

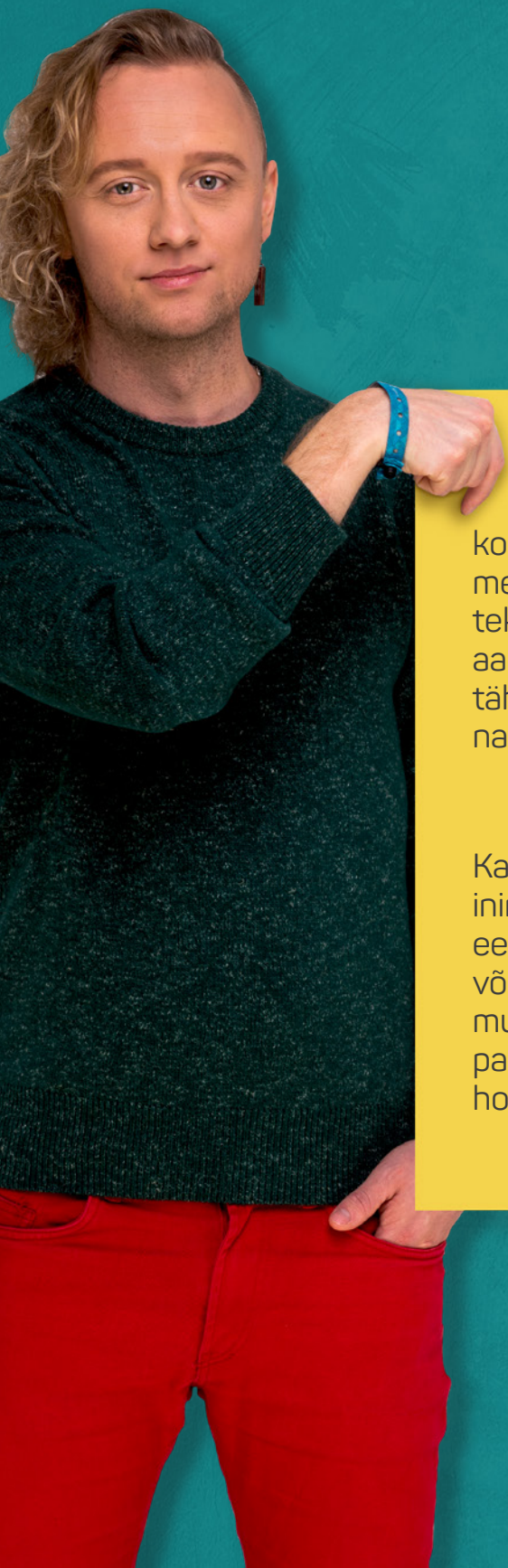
Kõik on
ERINEVAD

kuid sama palju
INIMESED

PR-kampaania & tulemused



#samapaljuinimene



Ajal kui Läänemaailmas tähistatakse erisusi ning tehakse jõulisi samme kõigi võrdse kohtlemise saavutamiseks, levivad Eesti meediaruumis sõnumid, mis tahavad inimestes tekitada vastupidiseid hoiakuid. 2019. aastal jõudis see teravalt ka rahvusvahelise tähelepanu alla, kui valitsusliige nimetas naaberriigi peaministrit müüjatüdrukaks.

Kampaania „Kõik on erinevad, kuid sama palju inimesed“ ehk lihtsalt **#samapaljuinimene** eesmärk oli tekitada ühiskonnas elav arutelu võrdse kohtlemise teemadel – hoiakud ei muutu enne, kui ei toimu teatavat torget, mis paneks inimesi mõtlema ja oma tegelikele hoiakutele otsa vaatama.





Suhtekorraldustegevuste eesmärk oli võimendada reklaami- ja meediakampaaniat ning anda võimalus nii sihtrühmale kui ka laiemale avalikkusele aktiivselt kampaanias osaleda, et tekiks diskussioon.

Me ei andnud lugudes konkreetseid käitumisjuhiseid ega öelnud, mis on õige või vale, vaid julgustasime stereotüüpidest lahti laskma, olema avatud ja otsima ühisosa erinevate inimeste vahel.

Tõime pilti ja kõnelema need, keda teema otseselt ja lähedalt puudutab, ehk vähemuste esindajad ning neid esindavate organisatsioonide kõneisikud.

Peamise sihtgrupi kõrval oli aruteludesse kaasatud ka laiem avalikkus. Pidasime silmas, et tegevused hõlmaksid nii eesti- kui ka venekeelset elanikkonda.



REAKTSIOON MEEDIAS

#samapaljuinimene saavutas teisel nädalal ülikõrge meediatähelepanu ning sotsiaalmeedia, kommentaariumid ja inimeste argivestlused täitusid sisuliste ja edasiviivate diskussioonidega. Suhtekorraldustegevused võimendasid teemat ning hoidsid seda päevakorral. Kampaaniasõnumeid suunati erinevatesse kanalitesse jälgitud mõjusikute ning arvamusliidrite poolt. Lisaks avaldasid kampaania sõnumitele toetust teiste hulgas David Vsevirov (Postimees), Peeter Rebane (EPL), Andres Maimik (Eesti Ekspress), Egert Rünne (EPL), Erki Bahovski (Lääne Elu), Karl Eduard Salumäe (Postimees).

Kampaaniale vastanduvad reaktsioonid pärinesid Lauri Vahtrelt (ERR), Riina Solmanilt (sotsiaalmeedias), Peeter Espakilt (ERR), Arvo Uustalult (Õhtuleht). Üheks peamiseks vastureaktsiooniks võib pidada EKRE ministrite arutlust raadiosaates "Räägime asjast", sellele järgnenud valitsustüli ja selle kajastusi. Seepärast räägitigi kampaaniast kui potentsiaalsest valitsuskoalitsiooni lõhkujast.



Iga väljaanne, portaal ning telekanal käsitles kampaaniat ja selle mõju oma programmis vabatahtlikult. Ka kampaania suhtes pahameelt õhutanud portaal aitas tegelikkuses meie eesmärki täita. Kampaania pani alge ka inimeste kodanikujulgusele seista vastu ebavajalikule rahvaküsitlusele.

SOTSIAALMEEDIA

Kaasasime 18 mõjuliidrit Instagrami kampaaniasse, mille eesmärk oli nooremate inimeste hulgas populaarsete eeskujude toel levitada kampaania sõnumeid. Kutsusime kampaanias osalevaid mõjuliidreid jagama isiklikke lugusid, mis on seotud nende kuulumisega vähemusse.

Innustasime mõjuliidreid keskenduma positiivsetele külgedele ning jagama kampaania põhisõnumit **#samapaljuinimene**, et rõhutada erinevate inimeste ja kokkupuudete rikastavat olemust.

Kokku jõudsid kampaania postitused ligi-kaudu 69 000 inimeseni ning tõid pea 22 000 reaktsiooni (meeldimist või kommentaari).



TULEMUSED

Kampaaniat toetavad suhte korraldustegevused võimendasid meediakampaaniat ja käivitasid diskussiooni laiemas avalikkuses, mis on eelduseks, et toimuks reaalne muutus mõtteviisis. Pea iga väljaanne, portaal ning telekanal käsitles kampaaniat ja selle mõju oma programmis vabatahtlikult. Ka kampaania suhtes pahameelt õhutanud portaal aitas tegelikkuses meie eesmärki täita.

Kuigi kampaaniale järgnes koheselt kroonviiruse pandeemia ning esmakordne eriolukord riigis, pani kampaania alge ka inimeste kodanikujulgusele ning -algatusele. Kogu pandeemia ajal takistas olulise probleemiga tegelemist planeeritav rahvaküsitlus, mis üritas kunstlikult lõhestada ühiskonda. **#samapaljuinimene** kampaaniast tiivustatud julgus mobiliseeris inimesi seisma vastu ebavajalikule rahvaküsitlusele.

