawiny Herb Skawiny Przykłady przeobrażenia herbów miejskich dla wszechstronnych zastosowań wizerunkowych i promocyjnych. www.stewart.com.pl/pl/portfolio/

Rebranding

Modyfikacja symboli miejskich najczęściej polega na

Logo heraldyczne Bielska-Białej
Koncepcja / 12.12.2022

1.0.
Herb obowiązujący - uwagi



korekty graficzne?



pomniejszenia?



kontekst historyczny?

Kontekst historyczny

Herb Bielska-Białej ma zalety wizualne - dwie tarcze, połączenie miast i ziem, symbolika historyczna.

Wymagania heraldyczne

Komisja Heraldyczna przy MSWiA stanowi o zasadach heraldyki, jak np.: - barwy w heraldyce to kolory (czerwony, błękitny, zielony, czarny) i metale (srebro, srebro-biały, złoto) - kolory można stosować na metal na kolory, - barwy są obwiedzione czarnym konturem (grubszym wokół tarczy)

Zalecenia graficzne

Należy poprawić nieprecyzyjny rysunek będący efektem automatycznej wektoryzacji. Należy skorygować kolorystykę na bardziej odpowiadającą heraldyce. Należy rozważyć na nowo formy orła, linii i różny tak by można ją było stosować w uproszczonej formie dla wszystkich celów użytkowych. Zmiany zgodne z heraldyką.

Logo heraldyczne Bielska-Białej
Koncepcja / 12.12.2022

1.0.
Warianty użytkowe herbu



herb obowiązujący



herb uproszczony
szkic wstępny



herb monochromatyczny
szkic wstępny



herb liniowy
szkic wstępny

Herb obowiązujący

Herb w formie zgodnej z uchwałą. Zalecenia: Korekta rysunku i kolorystyki. Zmiany nie powinny wymagać ponownego zatwierdzenia PMH bo będą jedynie korektą graficzną.

Herb uproszczony

Herb będący odzwierciedleniem wersji heraldycznej z korektami graficznymi pozwalającymi na możliwości wszechstronnego użycia. Eliminacja czarnych linii obrisowych, niekaskadujących obrisów przy pomniejszeniach i reprodukcji. Uproszczenie stylizacja elementów graficznych. Korekta kolorystyki.

Herb monochromatyczny i liniowy

Herb będący wariantem herbu uproszczonego z korektami do zastosowań monochromatycznych i przy użyty tylko linii.

Logo heraldyczne Bielska-Białej
Koncepcja / 12.12.2022

1.0.
Zastosowanie herbu - instytucje miejskie

Miasto Bielsko-Biała

Biuro Miejskie Bielsko-Biała

Miejski Zakład Komunikacji w Bielsko-Białej

Zakład Miejski Bielsko-Biała

Miejski Zespół Szkół w Bielsko-Białej

Miejski Zakład Komunikacji w Bielsko-Białej

Zakład Miejski Bielsko-Biała

Miejski Zespół Szkół w Bielsko-Białej

Bielsko-Biała

Miejski Zakład Komunikacji

Bielsko-Biała

Miejski Zakład Komunikacji

MZK

Zakład Miejski

Bielsko-Biała

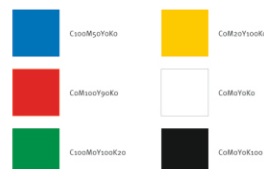
MZD

Zastosowanie dla instytucji miejskich

Spójna identyfikacja instytucji miejskich wzmacnia wizerunek miasta. Spójni mieszkańcy nie są osobnymi bytami a jednym organizmem.

Logo heraldyczne Bielska-Białej
Koncepcja / 12.12.2022

1.0.
Kolorystyka / skala barwna



Kolorystyka

Kolorystyka wersji uproszczonej herbu jest skorygowana pod kątem zgodności z heraldyką i systemem powielania. Na bazie kolorów podstawowych można budować skale kolorystyczne pod kątem potrzeb użytkowych.

Dyskusja logo czy herb?

W kraju na 2873 uprawnionych miast (województwa, powiaty, gminy), około 1/3 posiada logo promocyjne. Najczęściej typu „rzeczka-słonko”.

Andrzej Ludwik Włoszczyński: www.alw.pl/logo-heraldyczne-cz-1 Marcin Wolny: www.alw.pl/logo-heraldyczne-cz-2 Piotr Dzik: www.alw.pl/logo-heraldyczne-cz-3

Logo promocyjne

Logo promocyjne powinno służyć akcji promocyjnej tam gdzie nie można użyć herbu.

Logo nie powinno zastępować herbu.

Miasto może być marką ale nie powinno być towarem.

Przestrzeń miejska jest zaśmiecona wizualnie co sugeruje umiar w użyciu nieskutecznych komunikatów.

Logo heraldyczne

Logo heraldyczne jest wersją herbu przystosowaną do szerokiego użytkowania, poprzez uproszczenie heraldycznych cech graficznych herbu (np. czarne obrysy).

Herb jest najważniejszym znakiem miejskim kierującym ku historii i tożsamości. Wzmacnianie jego stosowania służy miastu.

Kontekst historyczny

Herb Bielska-Białej ma zalety wizualne - dwie tarcze, połączenie miast i ziem, symbolika historyczna...

- herb autorstwa Zbigniewa Różewicza, potem cyfryzacja
- księstwo cieszyńskie - orzeł
- białe lilie na czerwonym polu?
- czerwone róże na zielonym -błąd heraldyczny?

Wymagania heraldyczne

Komisja Heraldyczna przy MSWiA stanowi o zasadach heraldyki, jak np.:

- barwy w heraldyce to kolory (czerwony, błękitny, zielony, czarny) i metale (złoto - żółty, srebro - biały),
- kolory można stosować na metal a metal na kolory,
- barwy są obwiedzione czarnym konturem (grubszym wokół tarczy)

Zalecenia graficzne

Należy poprawić nieprecyzyjny rysunek będący efektem automatycznej wektoryzacji.

Należy skorygować kolorystykę na bardziej odpowiadającą heraldyce.

Należy narysować na nowo formy orła, lilii i róży tak by można je było stosować w uproszczonej formie dla wszystkich celów użytkowych.

Zmiany zgodne z heraldyką.

Herb obowiązujący

Herb w formie zgodnej z uchwałą.

Zalecenia:

Korekta rysunku i kolorystyki. Zmiany nie powinny wymagać ponownego zatwierdzania PKH bo będą jedynie korektą graficzną.

Herb uproszczony

Herb będący odzwierciedleniem wersji heraldycznej z korektami graficznymi polepszającymi możliwość wszechstronnego użycia. Eliminacja czarnych linii obrysowych, zniekształcających odbiór przy pomniejszeniach i reprodukcji. Uproszczona stylizacja elementów graficznych. Korekta kolorystyki.

Herb monochromatyczny i liniowy

Herb będący wariantem herbu uproszczonego skorygowanym do zastosowań monochromatycznych i przy użyciu tylko linii.

Zastosowanie dla instytucji miejskich

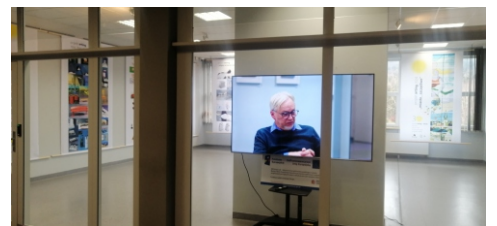
Spójna identyfikacja instytucji miejskich wzmacnia wizerunek miasta.

Spółki miejskie nie są osobnymi bytami a jednym organizmem.

Kolorystyka

Kolorystyka wersji uproszczonej herbu jest skorygowana pod kątem zgodności z heraldyką i systemem powielania

Na bazie kolorów podstawowych można budować skale kolorystyczne pod kątem potrzeb użytkowych.



laboratorium projektowania wspólnego w mieście Bielsko-Biała

- BB_Design Lab
- Cele:
 - Rozwój miasta Bielska-Białej poprzez wykorzystanie potencjału designu jako elementu nowoczesnej gospodarki.
 - Projektowanie wspólne i projektowanie uniwersalne jako metoda ku równowadze rozwojowej.
 - Współpraca środowisk kulturotwórczych dla dobrostanu mieszkańców.
 - Kontynuacja idei Projekt Arting jako projektowania łączącego naukę i sztukę (model „artysta - inżynier”).

Miejsce:
 Galeria Akademicka
 Uniwersytet Bielsko-Bialski
 Temat:
 Projekt miasto_pięknę
 Projekt miasto_dostępne
 Projekt miasto_kreatywne
 Projekt Arting - 30 lat



The Krebs Cycles of Creativity replaces the carbon compounds of the biological Krebs Cycle with the four modalities of human creativity / Neri Oxman

Sztuka i Nauka - cykl energii twórczej

Autorka koncepcji Krebs Cycles of Creativity Neri Oxman wyjaśnia, że zwykle myślimy, że sztuka służy ekspresji, nauka służy eksploracji, inżynieria służy wynalazkom, a projektowanie służy komunikacji. W Cyklu Twórczości Krebsa poprosiła nas, abyśmy myśleli o tym, że nauka przekształca informację w wiedzę; Inżynieria przekształca wiedzę w użyteczność; Design przekształca użyteczność w zachowanie i kontekst kulturowy; a sztuka bierze ten kontekst i kwestionuje nasze postrzeganie świata. Istotny moment to miejsce, w którym sztuka spotyka się z nauką, a zmiany w naszym postrzeganiu wpływają na sposób gromadzenia danych.

