

A close-up, high-angle shot of a woman's eye, looking directly at the camera. The eye is dark and has a bright, starburst reflection on the pupil. The surrounding skin is a warm, golden-brown color, and the background is a soft, out-of-focus orange and yellow. The overall mood is intimate and dramatic.

VIHKA RÕÕMUGA

Margaret Muilas
Laura Liisa Leosk
Mariin Suvi

TAUST

Sotsiaalmeedias levib hirmuäratava kiirusega **digiräuskamine**. Meie igapäevases digikeskonnas on **gigabaitide viisi negatiivsust** ja solvanguid. Valimatute sõnadega kallatakse üle nii tavainimesi kui ka kuulsusi. Selline õelus avaldab mõju kõigile osasaajatele.

ÜLESANNE

Lua kampaania, mis kutsub üles inimesi suhtuma negatiivsete kommentaaride kirjutajatesse **empaatiaga**.

VÄLJAKUTSE

Negatiivsete kommentaaride hulk tänases digi- ja sotsiaalmeedias on **liiga suur**. Meie väljakutse on seda olukorda parandada ja **viha õhutamist vähendada**.

SIHTGRUPP

Kõik, kes puutuvad kokku sotsiaalmeedia ning selles peituva digivihaga.

IDEE



#VIHKARÕÕMUGA

IDEE

Head kirjutada on sama lihtne kui halba.

Internetis levib viha õhutamine. Kampania eesmärk on **solvanguks loodud sõnu kasutatada positiivse sõnumi levitamiseks**. Kutsume inimesi üles tähelepanu pöörama negatiivsetele kommentaaridele ning neile positiivse alatooniga vastama.

Samuti on Haridus- ja Teadusministeerium kuulutanud 2019. aasta eesti keele aastaks. Selle tähistamiseks otsime üles meie emakeele kõige kole-ilusamad sõnad ja kasutame neid läbi sõnamängu oma sõnumi levitamiseks.

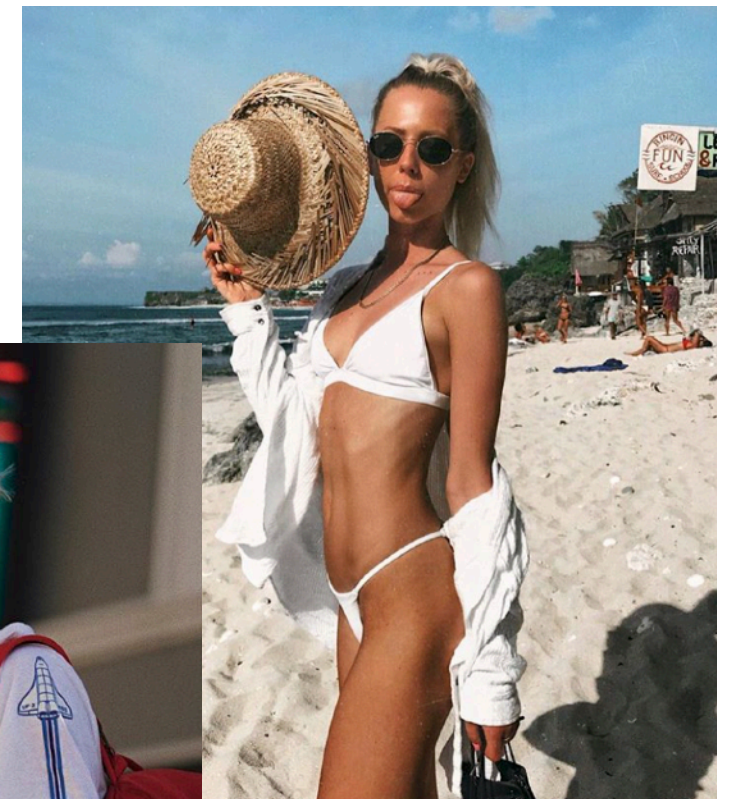
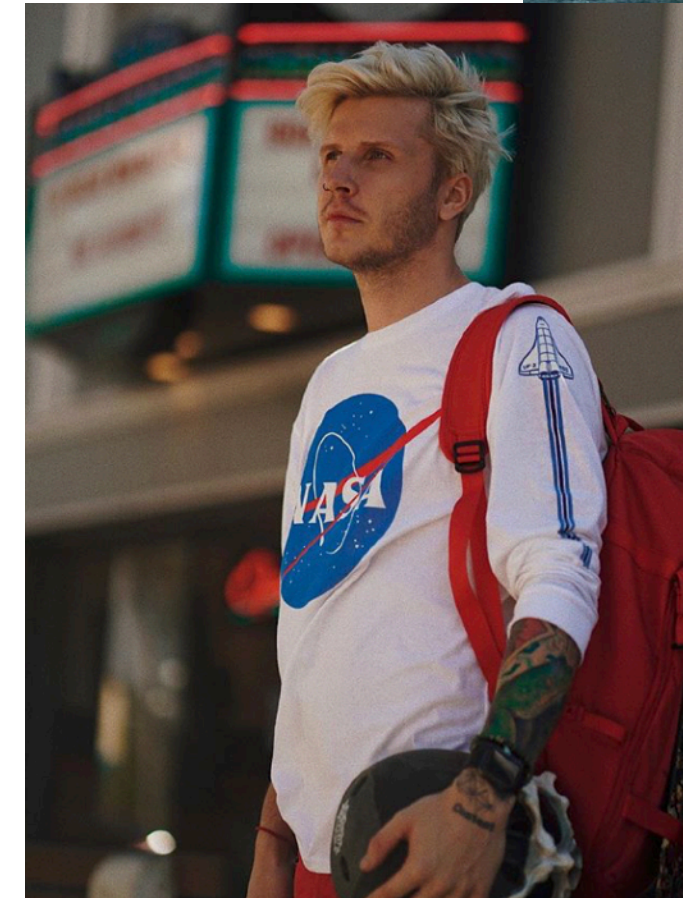
Sa oled
ilgelt ilus

INSPIREERIV DIGIMAAILM

Kaasame populaarseid mõjusikuid.

Sotsiaalmeedias saavad kõige rohkem negatiivset tagasisidet just need, kes julgevad ennast väljendada. Sellepärast kasutamegi kampaanias eesti mõjusikuid, kes kriitikaga igapäevaselt kokku puutuvad.

Lisaks on neil jälgijad, kellele saavad oma käitumisega eeskujuks olla ja näidata, kuidas olukorraga toime tulla.



KAMPAANIA VISUAAL



KAMPAANIA VISUAAL

Muudame halva sõna heaks.

Kujutame visuaalil sõnumit, mis on algselt kirjutatud vihase kommentaarina, kuid näitame lahendust, kuidas selle tähendus lihtsa vaevaga positiivseks muuta.

Kampaania visuaalina kasutame päriselt Instagrami postitatud fotosid, mis eristuvad, haaravad pilku ja on siga-uudsed.

SÕNUM

Sa oled
ilge

Tahaks lüüa

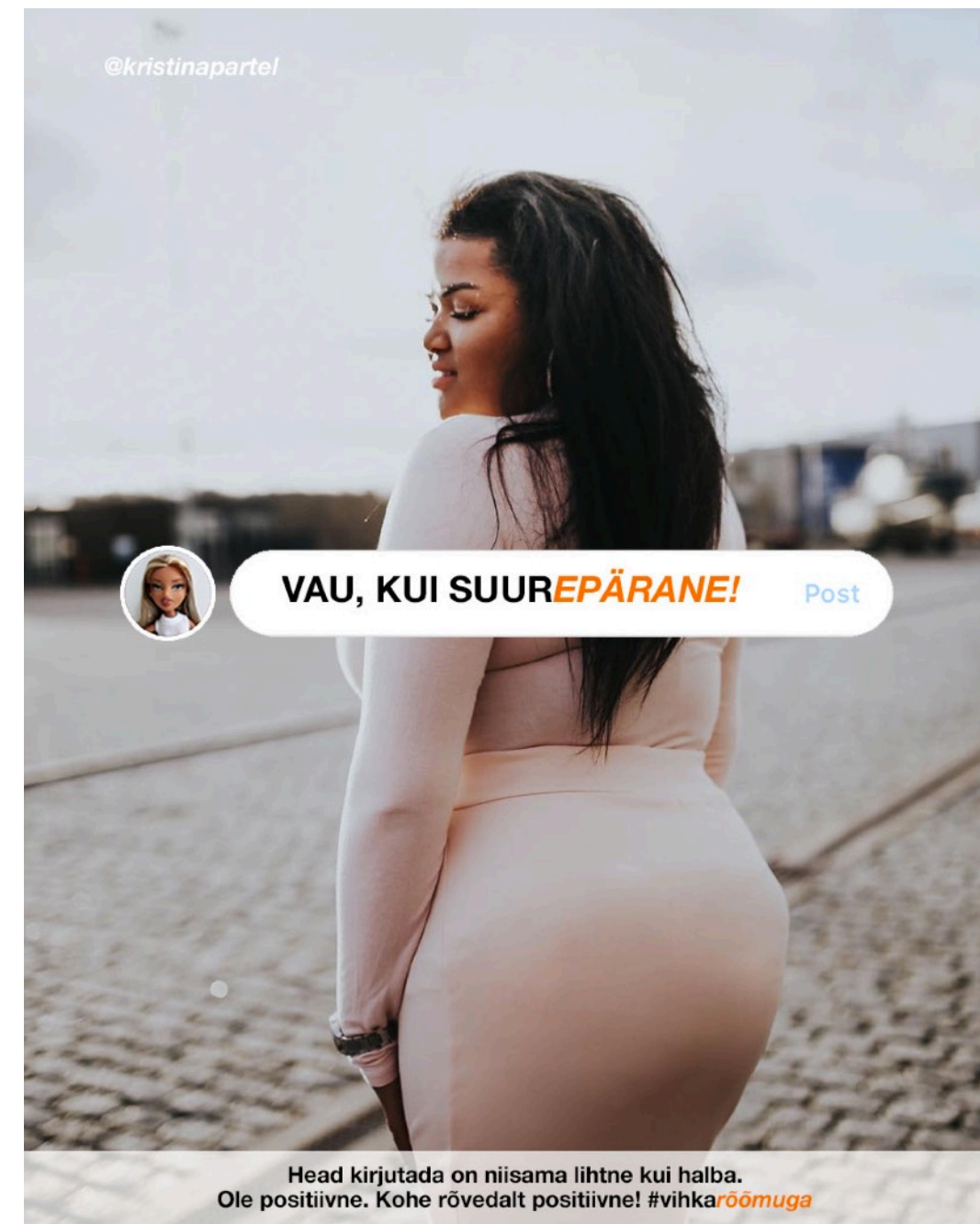
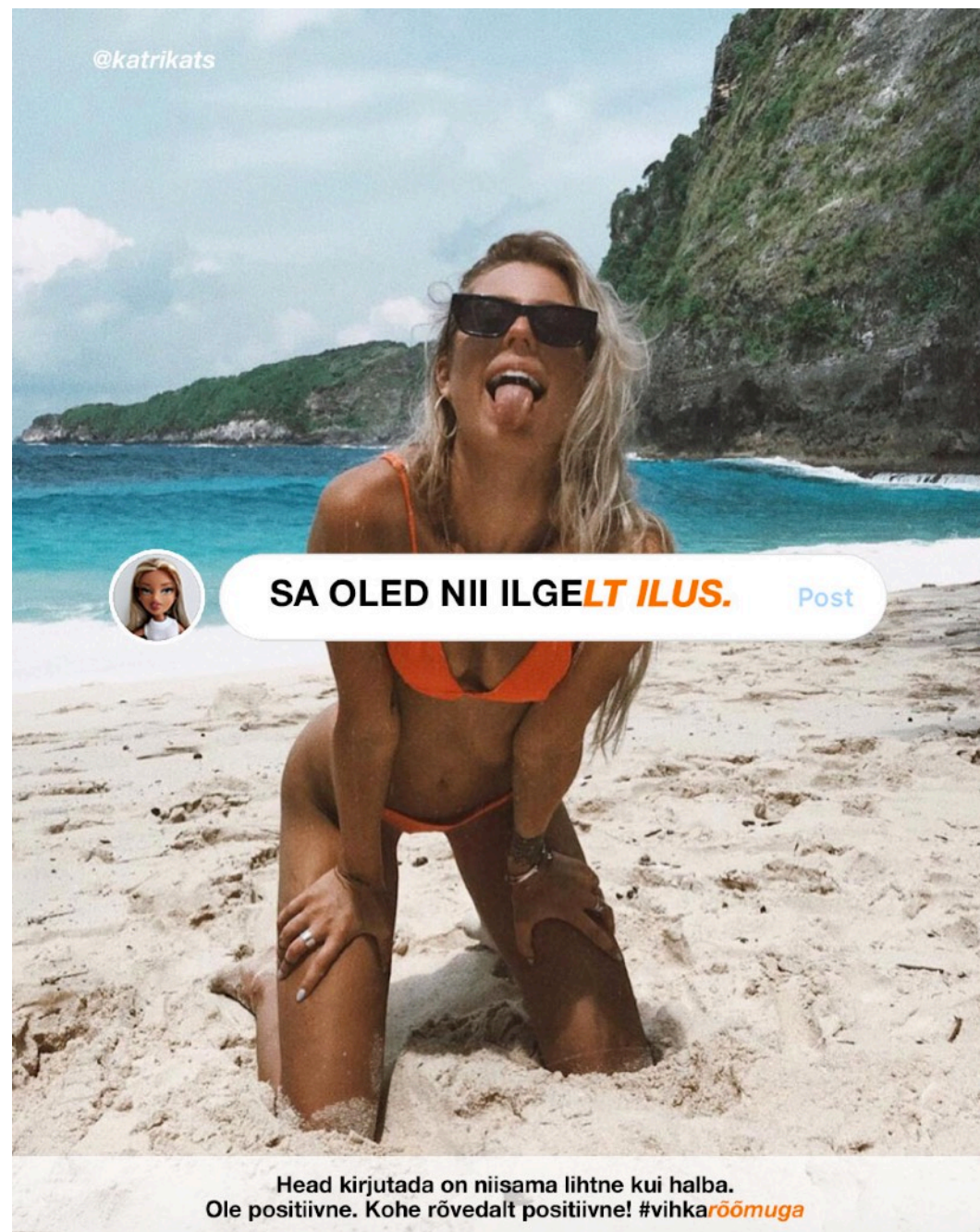
Vau, kui
suur

SÕNUM

Sa oled
ilgelt ilus

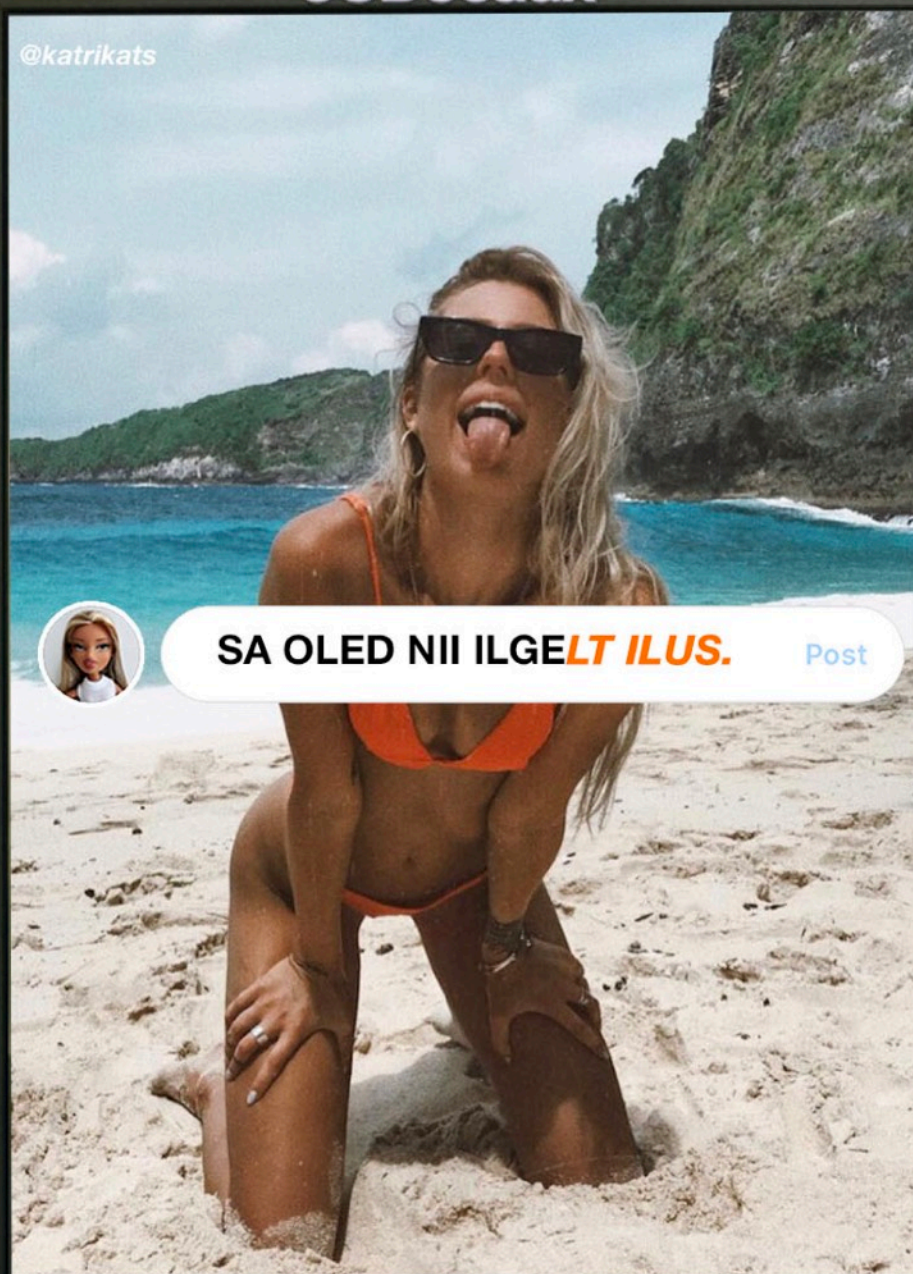
Tahaks sulle
külge lüüa

Vau, kui
suurepärase



JCDecaux

@katrikats



SA OLED NII ILGELT **ILUS.**

Post

Head kirjutada on niisama lihtne kui halba.
Ole positiivne. Kohe rõvedalt positiivne! #vihkarõõmuga

VÄLIMEEDIA ERILAHENDUS

Ootamatud komplimendid.

Kasutame "Kiss Cam" stiilis lahendust, mille abil suuname fookuse tänaval kõndivatele juhuslikele inimestele ning rabame neid jõhkralt ilusa komplimendiga. Alguses on ekraanil nähtav vaid negatiivne kommentaar, mis muutub peagi kiituseks.

Näiteks:

Sa näed täna nii rõved**alt ilus** välja.

Appi, sa oled hirmus **tore**.

Ulme, kui haige**lt andekas sa oled**.



ONLINE-BÄNNERID

Viha vastu saab hea sõnaga.

Online-bänneritel näitame ekraanile trükitavaid sõnu ning kursorit. Algul tundub, et ilmub halvustava sõnumiga kommentaar, kuid siis lause jätkub ja ilmub hoopis positiivne sõnum. Seejärel täitub ekraan emotikoni pilvega.

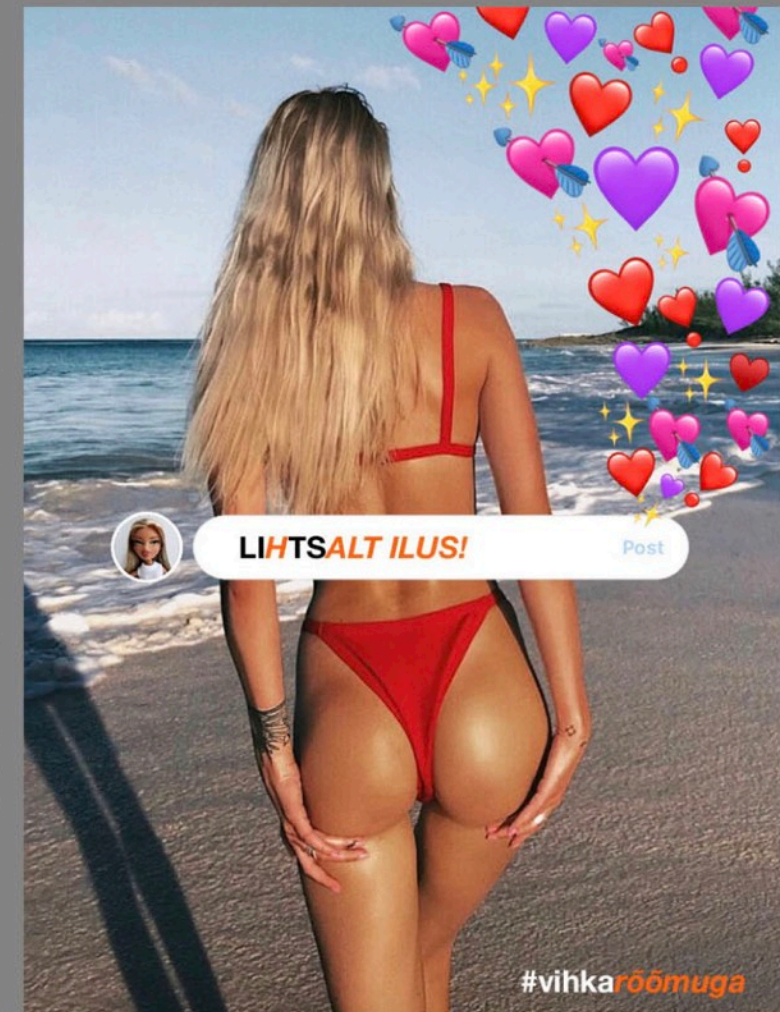
MAAILM KULTUUR ILM SPORT TV ELU24 SÕBRANNA TERVIS KINO LEMMIK



väidetavat juhti vahi alt



edukad päästsid
erest inimketi abil neli



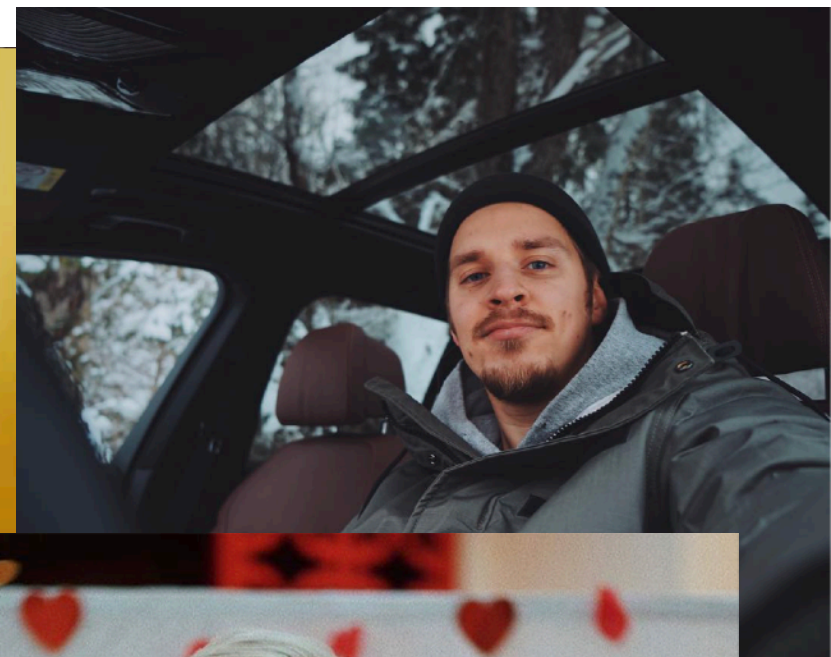
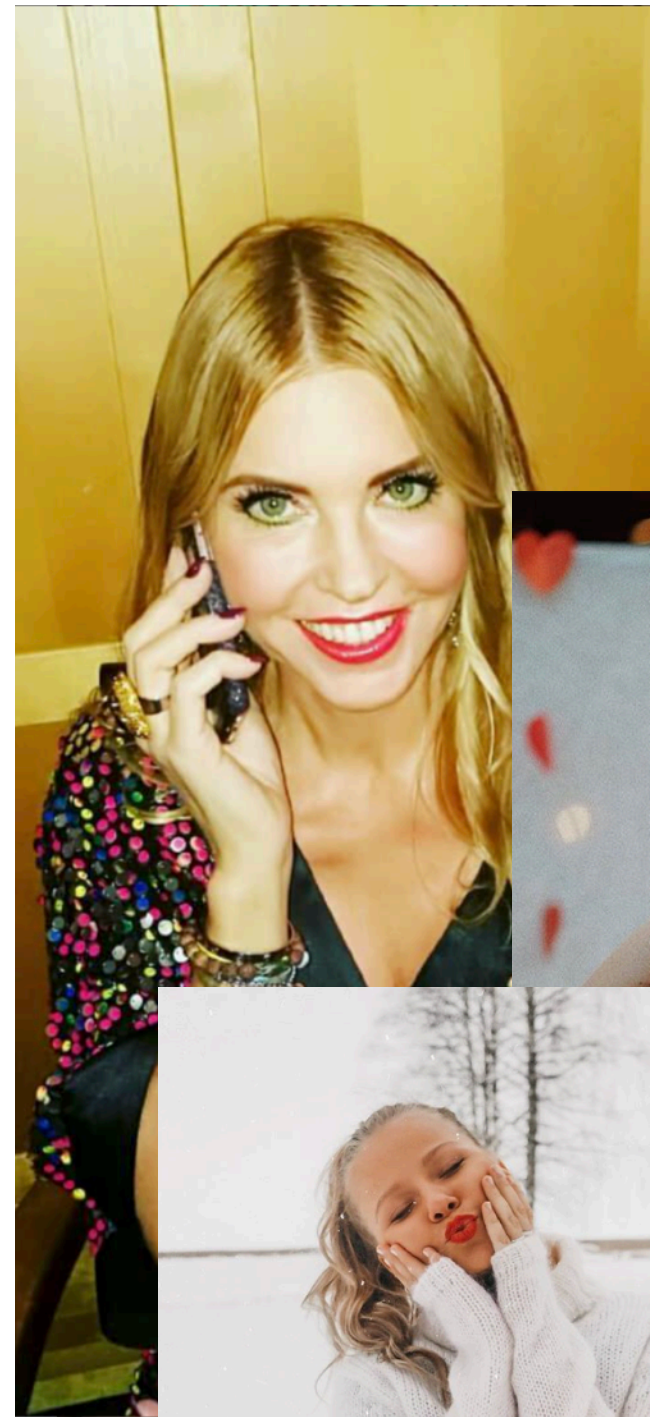
SOTSIAALMEEDIA

KÕNEISIKUD

Kõneisikud teevad head.

Kaasame kampaaniasse suure hulga sotsiaalmeedia mõjutajaid. Nad kuulutavad välja nädala, millal külastavad fännide profiile ja jätavad nende piltidele positiivseid kommentaare ning "like"-e. Lisaks kirjutavad elurõõmsaid kommentaare ka halvustajatele ja näitavad empaatiat.

Nii jõuavad tuntud mõjutajad lähemale oma truule jälgijaskonnale ning näitavad ennast inimlikumast küljest.

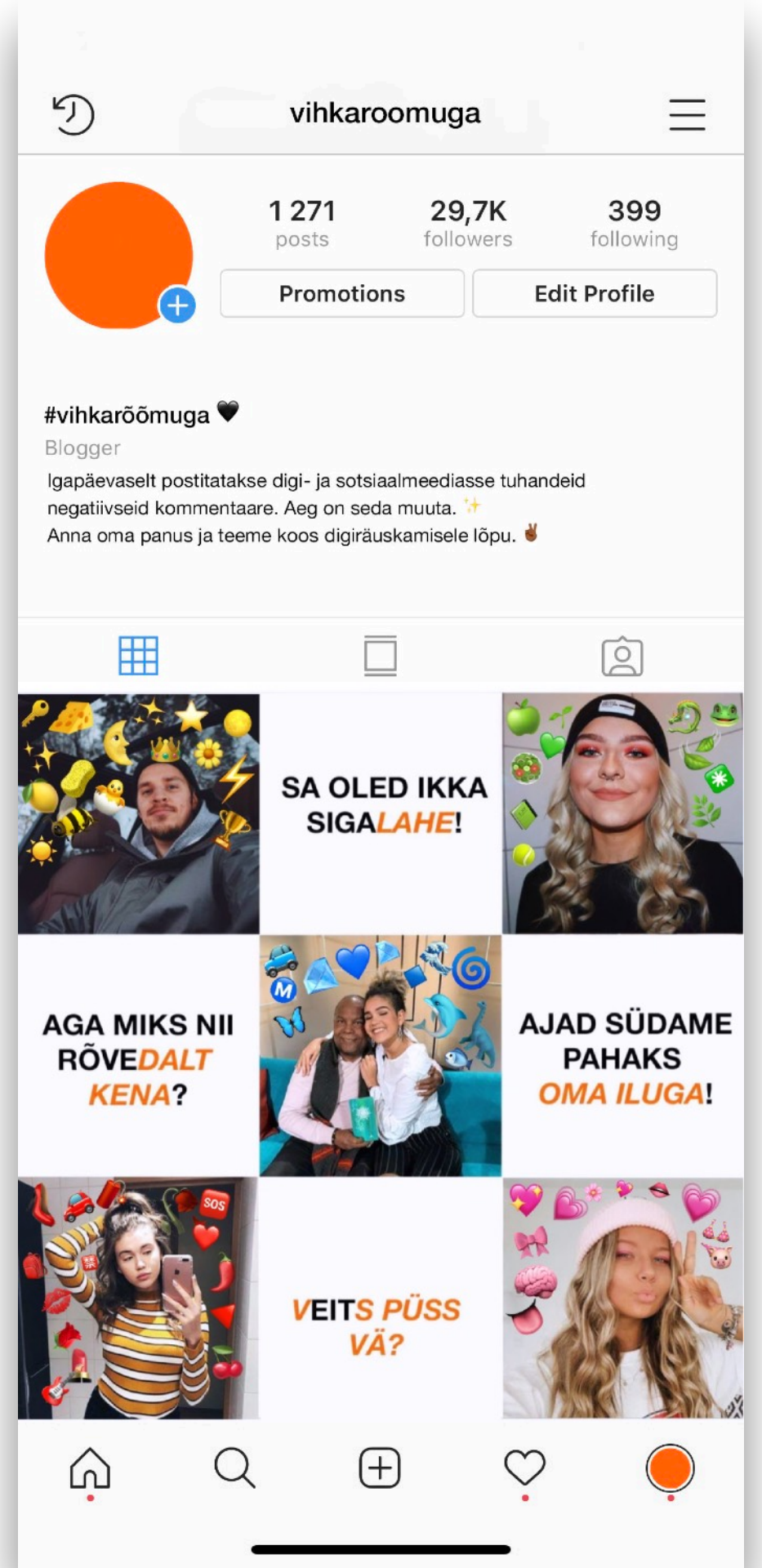


INSTAGRAM

@vihkarõõmuga

Loome Instagrami konto, mille eesmärk on lisada iga inimese argipäeva killuke positiivsust. Otsime sotsiaal- ja digimeediast negatiivseid kommentaare ja pöörame need positiivseks.

Lisaks kutsume inimesi üles kommentaaridele vastama ja neid humorikaks pöörama.



FACEBOOK

Võitle viha vastu heaga.

Facebookis kutsume tunnustama inimesi, kes meid igapäevaselt inspireerivad ja toetavad.

Juhime tähelepanu probleemile, et negatiivsete kommentaaride hulk tänapäeva meedias on liiga suur. Me ei saa seda lõpetada, aga me saame viha õhutamise üle kallata rõvedalt mõnusa positiivsusega!



YOUTUBE

Saada see oma ___ ja ära ütle midagi.

Internetikultuuris levivad kulutulena meme-stiilis videod. Ka meie teeme ühe ilgelt positiivse klipi, mida kutsume sõpradega jagama.

Tegelikult tegime selle klipi juba valmis. Kliki [SIIN](#) ja viska oma ilus pilk peale!

me when my phone screen lights up and it's a notification from someone i love and want to talk to all the time



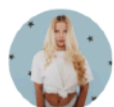


saada see oma silmarõõmule ja ära ütle midagi

Registriväline

1 vaatamine

0 0 JAGA SALVESTA ...



FITLOORA
Laaditi üles 28. veebr 2019

TELLITUD 14 TUH



Juhul kui möödusid eelmisest slaidist klikkimata, siis nüüd on uus võimalus.

Usu, sa ei kahetse!

KLIKI SIIN JA VAATA VIDEOT!

KAMPAANIATOOTED

Koostöö Eesti moedisaineritega.

Loome koostöös andekate moedisainerite ja/või brändidega jõhkralt unikaalse kollektsiooni, mis kannab meie sõnumit traditsioonilisest meediast kaugemale.

Kõik huvilised saavad kanda solvanguid kui positiivseid sõnumeid maailmale.





A yellow t-shirt is laid flat, showing the text 'BROKEN DREAMS CLUB' printed in a dark red, bold, serif font. The word 'BROKEN' is on the top line, 'DREAMS' is on the middle line, and 'CLUB' is on the bottom line. Overlaid in the center of the 'BROKEN' line is the word 'AITÄH' in a white, bold, sans-serif font. The t-shirt has a black and white checkered pattern on the cuffs and the bottom hem. The background is a light-colored, textured surface.

BROKEN
AITÄH
DREAMS
CLUB

