

Ole IT-vaatlik :)

Küberkeskkonnas lohakalt talitamine võib endaga kaasa tuua kurvad tagajärjed. Kui noored loodavad, et ehk nendega midagi ei juhtu, siis vanemaealised ei ole küberruumis valitsevatest ohtudest tihti teadlikudki.

Kampaania "**Ole IT-vaatlik**" eesmärgiks ja ülesandeks oli näidata, et samasugused ettevaatusel põhinevad reaalelu tõesed kehtivad täpselt samamoodi ka küberruumis. Nii nagu kahtlase turuleti juures, nii ka kahtlase veebipoe juures: pörsast kotis ei osteta.

Lõime sõnumite jaotused kaheks:

- **Üldisemad sõnumid** (*123456 ei ole hea parool*) olid mõeldud kõigile, tõstes esile igapäevased jaburad nutivead.
- **Vanasõnadega sõnumid** (*arvutiõnnetus ei hüüa tulles*) olid suunatud spetsiifiliselt vanemaealistele, et luua tugev seos päriselu vanatarkuste ning nutikeskkonna ettevaatuspõhimõtete vahel.

Kampaania jaoks loodud sõna "IT-vaatlik" muutus populaarseks käibefraasiks, mida täna kasutatakse IT-keskkonnas ettevaatuse sünonüümina. Lihtne sõnum lihtsustas ka vanemaealiste sihtgrupini jõudmist, mida toetas PR-tegevuste raames korraldatud ning **vanemaealistele suunatud IT-töötoad** raamatukogudes üle Eesti.

Lisaks koostati kampaania jaoks ka **kübertest**, mis paigutati nii kampaania veebilehele kui ka erinevatesse paberväljaannetesse. Niinimetatud "küberauditi" trükimeediasse paigutamise tagasime ka vanemaealiste sihtgrupini jõudmise, tehes kübernõu jagamise võimalikult praktiliseks ka inimestele, kelle igapäevane nutiaeg on tagasihoidlik.

Kampaania järeluuringu kohaselt märkas kampaaniat 75%, 62% tundis edasist huvi ning 20% inimestest uuris täiendavalt. Lisaks teenis kampaania 60 miljonit kontakti ning 52 064 online sessiooni. Sõnumi "Ole IT-vaatlik" otsekohesuses ning lihtsuses peitus teinegi võlu: kui inimene juba põhisõnumit meenutades mõne kahtlase faili avamata jätab, on meie kampaania oma eesmärgi täitnud.

itvaatlik.ee