



KESKKONNAMINISTEERIUM

LIFE IP CleanEST communication strategy (A.1)

Tallinn 2020

This report has been written as a part of LIFE IP CLeanEST project, which is funded by the European Commission LIFE programme and the Republic of Estonia. LIFE Financing Agreement No LIFE17 IPE/EE/000007. This report reflects only the author's view and the European Commission is not responsible for any use that may be made of the information it contains.

Contents

Introduction.....	4
The research phase	5
Historical heritage of environmental pollution.....	5
Preserving the environment and people's own activity	5
Communication channels.....	6
Expectations on the communication	6
Summary of the analysis phase.....	7
Media monitoring results	8
Fisheries, pollution, waste, watercourses.....	8
Purtse River	9
Erra River	9
Summary of media monitoring	9
Main communication messages.....	10
Target groups and stakeholders and communication with them	11
Risks in communication	15
Communication channels	15
Blogs	15
Direct meetings with target group representatives.....	15
Video	15
Traditional media	16
Social media	16
Direct mail	16
School lessons	16
Collaboration with bloggers	16
Partners' channels.....	16

Introduction

The LIFE IP CleanEST communication strategy is based on the principle that it becomes a practical guide and aid in project communication, describing the main messages, target groups and stakeholders, their expectations and attitudes towards the actual activities of the project, and more appropriate channels for managing the messages. The strategy formulates the principles to be followed in communication and provides an overview of the planned communication model for the next 10 years. The communication strategy provides guidance to the communication plans made for every year individually. The communication plan for each subsequent year shall be completed by 30 November of the calendar year preceding that year.

The preparation of the communication strategy involved various stages, the most extensive of which was the research phase. A qualitative study was conducted using the focus group method to map the fears and expectations of the target groups and stakeholders, current attitudes and opinions regarding the environment and related issues in general. The focus group interviews were conducted with people from Ida-Virumaa and Lääne-Virumaa regions that are most involved in the LIFE IP CleanEST project in order to get as objective feedback as possible on the extent of the problem.

In addition to the qualitative study, there was conducted an in-depth media analysis and media monitoring to objectively address the current situation in the media coverage of environmental issues and the differences in the media consumption habits of the population in the region.

The expectations of different target groups were analyzed and mapped for the preparation of the project communication strategy and the implementation of the communication plan. Based on the research and analysis phase, the strategic goals of the communication were formulated for the different target groups. The general messages of the project and the expectation of message management were described based on the input received from the focus group interview participants.

The research phase

The aim of the research phase of this communication strategy was to map the fears and expectations of the target groups and stakeholders as well as their current attitudes and opinions. For that a qualitative study was conducted using the focus group method with the residents of Lääne- and Ida-Virumaa, who are mainly affected by the project activities and final outcomes and whose living environment changes as a result of the project activities.

Historically, the regions of Ida- and Lääne-Virumaa have had to deal with environmental problems consistently and systematically for decades. Fears and prejudices on environmental issues still reflect in people's attitudes and feedback today.

In the following, we describe the main conclusions of the focus group interviews, which provide input for the strategic planning of communication activities related to the project, the preparation of messages and the involvement of residents.

To prepare the communication strategy, two focus group interviews were conducted in Ida-Viru County and Lääne-Viru County. One group interview took place in Jõhvi and the other in Lügansa, by the Erra River, which provided an opportunity to get direct feedback from people who have lived in the outskirts of the polluted area for years.

Historical heritage of environmental pollution

As Ida-Virumaa has had to deal with various environmental problems caused by human activities over the past decades, the locals are still discouraged today and rather negative and anticipatory in their attitudes regarding the possible successful outcome of the project - a cleaner, beautiful and vibrant aquatic environment.

The locals are aware that their living environment is worse and more polluted compared to the rest of Estonia. For example, the people along the Erra River are very familiar with the timing of river pollution. Reference is made to almost 100 years ago, according to the locals, in 1933 small quantities of pitch and brown substances were released into the Purtse River, which destroyed all the fish that lived there.

Preserving the environment and people's own activity

The research revealed that people living in Ida-Viru County and Lääne-Viru County consider people living in the counties there to be less aware of environmental protection and the preservation of the natural environment than the average Estonian resident. At the same time, there is a difference in the attitudes of people living in urban or rural areas. People living in the latter are more aware of the problems because they are in direct contact with water bodies.

When conducting the focus group interviews, we asked the interviewees to name the biggest environmental problems and challenges that they think need urgent intervention. The following environmental problems were frequently mentioned: garbage, polluted air, soil and water. The residents of the Erra River mentioned water pollution more than others and pointed it out as the first major problem.

Unfortunately, the interviews revealed that environmental protection and a nature-friendly lifestyle are not popular among the residents of Ida-Virumaa. The participants in the focus group referred to the possibility of involving and informing the younger generation more than before, towards whom to carry out notification work on the possibilities of improving the living environment there. For young people the development of various activities and study programs was considered very important by most of the participants in the focus group.

There were also two opposing groups of opinions in the focus group - those who think that the environmental problem is serious and large-scale, but there are also a considerable number of those who do not think about the environment. People living in the countryside contrast with the city dwellers because they are in the minority. In turn, there are also disagreements between the people who are directly exposed to the problem of water pollution. Those who consider it important to deal with the problem are the opposite of those who find that there is no point in working on old problems because things do not change.

Communication channels

In cooperation with the media agency, the media consumption of the residents of Ida-Virumaa was analyzed in order to understand the preferences of the media channels in the region with a large Russian-speaking population.

The most popular traditional media channels are TV (by far the most consumable), outdoor media and then the Internet and Radio. Of the TV channels, the most popular are TV3 and Kanal 2, and in the Russian-language media PBK, NTV and RTR. What distinguishes Ida-Virumaa significantly from the rest of Estonia is the popularity of direct mail. Social media, and especially Instagram, is actively used and popular among the 25+ population.

The focus group participants were also asked which channels they consume and which ones they use to keep up with the information. The national media, ie well-known online publications Delfi, Postimees, ERR, were noted. Focus group participants also mentioned Põhjarannik, which they read and trust. What must be taken into account is the widespread use of Russian media among the people of the region.

Expectations on the communication

The most important goal set out in the communication strategy is to find a way for the public and the narrower target group of local people to feel that something is really being done now. It was formulated by people who participated in focus groups.

People who are in closer contact with the project (residents of Virumaa and people living along the Erra River) expect that the processes related to the project will be transparent and they will easily understand what is being done, why and when. Consistent and inclusive communication, the main purpose of which is to inform and explain, helps to level people's skepticism and anticipatory attitude. According to the locals, it is not enough to read once a year about what is being done in the newspaper, instead they are waiting for direct communication and the opportunity to have a say in the matters.

Summary of the analysis phase

- There are two main views on people's attitudes: environmental problems are serious vs. "I don't care";
- In Ida-Virumaa, environmental protection and a nature-friendly lifestyle are not popular. This attitude and prejudice limits communication;
- Local government is not seen as a cooperation partner, the mentality remains against us versus them;
- The Ministry is not perceived as a cooperation partner;
- There is no confidence that all the planned water bodies covered by the project will be cleaned, because there is simply no money allocated for this;
- If the local resident is not an activist himself, he will not find the necessary information or ways involvement;
- Environmental protection is a "problem" for a limited target group;
- People living in rural areas perceive this to be their problem and urban people are not interested in it;
- There are people who think that Ida-Virumaa will be depleted of mineral resources and then given to Russia;
- Locals fear the business interests of stakeholders and fear that everyone is commercially involved, so the project is not objective.

Media monitoring results

In order to map the channels that have published topics related to the environment in particular, and to find out who are the main journalists interested in the topic, who have covered the area covered by the strategy, a media monitoring was conducted. Three different approaches and keywords were used to analyze media coverage.

Firstly, the set of keywords was mapped that were studied during the selected period. It consisted of the following words: **fisheries, pollution, waste, watercourses**. The period observed was 01.06-2019-20.09.2019. Nearly four months of media monitoring provides enough insight to map the main channels, tonality, and journalists who have covered the selected keywords.

Next, the keyword pair "**Erra River**" was analyzed in the period 01.06.2018-23.09.2019. It is important to point out here that the monitored period was significantly longer, because of the assumption that there are significantly fewer coverages on the Erra River compared to the previous analysis consisting of different keywords. Therefore, a longer time period was selected in order to get as objective a media picture as possible of the coverage of this river.

Lastly the pair of words "**Purtse River**" was analyzed in the media monitoring. Purtse River was chosen as the object to be analyzed because it is already being cleaned within the framework of another project, and it was known when starting to compile the strategy that the communication related to Purtse had partly taken place.

The following are the main results of the monitoring by the analyzed keywords.

Fisheries, pollution, waste, watercourses

In the period from 01.06.2019 to 20.09.2019, a total of 3586 articles were published in the press concerning the topics fisheries, environmental pollution, water supply remediation, waste. In the analysis, the observed keywords appeared 622 times in the stories with a positive background, 222 times in the stories with a negative background, and the general background was neutral in 1210 cases.

In the period from 01.06.2019 to 20.09.2019, most actively covered these keywords Õhtuleht (ohtuleht.ee) with 123 articles . This was followed by Radio Kuku with 115 coverages and Vikerraadio with 109 coverages.

Among the authors, Külli Kriis was the most active in the analysis period 01.06.2019 - 20.09.2019, with a total of 50 articles published.

Purtse River

Between 01.06.2018 and 23.09.2019, a total of 277 articles were published in the press concerning the subject of the Purtse river. The emotion of the reflections was as follows: 71.43% of the reflections were neutral, 24.37% positive and 4.20% negative.

In the period from 01.06.2018 to 23.09.2019, the most active media channel Põhjarannik had 37 coverage. This was followed by Severnoje Poberežje with 21 coverage and severnojepoberezhje.postimees.ee with 18 coverages.

Among the authors, Külli Kriis (Põhjarannik) was the most active in the analysis period 01.06.2018 - 23.09.2019, with a total of 30 articles published. This was followed by Sirle Sommer-Kalda (Põhjarannik) 14 articles and Erik Gamzejev (Põhjarannik) 10 articles.

Erra River

Between 01.06.2018 and 23.09.2019, a total of 33 articles were published in the press concerning the subject of the Erra river.

In the analysis period 01.06.2018 - 23.09.2019, Erra River appeared 1 time in stories with a positive general background, 0 times in stories with a negative background and 14 times the general background was neutral.

In the period from 01.06.2018 to 23.09.2019, the most active media channel was Põhjarannik with 8 coverages. This was followed by Severnoje Poberežje with 6 coverages and severnojepoberezhje.postimees.ee with 3 coverages.

Among the authors, Külli Kriis was the most active in the analysis period 01.06.2018 - 23.09.2019, with a total of 14 articles published.

Summary of media monitoring

- In addition to the wide range of online coverage, the traditional media type - local paper publications - stands out in the coverage of the Erra and Purtse rivers.
- Õhtuleht has had the most coverage of general environmental issues. In the case of the Erra and Purtse rivers, the local publication Põhjarannik had the most coverage.
- Külli Kriis is the journalist who has written the most on environmental issues. Knowing this, she could be involved in the communication planning of the project.

Main communication messages

Communication messages are based on currently known information about the project. As the substance of the project progresses, the messages used in the communication should be reviewed and, if necessary, supplemented and updated.

The following general messages in the communication are planned:

- CleanEST is a large-scale initiative and a pilot project setting a precedent for other such projects in Europe;
- With the help of the CleanEST project, it becomes clear whether and how the approaches used for water treatment can be implemented in Europe and in Estonia more widely;
- Estonian nature is our business card in the wider world, now we have the opportunity to bring to life what has ceased to exist as a result of human activity;
- Estonia's clean nature and clean water bodies are a common part of us all;
- The project improves the condition of water bodies and brings life back to them;
- Estonian nature and its preservation is a common goal of all of us, not an activity necessary for a limited target group;
- Fish return to the treated waters, creating new opportunities for tourism and business development, while creating new jobs;
- Project communication is based on the principle of involvement and information.

Target groups and stakeholders and communication with them

Target group	Goal of com./ expectations	Messages	Spokesperson/opportunities
Other European countries	To show Estonia as an advocate for environmental awareness, which deals with the implementation of new opportunities in nature conservation.	The large-scale water treatment project in Estonia is the first project in Europe to pave the way for other successful projects. Case-study lessons and real results based on Estonian experience help to increase the awareness and skills of other countries in cleaning polluted water bodies.	As a spokesperson, we need to involve a person at the political level who would also speak to the foreign media and help raise the issue in the international media.
The wider Estonian public	To inform about problems related to the environment, the possibility to solve pollution in numerous water bodies of Ida-Viru and Lääne-Virumaa counties. Be aware of the problem and show solutions.	Estonia's nature and environment are an important part of our identity, because Estonia is known as one of the countries with the cleanest environment in the world. The course of Estonian nature depends on all of us, and it is a part of us all. It is possible to stop environmental pollution and bring life and beauty back to polluted water bodies. Clean nature is Estonia's business card outside the borders of the homeland.	The Minister of the Environment, representer of the Ministry of the Environment, representatives of project stakeholders and partners, influencers who speak to both young and old. Well-known people who are environmentally conscious. Local influencers who have a connection with the area, which allows for greater effectiveness and a stronger message to reach the target group.
Wider population of the areas covered by the project (Ida-Virumaa, Lääne-Virumaa residents)	Inform the residents of Ida-Virumaa and Lääne-Virumaa that an environmental problem exists in the region and that real steps are being taken to reduce it. Demonstrate through involvement and information that Europe and Estonia care about	Water bodies have lost their original appearance and their bubbling life. CleanEST offers one possible solution. The water bodies involved in the project will be partially or completely cleaned and brought back to life. Environmental protection is	Speakers at the level of the Government and the Riigikogu who would give weight to the issue. Former or current residents of the area have an impact on local life. People with an interest in the environment and well-known spokespersons

Target group	Goal of com./ expectations	Messages	Spokesperson/opportunities
	regions that have historically faced serious environmental problems, and that environmental protection is an important issue, not just a limited problem in one Estonian region. Reduce the fears and awareness of local people and lead attitudes.	an important issue, it depends on all of us whether and for how long nature around us will be preserved. Clean nature attracts Estonians to engage in domestic tourism, which creates jobs and stimulates the region's economy.	on environmental issues, who would not only represent politics, but would be recognized and authoritative people to have a say on environmental issues. Representatives of cooperation partners and stakeholders.
Non-Estonians living in Estonia	To increase the awareness of non-Estonians about environmental problems and pollution in water bodies. To bring non-Estonians into a unified, environmental information space with Estonians.	We all have a role to play in preserving and saving the environment so that future generations can also live in Ida-Virumaa. The whole of Estonia cares about the nature of Ida-Virumaa and it is not only the personal concern of one narrow target group and the inhabitants of the region how to reduce environmental problems. Ida-Virumaa is an important part of Estonia's integrity, including its nature. We keep nature around us together. If we save nature, it creates opportunities for new jobs.	People who are relevant to the Russian-speaking population, both politicians and representatives of other walks of life.
City residents in Ida-Virumaa and Lääne-Virumaa	Increase their knowledge of environmental issues. Disprove misconceptions as if water pollution only affects people living in the immediate vicinity of a problem area. Invite them to actively participate in the stages of the project where people's feedback is valuable and necessary. Show that	For decades, water bodies have been one of the areas of pollution where human activities have had tragic consequences. Now is the time to change it and bring life back to the water. Environmental issues affect us all, including the people in the city. Feedback and desire from all people to contribute to a	Spokespersons of the institutions involved in the project, local influencers.

Target group	Goal of com./ expectations	Messages	Spokesperson/opportunities
	environmental issues are important and should be talked about loudly.	cleaner and more sustainable nature is welcome and necessary. We must work together to preserve nature and clean water. If we do not react now and do nothing, it may soon be too late	
Residents of a narrower area who are in direct contact with the water bodies covered by the project (living in its immediate vicinity) and often live in rural areas	Really involve local people in the planning of project activities and give them the opportunity to have a say, help and get involved. Carry out consistent and transparent explanation of project activities and different stages. Reduce people's fears related to project activities.	The environment around us will be cleaner and healthier. Local opinion is important and taken into account. The knowledge and willingness of local people to get involved is appreciated. The project is designed to make the local environment a better-quality living environment, where people feel safe and where nature is alive. A clean and healthy environment is an important issue for the whole of Estonia.	Spokespersons of the Ministry of the Environment and cooperation partners, people affected by the project, local influencers who will be affected as a result of the project.
Environmentally conscious people	Involve more environmentally conscious people, such as nature photographers, in communication activities. Inform and use them as spokespersons because their opinions carry weight. To reassure them that nature and its preservation is a priority for the whole of Estonia.		
Fishermen	Raise fishermen's awareness of the	The waters of Ida-Viru and Lääne-Virumaa, which have	

Target group	Goal of com./ expectations	Messages	Spokesperson/opportunities
	project's outcome. Emphasize the importance of fishing in the history and the future of the regions.	historically been fishing areas, will regain their life and fishing will be possible again.	
School students	Involve, inform and encourage young people to have a greater say in the environment and its preservation. Emphasize that they have the opportunity to change the region's attitudes towards nature and shape their views.	Nature is common to all of us, young people are the target group who can change the way the new generation views nature and acts accordingly.	Teachers, influential people among youth, young people themselves.

Risks in communication

As the duration of the project is 10 years, one potential risk in communication is that the information and involvement of the public and key target groups and stakeholders is inconsistent. There are also other potential dangers:

- The project is distant from the public and is seen as a limited issue in one region that does not need to be addressed more broadly;
- The possibility, due to the multiplicity of partners, that communication will take place without central management and therefore the management of the strategic message will be lost;
- Reaching the Russian-speaking population with a limited message.

Communication channels

Blogs

As the duration of the project is 10 years, a unified and consistent information channel in the form of a blog will be created, where information about the progress and stages of the project will be shared at least once a month. The blog related to the project provides an opportunity to talk openly and objectively about what work is going on and what is planned to be done next. It also provides an opportunity to publicly comment on and answer questions so that anyone who wishes can provide feedback, share their thoughts, and so on.

Direct meetings with target group representatives

In the initial phase of the project and in the stages of substantive progress there are planned several meetings with residents who are in direct contact with the areas covered by the project. Such meetings provide an opportunity to develop the right understanding of the project, reduce the fears of local people and get their direct feedback. As the focus group interviews showed, the locals are very willing to have a say and should definitely be given this opportunity. Involving local people is the basis for successful communication and the project.

Certainly, the meetings with the representatives of the target group must become regular, and the corresponding period could become clear from the feedback of the locals at the first such event. Then it becomes clear how often they would like to meet with representatives of the ministry and other cooperation partners, and in what form they themselves expect it.

Video

To introduce the project, a video will be made in the autumn of 2019, the aim of which is to pass on the history, current situation and future of water pollution through the story of a representative of the local target group, ie what will change as a result of the LIFE IP CleanEST project. It is a short video of a few minutes, of which versions of different lengths are produced, which could be used on social media in addition to traditional media channels. The clip is in both Estonian and Russian.

Traditional media

In parallel with the completion of the video, the first major wave of communication activities in traditional media are planned that would support the video message and goals. Traditional media will remain a regular means of communication with both the wider Estonian public and representatives of a narrower target group. In cooperation with ERR there are planned separate communication activities according to the progress of the project. Both Estonian publications and local periodicals will be engaged.

Social media

Social media will help embed the project's communication messages and goals. At first will be mapped the Facebook communities of Lääne-Viru and Ida-Virumaa rural municipalities, villages and communities, which is one of the significant communication channels for the residents there. With a wider targeting of social media representatives of more detailed target groups could be reached so that they, too, are aware of the progress of the project.

Direct mail

The focus group interview revealed that direct mail is still popular in Ida-Virumaa today. This provides an opportunity to provide information in the initial phase of the project about what will be done for the water bodies there, what will change for the environment and how the residents are planned to be involved in the activities. As an alternative to direct mail the publications Panorama, Põhjarannik and Virumaa Teataja could be used, which are important local voice carriers.

School lessons

In co-operation with schools in the area schoolchildren will be involved in information sessions so that they can help change local people's attitudes towards environmental issues and set an example for nature conservation. Through the involvement and education of children the awareness and attitudes of their parents could be influenced.

Collaboration with bloggers

During the project there is planned cooperation with bloggers who would also provide information about the project in their own channels. By involving them, a wider audience could be reached to introduce the project's broader goal of being a pilot project to combat such pollution in the rest of Europe.

Partners' channels

As the project involves a very wide network of cooperation partners, it is an option to use their channels and their spokespersons in communication activities. The scale of the project can be shown through great involvement. In cooperation with partners the project communication team will agree on a communication model on how to give a greater impact to the messages and involve as many Estonian people as possible.



KESKKONNAMINISTEERIUM

LIFE IP CleanEST kommunikatsioonistrateegia (projekti tegevus A.1)

Tallinn 2020

Autor: Kaia Gil, Baltic ID

Aruanne on valminud LIFE IP CleanEST projekti raames, mida rahastavad Euroopa Komisjoni LIFE programm ja Eesti riik. LIFE programmi rahastusleping nr LIFE17 IPE/EE/000007. Aruanne kajastab autori seisukohti ja Euroopa Komisjon ei vastuta sisu kasutamise eest.

Sissejuhatus

Käesolev kommunikatsioonistrateegia on mõeldud kasutamiseks projekti LIFE IP CleanEST kommunikatsiooniga seotud tegevuste planeerimisel ja ellu viimisel ning see on valminud Keskkonnaministeeriumi tellimusel.

Strateegia on koostatud põhimõttel, et sellest saaks praktiline juhend ja abimaterjal projekti kommunikatsioonis, kirjeldades peamisi sõnumeid, siht- ja sidusrühme, nende ootusi ja hoiakuid seoses projekti reaalsete tegevustega ning sobivamaid kanaleid sõnumi juhtimisel. Strateegia sõnastab põhimõtted, millest kommunikatsioonis lähtuda ning annab ülevaate planeeritud kommunikatsioonimudelist järgneva 10 aasta jooksul. Strateegia sisaldab detailset kommunikatsiooniplaani aastaks 2020, mis viiakse ellu koos projekti partneritega. Iga järgneva aasta kommunikatsiooniplaan valmib sellele aastale eelneva kalendriaasta 30.novembriks.

Kommunikatsioonistrateegia koostamine hõlmas erinevaid etappe, millest kõige mahukam oli analüüsifaas. Viisime läbi kvalitatiivuuringu fookus-grupp meetodil, et kaardistada siht- ja sidusrühmade hirmud ja ootused, tänased hoiakud ja arvamused seoses keskkonna ja sellega seotud probleemistikuga laiemalt. Kaasasime fookus-grupp intervjuudesse inimesed Ida-Virumaalt ja Lääne-Virumaalt- piirkondadest, mis kõige enam LIFE IP CleanEST projektiga hõlmatud on, et saada võimalikult objektiivne tagasiside probleemi ulatusest.

Kvalitatiivuuringule lisaks viisime läbi põhjaliku meediaanalüüsi ning meediamonitooringu, et käsitleda objektiivselt tänast olukorda keskkonnaga seotud probleemide kajastamisel meedias ning elanike meediatarbimise harjumuste erisusi kõnealuses piirkonnas.

Analüüsisime ning kaardistasime, milline on erinevate sihtrühmade ootus projekti kommunikatsioonistrateegia koostamiseks ja kommunikatsiooniplaani ellu viimiseks. Tulenevalt uuringu- ja analüüsifaasist sõnastasime kommunikatsiooni strateegilised eesmärgid sihtrühmade alusel. Kirjeldasime, millised on projekti üldised sõnumid ning milline on sõnumi juhtimise ootus fookus- grupp intervjuudes osalejatelt saadud sisendi põhjal.

Kommunikatsioonistrateegia koostas kommunikatsioonibüroo Baltic ID. Strateegia koostamist juhtisid ettevõtte vanemkonsultant Kaia Gil ning konsultant Kaidi Reinart. Strateegia koostamine toimus perioodil august-oktoober 2019 vastavalt projektis seatud tähtaegadele.

Taust

LIFE IP CleanEST projekti eesmärk on parandada Ida- ja Lääne-Virumaa veekogude seisundit. Projekt katab ligi 240 000 hektarit, hõlmates ühtekokku 574 km ulatuses vooluveekogusid ja ligi 160 000 hektarit rannikuveekogusid.

Projekt kestab kümme aastat ja kogumaksumus on ligi 16,7 miljonit eurot. Euroopa Komisjon rahastab projekti 60%, Eesti 40% omaosalus rahastatakse SA KIK ja riigieelarve kaudu.

Erra jõe säng ja kaldad saavad 1,5 km pikkuselt jääkreostusest puhtaks. Erra jõe pigilaigud on kohati kuni poole meetri paksused. Pärast pigilaikude eemaldamist puhastatud alad tasandatakse ning jõelised elupaigad taastatakse. Erra jõgi on Purtse jõe lisajõgi pikkusega 21 km. Jõe suudmealal on Uhaku karstiaala ja Uhaku karstiaala allikad.

Erra jõe laiaulatuslikum reostamine sai alguse ajast, kui alustati põlevkivi kaevandamist ja töötlemist ning jätkus terve Nõukogude Liidu eksisteerimise aja. Jõgedesse juhiti puhastamata kujul kaevanduste ja keemiatööstuse heitveed koos suletud kaevanduste väljavooludega ning jõe põhja settis bituumenilaadne aine. Sellest tulenevalt on Erra jõe põhjasetted reostunud naftasaadustega ja kallastel on suured tahkestunud „pigiväljad“. Projekti valitud lõigus on reostus kõige intensiivsem. Kohtla-Nõmme endise rehvide remonditehase territooriumilt eemaldatakse umbes 1200 t õliseguseid jäätmeid ja saastunud pinnast.

Pahnimäe jääkreostusobjektile tehakse teostatavus-katse saastunud pinnase tervendamiseks. 340 m³ puhastatakse maa sees ilma välja kaevamiseta ning tegevuse käigus tuvastatakse sobiv tehnoloogia, ajakava ning maksumus kogu objekti puhastamiseks. Pahnimäe jääkreostusobjektile on pinnas ulatuslikult reostunud. Pinnast eemaldada ei saa, sest territoorium on kasutuses (YIT Infra AS). Sarnaseid tehnoloogiaid on Eestis kasutatud nii edukalt kui ka ootustele mittevastavate tulemustega. Seetõttu on vajalik teha väiksemahuline praktiline eeltöö, mille põhjal saab lõplikku investeeringu mahtu planeerida.

Rakendatakse Soolikaoja tervendamise uurimuslikud meetmed. Tuvastatakse uuringuga Soolikaoja reostuskoormus ja survetegurid, töötatakse välja reostuse vähendamise meetmed. Soolikaoja on 7,5 km ulatuses tugevasti muudetud veekogum halvas ökoloogilises seisundis.

Likvideeritakse paise või rajatakse kalapääse vähemalt 6 kaladele ületamatul paisul. Viru alamvesikonda jäävatest 14 rändetakistusest valitakse projekti käigus tehtava teostatavusanalüüsi käigus välja 10 objekti, millel kalade läbipääsu tagamise lahendus töötatakse välja eelprojekti koostamiseni ning nendest vähemalt 6 rändetakistust projekti raames ka likvideeritakse. Teostatavusanalüüsil hinnatakse nii võimalikke kompromisslahendusi, tehniliste lahenduste sobivust, mõju ökosüsteemile ja ökosüsteemi teenustele.

Taastatakse lõheliste kudemisalasid ning taastatakse 10–15 jõelist elupaika kogupikkusega 10 km. 10 aasta vältel taasasustatakse regulaarselt lõhe ja meriforelli noorjärke taastatud elupaikadega jõelõikudesse, et luua isetaastuv lõheliste asurkond.

Teostatakse uuringud veekogude saastekoormuste ja saasteallikate väljaselgitamiseks ning edasiste meetmete kindlaksmääramiseks Eru-Käsmu lahe, Narva-Kunda lahe rannikuvete ning Kiviõli karjääriga seotud veekogude (Rausvere jõgi, Ojamaa jõgi, Sookraav, Hiiesoo peakraav) seisundite parandamiseks.

Projekti LIFE IP CleanEST rahastusleping sõlmiti Keskkonnaministeeriumi ja Euroopa Komisjoni vahel 14.12.2018. Projekti juhtpartneriks on Keskkonnaministeerium. Projekti partnerid on Keskkonnaamet, Keskkonnaagentuur, Keskkonnainspeksioon, Eesti Keskkonnauuringute Keskus, Eesti Geoloogiateenistus, Tallinna Tehnikaülikool, Eesti Maaülikool, Teaduskeskus AHHA, Eesti Rahvusringhääling, Eesti Põllumajandus-Kaubanduskoda, NGO Rivers Trust ja Viru alamvesikonda jäävad kohalikud omavalitsused.

Uuringu tulemused

Käesoleva kommunikatsioonistrateegia uuringufaasi eesmärgiks oli kaardistada siht- ja sidusrühmade hirmud ja ootused, tänased hoiakud ja arvamused. Seetõttu viisime läbi kvalitatiivuuringu fookusgrupi meetodil Lääne- ja Ida-Virumaa elanikega, keda projekti tegevused ja lõpptulemused peamiselt mõjutavad ja kelle elukeskkond projekti tegevuste toimel muutub.

Ajalooliselt on Ida- ja Lääne-Virumaa piirkonnad, mis on aastakümnete jooksul järjepidevalt ja süsteemselt keskkonnaprobleemidega tegelema pidanud. Hirmud ja eelarvamused keskkonnaga seotud teemades peegelduvad ka veel täna inimeste hoiakutes ja tagasisides.

Järgnevalt kirjeldame fookus-grupi intervjuudest tehtud peamisi järeldusi, mis annavad sisendi projektiga seotud kommunikatsioonitegevuste strateegilisel planeerimisel, sõnumite koostamisel ning elanike kaasamisel.

Kommunikatsioonistrateegia koostamiseks viisime läbi kaks fookus-grupp intervjuud Ida-ning Lääne-Virumaal. Üks grupi-intervjuu toimus Jõhvis ning teine Lüganusel, Erra jõe ääres, mis andis võimaluse vahetult saada tagasisidet inimestelt, kes on aastaid reostunud piirkonna äärealadel elama pidanud.

Keskkonnareostuse ajalooline pärand

Kuna Ida-Virumaa on möödunud kümnendite jooksul pidanud kokku puutuma mitmesuguste inimtegevuse tulemusel tekkinud keskkonnaprobleemidega, on kohalikud elanikud ka veel täna heitunud ning oma hoiakutes pigem negatiivsed ja äraootavad, mis puudutab projekti võimalikku edukat lõpptulemust- puhtamat, ilusat ja elusat, veekeskkonda.

Kohalikud teadvustavad, et nende elukeskkond on võrreldes ülejäänud Eestiga halvem ning reostunum. Mõned näited fookus-grupi intervjuudest:

„Kõik jõed on siin ära kuivanud“

„Tööstuslinnad otseses mõttes haisevad. Kui metsateed on ilusad, siis mida sa teed nendega, kui õhk on must. Tegeletakse välise kuvandi parandamisega, mitte sisuliste probleemidega.“

„Isegi õunad ei ussita siin“.

Näiteks on Erra jõe äärsed elanikud väga hästi kursis ajateljega, mis on seotud jõgede reostuse tekkimisega. Viidatakse juba pea 100 aasta tagusele ajale, kohalike sõnul hakati aastal 1933 Purtse jõkke laskma väikeste koguste kaupa pigi ja pruuni ollust, mis hävitas kogu jões elutsenud kala.

Keskkonna hoidmine ja inimeste enda aktiivsus

Uuringust selgus, et inimesed, kes elavad Ida- ja Lääne-Virumaal, peavad sealsetes maakondades elavaid inimesi keskkonnahoiu ja looduskeskkonna hoidmise teemade vähem teadlikumaks, kui seda on keskmine Eesti elanik. Samas ilmneb erisus ka nende

inimeste hoiakutes, kes elavad linnas või maapiirkonnas. Viimases elavad inimesed teadvustavad probleeme tugevamalt, kuna on veekogudega vahetus kontaktis.

Fookus-grupp intervjuud läbi viies palusime intervjuueeritavatel nimetada kõige suuremad keskkonnaga seotud probleemid ja väljakutsed, mis nende arvates vajavad kiiret sekkumist. Sageduselt leidsid ära mainimist järgnevad keskkonnaprobleemid: prügi, saastunud õhk, pinnas ja vesi. Samas nimetasid Erra jõe äärsed elanikud veereostust teistest enam ning tõid selle välja esimese suure probleemina.

Paraku selgus intervjuudest, et keskkonnakaitse ega loodust säästev igapäevane eluviis pole Ida-Virumaa elanike seas populaarne. Seda kirjeldab väga hästi üks antud vastustest: *„Siinne suhtumine on põlvkonna viga ja ainult peale kasvav uus põlvkond saab midagi muuta“.*

Fookus-grupis osalenud viitasid aktiivselt võimalusele kaasata ja informeerida senisest enam nooremat põlvkonda, kelle suunas teha teavitustööd võimalustest parandada sealset elukeskkonda. Noortele Erinevate tegevuste ja õppeprogrammide välja töötamist peavad enamik fookus-grupis osalenuist väga oluliseks: *“Keskkonna inimesed võiksid minna kooli ja rääkida, mis on plaanis. Juba noortele rääkida ja kutsuda talgutele.”*

Inimeste enda aktiivsusest rääkides selgus, et võetakse sõna sotsiaalmeedias, kus teravalt keskkonnareostusest kõneldakse, ent reaalsete tegevusteni jõutakse harva. Näiteks kirjeldab üks osalenu: *“Kohalikud võtavad palju sõna sotsiaalmeedias, sealt kritiseeritakse. Aga keskkonnasõbralikke liikumisi siin ei ole. Riidest poekotile vaadatakse viltu.”*

Samuti eristus fookus-grupis kaks vastandlikku arvamuste gruppi- on need, kes leiavad, et keskkonnaprobleem on tõsine ja mastaapne, samas on arvestatav hulk ka neid, kes keskkonnale ei mõtle: *“Mina sellele (keskkonnaprobleemidele) ei mõtle, ei viitsi”*. Maal elavad inimesed vastandavad end linnaelanikele, kuna nemad on vähemuses. Omakorda on lahkavumused ka nende inimeste vahel, kes vahetult veekogude reostusprobleemiga kokku puutuvad. Need, kes peavad probleemiga tegelemist oluliseks, vastanduvad neile, kes leiavad, et pole mõtet vanade probleemide juurde pöörduda, kuna asjad ei muutu.

Kommunikatsioonikanalid

Koostöös meediaagentuuriga analüüsisime Ida-Virumaa elanike meediatarbimist, et saada aru suure vene keelse elanikkonnaga piirkonna meediakanalite eelistusi.

Traditsioonilistest meediakanalitest on populaarsemad TV (kaugelt kõige tarbitavam), välimeedia ja seejärel võrdväärselt Internet ja Raadio. Kanalitest juhivad edetabelit TV3 ja Kanal 2 ning venekeelses meediast PBK, NTV ja RTR. Mis eristab Ida-Virumaad olulisel määral ülejäänud Eestist, on otseposti populaarsus. Sotsiaalmeedia ning eriti Instagram, on aktiivselt kasutuses ja populaarne ka 25+ elanikkonna hulgas.

Lisaks meediaagentuurilt saadud sisendile, küsisime ka fookus-grupi osalenute käest, milliseid kanaleid nemad tarbivad ja milliseid kasutavad, et end infoga kursis olla. Selles infoväljas leidsid märgiti ära üleriigiline meedia ehk tuntud online- väljaanded Delfi, Postimees, ERR. Samuti mainiti Põhjarannikut, mida loetakse ja mille usaldusväärst kahtluse alla ei seata.

Ühe olulise võimalusena, mida kindlasti kommunikatsioonis hõlmame, on elanikele tasuta jagatavat valla- ja linnalehed. Selle kohta öeldi näiteks nii: *“Virumaal on väga oluline tasuta meedia, sest väikeste asulate KOV-id on läbi hammustanud, et nad peavad ise midagi tegema selleks, et inimesed midagi tarbiksid. Seetõttu nad saadavadki lehte koju.”* Seda tehes peame olema ettevaatlikud, et elanikud ei käsitleks uudisväärtuslikku infot propagandana. Hind propaganda ja selle kergeusklikuks ohvriks langemise ees peegeldus inimeste ühe hirmuna ja hoiakuna väga teravalt.

Mida kindlasti arvesse võtta, on Venemaa meediakanalite lai kasutus sealse piirkonna elanike hulgas.

Ootused kommunikatsioonile

Kõige olulisem eesmärk, mille kommunikatsioonistrateegia sõnastab, on leida viis, kuidas avalikkusel ning kohalike kitsamas sihtrühmas oleks tunne, et nüüd tõepoolest tehakse päriselt midagi ära. Selle sõnastasid inimesed, kes fookus-gruppides osalesid.

Inimesed, kes on projektiga lähedamas kokkupuutes (Virumaa elanikud ning Erra jõe ääres elavad inimesed), ootavad, et projektiga seotud protsessid oleksid läbipaistvad ning nad saaksid lihtsalt aru, mida tehakse ning miks ja millal. Inimeste skeptilisust ning äraootavat hoiakut aitabki tasandada järjepidev ja kaasav kommunikatsioon, mille peamine eesmärk on informeerida ja selgitada. Kohalike arvates ei piisa sellest, kui nad loevad kord aastas ajalehest, mida tehakse, vaid nad ootavad otsesuhtlust ning võimalust

kaasa rääkida. Nad selgitavad seda ootust järgnevalt: *“Kui ei tea, mida tehakse, siis nii mõnigi ootab, et seda jõge või järve ei puudutaks. Oodatakse, et neid kaasatakse, et avalikke arutelusid oleks rohkem. Rahvaga oleks vaja kohtuda igas etapis, pidevalt peab käima ja rääkima.”*

Meediamonitooringu tulemused

Selleks, et kaardistada kanalid, mis eelkõige keskkonnaga seotud teemasid on avaldanud ning saada teada, millised on peamised teemast huvitunud ajakirjanikud, kes strateegiaga hõlmatud valdkonda on kajastanud, viisime läbi meediamonitooringu. Võtsime aluseks kolm erinevat käsitlust ja märksõna, mille alusel meediakajastusi analüüsida.

Esimesena kaardistasime märksõnade kogumi, mida valitud perioodil uurisime. See koosnes järgmistest sõnadest: kalandus, reostus, jäätmed, vooluveekogud. Periood, mida vaatlesime, oli 01.06-2019-20.09.2019. Pea nelja kuu meediamonitooring annab piisava ülevaate, et saaksime kaardistada peamised kanalid, tonaalsuse ja ajakirjanikud, kes valitud märksõnade teemal on kajastusi avaldanud.

Järgmisena analüüsisime märksõnade paari „Erra jõgi“ ning vaadeldav periood oli 01.06.2018-23.09.2019. Siinkohal on oluline välja tuua, et aluseks võetav ajaline määratlus oli pikemaajalisem, kuna eeldasime, et Erra jõe kohta on kajastusi oluliselt vähem võrreldes eelneva, erinevatest märksõnadest koosneva analüüsi juures. Seetõttu valisime pikema perioodi, et saaksime võimalikult objektiivse meediapildi nimetatud jõega seotud kajastustest.

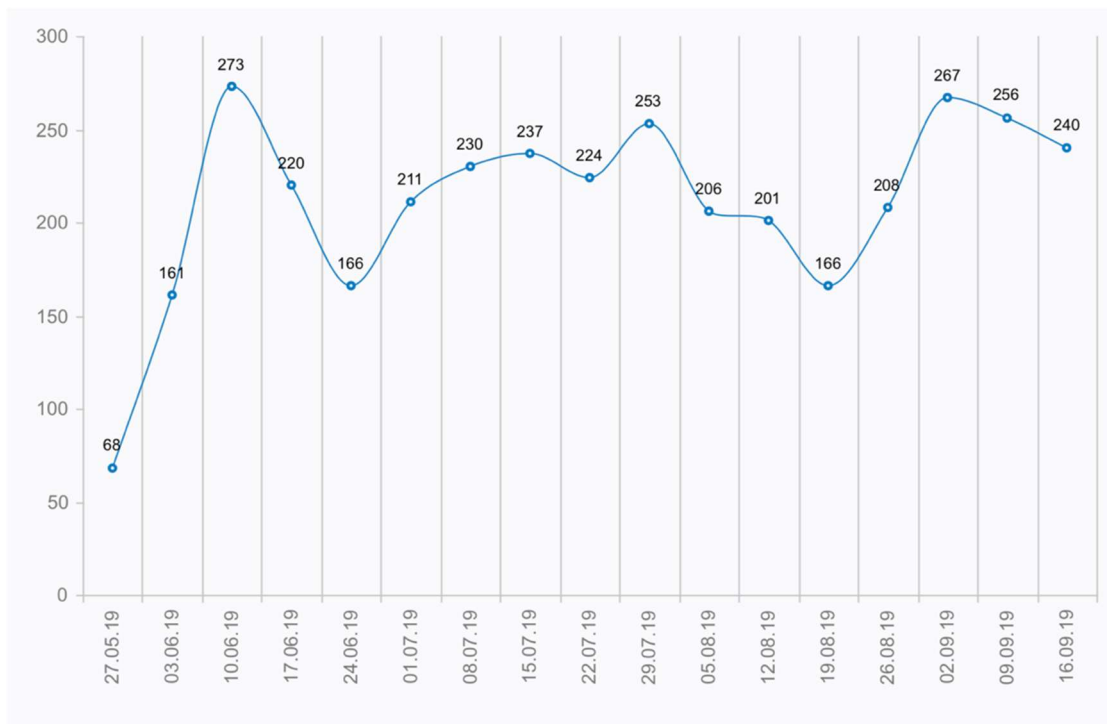
Viimasena vaatlesime meediamonitooringus sõnade paari „Purtse jõgi“. Purtse jõe valisime analüüsitavaks objektiks seetõttu, et Purtse jõgi on juba veekogu, mida teise projekti raames juba puhastatakse ning teadsime strateegiat koostama hakates, et Purtsega seotud kommunikatsioon on osaliselt toimunud.

Järgnevalt on välja toodud monitooringu peamised tulemused analüüsitavate märksõnade kaupa.

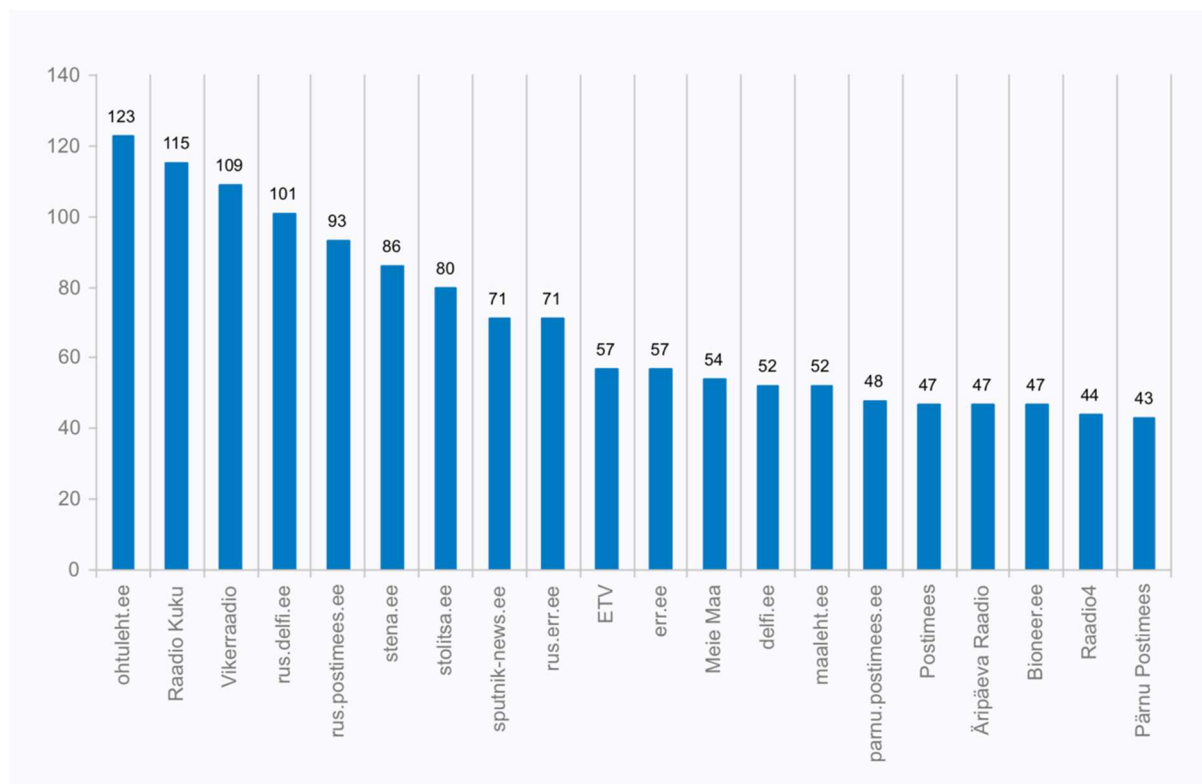
Kalandus, reostus, jäätmed, vooluveekogud

Ajavahemikul **01.06.2019 - 20.09.2019** ilmus ajakirjanduses kokku **3586** artiklit, mis puudutasid teemasid **Kalandus, keskkonnareostus, vooluveekogude tervendamine, jäätmed**.

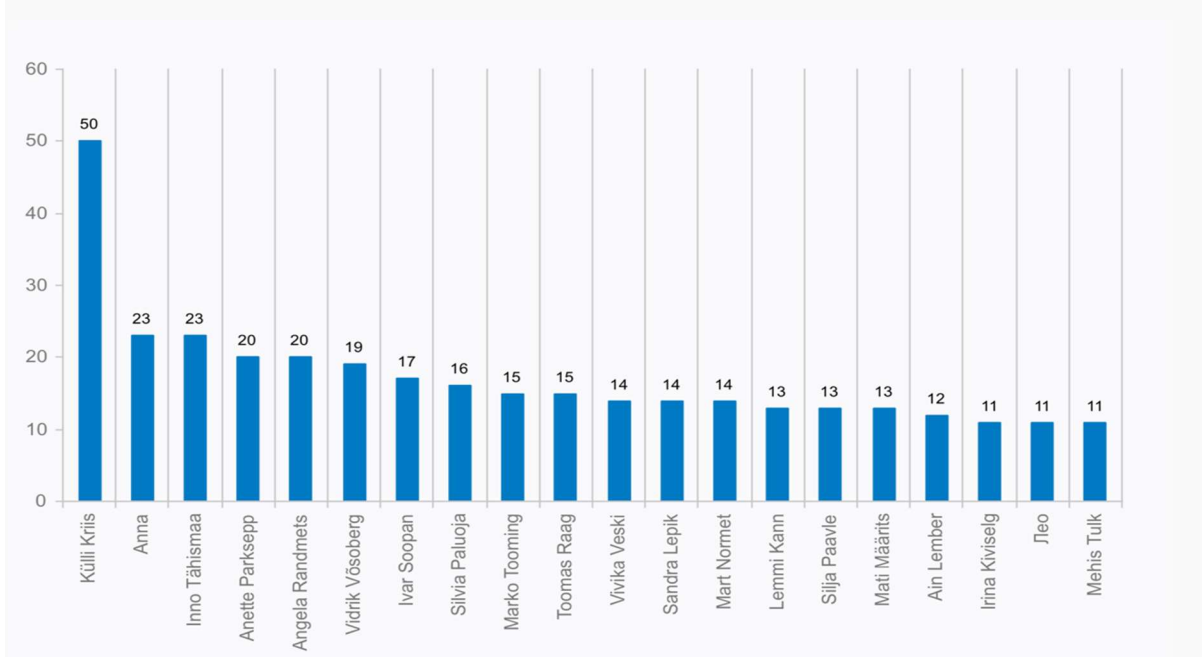
“Kalandus, reostus, jäätmed, vooluveekogud” kajastuste dünaamika:



Perioodil 1.06.2019-20.09.2019 moodustus meediamonitooringu põhjal meediakajastuse konteksti iseloomustavatest märksõnadest järgmine **sõnapilv** nende märksõnade kohta.



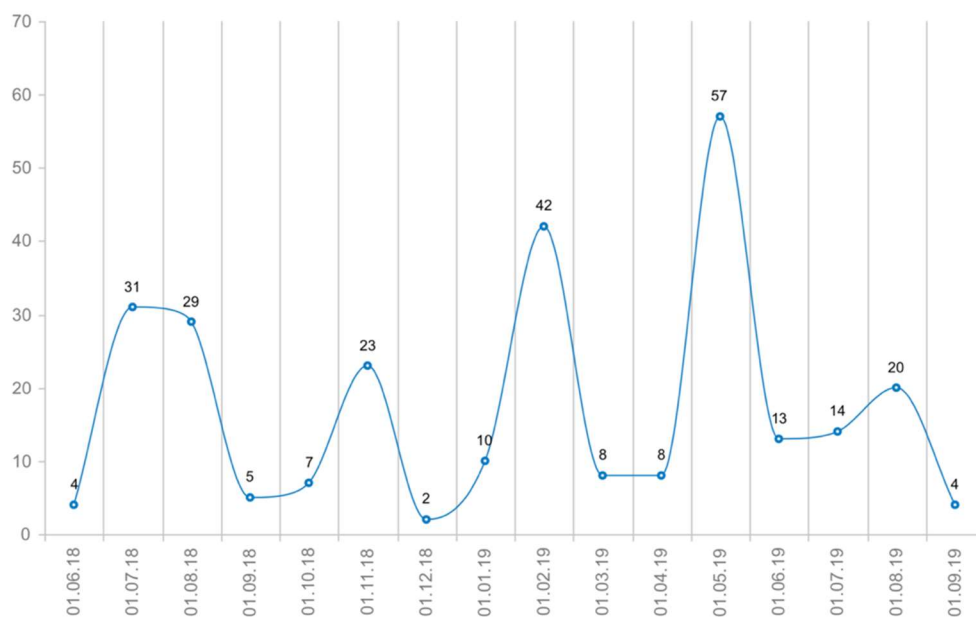
Autoritest oli analüüsiperioodil **01.06.2019 - 20.09.2019** kõige aktiivsem **Külli Kriis**, kelle sulest ilmus kokku **50** artiklit.



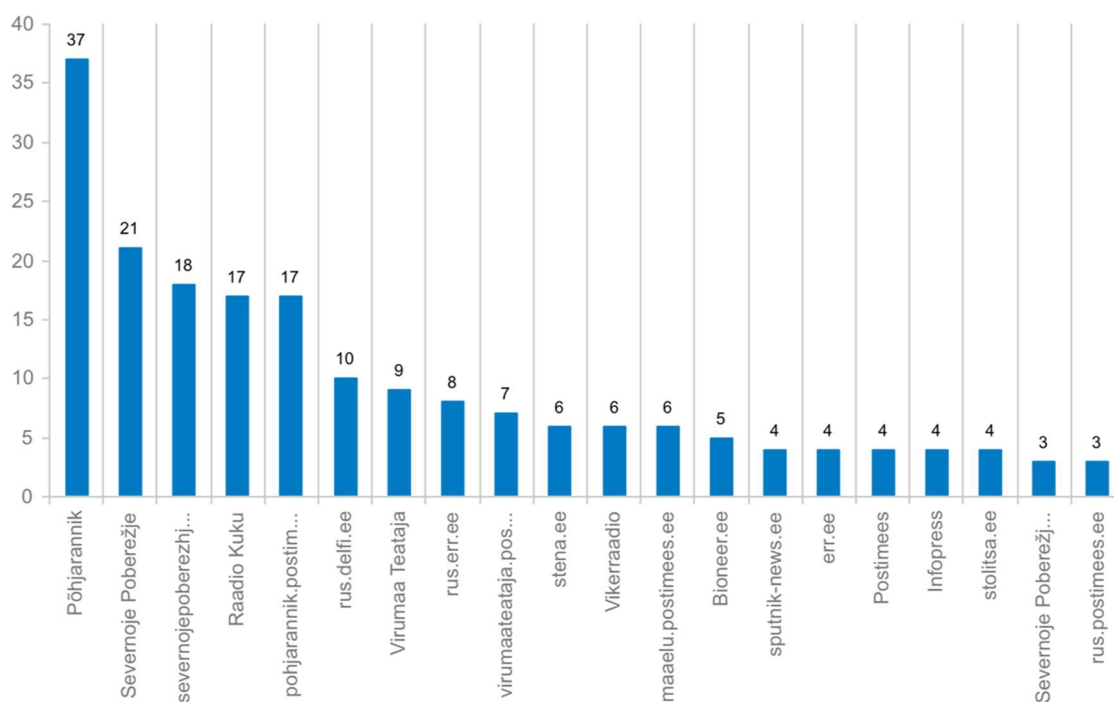
Purtse jõgi

Ajavahemikul **01.06.2018 - 23.09.2019** ilmus ajakirjanduses kokku **277** artiklit, mis puudutasid teemat **Purtse jõgi**.

Purtse jõe kajastuste dünaamika:

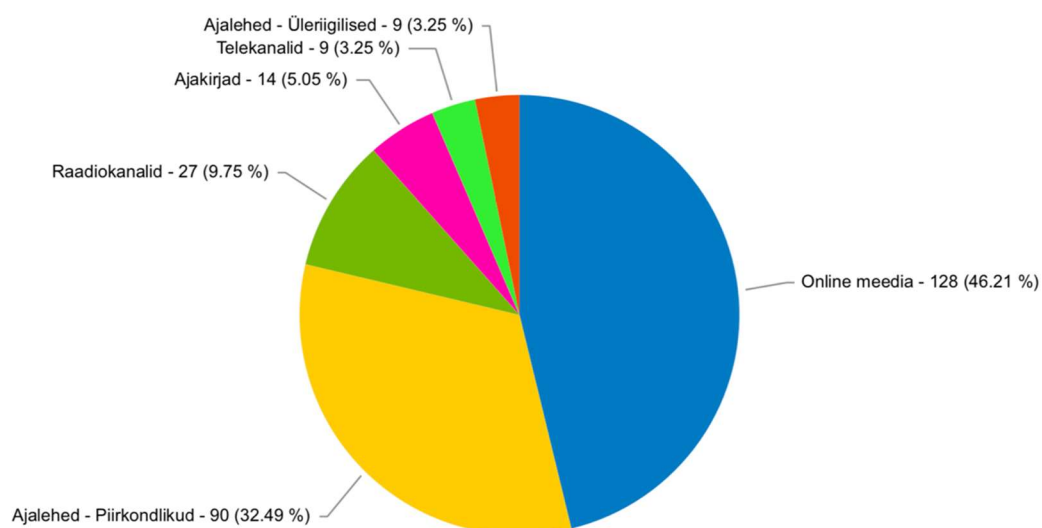


Perioodil 1.06.2018-23.09.2019 moodustus meediamonitooringu põhjal meediakajastuse konteksti iseloomustavatest märksõnadest järgmine sõnapilv Purtse jõe kohta:

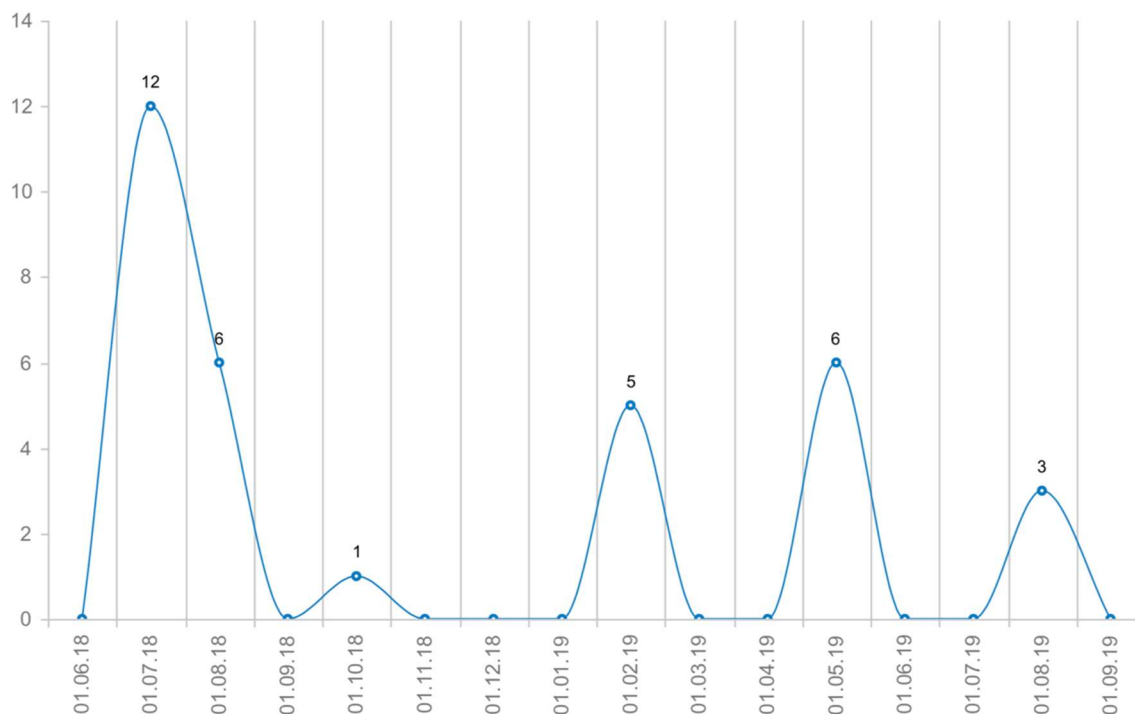


Autoritest oli analüüsiperioodil **01.06.2018 - 23.09.2019** kõige aktiivsem **Külli Kriis (Põhjarannik)**, kelle sulest ilmus kokku **30** artiklit. Järgnesid **Sirle Sommer-Kalda (Põhjarannik)** **14** artikliga ning **Erik Gamzejev (Põhjarannik)** **10** artikliga.

Kajastuste meediatüüpidest on pilt järgnev:



Ajavahemikul **01.06.2018 - 23.09.2019** ilmus ajakirjanduses kokku **33** artiklit, mis puudutasid teemat **Erra jõgi**.

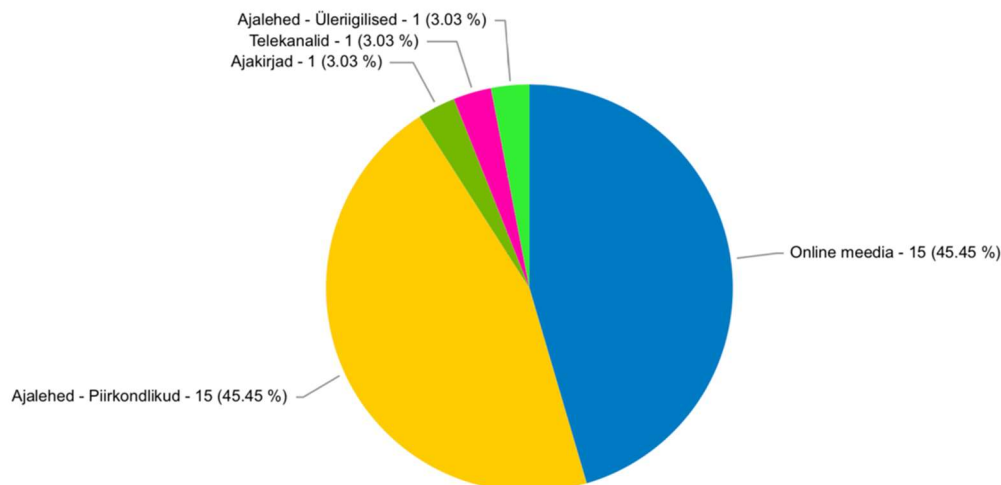


Analüüsiperioodil **01.06.2018 - 23.09.2019** esines **Erra jõgi** positiivse üldfooniga lugudes **1** korral, negatiivse fooniga lugudes **0** korral ning **14** korral oli üldfoon neutraalne.

Ajavahemikul **01.06.2018 - 23.09.2019** oli kõige aktiivsem meediakanal **Põhjarannik 8** kajastusega. Järgnesid **Severnoje Poberežje 6** kajastusega ning **severnojepoberezhje.postimees.ee 3** kajastusega.

Autoritest oli analüüsiperioodil **01.06.2018 - 23.09.2019** kõige aktiivsem **Külli Kriis**, kelle sulest ilmus kokku **14** artiklit.

Kajastuste meediatüübid jagunevad järgnevalt:



Perioodil 1.06.2018-23.09.2019 moodustus meediamonitooringu põhjal meediakajastuse konteksti iseloomustavatest märksõnadest järgmine sõnapilv Erra jõe kohta:



Kokkuvõte meediamonitooringust

- Lisaks *online*-kajastuste laiale hulgale paistab Erra ja Purtse jõe kajastuste puhul silma traditsiooniline meediatüüp- kohalikud paberväljaanded.
- Üldistel keskkonnateemadel on enim kajastusi olnud Õhtulehes. Erra ja Purtse jõe puhul kohalik väljaanne Põhjarannik.
- Külli Kriis on ajakirjanik, kes keskkonna teemadel kõige enam kirjutanud. Seda teades saame teda kaasata ka meie projekti kommunikatsiooni planeerimisse.

Kokkuvõte analüüsifaasist

- Inimeste hoiakutes valitseb kaks peamist arvamust: keskkonnaga seotud probleemid on tõsised vs „mind ei huvita“;
- Ida-Virumaal ei ole keskkonnakaitse ega loodust säästev igapäevane eluviis populaarne. Selline hoiak ja eelarvamus piirab aga kommunikatsiooni;
- Kohalikku omavalitsust ei nähta koostööpartnerina, püsib mentaliteet meie versus nemad;
- Ministeeriumit ei tajuta koostööpartnerina;
- Puudub usaldus, et kõik planeeritavad projektiga hõlmatud veekogud puhtaks saavad, sest selleks lihtsalt ei jagu raha;
- Juhul, kui kohalik elanik ise aktivist ei ole, siis vajalikku infot ega kaasatust ta ei leia;
- Keskkonnakaitse on piiratud sihtrühma „probleem“;
- Maapiirkonnas elavad inimesed tajuvad, et see on nende probleem ja linnainimesed ei tunne selle vastu huvi;
- On inimesed, kes arvavad, et Ida-Virumaa tehakse maavaradest tühjaks ja antakse seejärel Venemaale;
- Kohalikud kardavad huvitatud osapoolte ärihuve ja pelgavad, et kõik on kõigiga äriliselt seotud, mistõttu ei ole projekt objektiivne.

Kommunikatsiooni põhisõnumid

Kommunikatsioonisõnumid lähtuvad hetkel teada olevast infost projekti kohta. Vastavalt projekti sisulisele edenemisele, tuleks kommunikatsioonis kasutatavad sõnumid üle vaadata ja vajadusel neid täiendada ning ajakohastada.

Hetkel planeerime kommunikatsioonis järgmisi üldisi sõnumeid:

- CleanEST on mastaapne algatus ja teistele taoliste projektidele Euroopas pretsedenti loov pilootprojekt;
- CleanEST projekti abil selgub, kas ja kuidas saab veekogude puhastamiseks kasutatavaid võimalusi rakendada Euroopas ning Eestis laiemalt;
- Eesti loodus on meie visiitkaart laias maailmas, nüüd on meil võimalus äratada ellu see, mis inimtegevuse tulemusena on lakanud eksisteerimast;
- Eesti puhas loodus ja puhtad veekogud on meie kõigi ühisosa;

- Projekt parandab veekogude seisundit ning toob neisse tagasi elu;
- Eesti loodus ja selle säilitamine on meie kõigi ühine eesmärk, mitte piiratud sihtrühmale vajalik tegevus;
- Puhastatud veekogudesse pöördub tagasi kala, mis loob uusi võimalusi turismi ja ettevõtluse arendamiseks, luues samal ajal uusi töökohti;
- Projekti kommunikatsioon põhineb kaasamise ja informeerimise põhimõttel.

Siht- ja sidusrühmad, sõnum

Sihtrühm	Eesmärk/ootus	Sõnum	Kõneisik/võimalused
Teised Euroopa riigid	Näidata Eestist keskkonna alase teadlikkuse eestkõnelejana, kes tegeleb uute võimaluste rakendamisega looduse säilitamisel.	Eestis läbi viidav mastaapne veekogude puhastusprojekt on esimene projekt Euroopas, mis sillutab teed teistele edukatele projektidele. Eesti kogemusel põhinevad <i>case-study</i> õppetunnid ja reaalsed tulemused aitavad suurendada teiste riikide teadlikkust ja oskusi reostunud veekogude puhastamisel.	Kõneisikuna peame kaasama inimese poliitilisel tasandil, kes kõnetaks ka välismeediat ja aitaks tõstatada teema rahvusvahelises meedias.
Laiem Eesti avalikkus	Teavitada keskkonnaga seotud probleemidest, võimalusest lahendada reostust arvukates Ida-ja Lääne-Virumaa veekogudes. Teadvustada probleemi ja näidata lahendusi.	Eesti loodus ja keskkond on oluline osa meie identiteedist, sest Eestit teatakse kui ühe puhtama keskkonnaga riiki maailmas. Eesti looduse käekäik sõltub meist kõigist ja see on meie kõigi ühisosa. Keskkonnareostus t on võimalik peatada ning tuua	Keskkonnaminister, Keskkonnaministeeri umi esindada, projekti sidusrühmade ja koostööpartnerite esindajad, mõjuisikud, kes kõnetavad nii noori kui vanu. Keskkonnateadlikud tuntud inimesed. Kohalikud mõjuisikud, kel on endal side piirkonnaga, mis

		reostunud veekogudesse tagasi elu ja ilu. Puhas loodus on Eesti visiitkaart väljapool kodumaa piire.	võimaldab suuremat mõjusust ja tugevamat sõnumi jõudmist sihtrühmani.
Projektiga hõlmatud piirkondade laiem elanikkond (Ida-Virumaa, Lääne-Virumaa elanikud)	Teavitada Ida- Virumaa ja Lääne- Virumaa elanikke sellest, et keskkonnaprobleem piirkonnas eksisteerib ja tehakse reaalseid samme selle vähendamiseks. Näidata läbi kaasamise ja informeerimise, et Euroopa ja Eesti hoolivad piirkondadest, mis on ajalooliselt seisnud silmitsi tõsiste keskkonnaprobleemi dega ning keskkonnahoid on oluline teema, mitte vaid ühe Eesti piirkonna piiratud probleem. Vähendada kohalike inimeste hirme ning suurendada nende teadlikkust ning juhtida hoiakuid.	Veekogud on kaotanud oma algupärase ilme ja nendes pulbitseva elu. CleanEST pakub sellele ühe võimaliku lahenduse. Projekti kaasatud veekogud saavad kas osaliselt või täielikult puhtaks ning neisse tuuakse tagasi elu. Keskkonnahoid on oluline teema, meist kõigist sõltub see, kas ja kui kaua loodus meie ümber säilib. Puhas loodus meelitab Eesti elanikke tegelema siseturismiga, mis loob töökohti ja elavdab piirkonna majandust.	Valitsuse ja Riigikogu tasemel kõneisikud, kes annaksid teemale kaalu. Kohalikus elus mõju omavad piirkonna endised või praegused elanikud. Keskkonnahuvilised inimesed ja keskkonna teemadel tuntud kõneisikud, kes ei esindaks vaid poliitikat, vaid oleksid tunnustatud ja õigustatud inimesed rääkima kaasa keskkonnateemadel. Koostööpartnerite – ja sidusrühmade esindajad.
Mitte-eestlased	Suurendada mitte- eestlaste teadlikkust keskkonnaprobleemi dest ja veekogudes levinud reostusest. Tuua mitte-eestlased ühtsesse, keskkonnalasesse inforuumi, eestlastega.	Meil kõigil on oma osa keskkonna hoidmisel ja säästmisel, et ka tulevastel põlvedel oleks võimalik Ida- Virumaal elada. Kogu Eesti hoolib Ida-Virumaa loodusest ja see ei ole vaid ühe kitsa sihtrühma ja	Venekeelset elanikkonda kõnetavad inimesed, nii poliitikud kui muude elualade esindajad.

		piirkonna elanike isiklik mure, kuidas keskkonnaprobleeme vähendada. Ida-Virumaa on oluline osa Eesti terviklikkusest, sh selle loodus. Hoiame üheskoos loodust enda ümber. Kui säästame loodust, annab see võimaluse uute töökohtade tekkeks.	
Linnaelanikud Ida-Virumaal ja Lääne-Virumaal	Suurendada nende teadmisi keskkonna teemadel. Lükata ümber valearusaamad justkui veekogude reostus puudutab vaid inimesi, kes elavad probleemse piirkonna vahetus läheduses. Kutsuda neid aktiivselt kaasa rääkima ja osalema projekti etappides, kus inimeste tagasiside on väärtuslik ja vajalik. Näidata, et keskkonna teemad on olulised ja neist peaks kõva häälega julgema rääkida.	Veekogud on aastakümnete jooksul olnud üheks reostuse alaks, kuhu inimtegevus on jätnud traagilised tagajärjed. Nüüd on võimalus seda muuta ja tuua tagasi elu veekogudesse. Keskkonnaprobleemid puudutavaid meid kõiki, ka inimesi linnas. Kõikide inimeste tagasiside ja soov kaasa lüüa puhtama ja kestvama looduse nimel on oodatud ja vajalik. Peame üheskoos säilitama loodust ja puhtaid veekogusid. Kui me nüüd ei reageeri ja midagi ette ei võta, võib varsti juba hilja olla.	Projektiga hõlmatud asutuste kõneisikud, kohalikud mõjuisikud.

Kitsama piirkonna elanikud, kes on vahetus kokkupuutes projektis hõlmatud veekogudega (elavad selle vahetus läheduses) ja elavad sageli maapiirkondades	Kaasata reaalselt kohalikke inimesi projekti tegevuste planeerimisse ja anda neile võimalus kaasa rääkida, aidata, kaasa lüüa. Teha järjepidevat ja läbipaistvat selgitustööd projekti tegevustest ja erinevatest etappidest. Vähendada inimeste hirme, mis on seotud projekti tegevustega.	Keskkond meie ümber saab puhtamaks ja tervemaks. Kohalike arvamus on oluline ja seda arvestatakse. Kohalike teadmisi ja valmisolekut kaasa lüüa hinnatakse. Projekti tehakse selleks, et kohalikke ümbritsev keskkond oleks kvaliteetsem elukeskkond, kus inimesed tunnevad end turvaliselt ning kus loodus on elus. Puhas ja terve keskkond on oluline teema kogu Eesti jaoks.	Keskkonnaministeeriumi ja koostööpartnerite kõneisikud, inimesed, keda projekt mõjutab, kohalikud mõjuisikud, kes saavad ise projekti tulemusena mõjutatud.
Keskkonnateadlikud inimesed	Kaasata keskmisest enam keskkonnateadlikke inimesi, nagu näiteks loodusfotograafid, kommunikatsiooni tegevustesse. Informeerida ning kasutada neid kõneisikutena, sest nende arvamus omab kaalu. Kinnitada neile, et loodus ja selle hoidmine on kogu Eesti prioriteet.		
Kalurid	Suurendada kalurite teadlikkust projekti tulemusest. Rõhutada kalapüügi olulisust piirkondade ajaloos ning tulevikus.	Ida- ja Lääne-Virumaa veekogud, mis on ajalooliselt olnud kalastuspiirkonnad, saavad tagasi elu	

		ja kalapüük on taas võimalik	
Kooliõpilased	Kaasata, informeerida ja julgustada noori veelgi enam kaasa rääkima keskkonna ja selle hoidmise teemadel. Rõhutada, et nendel on võimalus muuta piirkonna suhtumist loodusesse ning kujundada nende hoiakuid.	Loodus on meie kõigi ühisosa, noored on sihtrühm, kes saavad muuta seda, kuidas uus generatsioon suhtub loodusesse ja vastavalt ka tegutseb.	Õpetajad, noorte hulgas mõjusad isikud, noored ise.

Ohud kommunikatsiooni eesmärkide saavutamisel

Kuna projekti sisulise kestuse pikkus on 10 aastat, on üks võimalik oht kommunikatsioonis, et avalikkuse ja oluliste siht- ning sidusrühmade informeerimine ja kaasamine ei ole järjepidev. Samuti on võimalikud ohud:

- Avalikkusele jääb projekt sisuliselt kaugeks ja seda nähakse ühe piirkonna piiratud probleemina, mis laiemat käsitlust ei vaja;
- Partnerite paljususest tulenev võimalus, et kommunikatsioon hakkab toimuma ilma tsentraalse juhtimiseta ning seetõttu kaob strateegiline sõnumi juhtimine;
- Vene keelse elanikkonnani jõudmine piiratud sõnumiga.

Kommunikatsioonis kasutatavad kanalid

Blogi

Kuna projekti kestus on 10 aastat, loome ühtse ja järjepideva infokanali blogi näol, kus hakkame vähemalt kord kuus jagama infot projekti kulgemise ja etappide kohta. Projektiga seotud blogi annab võimaluse avatult ja objektiivselt rääkida ise sellest, millised tööd on käimas, mida plaanitakse järgmisena tegema hakata. Ühtlasi annab see võimaluse avalikuks kommentaaride-küsimuste esitamiseks ning neile vastamiseks, et kõik, kes soovivad, saaksid esitada tagasisidet, jagada enda mõtteid jne.

Otsekohtumised sihtrühma esindajatega

Projekti algaasis ning sisulise edenemise etappides plaanime mitmeid kohtumisi elanikega, kes on vahetus kontaktis projektiga hõlmatud piirkondadega. Taolised kohtumised annavad võimaluse kujundada projektist õige arusaam, vähendada kohalike inimeste hirme ja saada nende otsest tagasisidet. Nagu ilmnes fookus-grupp intervjuudest, on kohalikud väga valmis kaasa rääkima ning neile tuleb see võimalus kindlasti anda. Kohalike kaasamine on aluseks edukale kommunikatsioonile ja projektile.

Kindlasti peavad kohtumised sihtrühma esindajatega muutuma regulaarseks ning vastav periood võiks selguda just kohalike tagasisidest esimesel taolisel üritusel. Siis selgub, kui tihti nad sooviksid ministeeriumi ja teiste koostööpartnerite esindajatega kohtuda ning millises vormis nad ise seda ootavad. Ettepanek, et kohtumised toimuksid iga uue sisulise tööliini alguses.

Video

Projekti tutvustamiseks valmib 2019. aasta sügisel video, mille eesmärgiks on läbi kohaliku sihtrühma esindaja loo anda edasi veekogude reostamise ajalugu, hetkeseis ja tulevik ehk see, mis CleanEST projekti tulemusena muutub. Tegemist on paari minutilise lühivideoga, millest valmivad erineva pikkusega versioonid, mida saaks lisaks traditsioonilistele meediakanalites kasutada ka sotsiaalmeedias. Klipp on nii eesti kui vene keelne.

Traditsiooniline meedia

Paralleelselt video valmimisega, planeerime esimese suurema laine kommunikatsioonitegevusi traditsioonilises meedias, mis toetaksid video sõnumit ja eesmärke. Traditsiooniline meedia jääb regulaarseks suhtlusvahendiks nii laiema Eesti avalikkuse kui kitsama sihtrühma esindajatega. Koostöös ERR-iga kavandame eraldi kommunikatsioonitegevused vastavalt projekti sisulisele edenemisele. Teeme koostööd nii üle- Eestiliste väljaannete kui kohaliku perioodikaga.

Sotsiaalmeedia

Kasutame sotsiaalmeediat, mis aitaks kinnistada projekti kommunikatsioonisõnumeid ja eesmärke. Kaardistame Lääne- ja Ida-Virumaa valdade, külade, kogukondade Facebook kommuunid, mis on sealsete elanike jaoks üheks arvestatavaks kommunikatsiooni kanaliks. Sotsiaalmeedia laiema sihtimisega suudame jõuda ka detailsemate sihtrühmade esindajateni, et ka nemad oleksid teadlikud projekti kulgemisest.

Otsepost

Fookus-grupp intervjuust selgus, et Ida-Virumaal on täna endiselt populaarne otsepost. See annab võimaluse anda projekti algfaasis infot, mida hakatakse sealsete veekogude jaoks ära tegema, mis muutub keskkonna jaoks ning kuidas tegevustesse on planeeritud elanikud kaasata. Otseposti alternatiivina saame kasutada kohalike olulisi häälekandjaid väljaannet Panorma, Põhjarannik ja Virumaa Teataja.

Koolitunnid

Koostöös piirkonna koolidega planeerime kaasata kooliõpilasi teavitussõsse, et nad aitaksid muuta kohalike inimeste suhtumist keskkonnaga seotud küsimustesse ja oleksid eeskujuks looduse hoidmisel. Läbi laste kaasamise ja harimise saame mõjutada ka nende vanemate teadlikkust ja hoiakuid.

Koostöö blogijatega

Planeerime koostööd blogijatega, kes annaksid samuti enda kanalites infot projekti kohta. Neid kaasates jõuame laiema avalikkuseni, et tutvustada projekti laiemat eesmärki- olla pilootprojektiks ülejäänud Euroopale taoliste reostuste tõrjumisel.

Koostööpartnerite kanalid

Kuna projektiga on hõlmatud väga lai koostööpartnerite võrgustik, kasutame kommunikatsioonis ka nende kanaleid ja nende kõneisikuid. Saame kommunikatsioonis näidata projekti mastaapsust läbi suure kaasatuse. Koostöös partneritega lepime kokku kommunikatsioonimudeli, kuidas sõnumitele suuremat mõju anda ja kaasata võimalikult palju Eesti inimesi.

Lisad:

1. Lisa 1. Kommunikatsiooniplaan 2020
2. Lisa 2 Kommunikatsioonistrateegia ja tegevuskava 2021



KESKKONNAMINISTEERIUM

Lisa 1. Kommunikatsiooniplaan 2020 (projekti tegevus A.1)

Tallinn 2020

Autor: Kaia Gil, Baltic ID

Aruanne on valminud LIFE IP CleanEST projekti raames, mida rahastavad Euroopa Komisjoni LIFE programm ja Eesti riik. LIFE programmi rahastusleping nr LIFE17 IPE/EE/000007. Aruanne kajastab autori seisukohti ja Euroopa Komisjon ei vastuta sisu kasutamise eest.

KOMMUNIKATSIOONI TEGEVUSKAVA 2020

Fookused:

- 1) Aidu karjääri loodusraja, Soolikaoja loodusraja projektiplaan.
- 2) Kohtla-Nõmme ja Pahnimäe jääkreostusobjektide ettevalmistus
- 3) Püssi paisu ettevalmistustööd kalapääsu rajamiseks
- 4) Erra jõe puhastamise ettevalmistus

Aeg	Tegevus ja kanal	Kommentaar	Sihtrühm
13.01.2020	Pressiteatekam paania projektist. Kokkuvõte projekti peamistest eesmärkidest, fookus aastal 2020 ja neljal peamisel markertegevusel	Üle-eestiline meedia, saame juurde jagada projekti tutvustavat video.	Laiem Eesti avalikkus
13.01.2020	Projekti sissejuhatusest pikem kajastus ERR-is	Terevisioon, võiksime planeerida projekti pikema tutvustuse samasse päeva pressiteatekampaaniaga, et saada suurem nähtavus. Saame lisaks näidata AHHA rändavaid eksponaate ja/või lasta saatejuhtidel proovida käelist tegevust (katsed/mõõtmised, mida teevad lapsed/koolid).	Laiem Eesti avalikkus
13.01.2010	Projekti kajastus ERR erisaates Osoon	Filmimine 30-31.10.2019.	Laiem Eesti avalikkus
13.01.2020	Ülevaatliskajastus jääkreostusalade uuringutest ja nende senisest tõhususest ERR Novaator. kanal. Milline on olukord olnud varem, millised	ERR-iga regulaarne koostöö nii teles, portaalis kui raadios, mis toetavad üksteist tervikuna.	Laiem Eesti avalikkus

	võimalused ja uuenduslikud meetodid CleanEST projektiga luuakse.		
Nädal 13.01-17.01.2020	Projekti pikema sissejuhatus ERR Vikerraadio Reporteritund saates.	Kokkuvõtte projekti peamistest eesmärkidest, fookus aastal 2020 ja neljal peamisel markertegevusel. Toetab Osooni ja ERR Novaator kajastust.	Laiem Eesti avalikkus
Jaauar 2020	AHHAA Teaduskohvik	Teadukohvik, mis projekti lähemalt tutvustab.	Tartu, Tallinna või Ida-Virumaa elanikud.
Jaauar 2020	Projekti ülevaade ja 2020 olulisematest tegevustest kokkuvõtte kohalikus nädalalehe "Panorama", mis on tasuta leht Kohtla-Järvel, Jõhvis, Sillamäel ja Kiviõlis.	Tuues välja 2020.aastaks markertegevused, tutvustada kohalikele elanikele projekti. Samuti info AHHAA rändava näituse ja teatri kohta. Üleskutse, et rändnäitus või teater saavad kohalikele koolidele külla tulla, kui selleks on huvi on ja soovi.	Projektiga hõlmatud piirkondade elanikkond
Veebruar 2020	Projekti 2020.aasta markertegevustest pikem ülevaade Põhjarannikus.	Fookuses Aidu karjääri loodusraja projektiplaan, Soolikaoja loodusrada, Kohtla-Nõmme ja Pahnimäe jääkreostusobjektide ettevalmistamine, Püssi paisu ettevalmistamine kalapääsu rajamiseks, Erra jõe puhastamise ettevalmistus. Soolikaoja loodusrajaga seotud kommunikatsiooni juhib Keskkonnaamet.	Projektiga hõlmatud piirkondade elanikkond
Märts 2020	Jääkreostusalade uuringud, veekeskkonnast ja veest sõltuvate ökosüsteemide seisundi paranemine Eestis Lääne-Virumaa	Mis muutub Lääne-Virumaal projekti tulemusena, millised objektid on projekti kaasatud ja miks.	Projektiga hõlmatud piirkondade elanikkond

	objektide näitel. Soolikaoja tervendamine, Eru-Käsmu, Narva-Kunda lahe seisundi parandamine. Koostöö Virumaa Teatajaga.		
Märts 2020	AHHAA teaduskohvik veekogude tervendamisest	AHHAA juhtimisel korraldada kohalikke kaasav ja haridusliku eesmärgiga teaduskohvik.	Ida-Virumaa elanikud
Märts 2020	Lastele teaduskatsed, kuidas puhasdada vett ERR NOVA saates	AHHAA juhtimisel ja kaasamisel: https://www.youtube.com/watch?v=hz7BaLZx1qg	Noored ja lapsed
Märts/Aprill 2020	Koostöö ajakirjaga Eesti Loodus	Paisud, kalapääsud, elustiku taastamine. Loodusrada Aidu karjääris, Soolikaoja loodusrada. Läbi nende fookusteemade projekti 2020. aasta ühe markertegevuse tutvustus, ülevaade, olulisus Eesti looduse seisukohalt. Soolikaoja loodusrajaga seotud kommunikatsiooni juhib Keskkonnaamet.	Laiem Eesti avalikkus, keskkonnate adlikud Eesti inimesed
Aprill 2020	CleanEST projekti mastaapsus ja etapid. 2020. aasta peamiste tegevuste käsitus veemajanduse seisukohalt. Postimees Meie Eesti	Võime planeerida alternatiivse kanalina portaali Bioneer.ee	Laiem Eesti avalikkus, keskkonnate adlikud Eesti inimesed
Aprill 2020	ERR Vikerraadio Reporteritund saade projekti olulisusest veemajanduse seisukohast.		Laiem Eesti avalikkus, keskkonnate adlikud Eesti inimesed

Mai 2020	31.05 on põllumajandustootjate proovialadel välitööd lõppenud ja valminud järelused. Nende olulisus ja roll põllumajandustootjatele. Postimees Maaelu	Loome otsese seose põllumajandustootjate ja projekti eesmärkide/tulemuste osas. Mida võimaldab projekt põllumajanduse vallas.	Laiem Eesti avalikkus, põllumajandusega seotud elanikkond
Mai 2020	Ökoskoop Vikerraadio	CleanEST projekti olulisus Eesti keskkonnale laiemalt, mis on projekti mõju Eesti loodusele ja miks on tegemist ühe olulisema projektiga Ida-Virumaal.	Laiem Eesti avalikkus, loodusteadlikud inimesed.
Mai 2020	AHHAA teaduskohvik	Kajastada teaduskohvikus CleanEST projekti olulisust Eesti keskkonnale laiemalt, mis on projekti mõju Eesti loodusele ja miks on tegemist ühe olulisema projektiga Ida-Virumaal.	Ida-Virumaa elanikud
Mai 2020	Virumaa Teataja Soolikaoja loodusraja valmimine	Soolikaoja loodusrada peaks olema valmis mai lõpuks 2020. Soolikaoja loodusrajaga seotud kommunikatsiooni juhib Keskkonnaamet.	Lääne-Virumaa elanikud
Juuni 2020	Otsepost. Alternatiiv kohaliku piirkonna ajalehed Põhjarannik, Panorama, Virumaa Teataja	Ülevaade poole aasta olulisematest tegevustest, kuhu on jõutud ja mis 2020. aastal veel ees. Info projekti blogi loomisest, et kohalikud teaksid, kust operatiivset infot hankida.	
Juuni 2020	Blogi lansseerimine	Blogi hakkab ülevaadet andma igal kuul.	Laiem Eesti avalikkus, kitsama piirkonna elanikud, kes on projektiga seotud veekogudega vahetus kontaktis, keskkonnate

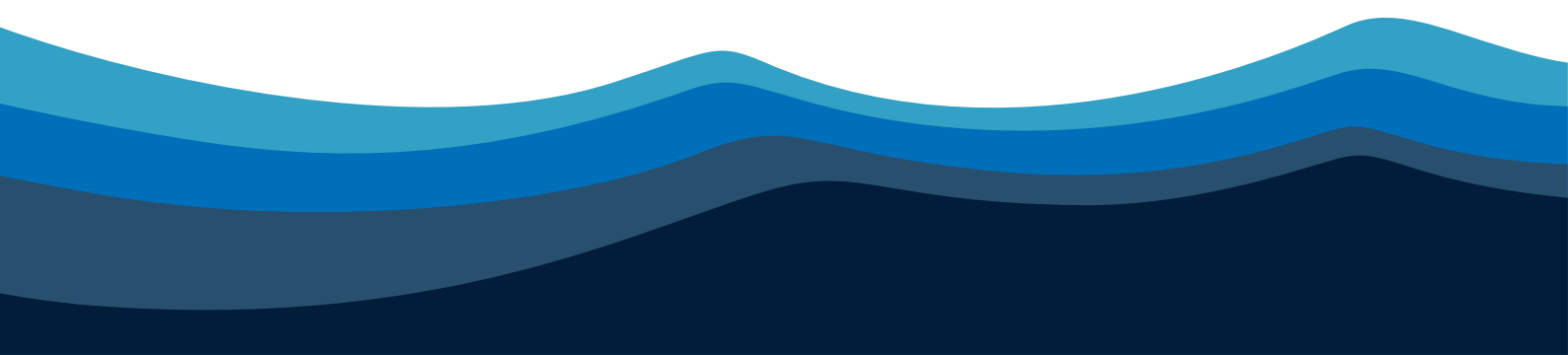
			adlikud inimesed.
Juuni 2020	Kalastiku seire Narva jõel, ülevaade, teostamine ja olulisus. ERR Novaator	Läbi kalanduse ja sellega seotud seirete tutvustada projektitegevusi ja tulemusi. Võimalusel videolugu, kuidas kalastiku seiret tehakse.	Laiem Eesti avalikkus, keskkonnate adlikud inimesed.
Juuni 2020	ERR Vikerraadio Reporteritund saade kalastiku seirest ja projekti mastaapsusest „Ilus ja elus“ fookusest lähtuvalt.	Läbi kalanduse ja sellega seotud seirete tutvustada projektitegevusi ja tulemusi. Saame lisaks projektiga seotud kõneisikutele kaasata ka kalureid ja loodusteadlikke inimesi.	Laiem Eesti avalikkus, keskkonnate adlikud inimesed.
Juuli 2020	Blogi postitus		
August 2020	Kohtla-Nõmme jääkreostusobjekti reaalsed tööd. Galerii. Põhjarannik. Postimees. ERR Novaator	Reaalsete tööde tegemise näitamine koos lihtsa sissejuhatusega. Annab võimaluse hoomata, mida tehakse.	Laiem Eesti avalikkus, keskkonnate adlikud inimesed, linnaelanikud ja Lääne-Virumaal ja Ida-Virumaal.
August 2020	Lüganuse valla ajaleht. Püüsi paisu ettevalmistustööd kalapääsu rajamiseks. Kuhu ollakse jõudnud, mida on tehtud.	Kohalike jaoks mastaapse tähtsusega objekti tulevik. Näitame perspektiivi ja selgitame ühtlasi, miks projekti tegevused on ajastatud 10 aasta peale ning miks on projekti kaasatud nõnda palju seireid ja uuringuid.	Projektiga hõlmatud piirkondade elanikkond
August 2020	AHHAA teadusteatri etenduse esilinastus	Koolidele üleskutse, et teadusteatri saab külla kutsuda.	Noored
August 2020	Blogi postitus		
September 2020	Kalapääsud, elustiku taastamine. Ajakiri Kalale	Millised on reaalsed tulemused kalastajate jaoks. Mis seisus on Ida-Virumaa veekogud kalastajate hinnangul, muutused pikas perspektiivis ja ühe piirkonna uue elule ärkamine veemajanduse perspektiivist.	Keskkonnate adlikud inimesed, kalastushuvilised

September 2020	Blogi postitus		
September 2020	Teadlaste Öö	Septembri viimane reede on üleeuroopaline Teadlaste öö. Sündmuseid Eestis koordineerib AHHA, kes on peakorraldaja. Projekti teemalised töötoad ja teatrid ning teaduskohvik. Festival kestab tõenäoliselt 23.-25.09	Laiem Eesti avalikkus, noored
September 2020	Teadlaste Öö kajastus CleanEST projekti tegevustest ERR Novaator portaalis	Ülevaade Teadlaste Öö tegevustest koos galeriiga põnevatest töötubadest ja teatrist seoses projekti tegevustega.	Laiem Eesti avalikkus.
Oktoober/November 2020	Aidu karjääri loodusraja projektiplaani valmimine. Koostöö AK uudistega	Kuna projektiplaani valmimine on uudisväärtuslik ja kohaliku elu seisukohast oluline sündmus, sest loodusala hakkab ühendama Aidu karjääri veemotokeskust ja kaevandusmuuseumit, pakume teema välja AK uudistele. Fookuses ka karjäärialala ja selle kasutamine eri otstarvetel. Selleks ajaks võiks valmis olla osa AHHA püsinäitus, mis projektiga seoses lüüakse.	Laiem Eesti avalikkus, Ida-Virumaa elanikud
Oktoober 2020	Blogi postitus		
November 2020	Aasta hiljem. Osoon	Mis on aastaga muutunud, millised on aastaga toimunud muutused ja edasiminekid projektis. Millised on aastaks 2021 planeeritud peamised markertegevused	Laiem Eesti avalikkus
November 2020	ERR Novaator portaalis Osoon toetus ja täiendus	Mis on aastaga muutunud, millised on aastaga toimunud muutused ja edasiminekid projektis. Millised on aastaks 2021 planeeritud peamised markertegevused	Laiem Eesti avalikkus
November 2020	ERR Vikerraadio Reporteritund aastat kokkuvõttes saade CleanEST projektist.	Mis on aastaga muutunud, millised on aastaga toimunud muutused ja edasiminekid projektis. Millised on aastaks 2021 planeeritud peamised markertegevused	Laiem Eesti avalikkus

November 2020	Kommunikatsiooni plaan 2021 koostamise tähtaeg	Plaani koostab Baltic ID, Keskkonnaministeeriumi juhtimisel ja sellesse on kaasatud kõik projekti partnerid.	
November/Detsember 2020	Pressiteatekampania: kuhu oleme jõudnud aastaga 2020. Mis saab edasi ja mida on projektiga 2020 suudetud ära teha. Reaalseid tulemusi.	Mis on aastaga muutunud, millised on aastaga toimunud muutused ja edasimineked projektis. Millised on aastaks 2021 planeeritud peamised markertegevused	Laiem Eesti avalikkus, Ida-Lääne-Virumaa elanikud.

LIFE IP CleanEST Kommunikatsiooni-
strateegia Lisa 2:
Kommunikatsioonistrateegia ja
tegevuskava 2021

Tallinn 2020



LIFE IP CleanEST kommunikatsiooniplaan hõlmab kahte jaotust – sise- ja väliskommunikatsiooni. Sisekommunikatsioon on suunatud projekti partnerite omavahelise informatsiooni vahetamise tõhustamisele ja tugeva võrgustiku loomisele. Sisekommunikatsioon aitab tagada projekti eesmärkide täitmise ja aktiivse suhtlusvõrgustiku loomise ka edaspidiseks. Väliskommunikatsioon seevastu on suunatud laiemale avalikkusele, projektiga hõlmatud piirkondade elanike ja keskkonnateadlike inimeste informeerimisele LIFE IP CleanEST projekti tegevustest.

Kommunikatsiooniplaan 2021 sisaldab peamisi kavandatud kommunikatsioonikanaleid ja viise nii sise- kui ka väliskommunikatsioonis; samuti peamisi fookusteemasid (sõnumeid). Plaani oluline osa ja praktiline väljund on tegevuskava, mis eristab samuti sise- ja väliskommunikatsiooni. Tegevuskavasid täiendatakse jooksvalt vastavalt projekti kulgemisele ja plaanile.

SISEKOMMUNIKATSIOON

Sisekommunikatsiooniplaan koosneb omakorda kahest peamisest suunast. Esimene keskendub projekti partneritele ja teine projektiga kaudsemalt kaasatud laiemale partnerite ringile ehk sidusrühmadele. Sidusrühmade osaga täiendatakse kommunikatsiooniplaani kevadel 2021.

Projekti partnerite kommunikatsioon

Sisekommunikatsioon toimub tehniliselt [confluence keskkonnas](#), kus on loodud Life IP CleanEST projekti kommunikatsiooni tegevuste eraldi kaust. Sinna pääsevad partnerid ligi spetsiaalselt neile loodud kontoga ja mobiili ID, smart ID või ID-kaardi abil sisse logides. Keskkonnas saab dokumente reaalajas muuta.

Projekti kommunikatsiooni põhipartneriteks loeme nelja partnerit, kelle tegevus on teistes rohkem kommunikatsiooniga seotud - Keskkonnaministeerium, Keskkonnaamet, AHHAA ja ERR. Nende vahel toimub igal kuul kommunikatsiooni teemal koosolek, kus on võimalik osaleda ka virtuaalselt. Koosolekuid kutsub kokku ja veab projekti juhtpartner Keskkonnaministeerium, keda abistab kommunikatsiooni ja PR partner Alfa-Omega Communications (AOC).

Projekti partneritele (Keskkonnaministeerium, Keskkonna-agentuur, Keskkonnainspeksioon, Eesti Keskkonnauuringute Keskus, Eesti Geoloogiateenistus, Tallinna Tehnikaülikool, Eesti Maaülikool, AHHAA, ERR, Eesti Põllumajandus-Kaubanduskoda, NGO Rivers Trust ja Viru alamvesikonna KOV-id) luuakse ja edastatakse iga kuu infokiri. Lisaks toimub aastas kolm partneritele suunatud *networking* ühisüritust, mis kõik leiavad aset Ida- või Lääne-Virumaal.

Projekti sidusrühmade kommunikatsioon

Projekti tegevustel on mitmetasandilise (*multi level*) sisekommunikatsioon. Laiem tasand hõlmab lisaks projekti põhipartneritele ka projektile oluliste sidusrühmade kaasamist infovahetusse. Siia laiemasse gruppi kuuluvad Viru alamvesikonda jäävad kohalikud omavalitsused, poliitikate eestvedajad, põllumajandusettevõtted, MTÜd, hüdroenergia ettevõtted jm.

Lisaks kohaliku tasandi otsustajatele on sidusrühmadeks ka teised Euroopa riigid. Projekti üks eesmärgi on näidata Eestit kui keskkonnaalase teadlikkuse eeskõnelejat, kes tegeleb uute võimaluste praktiseerijana looduse säilitamise nimel.

Sidusrühmi kutsutakse aktiivselt jälgima projekti omakanaleid – kodulehte, blogi ja Facebooki.

VÄLISKOMMUNIKATSIOON

Väliskommunikatsiooniplaan 2021 on suunatud laiemale avalikkusele ja selle eesmärk on tutvustada projekti tegevusi Eesti elanikkonnale, keskkonnateadlikele inimestele, kuid eelkõige projektiga hõlmatud piirkonna elanikele, et nad teaksid täpsemalt, mis nende kodukandis ilusalt toimub.

Väliskommunikatsiooni kanalitena kasutatakse nii üleriigilist kui ka kohalikku massimeediat; sõnumid ja teemad kohandatakse vastavalt kanalitele. Oluline roll massimeedia kajastuste tekitamisel on põhipartneril ERR, kes tagab aastal 2021 vähemalt kaks telekajastust saates Osoon, vähemalt neli raadiokajastust ERR saadetes ja vähemalt kaheksa kajastust Novaator portaalis. Piirkondliku kohaliku meediaga suhtleb ja initsieerib kajastusi, sh. ka venekeelses meedias, AOC.

Väliskommunikatsiooni tegevusteks on ka projekti kodulehe jooksev haldamine, igakuised blogipostitused ja sotsiaalmeedia (Facebook) administreerimine. Väliseks infokanaliks on ka projekti tegevusi tutvustav infoleht, mis ilmub kord kvartalis, ja mis saadetakse otsepostiga piirkonna elanikele. Teise variandina levitatakse infolehte läbi kohalike omavalitsuste ja koolide. Infoleht on kahes keeles – eesti ja vene – kuna piirkonnas on palju ka venekeelseid elanikke.

Väliskommunikatsiooni kanaliteks on ka üritused, mida viib läbi projekti partner AHHA, ja mis toimuvad projektiga hõlmatud piirkonnas, sh koolides ja noortele. Projekti tutvustamiseks luuakse ka avalikkusele suunatud video.

Kommunikatsiooniplaani täiendatakse jooksvalt, kui selleks on vajadus.

SIHTRÜHMAD

Kommunikatsiooni peamisteks sihtrühmadeks on:

- Ida- ja Lääne-Virumaa elanikud (projektiga hõlmatud piirkondade elanikkond)
- kitsama piirkonna elanikud, kes on vahetus kokkupuutes projektis hõlmatud veekogudega (elavad selle vahetus läheduses)

Laiemas mõttes on sihtrühmaks kogu Eesti avalikkus

Alamsihtrühmadeks on:

- keskkonnateadlikud inimesed
- kalurid, turismisektor
- kooliõpilased, õpetajad

Sihtrühmade kirjeldusega on võimalik tutvuda dokumendis [„LIFE IP CleanEST Kommunikatsioonistrateegia“](#)

KANALID ja KOMMUNIKATSIOONIVIISID

Kommunikatsioonikanalid jaotuvad sise- ja väliskanaliteks.

Sisekanalid:

Infoleht projekti partneritele

Partneritele saadetakse iga kuu teisel nädalal elektrooniliselt infokiri, mis võtab kokku kuu peamised saavutused ja muu olulise info ning peegeldab projekti kulgu projekti kaasatud osalejate vaates.

Sotsiaalmeedia

Sotsiaalmeedia postitused Facebookis; vastavalt sotsiaalmeedia plaanile, kuni 3 postitust nädalas

Igakuine koosolek

Kommunikatsiooni põhipartnerite vahel (ERR, AHHA, Keskkonnaamet, Keskkonnaministeerium) toimuvad iga kuu koosolekud, kus on võimalik osaleda ka virtuaalselt.

Ühisüritused

AOC korraldab koostöös Keskkonnaministeeriumiga aastas kolm projektipartneritele suunatud ühisüritust. Nendel koosviibimistel tehakse midagi ühiselt projekti heaks ja peetakse nõu. Üritustel on ka meelelahutuslik võrgustiku liitev eesmärk.

Väliskanalid

Üleriigiline massimeedia

Üleriigilised meediakanalid nagu nt ERR, Delfi, Postimees, Päevaleht, Õhtuleht. Sisaldab nii online kui ka trükimeediat.

Ida- ja Lääne-Virumaa kohalik meedia

Põhjarannik, Viru Prospekt, Sillamäeski, Virumaa Teataja jm.

Infoleht

Alates 2020. aasta lõpust saadetakse kord kvartalis välistele huvigruppidele projekti infokiri, kus on viited projekti kodulehele ja muudele lisainfo võimalustele. Paber kandja tiraaž on vähemalt 1000 (600 eestikeelset ja 400 venekeelset) brošüüri.

Blogi

Projekti blogis kajastatakse kord kuus üldiselt mõistetavas lihtsas keeles projektiga seotud tegevusi ja projekti kulgu.

Otsekohtumised sihtrühma esindajatega

Kohtumised projekiga hõlmatud piirkondade esindajatega toimuvad iga uue sisuliini alguses. Kohtumisel kaardistatakse sihtrühma huvid ja vajadused info järgi ning selgitatakse toimuma hakkavat.

Sotsiaalmeedia

Sotsiaalmeedia postitused Facebookis; vastavalt sotsiaalmeedia plaanile kuni 3 postitust nädalas

Video

Projekti tegevusest luuakse 2021 aastal lühivideo

Koolitunnid

Teaduskeskus AHHAAA korraldab projektiga hõlmatud piirkonna lastele ja noortele harivaid koolitunde

Koostöö blogijatega

Leitakse 1-3 keskkonnateadlikku mõjuisikut, kes kajastavad projekti tegemisi enda sotsiaalmeedia kontodel

Koduleht

Projekti koduleht on reaalajas uuenev ja uudised avaldatakse mõlemas keeles. Projekti kodulehel on üleval projekti tegevuskavas toodud plaanid ja aruanded. Lisaks kajastatakse jooksvaid sündmuseid ning peetakse hõlpsalt loetavas vormis blogi.

Koostööpartnerite kanalid

Kuna projektiga on hõlmatud väga lai koostööpartnerite võrgustik, kasutame kommunikatsioonis ka nende kanaleid ja nende kõneisikuid. Nii saame kommunikatsioonis näidata projekti mastaapsust läbi suurema kaasatuse. Koostöös partneritega lepime kokku kommunikatsiooni mudeli, kuidas sõnumitele suuremat mõju anda.

2021 AASTA KOMMUNIKATSIOONI FOOKUSED

- Erra jõe reostuse puhastamine – planeeritud tööd 2020-2023
- Pahnimäe *in-Situ* meetod – algavad laboratoorsed katsed *in-situ* meetodi valimiseks
- Ökosüsteemiteenused ja keskkonnaharidus, mis need on ja milleks vaja?

VÄLISKOMMUNIKATSIOONI TEGEVUSKAVA

Aeg	Tegevus ja kanal	Kommentaar	Sihtrühm	Reach
Jaan.	Igakuine omakanalite haldamine ja postitused	Blogipostitus Facebooki konto loomine Kodulehe haldamine	Laiem Eesti avalikkus	
Jaan.	ERR Vikerraadio Reporteritund	Mis toimus Ida- ja Lääne-Virumaa keskkonnaga eelmisel aastal. Mida toob aasta 2021	Laiem Eesti avalikkus, keskkonnateadlikud inimesed	
Jaan.	AHHAA teaduskohvik	Toimub Ida-Virumaal	Ida-Virumaa elanikud	
Jaan	Infoleht (piirkondlik)	Summeerib möödunud kolme kuu olulisemad tegevused (EST ja RU)	Ida- ja Lääne-Virumaa elanikud	Trükiseid 600 tk EST 400 tk RU
Veebr.	Igakuine omakanalite haldamine ja postitused	Blogipostitus Facebook postitused ja administreerimine Kodulehe haldamine	Laiem Eesti avalikkus	
Veebr.	Meediakajastus Põhjarannikus ja/või Virumaa Teatajas	Fookuses möödunud aasta peamised saavutused ja ülevaade algavast aastast	Ida- ja Lääne-Virumaa elanikud	
Veebr.	Kajastus ERR portaalis Novaator	TBD	Laiem Eesti avalikkus, keskkonnateadlikud inimesed	
Veebr.	Esimene treening/ seminar põllumajandus-	E3 tegevus	<i>Sidusrühmad</i>	

	ettevõtetele			
Märts	Igakuine omakanalite haldamine ja postitused	Blogipostitus Facebook postitused ja administreerimine Kodulehe haldamine	Laiem Eesti avalikkus	
Märts	Pressiteade Maailma Veepäeva raames	22. märts on Maailma Veepäev; selle raame räägime Life IP CleanEST tegevustest	Laiem Eesti avalikkus	
Märts	AHHAA teaduskohvik	TBD	Ida- ja Lääne-Virumaa elanikud	
Märts	Meediakajastus Virumaa Teatajas	Viimase aasta kokkuvõtte Lääne-Virumaal projekti raames tehtust. Fookus Soolikaojal	Lääne-Virumaa elanikud	
Aprill	Igakuine omakanalite haldamine ja postitused	Blogipostitus Facebook postitused ja administreerimine Kodulehe haldamine	Laiem Eesti avalikkus	
Aprill	Infoleht (piirkondlik)	Summeerib möödunud kolme kuu olulisemad tegevused (EST ja RU)	Ida- ja Lääne-Virumaa elanikud	Trükiseid 600 tk EST 400 tk RU
Aprill	ERR Vikerraadio Reporteritund	TBD	Laiem Eesti avalikkus, keskkonnateadlikud inimesed	
Aprill	Kajastus ERR portaalis Novaator	TBD	Laiem Eesti avalikkus, keskkonnateadlikud inimesed	

Aprill	Kajastus Eesti- Looduses	Ülevaade Ida- ja Lääne- Virumaa kalaseirest ja veekvaliteedist	Laiem Eesti avalikkus, keskkonnateadlikud inimesed	
Mai	Igakuine omakanalite haldamine ja postitused	Blogipostitus Facebook postitused ja administreerimine Kodulehe haldamine	Laiem Eesti avalikkus	
Mai	Projeki meedikajastus Kuku raadios	Mart Valneri saade „Ilmaparandaja“	Laiem avalikkus, keskkonnateadlikud inimesed	
Mai	Projekti kajastus ERR erisaates Osoon	Kuidas on projekt edenenud: uued tegevused	Laiem Eesti avalikkus, keskkonnateadlikud inimesed	
Mai	Teine treening/ seminar põllumajandus- ettevõtetele	E3 tegevus	<i>Sidusrühmad</i>	
Juuni	Igakuine omakanalite haldamine ja postitused	Blogipostitus Facebook postitused ja administreerimine Kodulehe haldamine	Laiem Eesti avalikkus	
Juuni	ERR Vikerraadio Reporteritund	Keskkonnapäev (5.06): Millal saab Ida- ja Lääne Virumaa puhtaks?	Laiem Eesti avalikkus	
Juuni	Kajastus Ökoskoobis	Keskkonnapäeva (5.06) eri: Ülevaade Life IP CleanEst projekti mõjust keskkonnale	Laiem Eesti avalikkus, keskkonnateadlikud inimesed	
Juuli	Igakuine omakanalite haldamine ja	Blogipostitus Facebook postitused ja	Laiem Eesti avalikkus	

	postitused	administreerimine Kodulehe haldamine		
Juuli	Infoleht (piirkondlik)	Summeerib möödunud kolme kuu olulisemad tegevused (EST ja RU)	Ida- ja Lääne-Virumaa elanikud	Trükiseid 600 tk EST 400 tk RU
Juuli	Kajastus ERR portaalis Novaator	TBD	Laiem Eesti avalikkus, keskkonnateadlikud inimesed	
Juuli	Meediakajastus Bioneeris	Artikkel vesilikust kui projekti Life IP CleanEST sümbolist; kellega tegemist	Keskkonnateadlikud inimesed	
August	Igakuine omakanalite haldamine ja postitused	Blogipostitus Facebook postitused ja administreerimine Kodulehe haldamine	Laiem Eesti avalikkus	
August	Intervjuu ajakirjas "Kalale"	Timo Karki intervjuu, mis analüüsib paisude eemaldamist piirkonnas, kalade märgistamist ja üldist veekvaliteeti.	Keskkonnateadlikud inimesed, kalandushuvilised	
Sept.	Igakuine omakanalite haldamine ja postitused	Blogipostitus Facebook postitused ja administreerimine Kodulehe haldamine	Laiem Eesti avalikkus	
Sept.	Teadlaste öö (AHHAA), üritus	Septembri viimane reede on üleeuroopaline Teadlaste Öö. Sündmuseid Eestis koordineerib AHHAA; üritus Lääne-Virumaal	Lääne-Virumaa elanikud	

Sept.	Kolmas treening/ seminar põllumajandus- ettevõtetele	E3 tegevus	<i>Sidusrühmad</i>	
Okt.	Igakuine omakanalite haldamine ja postitused	Blogipostitus Facebook postitused ja administreerimine Kodulehe haldamine	Laiem Eesti avalikkus	
Okt.	Infoleht (piirkondlik)	Summeerib möödunud kolme kuu olulisemad tegevused (EST ja RU)	Ida- ja Lääne-Virumaa elanikud	Trükiseid 600 tk EST 400 tk RU
Okt.	Projekti kajastus ERR erisaates Osoon	Kuidas on projekt edenenud: uued tegevused	Laiem Eesti avalikkus, keskkonnateadlikud inimesed	
Nov.	Igakuine omakanalite haldamine ja postitused	Blogipostitus Facebook postitused ja administreerimine Kodulehe haldamine	Laiem Eesti avalikkus	
Nov.	ERR Vikerraadio Reporteritund	TBD	Laiem Eesti avalikkus	
Nov.	Kajastus ERR portaalis Novaator	TBD	Laiem Eesti avalikkus, keskkonnateadlikud inimesed	
Nov.	Neljas treening/ seminar põllumajandus- ettevõtetele	E3 tegevus	<i>Sidusrühmad</i>	

Nov.	Kommunikatsiooni- plaan 2022	Koostamine, fookuste kaardistamine, suhtlus partneritega	N/A	
Nov	Esimene treening seminar põllumajanduse konsultantidele ja ametiühingutele	E3 tegevus	<i>Sidusrühmad</i>	
Dets.	Igakuine omakanalite haldamine ja postitused	Blogipostitus Facebook postitused ja administreerimine Kodulehe haldamine	Laiem Eesti avalikkus	
Dets.	Raadiokajastus Äripäeva raadios	CleanTech, rohetehtnoloogia saade, saatejuht Mart Valner	Laiem Eesti avalikkus, keskkonnateadlikud inimesed	
Dets.	Pressiteade aasta kokkuvõttest	Ülevaade peamistest võitudest ja tegevustest piirkonnas	Laiem Eesti avalikkus	

TBD – To Be Decided

SISEKOMMUNIKATSIOONI TEGEVUSKAVA

Projekti kommunikatsiooni põhipartnerid on ERR, Teaduskeskus AHHA, Keskkonnaamet ja Keskkonnaministeerium. Projekti kõigi partnerite ringiga on võimalik tutvuda [siin](#).

Aeg	Tegevus ja kanal	Kommentaar
Jaan.	Igakuine koosolek projekti kommunikatsiooni põhipartneritega (võimalik ühineda virtuaalselt)	
Jaan.	Infoleht projekti partneritele	
Veebr.	Igakuine koosolek projekti kommunikatsiooni põhipartneritega (võimalik ühineda virtuaalselt)	
Veebr.	Infoleht projekti partneritele	
Märts	Igakuine koosolek projekti kommunikatsiooni põhipartneritega (võimalik ühineda virtuaalselt)	
Märts	Infoleht projekti partneritele	
Aprill	Igakuine koosolek projekti kommunikatsiooni põhipartneritega (võimalik ühineda virtuaalselt)	
Aprill	Infoleht projekti partneritele	
Mai	Igakuine koosolek projekti kommunikatsiooni põhipartneritega (võimalik ühineda virtuaalselt)	
Mai	Infoleht projekti partneritele	
Mai	Ühisüritus projekti partneritele	Päev Kiviõli seikluspargis ja Püssi paisu külastamine

Mai	IP projektide rahvusvaheline kohtumine	
Juuni	Igakuine koosolek projekti kommunikatsiooni põhipartneritega (võimalik ühineda virtuaalselt)	
Juuni	Infoleht projekti partneritele	
Juuli	Igakuine koosolek projekti kommunikatsiooni põhipartneritega (võimalik ühineda virtuaalselt)	
Juuli	Infoleht projekti partneritele	
Aug.	Igakuine koosolek projekti kommunikatsiooni põhipartneritega (võimalik ühineda virtuaalselt)	
Aug.	Infoleht projekti partneritele	
Aug.	Ühisüritus projekti partneritele	Matk või paadisõit Aidu karjääris ja ülevaade piirkondlikust kalaseirest
Sept.	Igakuine koosolek projekti kommunikatsiooni põhipartneritega (võimalik ühineda virtuaalselt)	
Sept.	Infoleht projekti partneritele	
Okt.	Igakuine koosolek projekti kommunikatsiooni põhipartneritega (võimalik ühineda virtuaalselt)	
Okt.	Infoleht projekti partneritele	
Nov.	Igakuine koosolek projekti kommunikatsiooni põhipartneritega (võimalik ühineda virtuaalselt)	
Nov.	Infoleht projekti partneritele	
Dets.	Igakuine koosolek projekti kommunikatsiooni	

	põhipartneritega (võimalik ühineda virtuaalselt)	
Dets.	Infoleht projekti partneritele	
Dets.	Ühisüritus partneritele Ida-Virumaal	Ühine jõulukala kokkamine ja aasta kokkuvõtte projektist

Dokument on valminud LIFE IP CleanEST projekti raames, mida rahastavad Euroopa Komisjoni LIFE programm ja Eesti riik. LIFE programmi rahastuslepingu nr LIFE17 IPE/EE/000007. Dokument kajastab autori seisukohti ja Euroopa Komisjon ei vastuta selles sisalduva teave võimaliku kasutamise eest.