

To be designed: Public Space and Private Life

Konzepte des Öffentlichen im Kontext der Gestaltungsdisziplinen

Angebot für

Bisheriges Studienmodell > Hochschulweites Lehrangebot > Geöffnete Lehrveranstaltungen
Bisheriges Studienmodell > Design > Bachelor Design > Designtheorie > 4. Semester

Nummer und Typ	BDE-BDE-T-WP-4012.16F.001 / Moduldurchführung
Modul	Wahlpflichtmodul Theorie 4. Semester
Veranstalter	Departement Design
Leitung	Tanja Herdt
Zeit	Mo 22. Februar 2016 bis Mo 6. Juni 2016 / 15 - 17 Uhr
Anzahl Teilnehmende	6 - 20
ECTS	2 Credits
Voraussetzungen	Für DDE-Bachelor-Studierende: Keine Für Studierende aus anderen Studiengängen der ZHdK: Anmeldung und Anfragen bezüglich Platzzahl an: caroline.oertle@zhdk.ch; Tel: 043 446 32 06 (Mo bis Do) Bitte unbedingt Vorname, Nachname, Semester und Hauptstudiengang angeben, danke.
Lehrform	Seminar mit Übungen
Zielgruppen	Bachelor Wahlpflichtseminar für Studierende im 4. Semester
Lernziele / Kompetenzen	Vermittlung von Grundlagen zu Designtheorie. Praktische Einführung in Methoden der Raumanalyse.
Inhalte	Das Seminar "To be designed: Public Space and Private Life" vermittelt zentrale Themen und Konzepte des Öffentlichen im Kontext der Gestaltungsdisziplinen: Unser demokratisches Selbstverständnis hat die Gestaltung des öffentlichen Raumes in Europa stark geprägt. Globalisierung, Digitalisierung und Kommerzialisierung der Gesellschaft haben die Artikulation des Öffentlichen und seine Gestaltung jedoch stark verändert. Das Seminar stellt daher die Frage, wie heute das Öffentliche definiert wird und welche Antworten Gestalter darauf geben können. Durch Lektüre ausgewählter Texte und anhand von Beispielen aus Design, Kunst und Architektur gehen die Teilnehmer des Seminars verschiedenen Deutungsweisen des Öffentlichen in den Gestaltungsdisziplinen nach. Durch eigene Recherchen und Beobachtungen werden diese Deutungen anhand der aktuellen Situation im Züricher Stadtraum untersucht und diskutiert. Es werden Kartierungen zu einem selbstgewählten Thema angefertigt. Themen, die im Rahmen des Seminars bearbeitet werden sind u.a.: - Der Einfluss digitaler Technologien auf die Gestaltung und Nutzung des Raumes. - Konsum und Öffentlichkeit im Produktdesign. - Der Einfluss von Werbung und Eventkultur auf den öffentlichen Raum. - Die veränderte Bedeutung des Öffentlichen durch neue Medien und soziale Netzwerke.

Bibliographie / Literatur	Literatur wird als Reader zu Beginn des Seminars ausgegeben. Deutsch- und englischsprachige Lektüre. Kenntnisse der Deutschen und Englischen Sprache sind erforderlich.
Leistungsnachweis / Testatanforderung	aktive Teilnahme sowie die Erarbeitung eines eigenen Beitrags.
Termine	22./29. Februar 14./21. März 4./11./25. April 2./9./23./30. Mai 6. Juni 2016
Dauer	15:00 bis 17:00 Uhr
Bewertungsform	Noten von A - F