



Kreativni brif

## “SOLIDARNOST”

Idejna zasnova in izvedba: TAM-TAM INŠTITUT

Medij: TAM-TAM mestni plakati

Rok: 9. 2. 2021

Projekt: Plaktivat 13 – **SOLIDARNOST**

### **OZADJE:**

#### **Solidarnost v razdvojenem svetu**

Solidarnost je enotnost, ki temelji na družbenem konsenzu med ljudmi, s podobnimi interesi, obveznostmi, vrednotami, cilji in podobno usodo. Je vezivo, ki povezuje ljudi v družbeni skupini. Duh solidarnosti je lasten človeškemu rodu in mu omogoča preživetje ter razvoj. Predstavlja vzajemno pomoč, zagotavljanje varnosti skupine, skupnosti in v večji ali manjši meri tudi varnost posameznika.

Solidarnost je pogosto slišana beseda, a v praksi premalokrat aplicirana. Kako jo vidimo danes?

V času vse večjih konfliktov med različno mislečimi in živečimi, ki jih poglobljajo populizmi, radikalizmi, mediji in algoritmi vseh vrst, je definicija solidarnosti, kot smo jo razumeli, na preizkušnji. S tem pa demokratične in civilizacijske vrednote na katerih stoji Evropa in večino zahodnega sveta. Če k temu dodamo še izjemno individualizirano družbo, ki posameznika in njegovo osebno svobodo vse večkrat postavlja pred interese skupnosti, je družbeni konsenz na katerem temelji solidarnost, ogrožen.

Pandemija je ta problem prignala do skrajnosti. Kaj je torej najmanjši skupni imenovalac, ki smo ga kot družba še sposobni sprejeti in ali je ta dovolj trden, da bo solidarnost, kot jo poznamo in pričakujemo, obstala? Verjamemo, da bi si vsi akterji, četudi iz nasprotujočih (sovražnih) taborov, morali za to prizadevati. Med njimi imajo posebno vlogo prav kreativne industrije, kultura in umetnost.

---

### **ZAKAJ OGLAŠUJEMO?**

Namen kampanje je spodbujanje in krepitev solidarnosti v družbi, odpiranje pogovora o temeljih solidarnostnih vrednot in refleksija o pomenu solidarnosti za oblikovanje boljše družbe v naši prihodnosti.

---



## **KREATIVNI IZZIV**

V posamezniku aktivirati proaktivni razmislek o družbenem pojmu solidarnosti, ki je z epidemijo postal še bolj ogrožen.

---

## **ZAHTEVANI OKVIRI:**

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.

Ljubljana, 13. 1. 2021