



Kreativni brif

“KRIZA MEDIJEV”

Idejna zasnova in izvedba: TAM-TAM INŠTITUT

Partner: Radio Študent

Medij: TAM-TAM mestni plakati

Rok: 17. 5. 2019

Projekt: Plaktivat 12 – KRIZA MEDIJEV

OZADJE:

Množični mediji, tako imenovani “psi čuvaji” demokracije in javnega interesa, so v resni krizi. Z njimi pa tudi javnost, ki je zreducirana na potrošnike.

Naraščajoča količina medijev je obratno sorazmerna s kvaliteto vsebin, ki nam jih ponujajo. Poglobljene članke izrinjajo lahko dostopne površinske razlage. Digitalna revolucija je verodostojnost medijev podredila cilju tržne uspešnosti. Pri spletnem novinarstvu se uspehi - z njimi pa oglaševalski denar - štejejo s kliki na prispevek ali z všečki na družabnih omrežjih. Bolj kot vsebina postaja pomembna prezentacija. Erozija kredibilnih informacij v medijih in teptanje novinarskih standardov poročanja, ki je včasih veljalo za sprejemljivo za ‘rumene’ medije, suvereno vstopa tudi v t.i. resne medije. Čedalje večja odvisnost medijev od trga se zrcali v domiselnih inovacijah prikritega oglaševanja, ki z izpopolnjeno učinkovitostjo brišejo mejo med komercialnimi in uredniškimi vsebinami.

Spremembe v medijih sovpadajo s strukturnimi spremembami medijskega občinstva, kjer se raven informiranosti vztrajno zmanjšuje, vzporedno s tem se zmanjšuje tudi kritičnost do medijskih vsebin. Verjamemo vsemu, kar preberemo. Z vdorom družabnih omrežij v življenje posameznikov se pogloblja narava “ad hoc konzumacije” informacij, kjer zahtevamo hitre razlage kompleksnih problemov. V množici informacij potrošnik lahko vedno najde razlago, ki z enim zamahom potrdi njegov svetovni nazor. Ker posamezniki novice vse bolj, v nekaterih primerih tudi izključno, spremljajo preko družbenih omrežij, je “kriza medijev” aktualna kot še nikoli.

Radio Študent želi s kampanjo aktivirati široko javnost, da zahteva bolj kakovostno in angažirano novinarstvo. Do tega ima ne nazadnje pravico, ki izhaja iz ustave. Zato poziva slehernega posameznika, da zavzame kritičen odnos do medijskih vsebin, ki degradirajo novinarstvo in z zapisom **#fastfoodnovica** opozori na njih. S kampanjo želi Radio Študent odpreti širšo temo o krizi medijev (začetek 10. maj tik pred Dnevom svobode medijev) saj verjame, da brez angažirane javnosti ni potrebe po angažiranih medijih. Ob tem se zaveda, da je tudi sam en od členov, ki to medijsko krajino ustvarja in je zanjo tudi soodgovoren.



ZAKAJ OGLAŠUJEMO?

Posameznike želimo spodbuditi k akciji, da z uporabo zapisa **#fastfoodnovica** označijo sporno medijsko vsebino na družbenih omrežjih Facebook, Instagram in Twitter in tako prispevajo k večjemu zavedanju problematike.

KOGA NAGOVARJAMO?

Primarno nagovarjamo posameznike, ki se sicer krize medijev zavedajo, ne najdejo pa načina in časa za lastno aktivacijo s katero bi opozarjali na sporno medijsko vsebino.

Sekundarno pa želimo nagovoriti tudi široko slovensko javnost.

KREATIVNI IZZIV

Pomisli, ali bi bilo še »zabavno« živeti v družbi brez resnih medijev.

INSIGHT

Demokracija in kakovostni mediji niso samoumevni in zagotovljeni. Zanje se moramo boriti, kot za vsako drugo pravico, saj je pravica do informiranja enako pomembna, kot npr. pravica do pitne vode ali čistega zraka. Po drugi strani pa je velik del javnosti podpovprečno medijsko pismen, zreduciran na potrošnike, ki konzumirajo medije v skladu z duhom časa. Zato se vse težje istoveti s skupnim – javnim interesom in ima do medijskih vsebin vedno manj kritičen odnos.

ZAHTEVANI OKVIRI:

Kreativna rešitev plakata mora vključevati »call to action« povezan z aktivacijo preko zapisa #fastfoodnovica.

Pri snovanju kreativne rešitve upoštevajte format in kontekst TAM-TAM mestnih plakatov. Še posebej imejte v mislih, da so mestni plakati umeščeni v javni prostor, zato vaš plakat oblikujte tako, da bo v množici vidnih stimulacij, ki jih srečamo na ulici, opazen, čitljiv in sporočilen. Razmislite, kaj pomeni, da mestne plakate običajno opazimo najprej z razdalje nekaj metrov, približamo pa se jim kasneje, koliko besedila prenesejo, kako pritegniti pozornost itd.



Več koristnih napotkov za kakovostno oblikovanje lahko najdete na:
<https://designshack.net/articles/inspiration/10-tips-for-perfect-poster-design/>.

Ljubljana, 9. 4. 2019