|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tunnustuse kategooria** | **2024 AASTA SOTSIAALVALDKONNA ENNETUSTÖÖ** | | | |
| **Kandidaadi andmed** | | | | |
| Nimi ja sünniaeg või  juriidilise isiku nimi ja registreerimisnumber | **Seksuaalse ahistamise vastane kampaania „Märka. Sekku. Aita.“** <https://www.palunabi.ee/et/seksuaalne-ahistamine-ooelus> | | | |
| E-posti aadress ja telefon | [Info@sotsiaalkindlustusamet.ee](mailto:Info@sotsiaalkindlustusamet.ee); 612 1360 | | | |
| Asutus | Sotsiaalkindlustusamet sotsiaalkampaania tellija ja kampaaniategevuste elluviijana (loovagentuur Trickster Studios) | | | |
| Sotsiaalvaldkonnas töötamise/tegutsemise üldine staaž |  | | | |
| **KANDIDAADI ISELOOMUSTUS:** [**VAATA JUHENDIT ENNE TÄITMIST!**](https://www.eswa.ee/wp-content/uploads/2024/11/Kandidaadi-esitamise-juhend-2025.pdf) | | | | |
| **Too vähemalt kaks näidet, kuidas kandidaadi tehtud töö või ellu kutsutud projekt ennetab sotsiaalvaldkonnas sotsiaalprobleemide tekkimist või süvenemist?** | | | | |
| Sotsiaalkindlustusameti tellitud **seksuaalse ahistamise vastane sotsiaalkampaania „Märka. Sekku. Aita.“** eesmärk on juhtida tähelepanu ööelus seksuaalse ahistamise kogemise laialdasele levikule ja sellega seotud probleemidele ning olemasolevale toele neile, keda on seksuaalselt ahistatud. Kampaaniaga panustati olulisel määral seksuaalvägivalla ennetusse ja seksuaalsest ahistamisest teadlikkuse tõstmisesse.  Kampaania keskendus kolmele lihtsale sõnumile: märka, sekku, aita, et murda ühiskonnas esinevaid väärarusaamu ja stigmatiseerivat hoiakut seksuaalse ahistamise suhtes, mis päriselus seksuaalse ahistamise peatamist ja abi otsimist takistavad. Kampaania abil sooviti levitada sõnumit, et seksuaalset ahistamist annab ennetada ja näidata, kui märkimisväärne roll on vaikivatel pealtvaatajatel.  Kampaania väga tugev fookus oli seksuaalse ahistamise konteksti laiemalt avamisel ja temaatilisel harimisel. Kampaania lahutamatuks osaks oli **ööelu asutuste töötajatele mõeldud materjalid ja koolitused**, mis aitavad neil paremini märgata seksuaalset ahistamist ning annavad juhiseid, kuidas sekkuda ja aidata. | | | | |
| **Too vähemalt kaks näidet, kuidas ennetuses tehakse koostööd erinevate osapooltega valdkonnaüleselt?** | | | | |
| Sotsiaalkampaania osas tehtivaldkonnaüleselt koostööd mitme erineva sektori ja osapoole vahel, et tagada tegevuste mõju ja ulatus. Protsessis olid kaasas SKA ohvriabi (seksuaalvägivalla ohvrite teenuseomanik Annika Silde), loovagentuur, Tallinna linn (ööelu nõunik Natalie Mets), naiste õiguste eest seisjad, s3kspositiiv, Ööhaldjad, Politsei- ja Piirivalveamet, ööelu spetsialistid Londonist ning Bristolist. kes jagasid rahvusvahelist kogemust ja pakkusid praktilisi lahendusi seksuaalse ahistamise ennetamiseks jt.  Teadlikkuse tõstmine on oluline, kuid ainult sellest jääb väheks. Seetõttu oli kampaanias keskel kohal harimine ning Sotsiaalkindlustusamet asus kampaania raames korraldama koolitusi ööelu asutustele. Londoni eeskujul töötati välja Eesti juhend "Seksuaalsest ahistamisest vaba ööelu", mis sisaldab soovitusi ööelu asutuste töötajatele kõigiga arvestava ja seksuaalsest ahistamisest vaba ööelu korraldamiseks. Juhendiga koos pakkus Sotsiaalkindlustusamet ööelu asutustele seksuaalse ahistamise vastast koolitust ning kaasas ööelu asutusi ohvriabi võimaluste tutvustamisse ja teavitusmaterjalide jagamisse.  Kampaania tegevused on pidevalt edasi arenenud. Kui 2024. aastal keskenduti Tallinna linna ööelule, siis 2025. aastal laienes tegevus Tartusse ja on plaanis kaasata ka Pärnu ööelu asutused. Seega kampaania näol ei olnud tegemist ühekordse aktsiooniga, vaid selle najal jätkuvad tegevused, et muuta ööelu keskkond turvalisemaks kogu Eestis. See näitab pikaajalist valdkonnaülese koostöö jätkumist ning aitab sotsiaalprobleeme ennetada süsteemselt ja jätkusuutlikult. | | | | |
| **Miks esitatud kandidaat väärib sinu hinnangul tunnustust võrreldes teistega?** | | | | |
| Sotsiaalkampaania **käsitles Eesti ühiskonna aktuaalset probleemi** – uuringule eelnenud SKA lühiuuringust selgus, et Eesti ööelus on 73% naistest ja 32% meestest kogenud seksuaalset ahistamist. Kampaania sihtrühma valik oli uudne, keskendudes ahistamise pealtnägijatele (ööelu asutuse töötajad ja teised külastajad), kel on märkimisväärne roll väärkohtlemise ennetamisel ja peatamisel, kuid kellele otseseid ennetustegevusi on sihitatud vähem.  **Kampaania loomine ja elluviimine toimus koostöös laiapõhjalise tiimiga**, kuhu olid kaasatud nii riik (mh tellijana), KOV, vabaühendused, erasektor ja paljud erialaeksperdid Eestist ja välismaalt.  **Kampaania lähenemine seksuaalse ahistamise ennetamisele ööelus oli kompleksne**. Pealtnägijate kõnetamiseks ei piirdutud ainult visuaalsete lahendustega (reklaamiklipid ja plakatid nii väli- kui sotsiaalmeedias, #kehvpidu), mis said palju positiivset vastukaja. Kampaaniat toetasid erinevad arutelud alates seadustest, statistikast kuni reaalsete lugudeni ning ekspertide nõuanneteni. Ööelus seksuaalse ahistamise teemaga jõuti nii populaarsetesse saadetesse televisioonis (nt Õhtu) kui raadios. Samuti loodi SKA ohvriabi kodulehele eraldi alaleht [www.palunabi.ee/ooelu](http://www.palunabi.ee/ooelu), kuhu koondati info nii selle kohta, kuidas eristada flirtimist ahistamisest, kui ka häid nippe, kuidas pealtnägijana sekkuda ja ohvrit aidata. Lisaks korraldas sotsiaalkindlustusamet koos partneritega temaatilisi koolitusi ööelu asutustele.  Kampaania tundlik ja hästi läbi mõeldud visuaalne lähenemine aitas saavutada sügavamat mõju, kutsudes üles avalikkust mitte ainult märkama probleeme, vaid ka sekkuma ja aitama. Disainikeele kvaliteeti kinnitab kampaania jõudmine Kuldmuna 2024 finaali sotsiaalkampaania kategoorias. | | | | |
| **Kandidaadi esitaja andmed** | | | | |
| Nimi | Kaire Tamm | | | |
| Asutus/ametikoht | Sotsiaalkindlustusamet | Ohvriabi osakonna juhataja | | |
| E-posti aadress ja telefon | Kaire.Tamm@sotsiaalkindlustusamet.ee | 53824249 |  |  |
| Esitamise kuupäev ja allkiri | 17.01.2025 | | | |





