



Kuldmuna noortekonkursi võistlustöö
Karmen Heinmaa & Kair Käsper



Taust

13-17 aastaste noorte käitumisharjumusi ei muuda visuaal ja paar rida, mis kaasavad mõneks sekundiks.

Rääkisime koolipsühholoog Marie Maarendiga, kes kinnitas, et parema tulemuse toob seoses tähelepanu ja kaasamõtlemissel mängulisus.



Lahendus

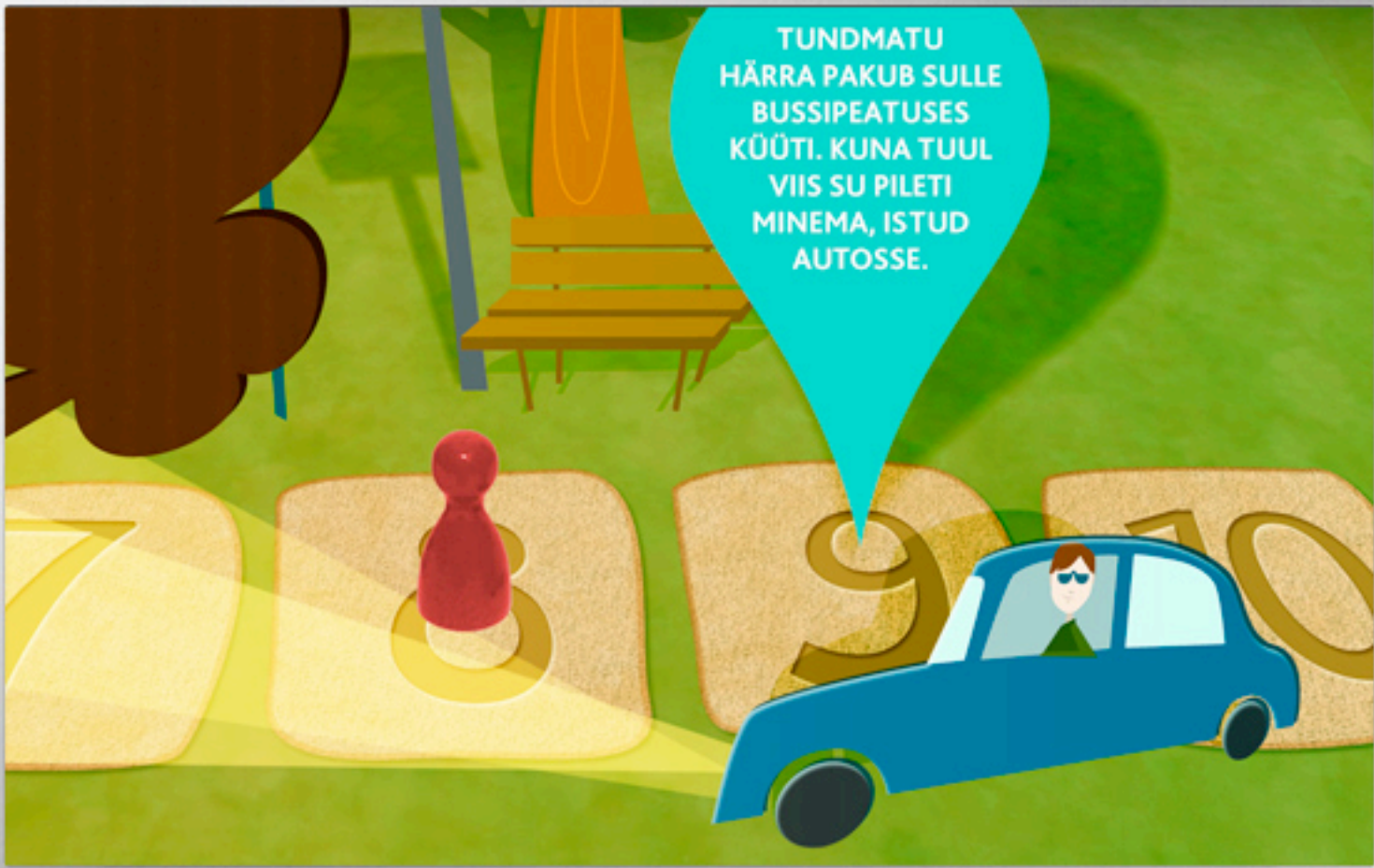
Interaktiivne veebimäng

“Võidab see, kes jõuab elusalt koju”

Veebiaadressil elusalkoju.ee ootab noort interaktiivne mäng, kus täringut veeretades on võimalik rännata läbi ühe seiklusi täis päeva. Mängu käigus tutvustame erinevaid riskisituatsioone pannes kasutajad neid mõttega läbi elama ning presenteerime potentsiaalseid tagajärgi viidates juhtumitele reaalelust (nt Varvara tragöödia).

VÕIDAB SEE,
KES JÕUAB
ELUSALT KOJU



An illustration on a laptop screen showing a man in a blue car with sunglasses driving towards a person sitting on a wooden bench. A red pushpin is stuck into the ground between them. A yellow beam of light illuminates the area around the pushpin. A speech bubble from the car contains text in Estonian. The background features a green lawn, a tree, and a bench.

TUNDMATU
HÄRRA PAKUB SULLE
BUSSPEATUSES
KÕUTI. KUNA TUUL
VIIS SU PILETI
MINEMA, ISTUD
AUTOSSE.

Mängu käigus on võimalik sattuda erinevat tüüpi ruutudele.

Sattudes halva otsuse ruudule juhtub midagi, millele järgneb kindlaksmääratud tagajärg. Näiteks istud tundmatu mehega autosse ja....

TUNDMATU
HÄRRA PAKUB SULLE
BUSSIPEATUSES
KÜÜTI, KUNA TUUL
VIIS SU PILETI
MINEMA, ISTUD
AUTOSSE.

JÄID KADUNUKS!
VIIMANE KORD NÄHTI SIND BUSSIPEATUSES BUSSI OOTAMAS.

PROOVI UUESTI HOMME,
KUI SIND ON ÄKKI ÜLES LEITUD



Taolistele ruutudele lisame ka eriefekte, näiteks, et kasutaja saab mängu uuesti proovida alles järgmisel päeval või et võõralt joogi vastu võtmise korral muutub terve mäng üheks minutiks uduseks (mängida ei saa enne kui oled “toibunud”).





KÕIK ON UDUNE!
KEEGI PISTIS SULLE MIDAGI JOOGI SISSE!



TEED SILMAD LAHTI PALATIS, KUHU ON JUBA KUTSUTUD PSÜHHOLOOG,
KES TEGELEB SEKSUAALSELT ÄRA KASUTATUD NOORTEGA.

Veel oleksid mängus situatsiooni ja valiku ruut, kus mängu edasist käiku on vastavalt valikule võimalik mõjutada; situatsiooni ja juhuse ruut, millele sattudes juhtub sinuga kolmest võimalikust variandist üks suvaline ning õnneliku juhuse ruut, teed midagi õigesti ning võid võita nänni (näiteks annad emale teada kuhu lähed ning saad auhinnaks kõnekaardi).



Motivatsioon

Rääkides Põhja Prefektuuri piirkondliku
politseitöö talituse ennetusteenistuse
vanemkomissari Kristel-Liis Kaunismaaga
toonitas ta, et kuigi interaktiivne
lahendus on hea viis, kuidas sõnumit
kohale viia, on oluline, et mäng ei jääks
n-ö “riiulile” ja jõuaks sihtgrupini.



ÕNNELIK JUHUS!

ANNAD VANEMATELE
TEADA Kuhu LÄHED.
EMA KINGIB
KÕNEKAARDI!

kodu

Sellest inspireerituna lõi me
motivatsiooniskeemi, kus sattudes
õnneliku juhuse ruutudele ning
langetades õigeid otsuseid on võimalik
välja teenida auhindu kampaania
partneritelt. Et tõestada taolise mudeli
võimalikkust võtsime ühendust EMT-ga,
kes oli nõus lahkelt välja käima paarsada
Superi kõnekaarti.



kodu



AUHINNAKOTTI LISANDUS SUPER KÕNEKAART!

Koostööpartnerite kaasamiseks on võimalusi palju (näiteks loobud peol võõralt joogi vastu võtmast ning jood edasi enda kaasa võetud Limonaadi. Korgi alt leiad aga terve kasti!). Auhinnad viiks kohale Eesti Post, kelle poolt on samuti huvi projekti vastu olemas.



Levik

Mäng eksisteerib eraldi kampaanialehel, kuid viime selle läbi iFrame'i ka Facebooki (13-17a kasutajaid u 154 000) ja Mängukoopasse (13-17a kasutajaid u 70 000). Lisaks integreerime mängu Facebooki like'i ja jaga nuppudega, et levik oleks maksimaalne.

VÕIDAB SEE, KES JÕUAB ELUSALT KOJU

SÕBRALIK NÄGU
PAKUB PEOL JOOGI.
TEED SILMAD LAHTI
PALATIS.



Mängi ja võida
www.elusaltkoju.ee



Koolide ja ostukeskuste lähedusse paneme outdoor plakatid, mis suunavad elusalkoju.ee keskkonda mängu mängima. Plakatil toome välja ka motivatsiooni tõstmiseks võiduvõimaluse aspekti.



21 27 29 68 81 95 BUS

JCI Decaux

VÕIDAB SEE, KES JÕUAB ELUSALT KOJU

SÕBRAIK NÄGU
PAKUB PEOL JOOGI.
TEED SILMAD LAHTI
PALATIS.

Mängi ja võida
www.elusaltkoju.ee

achter kwam dat dat niet zo is. Succes hebben leidt tot enorme eenzaamheid. Het beïnvloedt je psyche. Succes is ook verslavend. Hoe je naar je zelf kijkt wordt behoorlijk gedistort als je in een groot appartement in New York woont en het geld niet op kan. Op een gegeven moment ga je nog denken dat je gelijk hebt ook en dat is natuurlijk niet zo. Je kunt wel proberen om verder te gaan in dat succes, maar het is een soort van achter je eigen staart aanlopen. Daarnaast was qua werk iedere sequentie gebaseerd op een idee en moest ik steeds voor elke nieuwe sequentie een nieuw idee bedenken. Er zit een maximum aan wat je in zijn discipline kunt doen. Ik kwam op een gegeven moment tot de conclusie dat ik alles had gedaan. De keuze was tussen vereren op wat ik al gedaan had zodat het succesverhaal verder zou gaan of kiezen voor oorspronkelijkheid en dicht bij mezelf blijven. Ik ben er toen radicaal mee gekapt en heb me helemaal los gemaakt van deze vorm van fotografie. De norm die ik mezelf stelde, bleef wel gelijk. Als ik iets maak, moet het oorspronkelijk zijn en dat is nog steeds zo. Wel beseft ik nu dat die oorspronkelijkheid niet alleen in de fotografie zit. Tegengesteld moet je ook oorspronkelijk zijn in je marketing. Als het totale idee in al de aspecten oorspronkelijk is, kan een project ook wereldwijd een succes worden."

Het leven is een keuze

Een van de bijzondere projecten van Michel is het boek 'Most beautiful people of the world'. Via advertenties in lokale kranten riep de fotograaf wereldwijd mensen op om zich te melden wanneer zij zichzelf de mooiste persoon ter wereld vonden. "Het doel van het boek is om mensen te laten nadenken over schoonheid. Het boek bevat allerlei soorten mensen met verschillende leefwijzen en leefwerelden. Ik heb van dit project geleerd dat bijna alles in het leven een keuze is. Je kunt zelf beslissen of je mooi bent of niet. Je kunt kiezen of je het mooie in het leven ziet of niet en je kunt kiezen of je een mooi leven wilt leiden of niet. Alle mensen die ik voor dit project ontmoette, hadden de keuze gemaakt. Dat is heel bizar. In de krantenlijken van Sao Paulo waar prostitutie, drugsgebruik, misdaad en armoede onderdeel van het leven zijn, fotografeerde ik iemand die zei dat ze de mooiste ter wereld is en die had daar een fantastische verklaring voor. Zij had in die omstandigheden gekozen om mooi te zijn door iets te betekenen voor de mensen in haar omgeving. Hierdoor word je heel hard met je neus op de feiten gedrukt dat het een keuze is. Pas wanneer je dit zelf beseft door twee dagen met hun te leven, komt dat besef en raak je daar echt van doordrongen." Het boek 'Most beautiful people of the world' is ontworpen door Teun van de Heyden. De foto's worden omsloten door de tekst waardoor je eerst kennis met de persoon maakt door de woorden. Pas als je het opent, word je geconfronteerd met de persoon. De oorspronkelijke manier van denken van Michel blijkt ook uit het feit dat het boek gratis werd weggegeven. Je hoeft het alleen te kopen wanneer je genoeg geld had waarmee je het gratis weggeven financierde.

Fotografie als boodschapper

Fotoprojecten vormen de rode draad in het leven van de fotograaf Henry in het langstlopende project. In 1976 fotografeerde Michel Henry in het kader van een opdracht om meer pubiciteit over werkende jongeren en vormingscentra te genereren. Om te zorgen dat kijkers zich hiermee konden identificeren, koos de fotograaf ervoor het leven en werk van één jongere uitvoerig te laten zien. De keuze viel op Henry. "Ik heb ervoor gekozen om de boeken uit te brengen met een ringband zodat je haar leven leest als een soort film. De gebeurtenissen zijn gefotografeerd in sequenties. Je ziet bijvoorbeeld niet één foto van Henry aan de lopende band, maar verschillende. Hierdoor ervaar je de monotonie en het saai van het

werk dat ze uitvoerde. Vijf jaar later vroeg de organisatie mij opnieuw een boek te maken en besloten we Henry opnieuw te fotograferen om te zien wat dat vormingswerk op de lange termijn voor effect op haar had. Inmiddels ben ik met het zesde boek bezig. Zij is de enige vrouw in de wereld waarvan nu 35 jaar van haar leven gedocumenteerd is. Het project laat zien wat er in haar leven is gebeurd. Hoe ze zich heeft ontwikkeld en hoe ze daar mee omgaat. Ze heeft nogal een spectaculair leven. Henry is nu 52 en het is enorm bergafwaarts gegaan in haar leven. Al haar kinderen wonen thuis waarbij ze als gezin een soort eiland vormen waar ze zich veilig voelen omdat de buitenwereld voor hen heel bedreigend is. Ze kunnen geen werk vinden en passen niet in de maatschappij. Henry zit met haar zes kinderen, haar alcoholische man Arie, twee honden en drie katten in een piepklein huisje. Door de economische recessie is het daar armoede troef. Je ziet heel concreet de armoede en het sociale isolement. Je ziet ook hoe mensen in Nederland moeten improviseren om te kunnen overleven. Met fotografie kun je die boodschap over brengen. De recente ontwikkelingen in de maatschappij maakt het noodzakelijk dat we ons zelf essentiële vragen stellen. Daarom heeft fotografie volgens mij nog veel toekomst."

Privacy en intimiteit

Nu iedereen via zijn mobiel dag en nacht altijd een camera bij zich heeft en zijn foto's onmiddellijk via social media kan delen, is privacy een kostbaar goed geworden. Welk geheim draag jij bij je waarvan je beslist niet wil dat dit in de openbaarheid komt? Deze vraag stelde de fotograaf via een wereldwijde oproep aan iedereen. In 'What the world has never seen' delen mensen een geheim dat ze hun hele leven hebben bewaard met de fotograaf. Wat het project uniek maakt, is dat het boek slechts in een oplage van 200 stuks wordt gepubliceerd. Bovendien is ieder boek voorzien van een slot. Slechts degenen die in het bezit zijn van een sleutel hebben toegang. "Privacy en intimiteit zijn een issue, dat steeds belangrijker wordt. Daarom moeten we positie innemen. Hoe willen we daarmee omgaan en wat willen we daarmee? Niet alles is bedoeld om te publiceren. Ik probeer met dit project die discussie te stimuleren. Doordat de oplage van het boek zo klein is en de foto's nergens anders worden gepubliceerd, wil ik dat mensen hierover nadenken. Wie het boek koopt, krijgt het boek met de sleutel en daarmee word je direct deelnemer van het project. Alleen degenen met een sleutel bepalen wie er in het boek mogen kijken. Laat je het boek zomer aan iedereen zien? Licht het thuis op tafel zonder dat het op slot is of laat je het op slot en geef je de sleutel slechts aan enkele mensen waarvan je vindt dat ze het moeten zien? Normaal wordt er altijd gefotografeerd wat mensen kwijt willen en in dit project wordt er voor het eerst gefotografeerd wat ze niet kwijt willen. Via het boek krijg je toegang tot een wereld die nog nooit geopend is. Veel deelnemers hebben het project gebruikt om zich eindelijk te bevrijden van hun geheim. Zonder dat ze er consequenties van ondervinden omdat ze anoniem in beeld worden gebracht." Het boek 'What the world has never seen' verschijnt in het najaar, maar kan al worden besteld. Wie zich inschrijft ontvangt een digitale sleutel waarmee hij exclusief toegang krijgt tot de website www.whattheorlhasneverseen.com. De lege pagina hiernaast symboliseert de intimiteit en het respect voor privacy. Wie is het bezit is van een digitale sleutel krijgt via de QR code een voorproefje op het boek.

www.elusaltkoju.ee

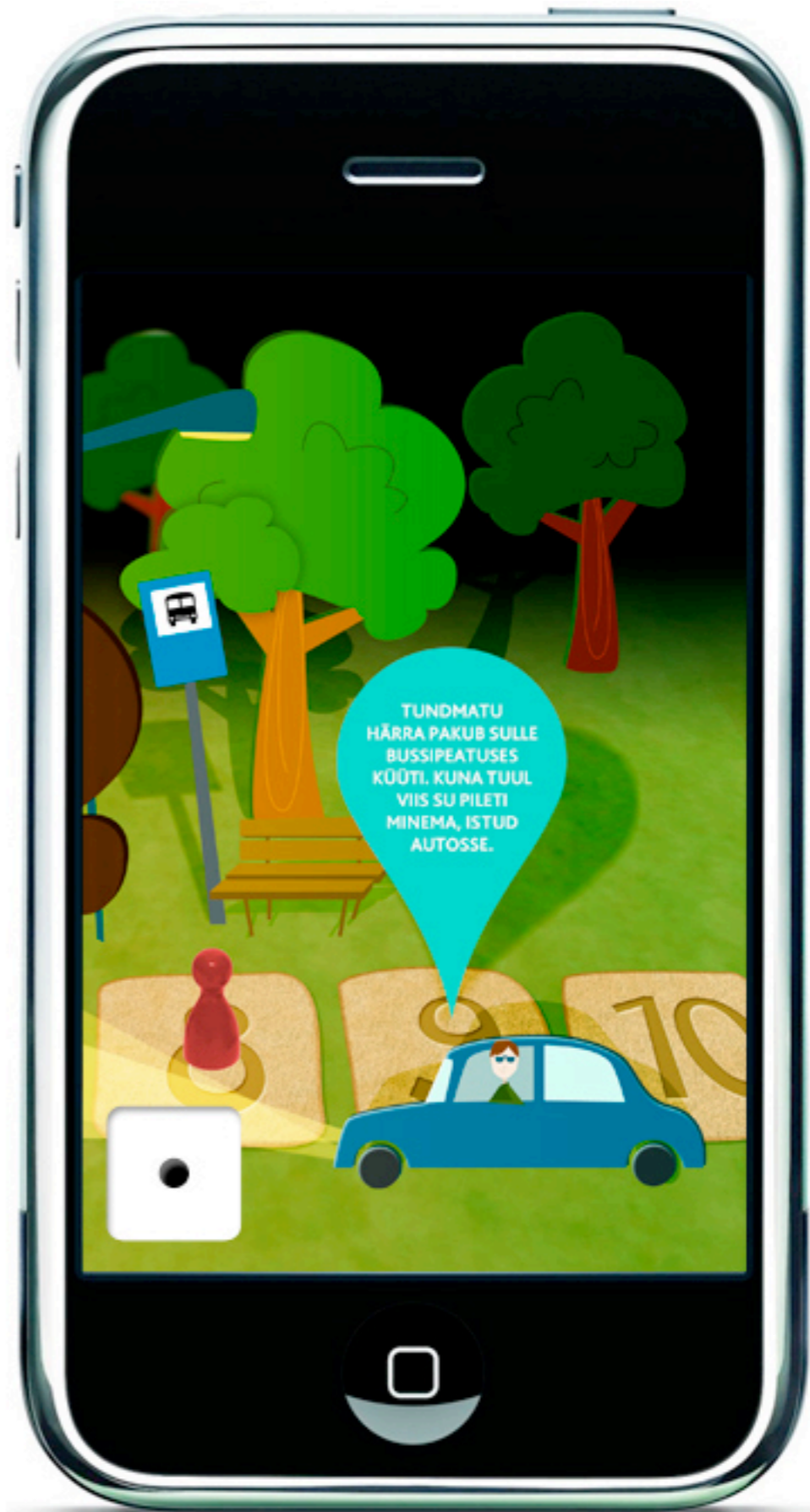
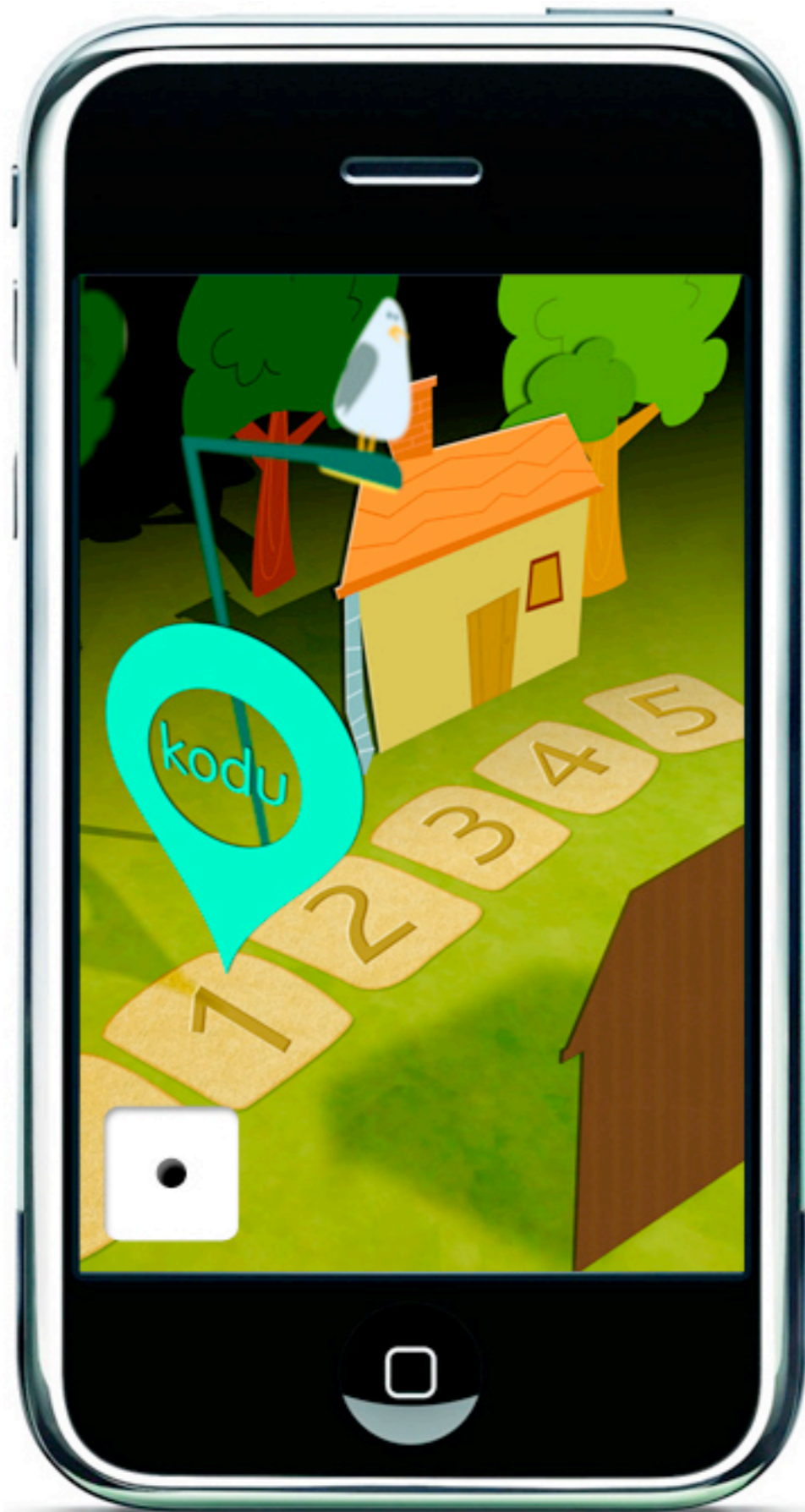
VÕIDAB SEE, KES JÕUAB ELUSALT KOJU

SÕBRALIK NÄGU PAKUB PEOL JOOGI. TEED SILMAD LAHTI PALATIS.



Mängi ja võida www.elusaltkoju.ee

Outdoor või näiteks trükireklaami nähes
võivad nutitelefoni omanikud mängu
mängida koheselt läbi QR koodi või
minnes aadressile m.elusalkoju.ee



**Aitäh, et tutvusite meie lahendustega
ning loodame, et saame võimaluse
projekti edasi arendada ning teostada!**

Kair ja Karmen