

Täiskasvanuhariduse kommunikatsioonistrateegia 2016–2018



Kommunikatsioonistrateegia koostamise tellis Eesti Täiskasvanute Koolitajate Assotsiatsioon Andras. Töö on valminud Euroopa Sotsiaalfondi kaerahastamisel. Strateegia koostasid Praxise eksperdid koostöös Andrase ning Haridus- ja Teadusministeeriumiga.

Väljaande autoriõigus kuulub Poliitikauuringute Keskusele Praxis. Väljaandes sisalduva teabe kasutamisel palume viidata allikale: Täiskasvanuhariduse kommunikatsioonistrateegia 2016–2018. Tallinn: Poliitikauuringute Keskus Praxis.



HARIDUS- JA
TEADUSMINISTEERIUM



SA Poliitikauuringute Keskus Praxis

Tornimäe 5, III korrus

10145 Tallinn

tel 640 8000

www.praxis.ee

praxis@praxis.ee

sisukord

2	Sissejuhatus
3	Eesmärk
4	Kommunikatsioonistrateegia eesmärk
5	Sihtrühmade ülevaade
9	Sõnumistrateegia
11	Potentsiaalsed õppijad
12	Lähedased
13	Tööandjad
14	Populariseerijad
15	Kommunikatsioonitegevused
16	Potentsiaalsed õppijad
23	Lähedased
26	Tööandjad
28	Populariseerijad
31	Sihtrühma tüüpesindajad
34	Pikaaegne klienditeenindaja
36	Noor kodune ema
38	Ettevõtlik müügimees
40	Erialase väljaõppeta ehitaja
42	Pikaaegne raamatupidaja
44	Keskhariduseta lihttööline
46	Täiskasvanute õppimise valikud
47	Strateegia elluviimine

sissejuhatus

Eesti Täiskasvanute Koolitajate Assotsiatsioon Andras (edaspidi Andras) seadis märtsis 2016 lähteülesande koostada kommunikatsioonistrateegia toetamiseks Euroopa Sotsiaalfondi (ESF) projekti „Täiskasvanuhariduse edendamine ja õppimisvõimaluste avardamine“ elluviimist. ESFi projekti eesmärk on luua kvaliteetsed ja paindlikud ning tööturu vajadusi arvestavad õppimisvõimalused. Lähteülesande kohaselt on prioriteetseim sihtrühm elukestvas õppes vähe või üldse mitte osalenud ning varakult haridustee katkestanud täiskasvanud, kelle puhul tähendaks haridustee jätkamine ka märkimisväärsete karjääribarjääride ületamist.

Lähteülesandest tulenevalt on kommunikatsioonistrateegia sihtrühm:

1. keskhariiduseta või üldkeskhariidusega inimesed, keda viimastel andmetel on Eestis üle 200 000.
2. aegunud oskustega inimesed, kes vajavad tööalaseks või isiklikuks enesearenguks keskhariiduse omandamist, täiend- või ümberõpet. Inimeste hulka, kelle oskused on aegunud ning vajaksid valdkonna või tehnoloogiliste arengutega kaasas käimiseks oma oskuste täiendamist, on raske üheselt hinnata. Kuid strateegias lähtume selle vajaduse hindamisel konkreetsetest tegevusaladest ning OSKA¹ uuringutest.

Töös nimetame sihtrühma koondnimetusega **potentsiaalsed õppijad**. Pakume välja neile suunatud sõnumid ja kommunikatsioonitegevused. Ühtlasi sisaldab strateegia sihtrühma tüüpesindajate (ehk nõ tüüpiliste karakterite või näidisõppijate) kirjeldusi, et paremini mõista nende hoiakuid ning töötada välja nende olukorra ja vajadustega arvestavaid lahendusi.

Strateegia üldine eesmärk on nimetatud sihtrühmi motiveerida, toetada neid õppimise võimalusi kaaluma ja lahendusi otsima ning esimesi samme tegema.

Kommunikatsioonistrateegiat viib ellu ETKA Andras koostöös Haridus- ja Teadusministeeriumi ja partneritega. Kommunikatsioonistrateegia tegevuskava koostab Andras koostöös ministeeriumiga.

Lisaks otsesele sihtrühmale on strateegias suunatud tegevused ka teistele sihtrühmadele - **lähedased inimesed, tööandjad ja täiskasvanuhariduse populariseerijad**, eemärgiga toetada nende kaudu potentsiaalsete õppijate õpimotivatsiooni tekkimist.

¹<http://oska.kutsekoda.ee>



eesmärk

TAUST: RIIKLIK EESMÄRK

Eesti elukestva õppe strateegias 2020 kui haridusvaldkonna tähtsamaid arenguid suunavas dokumendis on oluliste väljakutsetena toodud esile asjaolud, et ligi kolmandik Eesti tööealisest elanikkonnast on erialase ettevalmistuseta; madala kvalifikatsiooniga inimeste osalus elukestvas õppes on väike; levinud on suhtumine, et õppimine on noorte jaoks ning enesetäiendamist püüab rahaliste võimaluste piiratud kõrval ka täiskasvanute huvi- ja motivatsioonipuudus.

Kui kõikidest 25-64-aastastest täiskasvanutest osales 2015. aastal elukestvas õppes 12,2%, siis madala haridustasemega inimestest osales elukestvas õppes vaid 4%. Kuigi need numbrid on Eestis viimastel aastatel näidanud liikumist positiivses suunas, on arenguruumi veel küllaga.

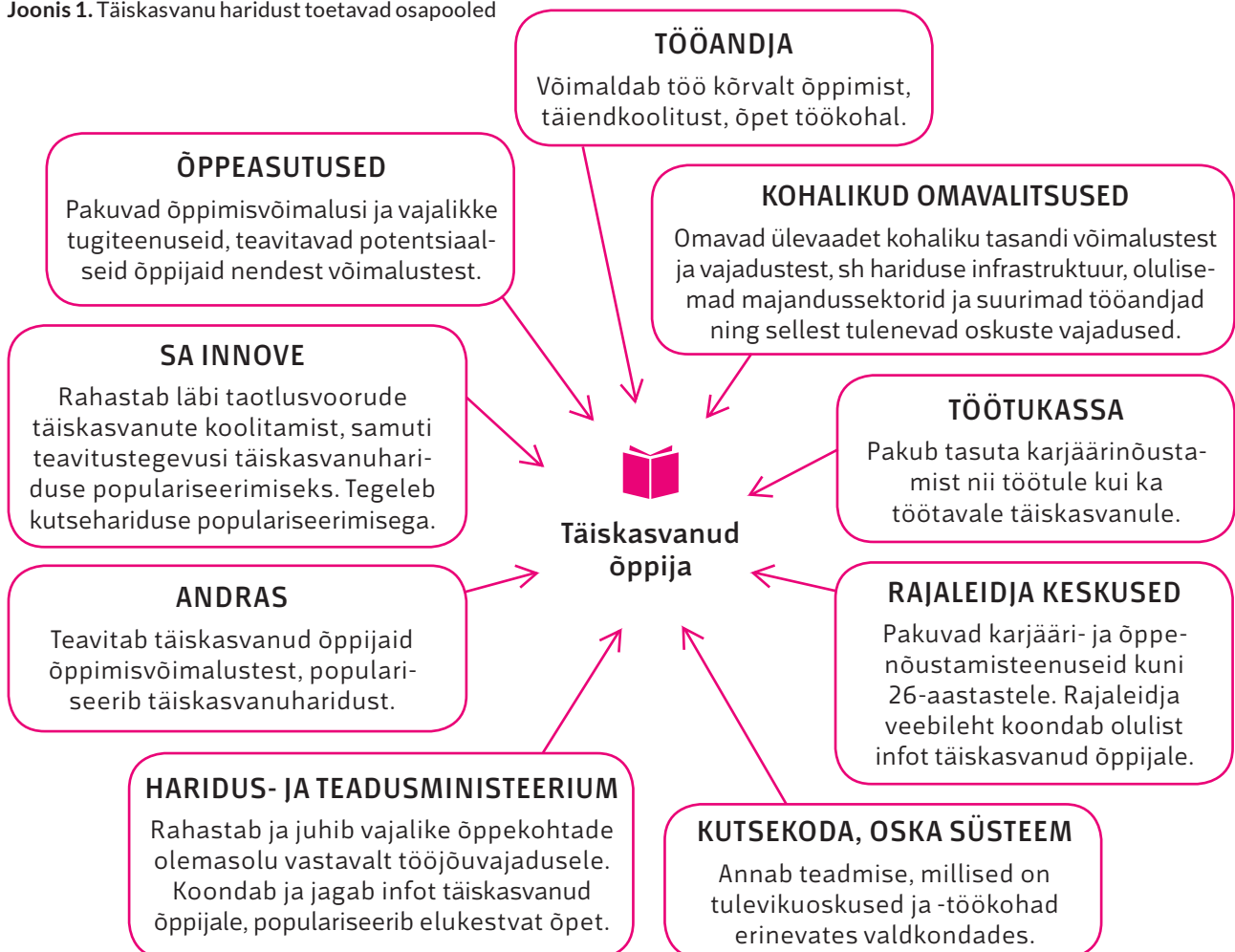
Erinevatest väljakutsetest tulenevalt on ka elukestva õppe strateegia üldesmärgiks seatud kõigile Eesti inimestele nende vajadustele ning võimetele vastavate õpivõimaluste loomine kogu elukaare jooksul. Strateegia rakendamiseks loodud täiskasvanuhariduse programmis

on seatud eesmärgiks motiveerida täiskasvanuid õppima ning luua kvaliteetsed ja paindlikud ning tööturu arenguvajadusi arvestavad õppimisvõimalused (Täiskasvanuhariduse programm 2016-2019).

Programmi tegevustega soovitakse tuua madalama haridustaseme ja oskustega täiskasvanuid tasemeõppesse ja täienduskoolitusse ning toetada nende võtmepädevuste ehk üldoskuste arengut. Samalaadse sihiga tegevusi leiab lisaks eelnimetatutele ka ühtekuuluvuspoliitika fondide rakenduskavast 2014-2020.

Riiklikke elukestvat õpet soodustavaid tegevusi viivad Eestis ellu väga erinevad osapooled, nii riiklikud institutsioonid, erasektor läbi tööandjate kui ka erinevad mittetulundusühendused ja teadusasutused. Alloleval joonisel oleme välja toonud olulisemad partnerid täiskasvanuhariduse edendamisel, pidades silmas ka käesoleva strateegia fookust.

Joonis 1. Täiskasvanu haridust toetavad osapooled



KOMMUNIKATSIOONISTRATEEGIA EESMÄRK

Antud strateegia on vaid üks paljudest viisidest, mis aitab motiveerida täiskasvanuid õppimise ja enesetäiendamise tegelema. Strateegia panustab eelkõige hoiakulisele muutusele – ehk õpimotivatsiooni tekkimisele, mille tulemusel on suurenenud nii täiskasvanute

hulk, kes on kaalunud õppima asumist, kui ka nende hulk, kes seda ka reaalselt teinud.

Järgnevalt on välja toodud alaeesmärgid sihtrühmade kaupa.

Üldeesmärk	Toetada täiskasvanute õpimotivatsiooni tekkimist			
Sihtrühmad	Potentsiaalsed õppijad	Lähedased	Tööandjad	Populariseerijad
Alaeesmärgid	<p>Lua seos õppimise ja tööturvajaduste vahel</p> <p>Normaliseerida õppimist täiskasvanueas isikliku arengu seisukohast</p> <p>Tuua esile õpiteed ja -võimalused ning suurendada õigusteadlikkust</p>	<p>Aidata mõista lähedaste inimeste olulist rolli täiskasvanud õppija elus</p> <p>Suurendada arusaama, et õppimine on elu loomulik osa ning vajalik muutustega kohanemiseks</p>	<p>Tuua esile tööandja roll kui eelduste looja õppima asumiseks</p> <p>Sõlmida kokkulepped tööandjaid ja personalijuhte esindavate liitudega info edastamiseks töötajatele ja neile töö kõrvalt õppimiseks tingimuste loomiseks</p>	<p>Õppimist soosiva hoiaku aktiivne esitamine organisatsioonisiseselt ja meedia kaudu</p> <p>Sõnumite edastamine oma organisatsiooni kanalite, sh ürituste, koolituste, uudiskirjade kaudu</p>

sihtrühmade ülevaade



sihtrühmade ülevaade

Järgnevalt anname ülevaate potentsiaalsete õppijate sihtrühmast ning neid toetavatest osapooltest – lähedastest, tööandjatest ja täiskasvanuhariduse populariseerijatest. Kuigi tegevused on otsesemalt suunatud allkirjeldatud rühmadele, avaldavad need tõenäoliselt kaudsemat mõju ka laiemale avalikkusele, poliitika-kujundajatele ning teistele võimalikele õppija rühmadele.

Selleks, et jõuda just soovitud rühmadeni, on oluline kirjeldada ja piiritleda sihtrühmad võimalikult täpselt. Kuna potentsiaalsete õppijate rühm on suur ning väga erinevate hoiakutega õppimise suhtes, oleme lisaks sihtrühma kirjeldusele peatükis „Sihtrühma tüüpesindajad“ loonud kuue potentsiaalse õppija profiilid.

POTENTSIAALSED ÕPPIJAD

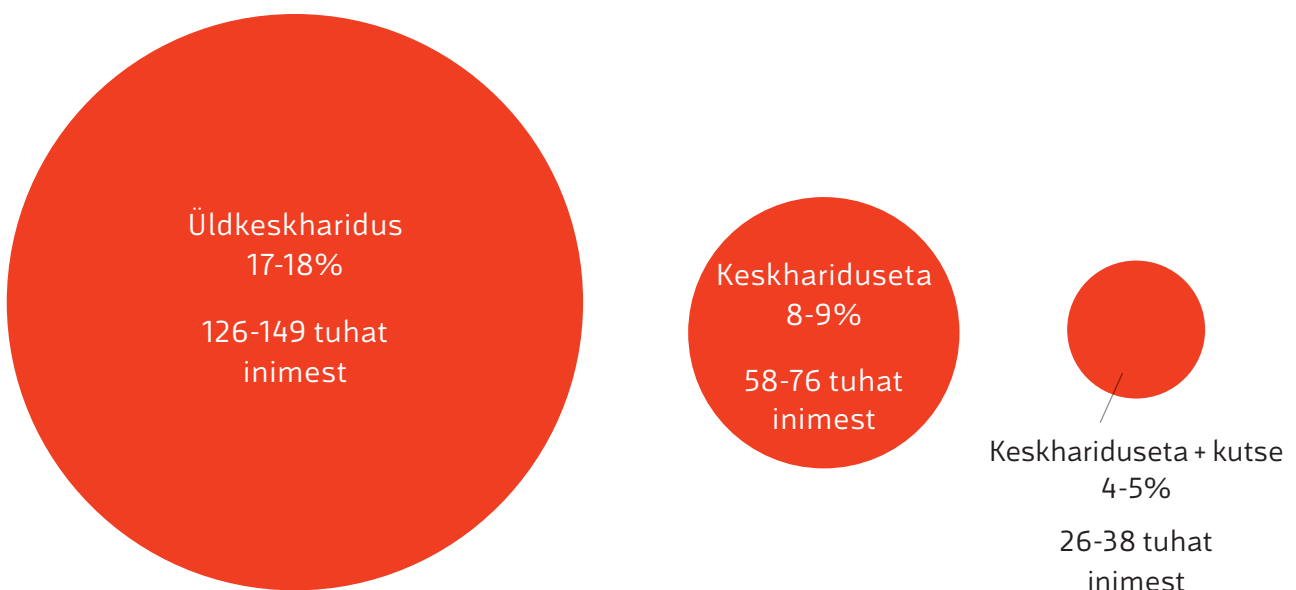
Selle strateegia prioriteetsed sihtrühmad:

1. keskhariiduseeta või üldkeskhariidusega inimesed, kes vajavad tööalases või isiklikus elus uue arenguhüppe saavutamiseks keskhariiduse omandamist, täiendõpet või erialast haridust;
2. inimesed, kelle haridustase ja oskused ei vasta enam tänapäevastele tööturuvajadustele ning vajavad tööalase konkurentsivõime hoidmiseks/ tõstmiseks täiend- või ümberõpet. Nimetatud sihtrühmad on prioriteetseks seatud ka Eesti täiskasvanuhariduse programmis.

KESKHARIDUSETA VÕI ÜLDKESKHARIDUSEGA INIMESED

Eesti täiskasvanuhariduse programm tõstab Eesti jaoks olulise väljakutsena esile kutse- ja erialase kvalifikatsioonita inimeste suure osakaalu ning kasvava inimeste hulga, kelle õpingud katkevad keskhariiduseni jõudmata. Täiskasvanute koolituse uuringu 2011. aasta andmete järgi (Statistikaamet) kuulub sellesse sihtrühma 29-32%² 20-64 aastases rahvastikust, st enam kui 200 000 inimest (vt joonis 1).

Joonis 2. Sihtrühm osakaaluna 20-64 aastases rahvastikust, 2011



Allikas: Täiskasvanute koolituse uuring 2011, isikuküsitlus

²Käesoleva töö raames analüüsitud küsitlusuuringu (TKU 2011) tulemused on esitatud 95%-se usaldusvahemikuna, st 95%se tõenäosusega jääb osakaal/arv esitatud vahemikku. Mida väiksem on analüüsitava rühm, kelle pealt andmeid üldistatakse, seda laiemaks lähevad usaldusvahemikud ning seda keerulisem on anda täpseid hinnanguid osakaaludele/arvule üldkogumis.

AEGUNUD OSKUSTEGA INIMESED – ÜMBER- JA TÄIENDÖPPE SIHTRÜHM

Puuduliku kvalifikatsiooniga või aegunud oskustega inimeste sihtrühma on raske täpselt piiritleda, mistõttu on keeruline anda täpseid hinnanguid ka nende inimeste arvu kohta. Siia võivad kuuluda nii inimesed, kes ei ole omandanud erialast haridust (vt eelmine rühm) kui ka erialase väljaõppega inimesed (sh kõrghariduse omandanud), kes ei ole oma teadmisi ja oskusi uuendanud ning kelle teadmised ja oskused on tehnoloogilistest vm arengutest maha jäänud.

Inimeste oskuste vastavus tööturu vajadustele erineb oluliselt sektorite ja tegevusalade lõikes, kuivõrd arengud toimuvad erinevas tempos ja erinevate oskustega seoses. Samuti võib inimeste teadlikkus oma oskuste vastavusest tööturu vajadustele erineda, kuivõrd osad inimesed on teadlikud ja tunnetavad oma töös uute teadmiste-oskuste omandamise vajalikkust, samas kui teiste jaoks võivad tehnoloogilised või protseduurilised

muutused töös olla alles kauge tulevik ning igapäevast tööd praegu veel mitte mõjutada. Siiski on vaja ka selliseid tulevikuoskuste vajadusi ette näha ning kujundada vastavad õppe- või koolitusprogrammid, mis nende suundadega kohaneks ja pakuks inimestele võimalust oma oskusi ja teadmisi täiendada.

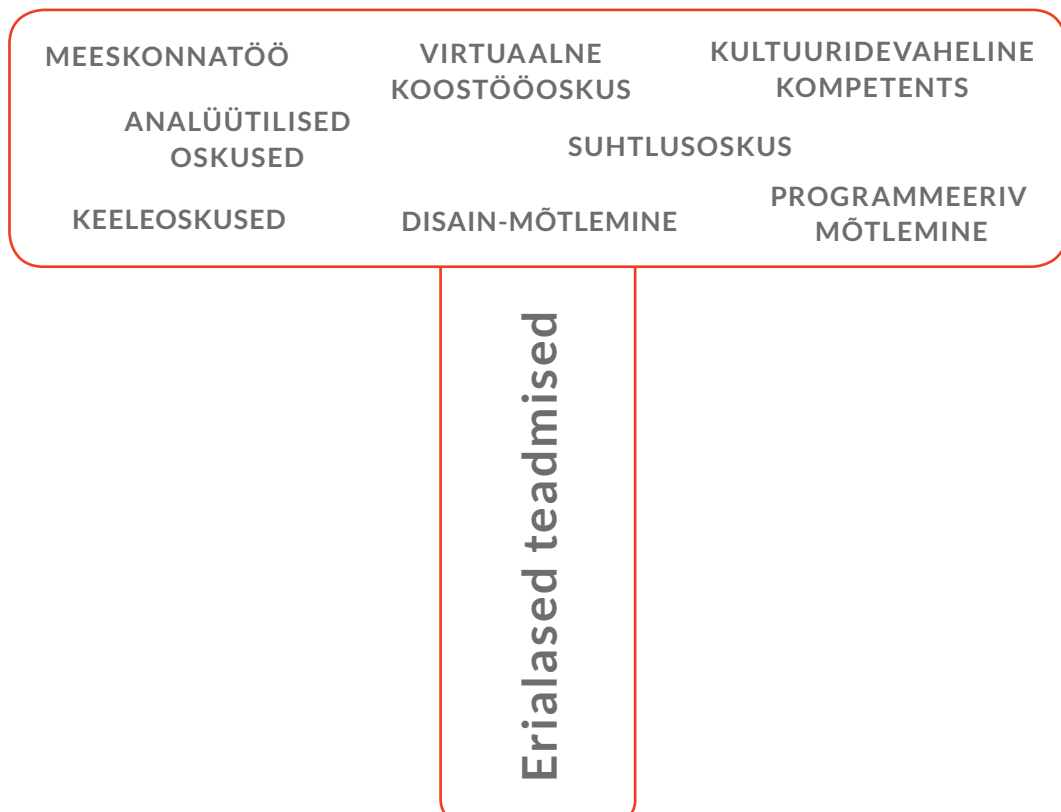
Ülevaate oskuste hetkeolukorrast annab täiskasvanute oskuste uuring PIAAC* - OECD poolt koordineeritav rahvusvaheline uuring, milles osales 2011-2012 aastal 24 riiki, sh Eesti.

Oskuste tulevikusuundadest annavad ülevaate OSKA valdkonnapõhised analüüsid**. Ülevaade „Töö ja oskused 2025“ viitab, et tulevikus vajavad inimesed laiemat ja erinevaid valdkondi hõlmavat oskuste paletti. Ideaalne tulevikutöötaja on nn T-kujulise kompetentsusega – süvateadmistega vähemalt ühel alal ning üldoskustega, mis annab oskuse mõista ja omavahel siduda erinevaid teisi distsipliine ning nendega tegelevaid inimesi.

www.hm.ee/et/tegevused/uuringud-ja-statistika/piaac

**<http://oska.kutsekoda.ee>

Joonis 3. Tulevikutöötaja oskused ehk üldoskused ja erialased teadmised



LÄHEDASED

Täiskasvanuna õppima asumine on suur elukorralduslik muutus ja õpimotivatsiooni tekkimisel ning õppimise toetamisel mängivad suurt rolli lähedased inimesed. Nende tugi võib olla vajalik psühholoogilistest bar-

Suurendamiseks pereliikmete ja sõprade soosivat suhtumist lähedase õpingutesse, on strateegias välja toodud sõnumid ka lähedaste sihtrühmale.

jääridest üle saamisel, aga ka argielu korraldamisel. Seetõttu on vajalik, et täiskasvanuna õppimise vajalikkust hindaksid mitte ainult potentsiaalsed õppijad, aga ka neid ümbritsevad inimesed. Varasemad uuringud näitavad, et oluliste kooli tagasipöördumise takistuste seas on keskhariduseta inimestele majanduslike põhjuste kõrval ka hoiakud (vanus ja motivatsioonipuudus) (Räis jt 2014). Sama uuring rõhutab fookusrühma intervjuudele tuginedes, et täiskasvanud pole Eestis elukestva õppe kontseptsiooni omaks võtnud – hoiakud ühiskonnas ei toeta tasemeõppesse naasmist.

TÖÖANDJAD

Töökohal ja seeläbi tööandjatel on oluline roll inimeste aja kujundamisel. Tööandja saab otsustada, kes saab täiendkoolitust, kellele pakkuda õpet töökohal ning tema toetus töö kõrvalt õppimiseks võib saada määravaks õppima asumise otsuse tegemisel. Ka varasemad uuringud on rõhutanud, et Eestis mõjutavad töö sisu ja töökoha karakteristikud õppes osalemist olulisemalt kui inimese enda karakteristikud (sh tema haridus ja oskuste tase) (Saar jt 2014). Kui tööturul puudub reaalne nõudlus oskuste järele, siis on ka täiskasvanuõppes osalemine madal (Saar jt 2014). Uuring põhi- ja keskhariduseta täiskasvanute tasemeõppesse tagasitoomisest rõhutas samuti just tööandjatele suunatava kommunikatsiooni olulisust lähtuvalt nende olulisest rollist õppimise toetamisel või selle takistamisel (Räis jt 2014).

Strateegia eesmärkide saavutamiseks peame oluliseks koostööd nii tööandjate keskliidu ja harulituste tasandil kui ka üksikute suuremate tööandjatega.

Arvestades, et keskhariduseta või üldkeskharidusega inimesed töötavad suhteliselt kindlatel erialadel, on võimalik tegevusega keskenduda just nendele valdkondadele, kus sihtrühma töötab rohkem. Samuti pakuvad väärtuslikku sisendit tööandjate valimisel OSKA tegevusalade põhised analüüsid, mis viitavad ametitele ja tegevusaladele, kus oskused vajavad olulisemat muutust.

POPULARISEERIJAD

Elukestva õppe populariseerimisega tegelevad Eestis otseselt või kaudselt väga paljud erinevad organisatsioonid ja asutused. Kuigi konkreetsemad tegevused ja

Peamised partnerid, kellega Andras stateegia elluviimisel koostööd teeb, on Haridus- ja Teadusministeerium, sihtasutus Innove, Rajaleidja keskused, täiskasvanute gümnaasiumid, kutseõppeasutused, Kutsekoda (OSKA programm) ja Töötukassa.

võimekus neid ellu viia võivad olla väga erinevad, on suures plaanis kõikidel siiski üks ühine eesmärk - luua positiivne kuvand õppimisest, mis toimub pidevalt elukaare jooksul. Eestis puudub seni püsiv täiskasvanuhariduse koordineerimine erinevate osapoolte vahel. Käesoleva strateegia elluviimine võimaldab paremini kaasata erinevaid populariseerijaid/partnereid, et ühiselt edukamaid tulemusi saavutada.

sõnumistrateegia



sõnumistrateegia

Õppimine mõjutab oluliselt inimeste eluviisi. Mõju võib olla väga mitmel tasandil – seotud näiteks majandusliku heaolu, tervise, riskikäitumise, ühiskondliku kaasatuse või ühtekuuluvustundega. Sellest tulenevalt on ka õppimist motiveerivad tegurid inimeste lõikes erinevad.

Varasemate uuringute järgi on keskhariduseta inimeste õppesse naasmise põhjustena toodud esile näiteks lõputunnistuse vajadus järgmisel tasemel õppimise jätkamiseks, karjäärivõimaluste paranemine, soov ennast arendada, soov alustatu lõpule viia, ennast tõestada või lastele head eeskju näidata (Räis jt 2014).

Paljud ei ole üldse õppimise jätkamise peale mõelnud ning neid tuleb selleks motiveerida – umbes kaks kolmandikku nendest keskhariduseta inimestest, kes ei õpi, ei ole kaalunud haridustee jätkamist (Räis jt 2014).

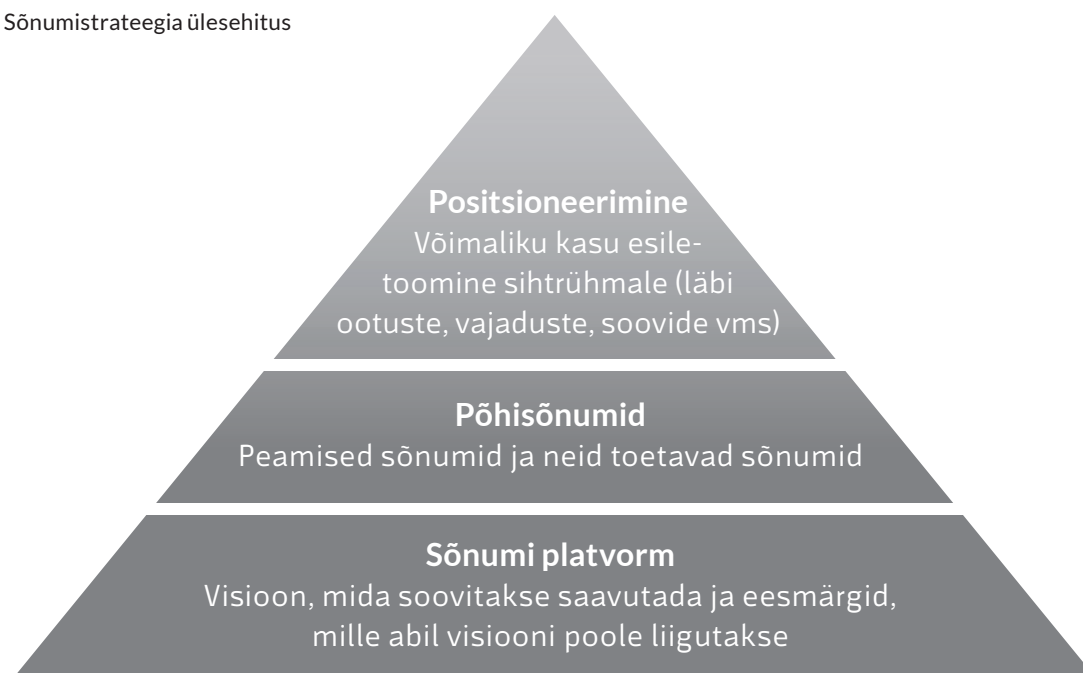
Ka tööandjate motivatsioon oma töötajate koolitamisest panustada võib oluliselt erineda. Näiteks on Eestis saanud tööandjalt rahalist toetust formaalõppes osalemiseks viiendik töötajatest, kuigi tööandjate toetus on väiksem just nendele rühmadele, kes seda kõige rohkem vajaksid (väheste oskustemahukusega ametikohtadel töötajad) (Saar jt 2014). Keskhariduseta inimesed nimetavadki



ühe olulise takistusena õppesse naasmisel vajadust töötada/majanduslikke põhjuseid (Räis jt 2014).

Nii tulebki leida võimalikult täpsed sekkumisloogikad ehk antud juhul sõnumistrateegiad, mis erinevaid siht-rühmi kõnetavad. Selleks kasutame allolevat mudelit, kus sõnumi platvormi moodustavad visioon, mida soovitakse saavutada, ja eesmärgid, mille abil visiooni poole liigutakse. Teisel tasandil on välja toodud põhisõnumid ja neid toetavad sõnumid. Kolmanda osana on sõnastatud võimalik kasu sihtrühmale – ehk teisisõnu, mida sihtrühma esindaja võiks soovida, vajada ja mis on käimapanevad motivaatorid teatud hoiaku muutmiseks.

Joonis 4. Sõnumistrateegia ülesehitus



POTENTSIAALSED ÕPPIJAD

Alltoodud sõnumeid saab kombineerida erinevate õppija tüüpide vahel – nt noortele emadele tasub rõhutada lastehoiu teenuste kättesaadavust; pikemalt õppimisest

eemal olnud potentsiaalsele õppijale aga tänapäevaseid õppevõimalusi jne. Vt sõnumite kohandamise näiteid tüüpesindajate peatükist.

Üldeesmärk	Toetada täiskasvanute õpimotivatsiooni tekkimist		
Visioon	Suurenenud on nii täiskasvanute hulk, kes on kaalunud õppima asumist, kui ka nende hulk, kes seda ka realselt teinud		
Kommunikatsiooni eesmärgid	Lua seos õppimise ja tööturuvajaduste vahel	Normaliseerida täiskasvanueas õppimist isikliku arengu seisukohast	Tuua esile õpiteed ja -võimalused ning suurendada õigus-teadlikkust
Põhisõnumid	<ul style="list-style-type: none"> • Õppimine aitab valmistada ette muutusteks tööturul • Kuna tööturg muutub, osad ametid kaovad ja oskused vananevad, tuleb end pidevalt arendada ja ajaga kaasas käia • Tööandjad hindavad kõrgelt töötajate üldoskusi nagu koostööoskus, algatusvõime, probleemilahendamisoskus. • Õppimine arendab üldoskusi. Parandab igapäevast toimetulekut • Uued teadmised võimaldavad leida stabiilsema töökoha ja saada lississetulekut • Õppimine suurendab ettevõtlikkust ja julgust proovida uut eriala 	<ul style="list-style-type: none"> • Õppimiseks ei ole kunagi liiga hilja. Õppimine on normaalne ka täiskasvanueas • Enesetäiendamine suurendab silmaringi ja annab enesekindlust, loob hea enesetunde • Õppimine on huvitav katsumus ja enese proovilepanek • Õppimine annab head eeskju lastele ning aitab tagada neile kindlama tuleviku • Õppimine annab uusi tutvusi ja sõpru 	<ul style="list-style-type: none"> • Õppimiseks on olemas erinevaid võimalusi ja paindlikke õppevorme • Eestis on igati tänapäevased õppimisvõimalused, kasutusel on ka e-õppe vormid, mis võimaldavad ühildada õppimist ja töөлkäimist • Täiskasvanud saavad omandada keskharidust tasuta • Omandatud haridustase annab võimaluse jätkata edasisi õpinguid • Enesetäiendamine on võimalik kutseõppasutustes nii lühiajalistel kursustel kui töökohapõhise õppena • Täiskasvanud õppijatele on loodud erinevaid tugiteenuseid (lapsehoid, transport jms) • Tööõigus võimaldab täiskasvanutel võtta õppepuhkust (Täiskasvanute Kooolituse Seadus)
Võimalik kasu sihtrühmale	<ul style="list-style-type: none"> • Paremad väljavaated tööturul • Alus edasiõppimiseks • Üldisemalt enda teadmiste täiendamine • Hea eeskju, nt lastele 		

LÄHEDASED

Lähedaste inimeste all peame eelkõige silmas potentsiaalsete õppijate elukaaslast või abikaasasid, aga ka lapsi ja lähedasi sõpru. Pakume välja kahte tüüpi sõnumeid – ühelt poolt neid, mis aitavad lähedastele nende rolli

tähtsust lähedase õpimotivatsiooni tekkimisel teadvustada, ning teisalt sõnumeid, mis peaksid suurendama üldist arusaama õppimise vajalikkusest kogu elukaare jooksul.

Üldeesmärk	Toetada täiskasvanute õpimotivatsiooni tekkimist	
Visioon	Pereliikmed ja sõbrad suhtuvad soosivalt lähedase õpingutesse, toetavad ja innustavad õppima minekut	
Kommunikatsiooni eesmärgid	Aidata mõista lähedaste inimeste olulist rolli täiskasvanud õppija elus	Suurendada arusaama, et õppimine on elu loomulik osa ning vajalik muutustega kohanemiseks
Põhisõnumid	<ul style="list-style-type: none"> • Täiskasvanud õppijale on perekonna ja lähedaste toetus oluline • Lähedaste tugi töö, pereelu ja õppimise ühitamisel tagab täiskasvanule võimaluse enesetäiendamise tegeleda • Õppija tunnustamine ja väärtustamine motiveerib õpinguid alustama/jätkama • Positiivne tagasiside ja innustamine suurendab inimese veendumust oma võimetele • Enda õpikogemuse jagamine on eeskujuks teistele 	<ul style="list-style-type: none"> • Õppimiseks ei ole kunagi liiga hilja. Õppimine on normaalne ka täiskasvanueas • Iga inimene peab õppima, et valmistada end ette muutusteks tööturul ja igapäevaelus hakkamasaamiseks • Õppima tagasipöördumine näitab head eeskujut lastele ja sõpradele • Enesetäiendamine suurendab silmaringi, annab enesekindlust ja aitab leida elus tasakaalu • Haridus tugevdab sotsiaalseid suhteid ja vähendab riskikäitumist
Võimalik kasu sihtrühmale	<ul style="list-style-type: none"> • Kõrgem rahulolu eluga • Rõõm empaatiast, teisele toeks olemisest • Tasakaalustatud pereelu, tugevam ja ühtehoidvam lähikond/kogukond • Väiksem risk sattuda majanduslikesse raskustesse 	



TÖÖANDJAD

Tööandja esindaja ehk „ülemuse“ tugi võib seisneda koolitusvajaduse kirjeldamises, sobiva koolituse leidmises ning õppimise ja tööelu ühendamises. Töökollektiivi toetav suhtumine mängib olulist rolli õppima asumisel ja õpingutega jätkamisel.

Kuna tööandja on eelkõige huvitatud, et töötaja arendaks oma erialaseid oskusi, siis tuleks siduda kommunikatsioonis nii erialast pädevust väärtustav info kui ka praktiline koostöö erialase täiendkoolituse pakujatega

(kutseõppeasutuste avatud õpe, e-kursused, koolitus töökohal) ning rõhutada ka poolelijäänud haridustaseme lõpule viimise olulisust, et saavutada laiahaardelisemad üldoskused.

Töökoha personalijuht on samas rollis nagu karjääri- nõustaja, tema saab aidata teha valiku koolitusturul pakutava hulgast ja sobitada õppimise ja töötamise graafikuid.

Üldeesmärk	Toetada täiskasvanute õpimotivatsiooni tekkimist	
Visioon	Tööandjate esindajad aitavad aktiivselt kaasa töötajate taseme- ja täiendõppe sobitamises tööeluga	
Kommunikatsiooni eesmärgid	Tööandjad mõistavad töötajate koolitamise vajadust ja on valmis võimaldama töötajate enese-täiendamist	Suurenenud on tööandjate ja personalitöötajate katusorganisatsioonide koostöö ning infoedastus töötajatele neile töö kõrvalt õppimistingimuste loomiseks
Põhisõnumid	<ul style="list-style-type: none"> • Täiskasvanud õpijale on töökoha suhtumine ja praktiline tugi oluline eeldus • Õpija tunnustamine ja väärtustamine motiveerib õpinguid alustama/jätkama • Positiivne tagasiside ja innustamine suurendab inimese veendumust oma võimetesse • Enda õpikogemuse jagamine on eeskujuks teistele samas organisatsioonis 	<ul style="list-style-type: none"> • Õppimiseks ei ole kunagi liiga hilja. Õppimise jätkamine on normaalne ka tööga paralleelselt • Täiendkoolitus on eeldus töö-ülesannete paremaks täitmiseks, edutamiseks või ka uue ametikoha saamiseks samas organisatsioonis • Keskkooliharidus on soovitatav miinimum-tase ka lihtsa töö juures, sest tuleviku tööoskused on aina keerukamad • Enesetäiendamine toob tavatöösse vaheldust ning isiklikku ellu põnevust • Tööandja poolt on loodud vastastikku sobivad tingimused õppimise ja tööelu ühendamiseks
Võimalik kasu sihtrühmale	<ul style="list-style-type: none"> • Tööandjad/personalijuhid suudavad töötajate vajadusi ja täiendõppe võimalusi paremini sobitada ning aidata töötajaid valikute tegemisel • Töötajad on pädevamad ja motiveeritud ning see avaldub ka töösse suhtumises (lisaks oskuste omandamisele) 	

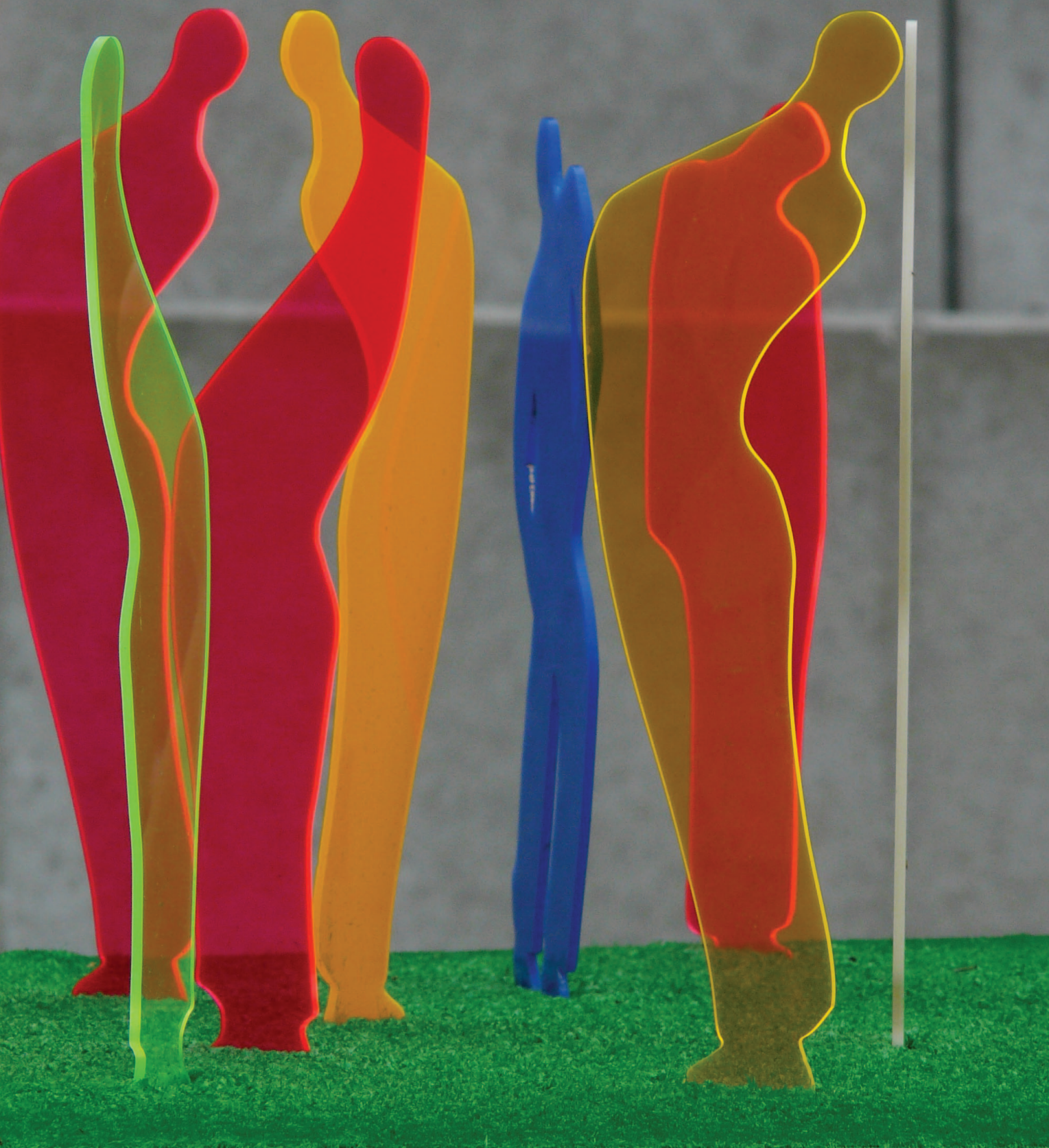
POPULARISEERIJAD

Kõikide potentsiaalsete partneritega toimib koostöö vaid vastastikusel kokkuleppel ja üksteise ootusi kohandades. Partnereid ei saa kohelda kui kampaania elluviijaid, vaid

neid tuleb motiveerida võtma oma organisatsiooni poolt aktiivne roll täiskasvanuhariduse teemaga tegelemisel ja käesoleva strateegia eesmärkide saavutamisel.

Üldeesmärk	Toetada täiskasvanute õpimotivatsiooni tekkimist	
Visioon	Eri organisatsioonide esindajad võtavad aktiivse rolli elukestva õppe populariseerimisel	
Kommunikatsiooni eesmärgid	Infofooni loomine: õppimist soosiva hoiaku aktiivne esitamine organisatsioonisiselt ja meedia kaudu	Toetavad kommunikatsiooni-tegevused: sõnumite edastamine oma organisatsiooni kanalite, sh ürituste, koolituste, uudiskirjade kaudu
Põhisõnumid	<ul style="list-style-type: none"> Selleks, et suurendada täiskasvanute tagasipöördumist haridusse, on vajalik organisatsioonidevaheline tihe koostöö Positiivne tagasiside ja innustamine suurendab inimese veendumust oma võimetusse - sellise hoiaku väljendamine (huvipõhise) organisatsiooni poolt on õppijale oluline Enda õpikogemuse jagamine on eeskujuks teistele samas organisatsioonis: nii saab iga partner olla kogemuste vahendaja 	<ul style="list-style-type: none"> Täiendkoolitust võib pakkuda nii sama organisatsiooni kaudu kui ka mujal – koolides, kutsekoolides, kursustel. Selline võimaluste ja pakkumuse kombineerimine aitab inimesel teha parima valiku oma vajaduste kohaselt. Iga partner on lüli selles tervikus.
Võimalik kasu sihtrühmale	<ul style="list-style-type: none"> Aktiivsed edasiõppijad on pädevamad ja motiveeritud ning see avaldub ka organisatsiooni kultuuris Organisatsiooni liikmed ja võrgustik suhtuvad usaldusega oma organisatsiooni tuumikusse, kes pakub neile väärtuslikku infot (nt koolitusvõimaluste kohta) – see tugevdab kogukonna tunnet 	

kommunikatsiooni- tegevused



kommunikatsioonitegevused

Järgnevalt toome välja valiku tegevusi, mida tuleks kombineerida, et jõuda erinevate sihtrühmadeni. Soovituste sees on märgitud ka näited, kellele pigem milliseid tegevusi suunata. Üldjoontes tuleks tegeleda kõiki tüüpkasutajaid puudutavate tegevustega, nagu

informatsiooni kättesaadavus, meediategevused (nt lugude ja kogemuste jagamine), tunnustamine ja otsesuhtlus (e-kirja teel, kogukonnaüritustel), kuid fokuseerides igale tüübile neile sobiliku kanali ja sõnumi. Näited selleks on toodud tüüpesindajate profiilide juures.

POTENTSIAALEDSED ÕPPIJAD



Regulaarne kampaania keskhariduse omandamiseks

Kampaania eesmärk on levitada, toetada ja süvendada hoiakuid, et poolelijäänud haridustee jätkamine täiskasvanuna on normaalne ja vajalik samm. Kampaaniasõnumid julgustavad õppima asumise ja rõhutavad keskharidust kui (uut) stardiplatvormi elus – olgu see siis edasise kutse omandamiseks või kõrgkooli asumiseks. Foonil nii isiklik kui ka tööalane areng.



Vormilt peab kampaania olema pikaajaline, sisaldama otsesele sihtrühmale suunatud nõuandetegevusi: sotsiaalmeedias kaasaamine, üritused, infomaterjalid jms, aga ka lähedastele ja laiemale avalikkusele tagasipeegeldust edulugudest, õppimisvõimalustest ja karjääriteedest. Edaspidi peaks juba praegu toimiv TERITA kampaania tooma välja õppimise praktilise kasu poolt ning olema kooskõlas strateegia sõnumitega.

Kuna mõjus kampaania vajab kõneisikuid, kellega potentsiaalne õppija saab end samastada, tuleks kaasata õppijaid endid jagama lugusid, kogemusi ja olema eestvedajad ka uute õppijate kutsu- misel. Kampaania korraldaja saab luua tingimusi ja formaate (nt ideekonkurssid), mis soosiks praegustel täiskasvanud õppijatel olema aktiivsemad kõneisikud ja rääkima kaasa haridustee jätkamise olulisusest.

Õppija blogi. Üks võimalus hoida teema aktuaalsena pikema aja jooksul ning näidata täiskasvanud õppija reaalsel igapäevaelu, on õppija tõsielulise blogi loomine. See peaks olema seotud meediaportaali, mida potentsiaalne sihtrühm jälgib (Delfi, Õhtuleht vms). Ajaveebi pidaja peaks olema mõni sihtrühma tüüpesindaja, näiteks lihttööd tegev meesterahvas, kes soovib lõpetada poolelijäänud keskkooli. Analoogne näide on Isa blogi, kus värske isa jagab igapäevaseid kogemusi lapsevanemana ning aitab seeläbi muuta hoiakut, et väikelapsega tegelevad vaid emad. Teine võimalus on teha koostööd mõne suure jälgijate arvuga praeguse blogijaga, kel elumuutus õppimamineku näol ees ja kel soovi seda ka oma kanalis jagada.



Täiskasvanud õppija nädal



Täiskasvanud õppija nädal (TÕN) on saanud traditsiooniliseks üle-eestiliseks täiskasvanuharidust populariseerivaks ja õppimisvõimalusi tutvustavaks ürituseks. Nädalat koordineerib Andras koostöös Haridus- ja Teadusministeeriumiga. See on end hästi sissetöötanud formaat, kus nädala jooksul toimuvad erinevad üritused, loengud, õpitoad jms. TÕNi tugevuseks on piirkondlik kaetus – igas maakonnas on oma koordinaator, kes piirkonna üritust korraldab.

TÕNi üks fookusteema võiks igal aastal olla seotud mõne konkreetse valdkonnaga ehk eriala või oskustega, mida tööjõuprognosid esile toovad. Nii saab eri sihtgruppidele (nt erialase hariduseta) inimestele luua pildi võimalikest karjääriteedest ja aidata mõista, milliseid erialaseid oskuseid on Eestis hetkel vaja. Mitmele antud töös välja toodud sihtrühma tüüpesindajale saab teemanädalaga pakkuda konkreetset infot ümberõppe võimaluste kohta ja selgitada tööturul valitsevaid trende.

Meedias nähtavus. Kui õppija nädalal toimuv on seni olnud hästi esindatud kohaliku tasandi meedias, siis edaspidi tuleks planeerida ka üleriigilises meedias suuremat nähtavust. See aitab ühelt poolt tõsta teadlikkust toimuva ürituse kohta, kuid teisalt annab hea võimaluse väärtustada õppijaid ja nende juhendajaid, tööandjaid. Lisaks uudismeediale, on oluline lülitada meediaplaani ka elustiilikanaleid ning venekeelset meediat.



Õppijate tunnustamine



Aasta õppija tiitlit on välja antud juba 1999. aastast. See on hinnaline traditsioon, mida jätkata. Tunnustuse saajate lood on väärt jagamist nii kogukonna tasandil kui ka laiemale avalikkusele. Konkreetse auhinnavõitja saavutused ja eneseületused aitavad motiveerida just temale sarnaseid õppija tüüpe.
Näide: www.festivaloflearning.org.uk/be-inspired

Tunnustuse pälvinate lood on eeskujuks teistele ja mõjuvad motiveerivatena. Neid lugusid saab võimendada erinevates meediakanalites. Näiteks kui tunnustuse on saanud väikelapse ema, on paslik tema lugu jagada nii naistelehtedes, elustiiliportaalides, lastega seotud väljaannetes kui ka kanalites, mida jälgivad pereliikmed, nt elukaaslased. Viimast tuleks teha just lähedase enda vaatenurgast. Kasutada saab mitmeid eri karakteristikuid, millega samasust luua – vanus, eelnev elukäik, haridustrajektoor, tulevikuvision, huvialad vms.



Mentorite klubi. Motiveerimaks erinevate aastate, piirkondade ja kategooriate tunnustatud õppijaid jagama oma kogemusi potentsiaalsetele õppijatele nii meedias, üritustel, seminaridel kui ka koolides praegustele õppijatele, on üheks kuuluvustunnet tekitavaks vormiks mentorite klubi loomine. Ideed saab edasi arendada ka regulaarselt kooskäivaks klubiks, kuhu kuulub veel aktiivseid õppijaid, lõpetajaid. Eelkõige oleks seesugune eeskujude kaudu innustamine abiks neile, kelleni muul viisil on keeruline jõuda (nt nooremad mehed, kutse- või keskhariduse katkestajad jt). Sarnast saadikute programmi, kus õppijad ise või nendele sarnased inimesed toetavad ja innustavad õppima asuma või õpet jätkama, on rakendatud mujalgi Euroopas, näide www.attractandretain.eu



Planeeritud meediategevused

Kontaktihoid meediaga. Koostöösuhete loomine ja hoidmine on aluseks sellele, et täiskasvanuhariduse teemasid edukalt meedia vahendusel tõstatada. Proaktiivset meediasuhtlust tuleks korralda nii kohalikul tasandil (nt koostöös piirkondlike võrgustike ja erinevate projektipartneritega) kui ka üleriigilise levikuga kanalites (nt kommunikatsioonipartneriga).



Meediaplaani väljatöötamine. Meediahuvi äratamiseks on vajalik fokuseerida teemasid ja leida huvipakkuvaid käsitlusnurki. Abstraktselt täiskasvanuharidusest rääkimine ei pruugi kajastusteni viia ega ole ka mõjus. Seetõttu tuleks strateegia elluviimiseks koostada konkreetsem meediaplaan, mille eesmärk on toetada ja võimendada muid täiskasvanuhariduse populariseerimiseks tehtavaid tegevusi ning leida kanalid ja viisid, mis kõnetaks erinevaid sihtrühmi.



Sihtrühmapõhisus. Meediategevusi kavandades tuleb arvestada sihtrühma tüüpesindajate meediatarbimisharjumustega. Näiteks, kas ollakse pigem sotsiaalmeedia jälgijad, loetakse ja usaldatakse kohalikke väljaandeid, loetakse temaatilisi ajakirju, kuulatakse pigem raadiot ja vaadatakse telekanaleid. Vt tüüpide lõikes kanalite soovitusi.

Täiskasvanud õppijate teemad telesaadetes

Hoiakute muutjana on telemeedium mõjukas kanal, seega tuleb strateegiasõnumeid ka aktiivselt telemeedia vahendusel vaatajateni tuua. Näiteks jälgivad päevaseid teleprogramme enam kodused naised (nt lastega kodune ema, vahetustes töötav klienditeenindaja jt), mehed jälgivad enam spordiga seonduvat, mängulisi formaate. Päevakajalised saatemagasinid (Reporter, Seitsmesed Uudised, Ringvaade jt) on populaarsed suure hulga vaatajate seas, neis on lugude käsitlused lühikesed ja kaasahaaravad. Seega tuleks pöörata tähelepanu, et strateegia sõnumitele tuginevad lood ja kõneisikud jõuaksid enam tele-ee-trisse. Kui eelnevalt on tehtud täiskasvanuhariduse populariseerimiseks koostööd Rahvusringhäälingu telekanalitega, siis madalama haridusega inimesteni jõudmiseks on soovitatav kasutada just eratelekanalite programme.

Koostöö seriaalide tootjatega. Inimestele mõjuvad sageli eeskujudena ka fiktiivsed tegelaskujud, kellega neil on võimalik samastuda. Näiteks saab Eesti kontekstis teha koostööd erinevate kodumaiste seriaalitootjatega (Pilvede All, Õnne 13, Naabriplika, Kättemaksukontor, Padjaklubi), kirjutamaks stsenaariumisse mõne peategelase haridustee jätkamise. Ennekõike võiks tegelane tagasi pöörduda gümnaasiumisse, sooviga jätkata õpinguid või täiendada end kursustel kutseõppeasutuses.

Venekeelne meedia. Samu meediategevuste planeerimise põhimõtteid ja koostöösoovitusi tuleb kasutada ka venekeelse meediaga koostöö tegemisel. Nooremad sihtrühmad jälgivad rohkem online meediat, mistõttu nii uudislood kui ka persoonilood tuleks avaldada pigem venekeelses Delfis. Noorematele ja pigem madalama haridusega inimestele saab suunata teemakäsitlusi ka Russkoje Raadio ja Sky Raadio vahendusel. Kõrgema haridusega ja pigem täiend- või ümberõppe potentsiaaliga inimesteni jõudmiseks sobivad ETV pluss kanal ja Raadio 4. Kindlasti tuleks Ida-Viru väljaannete ja kanalitega teha eraldi koostööd kitsama fookusega teemadel (jagada praktilisi nõuanded õppetöö alustamiseks, tutvustada erialasid või kursuseid piirkonnas jms). Seda tuleks teha koostöös piirkonna võrgustike ja haridusasutuste endiga.



Püsirubriigid ja sisuturundus. Püsikoostöö kujundamiseks meediaväljaannetega tuleks vastavalt sihtrühma eripärale valida ka partnerid. Näiteks võib kaasata nii psühholooge kui ka andragooge rääkima täiskasvanuna õppimise eripäradest just õppija, lähedase või tööandja aspektist. Samuti võib kaasata ettevõtjaid ja majandusinimesi rääkima lihtsasti mõistetavalt tuleviku ametikohtadest, -oskustest ning ümber- ja täiendõppe vajalikkusest. Püsirubriigid või saated võib ellu kutsuda eri meediumites – online kanalites, raadios, ajakirjades, teles. Tegemist on üldjuhul tasulise formaadiga, näiteks kord nädalas uudistemagasinis/raadioeetris, kord kuus ajakirjas. Soovitavalt suunata regulaarne formaat just madala haridusega inimesteni jõudmiseks.



Informatsiooni kättesaadavus

Õppevormide ja -viiside paljusus teeb täiskasvanule tõenäoliselt valiku tegemise keeruliseks. Oluline on pakkuda täiskasvanutele selgelt infot võimalike haridustrajektooride kohta ning nende valikute tagajärgede kohta (st millised on edasi õppimise võimalused, kui ma selle või teise tee valin). Õppevormid ja -viisid erinevad õppeasutuste lõikes, mistõttu võib juhtuda, et sobilikke võimalusi ei pakuta kodulähedases koolis, vaid mõnes teises koolis. See võib aga inimese edasiste otsingute motivatsiooni vähendada.

Infokanal täiskasvanud õppijale. Valdav enamus sihtrühmast kasutab interneti ja teeb otsinguid otsingumootori kaudu. Täiskasvanuhariduse alast teavet võib leida väga erinevatelt lehekülgedelt – erakoolituspakkujate, haridusasutuste (sh rahvaulikoolid, kutsekoolid), koolituspakkumisi koondavatelt lehekülgedelt (nt tark.ee, koolitused.ee, jt), samuti Haridus- ja Teadusministeeriumi, Innove, Eesti Hariduse Infosüsteem kodulehtedelt ning kutseharidusinfot koondavalt lehelt kutseharidus.ee. Selleks, et lihtsustada sobiliku õppimisvõimaluse otsingut ning anda üldse aimu, milliseid haridustrajektoore üks või teine inimene saaks endale valida, on vajalik koondada riiklike haridusasutuste koolitusinfo ühte keskkonda. Oluline on esitada infot koolide kohta lihtsalt, ühest kohast, koos täiendava infoga kooli pakutavate toetusmeetmete ja õppeviiside kohta.

Näited ühtse infokanali arendamiseks

Infokanal ei pea olema ilmtingimata eraldi veebiplatvorm, vaid võib olla integreeritud mõne olemasoleva leheküljega. Eesmärk on lihtsate eelvalikutega suunata huvilist edasi temale sobiliku haridustrajektoori suunas. Samuti peaks lehel olema üldinfo õppima asumisega seotud küsimuste kohta, näiteks sisseastumine, õppekava läbimise paindlikud võimalused, õppepuhkus, tervisekindlustus jms. Üks võimalus on liita haridustrajektoori ja praktiline info täiskasvanute haridusvõimaluste kohta karjääriportaalis minukarjaar.ee või täiendada kasutajakeskse vaatega ministeeriumi vastavasisulist alalehte www.hm.ee/et/eesmargid-tegevused/taiskasvanuharidus või Rajaleidja täiskasvanutele mõeldud rubriiki www.rajaleidja.ee/taiskasvanu. Tagada selle ühe keskkonna leitavus ka otsingumootorites esimestena (Google reklaamiga näiteks) ja teistel viisidel. Pikemas perspektiivis peaks täiskasvanute haridusteemaline info olema kättesaadav Haridus- ja Teadusministeeriumi loodavas ühtses haridusportaalis. Näide: <http://www.theadultlearner.org>

Infotelefon. Koostöös karjäärinõustajatega (nt www.minukarjaar.ee) võiks piloteerida täiskasvanuhariduse infotelefoni projekti, kus aktiivse kampaaniaga kutsutakse madala haridusega inimesi leidma endale sobiv õppevorm. Tegemist peaks olema lühiajalise ettevõtmisega, et innustada potentsiaalseid õppijad tegutsema, reageerima ja mugavustsoonist välja tulema. Näiteks augusti- või septembrikuus toimuv aktsioon kutsuks täiskasvanuid just gümnaasiumi ja kutsekooli (täiendõppesse) asuma. Infotelefoni kasutamine on hea vahend saada inimesega otsekontakti ja leida tema vajadustele vastav õppevorm.

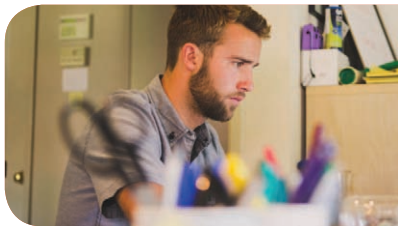


Sotsiaalmeedia kasutus



Sotsiaalmeediat kasutavad aktiivselt inimesed vanuserühmas 25-40. Näiteks Facebook, Twitter, Instagram, aga ka erinevad blogid ja videoblogid ehk vlogid. Kanalid võimaldavad teha kampaaniaid, suunata üleskutseid täpsele sihtrühmale, leida uusi jälgijaid, kaasata dialoogi, suunata edasistele viidetele, saada tagasisidet, jagada sisu (artiklid, videod, fotod jms). Hetkel on Andrase hallata TERITA kampaania Facebooki leheküljel, millel on u 1700 jälgijat. Seda kui kesket kampaania-kanalit (keskhariduseta potentsiaalsete õppijate seas) tuleb hoogsalt käigus hoida ning sissekandeid ja kampaaniaid korraldada.

Facebooki jälgijad on mitmed strateegia tüüpkasutajad, aga ka lähedased, seega saab neid aktiivselt hoida infoväljas, korraldada väikeste auhindadega võistlusi, jagada ürituste infot. Sisendit saab selleks nii kampaania enda tegevustest, meediast kui ka täiskasvanute gümnaasiumitelt. Eesmärk võiks olla kasvatada lähiaastatel lehekülje jälgijate arv 10 000ni ning kujuneda peamiseks sotsiaalmeedia leheküljeks täiskasvanutele suunatud keskhariduse teemadel. Kaaluda tuleb kampaania nimetuse vahetust, sest Teisel Ringil Targaks sõnumil on mitmeid riskikohti.



Online test, kus saab lihtsasti hinnata oma üldoskusi ja seda mida tulevikus vaja väidete kaudu, millega nõustumine või mitte-nõustumine annab testi täitjale tagasisidet tema oskuste praeguse taseme kohta.



Üritusturundus õpimotivatsiooni tekitamiseks

Näited värbamisüritusteks

Õppima meelitamist võib vaadata ka kui värbamist. Värbamisürituste eesmärk on üsna konkreetsete õppimisvõimaluste tutvustamine ja pakkumiste tegemine. Sellise ürituste elluviimiseks on erinevaid formaate ja viise – messid, infopäevad, aga ka Õpibussi ringreis (mida on eelnevalt ka Andrase eestvedamisel tehtud). Tuleks hinnata eelmise mobiilse Õpibussi projekti tugevusi ja nõrkusi ning kaaluda kordusprojekti. Fookus seada just madala haridusega inimestele, selgitamaks erinevaid haridustrajektoore, konkreetseid õppimisvõimalusi, täiendõppevõimalusi, tugiteenuseid ja finantsmehhanisme. Algatus tuleks sihtida võimalikult täpselt sihtrühma tüüpesindajatele ning võimaldada toimuvat ka meedias. Inimestega otsekontakti kaudu värbamine on küll kulukas, kuid annab palju eeliseid kaudsema kommunikatsiooni ees. Buss võiks olla kohal näiteks suurematel juba toimuvatel üritustel, pakkuda atraktiivses, kaasavas ja meelelahutuslikus võtmes õppimisvõimaluste infot.

Koostöö partneritega. Erinevate ürituste korraldamine peaks toimuma koostöös teiste partneritega ja täiskasvanuhariduse populariseerijatega. See vähendab dubleerimist, aitab tõhustada organisatsioonidevahelist koostööd ja toetab kasutajakeskset vaadet. Näiteks on sihtrühmale oluline saada teavet nii karjäärinõustamise, õppimisvõimaluste kui ka praktika- ja töökohtade osas. Seetõttu on oluline nii ettevõtjate (kes pakuvad praktikakohti) kui ka karjäärinõustajate kaasamine. Kogukonnapõhiste ürituste elluviimisel on jällegi kõige aktiivsemad kohalikud organisatsioonid ja ühendused (nt Kodukant või muud vabaühendused), aga ka koolid ja kohalikud omavalitsused.



Õppija pühendumust suurendavad tegevused

Õpimotivatsiooni tekitamise kõrval on oluline tegeleda ka selle jätkusuutlikkusega, et vähendada õppima asujate õpiteekonna katkestamist. Siin on suur roll koolidel ja haridus-asutustel endil ja Andras saab pakkuda eestvedamist ning platvormi ehk luua foorumi kogemuste vahetamiseks ja praktiliste nõuannete jagamiseks. Õpimotivatsiooni teema võiks olla ühel aastal Täiskasvanud Õppija Nädala ja Foorumi põhi-teema. Selle fookuse kaudu saab tuua kokku erinevad vaated – nii praeguste ja potentsiaalsete õppijate huvid kui ka koolide tegevuse väljalangevuste vähendamiseks.





Enesetäienduse edusammud Teomeeteris. Teomeeter on arendusesolev veebirakendus, mis mõõdab väikeste tegude suurt mõju. Teomeeter käsitleb erinevaid ühiskondlikke teemasid ja kutsub inimesi tegutsema. Oma valikuid Teomeeteris avalikustades saab teineteist tegude keeles julgustada, inspireerida, kas või provotseerida. Üks teema võiks Teomeeteris olla ka haridus ja enesetäiendus, motiveerimaks inimesi ennast täiendama ning andma endale väikseid lubadusi ka õpingute lõpule viimiseks. Teomeeteri kasutajad saavad oma väikeste edusammude ja lubadustega teha Eestile 100. sünnipäevaks kingituse <https://ev100.ee/et/teomeeter>.

Tagasi kooli. Innustada Tagasi kooli <https://tagasikooli.ee> algatuse kaudu täiskasvanute gümnaasiumitesse tunde andma ja kogemusi jagama külalisõpetajaid – tegusaid kodanikke, lapsevanemaid, vilistlasi. See aitab tugevdada seost õppimise ja karjäärivõimaluste, enesearengu vahel ning suurendada mh õpimotivatsiooni kooli lõpetamiseks.



Personaalsed pöördumised

Uudiskirjad. Sarnaselt ärisektori kampaaniatele, püütakse ka sotsiaalkampaaniates ära kasutada personaalse pöördumise taktikat. See võib toimuda näiteks e-kirja teel. Traditsioonilisemad viisid on kontaktide kogumine erinevate ürituste või (sotsiaalmeedia)kampaaniate ja auhinnamängude raames ning seejärel teadete edastamine uudiskirja või otsepakkumiste kaudu. Seda võtet saavad edukalt rakendada ka haridusasutused ise, informeerides kontaktivõrgustikku jooksvalt õppevõimalustest, erialadest, kursustest jms.



Personaalsed sõnumid

Õpimotivatsiooni ja -huvi tekitamiseks võib proovida ka uudsemaid viise, nagu näiteks suunatult sms-i teel üleskutsete saatmine. Eestis on sarnast võtet plaaninud kasutada näiteks politsei, saates uimastitarvitajatele hoiatavaid tekstisõnumeid. Riigil on olemas inimeste haridusandmed, mis puudutab just eelkõige tasemeõpet, seega saaks (andmekaitse reegleid silmas pidades) koostöös Haridus- ja Teadusministeeriumi ning kohalike omavalitsustega kasutada teavitamiseks suunatud sõnumite edastamist (näiteks eesti.ee keskkonna, e-kirja, posti või tekstisõnumite kaudu). Erinevatele sihtrühma tüüpesindajatele suunata erinevad sõnumid: nt lastevanematele, kellel endal keskharidus omandamata jäänud ja kelle laps astub esimesse klassi, saata septembris üleskutse asuda lapsega koos kooliteed jätkama; kutsehariduse katkestanud noormeestele teade uutest erialadest või õpivõimalustest; madala haridusega inimestele täiendõppe valdkondadest nt tema piirkonnas jms. Pöördumise toon peaks oleme eelkõige innustav ja julgustav, lähendama mh ka riigi ja kodaniku suhtlust ja aitama tekitada usaldust haridusteenuse pakujate vastu.

LÄHEDASED

Lähedaste inimeste all peame eelkõige silmas potentsiaalsete õppijate elukaaslast või abikaasasid, aga ka lapsi ja lähedasi sõpru. Kuna sihtrühm ei ole homogeenne, pakume

välja mõned tegevusvõimalused, kus saaks ja sobiks lähedastele suunatud sõnumeid kommunikatsioonitegevustesse põimida.



Perede kaasamine üritustele



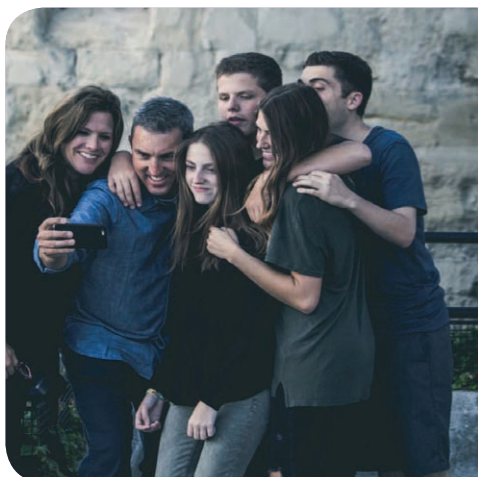
Viis, kuidas tugevdada potentsiaalse õppija ja tema perekonna sidet haridusasutusega või enesetäiendamise teemaatikaga laiemalt, on kaasata pere erinevatele üritustele. Õppimist saab seeläbi positsioneerida kui kogu perele uusi võimalusi andvat tegevust. Samuti aitab see lähedastel paremini mõista täiskasvanud õppija eriala, vajadusi jms.

Need võivad olla juba toimivad formaadid, näiteks koolide avatud uste päevad või õppija nädala üritused, kuid programmi luues tuleks mõelda tegevusi ka lastele, abikaasadele, elukaaslastele. Lisaks olemasolevatele üritustele, mis suunatud õppijaile, on oluline siduda õppimisvõimaluste tutvustamine ka teiste pereüritustega. See aitab jõuda nendeni, kes pole õppimisvõimalusi üldse kaalunudki, nt kogukonna tasandi üritused, spordi- ja ajaveetmise üritused.

Lastega seonduvad tegevused. Väikelaste vanematele on mõjus viis koolitusinfot jagada lastega seotud üritustel, aga ka lastekollektiivide kaudu (nt lasteaiad, algkoolid).



Võta sõber kaasa! sotsiaalmeediakampania



Pööramaks enam tähelepanu erinevatele täiskasvanutele suunatud täiendõppe võimalustele just vanuserühmas 25-35, oleks sobilik kasutada sotsiaalmeediakampaniat, mis innustab õppima asumist ette võtma koos sõbraga. Sellist impulssotsusele baseeruvat võtet on mõistlik kasutada pigem lühiajaliste täiendkursuste tutvustamiseks kui pikemajalise õppevormi puhul. Sotsiaalmeediakampania eeldus on, et olemas on nõ maandumisleht (selge ja lühikese aadressiga veebileht, mis asub juba mõnel olemasoleval veebilehel), mille abil saab külastaja suunata tegema meie poolt soovitud tegevust. Antud juhul peaks maandumisleht kutsuma üles end konkreetsele kursusele registreeruma.



Videoklipid sotsiaalmeedias



Tuntud näitlejatega mõtlemapanevad ja tugeva narratiiviga videoklipid aitaksid murda mitmeid barjääre ja eksiarvamusi täiskasvanud õppijate kohta. Klippide eesmärk oleks ka ühiskondlikku debatti tekitada ja tähtsustada lähedaste (ja tööandjate) rolli õppija elus, aga ka makropilti sellest, kui palju on meil madala haridusega inimesi ning milliseid oskusi tulevikus vaja läheb. Näide, mille analoogial vähendada stereotüüpset suhtumist täiskasvanuharidusse:
www.youtube.com/watch?v=T31jLpHe1oY



Teema-aasta

Kultuuriministeeriumi eestvedamisel nimetatakse iga aasta Eestis ühe teema aastaks, näiteks mereaasta, liikumisaasta, lugemisaasta. Sarnast algatust võiks kavandada ka hariduse valdkonnas – kas paralleelselt eraldi täiskasvanuhariduse aastana või seenduvalt mõne toimuva teema-aastaga. 2017. aasta on suunatud laste- ja noortekultuurile, 2018. aasta sündmused on seotud Eesti Vabariigi juubeliaasta tähistamisega, 2019. aasta jooksul on aga tähelepanu all laulu- ja tantsupidude traditsioon, 2020. aasta pühendatakse digikultuurile. Läbivalt võiks fookuses olla just tulevikuoskuste omandamise vajalikkus.



Tõenduspõhised artiklid

Suurendamaks arusaama täiskasvanuna õppimise kasu- ja riskidest (nii õppijale endale kui ka lähedastele ja ühiskonnale), tuleks kasutada tõenduspõhiseid argumente, kuid esitada neid läbi sihtrühma tüüpesindajate pilgu läbi. Nt siduda erinevate uuringute sõnumid konkreetsete inimeste lugudega.



Koostöö maakonnalehtedega. Üks võimalus tõenduspõhiste lugude levitamiseks on koostöös maakonnalehtedega välja töötada rubriik, kus kohalikud ettevõtjad, kogukonnaliidrid jt räägivad mõnest kasu- ja riskist, mida kas isiklik õpikogemus või meeskonna arendamine on andnud. Tekste toetaks ka uuringute info, võimalusel kohalik statistika vms. Fokuseerida saab erinevatele haridustrajektoritele ja erinevatele eluvaldkondadele, kuid silmas tuleb siiski pidada piirkonna eripära ja sealseid tööturuvajadusi. Rubriigid võiks olla ühise tunnusega märgistatud ja sisaldada viidet õppimisvõimalusi tutvustavale veebikeskkonnale.

Teemade näited, millest tõendus põhiseid artikleid koostada

Kõneisikutena kasutada spetsialiste, arvamusi liidreid, aga ka trendi iseloomustavaid inimesi endid (ehk personaalseid näiteid tekitamaks tüüpesindajates ja nende lähedastes äratundmist).

Täiskasvanuhariduse seosed ja kasuaspektid järgnevate teemadega:

- Tervisekäitumine (nt seos suitsetamisest loobumisega) ja riskikäitumine (nt liikluses)
- Sissetulekute võrdlused (mida kõrgem haridus, seda suurem sissetulek)
- Töötuse risk ja ametikohtade võrdlus
- Sotsiaalne aktiivsus ja kodanikualgatus, osalus vabatahtlikus tegevuses
- Põlvkondadevaheline suhtlus, teadlikkus lapsevanemarollist ja eeskujuks olemine
- Edasiõppimise ja enesetäienduse motivatsioon
- Üldoskuste tase (arvutikasutusoskus, keeleoskus, finantskirjaoskus jms)

Allikadena saab kasutada statistikaameti andmed, erinevaid Eesti ja rahvusvahelisi uuringuid (PIAAC jt). Eristada vanuse, piirkonna jm löikes tulemusi. Oluline on julgustada ka haridusasutusi endid koguma ja jagama vilistlasuuringute, rahulolu-uuringute jms tulemusi.

Õppepuhkust võib küsida iga töötav tasemeõppur

Koolitusel osaleja saab tasustatud õppepuhkust ainult siis, kui tema koolitus on tööalane.

Agne Narusk
agne.narusk@epl.ee

Elmisest suvest kehtib uus täiskasvanute koolituse seadus (TäKS), mis muudis märgatavalt õppepuhkuse andmise korda. Selle järgi saavad tasustatud õppepuhkust võtta kõik töötavad tasemeõppurid, enam pole õppevormil ja -koormusel tähtsust.

Ehk siis 30 kalendripäeva õppepuhkust võivad aasta jooksul võtta nii kaug- kui ka päevaõppes, nii osalise kui ka täiskoormusega õppijad. Keskmiist töötasu makstakse küll ainult 20 päeva eest, ülejäänud kümme päeva on nn palgata puhkus.

Kui käsil on gümnaasiumi, kutseõppeasutuse, ülikooli või muu tasemeõpet andva õppeasutuse lõpetamine, on tööandjalt võimalik taotleda 15 päeva lisaõppepuhkust. Sel ajal saab koolilõpetaja riiklikult kehtestatud alampalka, mis sel aastal on 430 eurot kuus.

Esti Päevaleht, 10.05.2016



Keskharidus tõstab palka umbes 200 euro võrra

Viiendik Eesti noori piirdub põhiharidusega ja jääb seetõttu püsivasse palgavaesusriski

Esti Päevaleht, 24.05.2016



TANEL PADAR LÄHEB SÜGISSEL ÜLIKOOLI

Möödunud kevadel lõpetas **Tanel Padar** (pildil) ammu katki jäänud õpingud ja sai Tallinna täiskasvanute gümnaasiumi lõputunnistuse. Nüüd andis rokkar Instagramis teada, et sügisel ootab teda taas koolitee. Seekord Estonian Business Schoolis (EBS). «Ma ei tahaks

Õhtuleht, 11.06.2016

TÖÖANDJAD

Tööandja poolse toetuseta on ka kõrge õpimotivatsiooni korral keerukas sobitada õppimist ja töögraafikut. Seda enam on töökoha – kolleegide, vahetu ülemuse ja juhtkonna – tugi oluline, et täiskasvanud õppija saaks õpitee edukalt läbida.

Andrase kui täiskasvanukoolituse asjatundja roll võib seisneda eestvedamises, et saavutada kokkulepe peamiste tööandjaid (ja miks mitte ka töötajaid) esindavate organisatsioonidega, kes võtaksid vastutuse edendada täiend- ja tasemeõppe tingimusi töökohal, jagaksid oma kogemusi

teiste tööandjatega ning oleksid võimalusel kõneisikuteks tööandjatele suunatud kommunikatsioonis. Siinkohal peame silmas nii erialaseks tööks vajalikku täiendust kui ka tasemeõpet.

Täiskasvanute õpimotivatsioonile aitab kaasa paindlik õppekorraldus (nt e-õppe võimalus) või õppe seotus tööga (nt õpe töökohal). Koostöös haridusasutustega (kutsekoolid, TGd) tuleks neid võimalusi arendada, toetada koolide-vahelist kogemuste jagamist ning võimalusi ka (tulevastele) õpilastele tutvustada ja välja pakkuda.



Soovitame ettevõtete kaasamiseks teha koostööd neid koondavate liitude ja võrgustikega



Eelkõige soovitame koostöötegevustes kokku leppida Eesti Tööandjate Keskliiduga. Keskliidu huvi on seotud nende manifesti eesmärgiga tõsta Eesti töötava inimese haridustaset ja oluliselt vähendada madala haridustasemega ja/või erialase hariduseta inimeste osakaalu*. Keskliidu, aga ka Eesti Kaubandus-Tööstuskoja ja Eesti Ametiühingute Keskliidu kaudu saab võimestada haruliite ja teisi tööandjate organisatsioone tegevustes osalema.

*www.employers.ee/moju/manifest

Samuti soovitame koostööd teha personalijuhtide ühingu PAREga, mis koondab ettevõtete personalijuhte*. Neil on võimalik käivitada oma organisatsioonides tegevused, et toetada töötajate õppimist – näiteks koostada soovitused, kuidas organisatsiooni juhtkond saab õppivaid töötajaid tunnustada ja premeerida või kuidas üldse hinnata töötajate arenguvajadusi. Samuti on personalijuhtide ülesanne korraldada paindlikku tööaega ning mõistagi ka aidata teha valikuid töötajale sobiliku kursuse leidmisel.

*www.pare.ee



Kommunikatsioonitegevused

Aruteluseminar (ümarlaud), mis selgitaks tööandjate valmisolekut või tooks esile takistused seoses sellega, et võimaldada töötajatel omandada (poolelijäänud) soovitud haridusaste. Kokkuleppe eesmärk on kujundada nn koolitust toetavate tingimuste pakett, millega on nõus ka haruliidud ehk majandussektoril põhinevad organisatsioonid. Seda toetuspaketti aitavad kujundada tööandjad (või organisatsioonide personali- või koolitusjuhid).



Leppida kokku Tööandjate Keskliidu kanalite (uudiskiri, meililist) kaudu regulaarse info levitamises. Näiteks vahendada ettevõtetele koolituspakkumisi, mis on otseselt suunatud madalate oskustega inimestele ning nende üldoskuste parandamisele või üldharidustaseme tõstmisele. Need võivad olla suunatud teatud sektoritele või konkreetsetele ametikohtadele, kus on palju madalate oskustega inimesi või suurem vajadus uute oskuste omandamise/kaasajastamise järele. Samaaegselt konkreetse koolituspakkumiste lainega tuleb ajastada meediategevused, mis rõhutavad tööandja rolli õppimise soodustamisel.



Kvaliteedimärgis. Töötada koostöös tööandjatega välja õppiva organisatsiooni kvaliteedimärgis, suunates fookuse just madalate oskustega töötajate arendamisele. Näiteks võiks kvaliteedimärgis tugineda statistilistel näitajatel – tasemehariduses õppivate töötajate osakaal, kutsehariduses õppivate töötajate osakaal, töötajate töökohaspetsiiflistesse ja üldoskuste koolitustesse panustamine vms. Alternatiivina võiks kaaluda ka tööandjate konsortsiumi loomist, kes ühinevad välja töötatud koolituspõhimõtetega ning rakendavad seda oma organisatsioonis, sh toetavad oma töötajate seas tasemehariduses, täiend- või ümberõppes osalemist. Selline konsortsium saab olla platvormiks heade praktikate jagamisel ning õppiva organisatsiooni sõnumi ja kontseptsiooni levitamisel.

Stipendiumikonkursid. Koostöös eraettevõtjatega korraldada stipendiumikonkursse, mis aitavad innustada õppima asuma, väärtustavad õppimist ja rõhutavad vajalikkust tulevikuoskuste ja -erialade omandamise järele. Näiteks on Maxima Eesti ellu kutsunud tulevikutalendi stipendiumikonkurss, mille eesmärk on premeerida silmapaistvaid õpilasi. Sarnaselt saab teiste teenindustevõtete või tööstuse ja ehituse ala ettevõtete koostöös välja töötada täiskasvanutele suunatud konkursse.



Käesoleva kommunikatsioonistrateegia sihtrühma profiilide alusel võiks suunata fookuse kindlatele sektoritele, nt jaekaubandusettevõtted ja ehitussektor.

POPULARISEERIJAD

Riiklikud institutsioonid kui partnerid



Töötukassa



Soovitame Andrasel teha Töötukassa kontaktisikuga koostööd, et koordineerida kommunikatsioonitegevusi, mis on mõeldud töötavatele inimestele.

Vahendada käesolevat kommunikatsioonistrateegiat, et nad arvestaksid ja toetaksid sihtgruppidele suunatud sõnumeid ja haakuksid plaanitud tegevustega.

Vahendada Tööandjate Keskliidu kaudu ettevõtetele infot koolitustoetuste taotlemise kohta ning julgustada (eelkõige madala haridustasemega) täiskasvanuid pöörduma Töötukassa pakutava tasuta karjäärinõustaja poole.



Innove



Vahendada ESFi raames korraldatavate projektide vedajatele käesolevat kommunikatsioonistrateegiat, et nad arvestaksid ja toetaksid sihtrühmadele suunatud sõnumeid ja et need haakuksid plaanitud tegevustega. Korraldada koolituspäevi taotlusvoorude võitjatele eesmärgiga toetada neid kommunikatsioonitegevuste planeerimises ja elluviimises.

Teha koostööd Rajaleidja keskustega, levi tamaks sõnumeid ka nende hallatavates kanalites.



Kutsekoda, OSKA programm

Kutsekoda teeb koostööd ettevõtete esindusorganisatsioonidega, et jagada infot tööjõuvajaduse prognooside kohta. OSKA ei suuna oma töö tulemusi otse õppijatele, kuna prognoosid ja trendid ei ole otseselt seotud koolitusturul pakutavate kursustega.

Soovitame Andrasel teha koostööd, et kasutada OSKA infot tuleviku töökohtadest ja vajalikest tööoskustest oma kommunikatsioonitegevustes – nii õppijale kui tööandjale suunatud sõnumites. Potentsiaalsed õppijad vajavad abi, et „tõlkida“ tulevikus vajaminevaid oskusi enda õpitee valikuteks ning teha otsus konkreetse kursuse kasuks.



Koolid

Kommunikatsiooni planeerimise ja rakendamise oskuste koolitus. Täiskasvanute gümnaasiumitele (TG) on antud toetust oma värbamistegevuse tõhustamiseks. Andrase ja /või HTM roll on suunata TGsid omavahelisele koostööle, et jagada kommunikatsioonipraktikat, mis on toonud õppijalt hea reaktsiooni, sõltumata kooli või eriala spetsiifikast.

Kokkulepped ühisturunduse ja teavituse tegemiseks (näiteks koostöös ITLiga www.itl.ee), sh nii värbamise fookusega kui ka õpimotivatsiooni toetava kommunikatsiooni kampaaniateks.



Võimestada koole kasutama tänapäevaseid kommunikatsiooniviise ja strateegias väljatöötatud sõnumeid, levitades strateegiadokumenti kui ka muid juba välja töötatud materjale, näiteks Kommunikatsiooni käsiraamatut kutseõppeasutustele.

Muud partnerid



Huvialaorganisatsioonid, vabaühendused

Soovitame otsida aktiivselt koostööd organisatsioonidega, kuhu koonduvad mingil teemal aktiivsed inimesed (nt Päästeliit, Kaitseliit, liikumine Kodukant, Naabrivalve, kohalikud omavalitsused, raamatukogud).

Neid kaasata nii infolevitamises, näiteks võtmeoskuste täiendkursuste kohta, kui ka õppimist motiveerivate toetavate sõnumite esitajatena – nii liikmete seas kui ka meediakanalites arvamustelugude või intervjuude vormis.



Suurüritused

Näiteks seminarid, muude teemade messid, teemapäevad ja muud üritused, mis seonduvad täiskasvanuõppega. Muude organisatsioonide korraldatud üritustel leppida korraldajatega kokku, mil viisil saab Andras täiskasvanuõppega seotud sõnumeid edastada. See võib toimuda esineja (tuntud inimese-kõneisik) kaudu, töötoa vormis (näiteks selle valdkonna inimesed räägivad oma õppimiskogemusest); osalejaid kaasava interaktiivse mängu kaudu vms.

Näited üritusteks

- Digioskuste päev (koostöö ITLiga) või e-õppe üritused (koostöö HITSAga www.hitsa.ee), mille raames saaks anda lühikese ja atraktiivse õppimiskogemuse (nt online-kursuse keskkonnaga tutvumine, avatud õppes pakutavate ainete lühitutvustused-loengud).
- Katsenädal potentsiaalsetele õppijatele. Näiteks saavad selleks soovi avaldanud täiskasvanud proovida mõne päeva jooksul TGs õppimist osaledes mõnes ainetunnis või e-õppe kursusel, loomaks esimest kontakti kooli ja võimaliku õpilase vahel.



Täiskasvanud õppija nädal

Täiskasvanud õppija nädala piirkondlikud koordinaatorid kaasata kommunikatsioonistrateegia rakendamisse. Nendega võib arutada ka nädala kontseptsiooni, mis tuleks igal aastal siduda kindla sõnumiga, mis on ka teiste kommunikatsioonitegevuste fookus samal perioodil. Soovitame üheks fookuseks võtta õpimotivatsiooni. Selle teema kaudu saab kujundada Foorumi kontseptsiooni õppija seisukohast, mitte niivõrd koolitaja vaatest lähtuvalt.



Pilootprojektid meeste haridusse toomiseks

Pilootprojekti all mõistame kindlalt piiritletud kommunikatsioonitegevuste paketti, mis on suunatud konkreetsele sihtrühmale, mille raames teeb Andras koostööd kindla partneri (organisatsiooniga) ja mis rakendab käesoleva strateegia sõnumeid sihtrühmapõhiselt.

Näide koostööprojektist

Päästeliit korraldab regulaarselt väljaõpet neile, kes soovivad saada vabatahtlikuks päästjaks. Kaitseliit pakub pidevalt kursusi*, mis käsitlevad nt avalikku esinemist, juhtimist vms. Kummalgi organisatsioonil on suur liikmete arv – Kaitseliit on Eesti suurim vabatahtlik ühendus.

Koostöös nende organisatsioonidega on võimalik välja töötada just kummagi organisatsiooni liikmetele mõeldud teavituskampaania. Sihtrühma jaoks on motiveeriv kui õppimist ja haridustaseme omandamist toetab keegi teine peale õppeasutuste ja töödandja.

Võib kaaluda ka ebatraditsioonilisemaid partnereid: treeningusaalid, motoklubid jms meelelahutusega seotud organisatsioonid.

*<http://kool.kaitseliit.ee>

sihtrühma tüüpesindajad



sihtrühma tüüpesindajad

Selleks, et mõista paremini potentsiaalsete õppijate vajadusi ja disainida neile kommunikatsioonisõnumeid ja tegevusi, oleme loonud kuus potentsiaalse õppija tüüpesindaja (inglise keeles *persona*) profiili.

Tüüpesindajate valimisel lähtusime eespool kirjeldatud sihtrühmadest. Kuivõrd sihtrühm on väga mitmekesine hõlmates erinevates valdkondades töötavaid, erineva keeleoskuse ja laste arvuga inimesi, oleme loonud teatud inimtüübid, keda peame tõenäolisteks õppes osalejateks. Need on sihtrühma tüübid, keda peame võimalikuks kommunikatsioonitegevustega motiveerida ja innustada.

Piltlikult öeldes oleme kirjeldanud ära kuue erineva karakteri hoiakud, vajadused, sotsiaalse ja demograafilise tausta. Kirjelduse aluseks on küll väljamõeldud tegelased, kuid need on hoolikalt ja teadmispõhiselt konstrueeritud nii, et neile suunatud tegevused mõjuksid paljusid sarnaseid inimesi.

Selline lähenemine muudab keeruliselt hoomatava sihtrühma tajumise lihtsamaks ning aitab luua kasutajakeskseid lahendusi. Neid tüüpesindajaid silmas pidades saavad ka teised täiskasvanuhariduse populariseerijad disainida teenuseid ning kavandada turundus- ja kommunikatsioonitegevusi.

Tüüpesindajate loomise aluseks on täiskasvanute õppimise kohta kogutud andmed (Täiskasvanute koolituse uuring 2011). Keskhariiduse ja üldkeskhariidusega inimestest suurima rühma moodustavad töötavad inimesed – 60-67% kogu sihtrühmast töötab, mida on 141-158 000 inimest. Nendest enamus (90-95%) on palgatöötajad, kes vadavalt töötavad täiskoormusega ja tähtjatu töölepinguga. Siin peitub oluline väljakutse töötavate inimeste kaasamiseks tasemehariidusse: õppimises osalemiseks on ajaressurss väga piiratud.

Üldkeskhariidusega töötavate inimeste seas on mehi 50-61% samas kui keskhariidusega inimeste seas on meeste ülekaal suurem (59-73%). Eesti tööturul on ametialad küllalt tugevalt segregeeritud „meeste ja naiste töödeks”. Seetõttu oleme loonud ka eraldi töötava mehe ja naise tüübid – nad töötavad erinevates sektorites ning tegevusaladel. Keskhariiduse või üldkeskhariidusega mehed töötavad peamiselt oskus- ja käsitöölise ametikohtades, millele järgnevad seadme- ja masinaoperaatorid. Oskustöölised on kaks kõige populaarsemat valdkonda ehitustöölised ja metallitöölised, masinaehituse jms oskustöötajad (nt keevitajad ning masinate mehaanikud ja lukksepad). Seadme- ja masinaoperaatorite seas domineerivad mootorsõidukite juhid (populaarseim ametikoht veoautojuhid). Naised seevastu töötavad teenindus- ja müügitöötajatena ning teistest ametitest pisut sagedamini ka lihttöölisena. Teenindus- ja müügitöötajatest on populaarseim müüja amet. Lihttöödest on naised valdavalt koristajad.



Olulise sihtrühmana näeme ka väikeste (kuni 6-aastaste) laste vanemaid, keda on keskharidusesta või üldkeskharidusega inimeste seas 12-16% (29-38 000 inimest).

Laste olemasolu mõjutab ebaproportsionaalselt just naiste õppimis- ja tööturuvõimalusi. Kui 73-89% sihtrühma kuuluvatest kuni 6-aastaste laste isadest töötavad, siis emade seas on töötajate osakaal vaid 41-61%.

Arvestatav osa väikeste laste emadest on tööturul mitteaktiivsed. Ka takistused koolis või koolitusel osalemisel viitavad, et just emad näevad takistusena ajapuudust koduse elu/perekohustuste tõttu: 52-82% emadest nimetavad, et just ajapuudus perekohustuste tõttu oli põhjuseks, miks nad ei tahtnud koolis või koolitusel osaleda samas kui meeste seas nägid perekohustusi takistusena vaid vähesed.

Eraldi toome esile aegunud oskustega töötaja, so inimesed, kellel on tööturu konkurentsivõime suurendamiseks või hoidmiseks vaja oma oskusi ja teadmisi uuendada tulenevalt muutunud või muutuvatest tööprotsessidest, uute oskuste vajadusest vms. Seda sihtrühma on keeruline statistiliselt piiritleda, mistõttu oleme valinud ühe näite OSKA analüüside raames – raamatupidaja.

Kommunikatsioonitegevuste elluviimisel on oluline silmas pidada, et kogu info ja sõnumid jõuaksid ka venekeelse elanikkonnani – umbes kolmandik keskharidusesta või üldkeskharidusega inimestest on muust rahvusest (24-30%), mida on 58-72 000 inimest. Umbes pooled nendest oskavad eesti keelt.

Kuigi lisaks ülal loetletud tüüpidele võib lisada veel palju teisi, oleme tüüpesindajate valiku piiritletud arvestades, et kommunikatsioonistrateegia on ajaliselt piiratud ning peab olema realistlik ning teostatav. Samuti võtsime tüüpide valimisel arvesse teiste osapoolte tegevusi. Näiteks ei käsitleta siinkohal prioriteetse sihtrühmana töötuid, kelle koolitus- ja täiendõppe vajadust jälgib ja hindab Töötukassa. Noored koolitee katkestanud on noorsootöö sihtrühm, kelle jaoks on alates novembrist 2015 ellu kutsutud Noorte Tugila www.tugila.ee, mis samuti pakub nõustamist noorte haridusvalikutes. Lisaks on rida teisi sihtrühmi, kelle õppima motiveerimiseks ja õppes osalemise toetamiseks on vaja mitmekülgseid tugimeetmeid, mis jääb käesoleva kommunikatsioonistrateegia haardeulatusest välja (nt inimesed vanuses 50+, puuetega inimesed, äärmuslikus vaesuses/sotsiaalprobleemidega inimesed jne).

Tuleb arvestada, et venekeelse elanikkonna peamised infoallikad ning tarbitav meedia on venekeelne, olenevata keeleoskusest (Eesti Integratsiooni monitooring 2015). Seetõttu on oluline, et loodav info ja sõnumid jõuaksid ka venekeelse sihtrühmani.



Pille, 41. a.

Kati, 23. a.

Tõnis, 30. a.

Markus 26. a.

Lea, 45. a.

Peeter, 38. a.

PIKAAEGNE KLIENDITEENINDAJA

Pille, 41. a.

<p>Kes teda mõjutavad?</p> <p>Tütrega on neil lähedased suhted ja nad räägivad iganädalaselt telefoni teel. Kõige sagedamini puutub Pille kokku oma töökaaslastega. Ta armastab vaadata telekat ja käib vahel kohalikel kultuuriüritusel.</p>	<p>Millega tegeleb?</p> <p>Ta töötab toidukaupluses kassapidajana. Töö on vahetustega ning sageli tuleb olla tööl ka hilisõhtutel. Vaba aega sisustab ta peamiselt käsitöö ja lugemisega, vahel hoiab ka naabri lapselast.</p> <p>Mis teda ümbritseb?</p> <p>Elab kortermajas, Põhja-Eesti linnas. Elab üksinda, kuid välismaal elav täisealine tütar aitab majanduslikult toime tulla.</p> <p>Mida mõtleb ja tunneb?</p> <p>Pille on avatud meelega ja talle meeldib inimestega suhelda. Vahel aga kurdab ta väsimuse ja seljavalu üle ning tunneb, et vajab oma tööst vaheldust.</p>
<p>Mured</p> <p>Muret teevad talle hiljaaegu tekkinud terviseprobleemid. Ta kardab, et see hakkab segama tema igapäevast tööelu. Samas on pension veel kaugel ja tööd peab jaksama teha.</p>	<p>Soovid</p> <p>Tal on soov teha füüsiliselt vähem nõudvat tööd. Kuid kuna ta on aastaid kassapidajana töötanud ei oska ta midagi muud proovida ning kardab ka tööandjalt küsida.</p>

Haridustrajektor täiendõpe

Statistika



Naisi, kellel puudub erialane haridus, on Eestis 2011. aasta seisuga hinnanguliselt 54-68 tuhat. Nendest umbes 16-28% ei ole omandanud keskharidust, st on maksimaalselt põhiharidusega.



Kõige rohkem on erialase hariduseta töötavaid naisi Põhja- ja Lõuna-Eestis tulenevalt nende piirkondade suurusel.



Erialase hariduseta töötavate naiste keskmine vanus on 41-45 eluaastat, olles seega kõrgem kui sama haridustasustaga töötavate meeste keskmine vanus.



Kõige sagedamini töötavad erialase hariduseta naised teenindus- ja müügitöötajatena (25-38%), populaarseim on müüja amet.

KOMMUNIKATSIOONI ROLL

Mida öelda Pillele?

- Informeerimine: millised on olulised võtmepädevused
- Õppimise normaliseerimine: õppimine on kasulik igas eas
- Lahendused: mis võimalused on õppimise ja töötamise ühitamiseks
- Algatus: kust alustada info otsimisega
- Positiivsed eeskujud: heade eeskujude seadmine normaliseerimaks õppimist 40+ vanuses

Mida öelda Pille lähedastele?

- Õppimise normaliseerimine - õppimine on kasulik igas eas
- Lähedaste rolli rõhutamine: lähedaste olulisus toetaja ja innustajana

Milliseid kanaleid kasutada?

Kohalik ajaleht, elustiili väljaanne (Naisteleht, Nipiraamat, Käsitöö), personaalsed üritused (infopäevad), seriaalid (Padjaklubi, Pilvede all, hommikuprogrammid (Terevisioon ja hommikusaadet raadios), kogukonnaüritused

Mida öelda Pille tööandjale?

- Igas vanuses õppijate väärtustamine töökohal
- Töötamise ja õppimise ühitamise võimaluste teadvustamine
- Üldoskuste kasulikkus töökohal

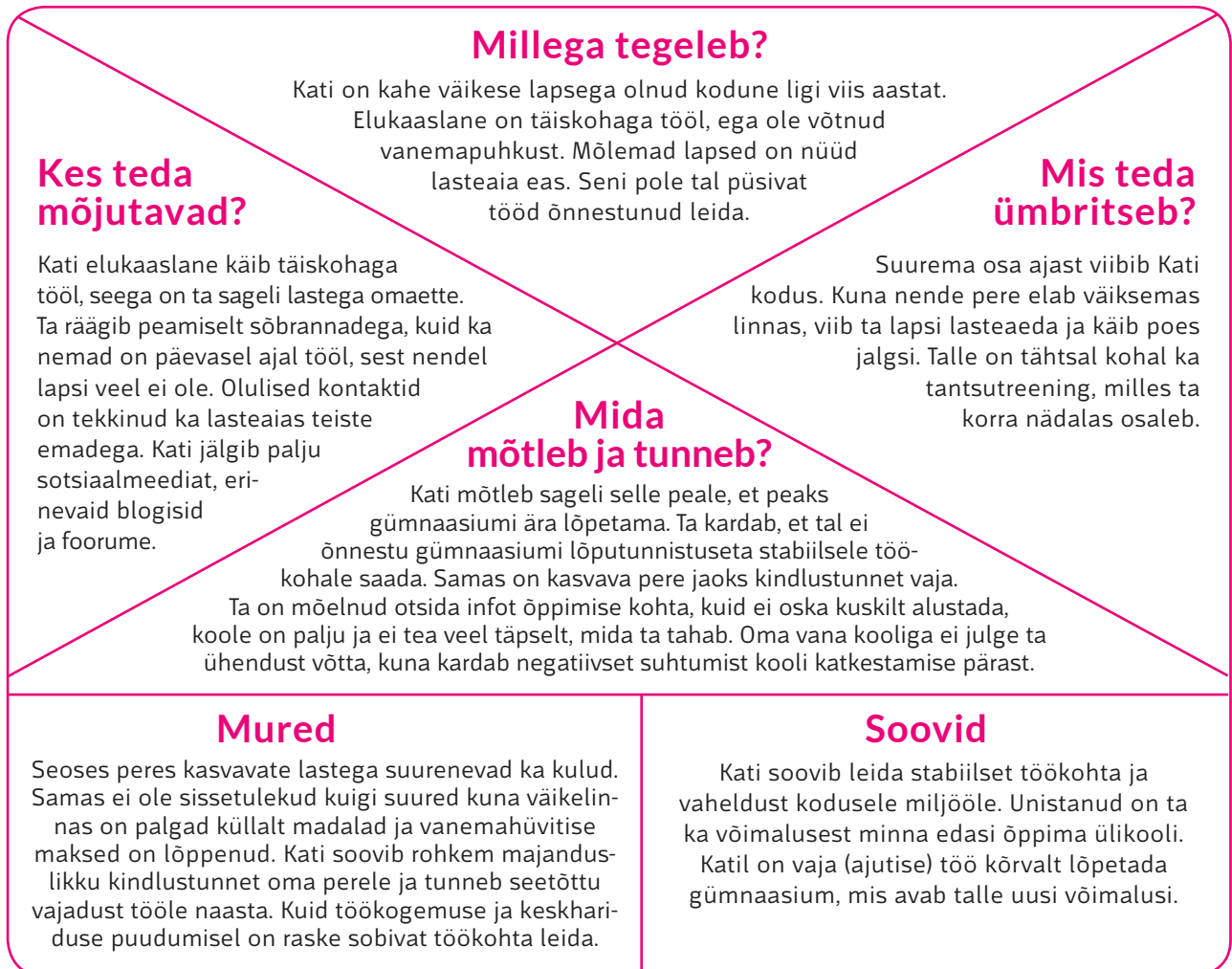
Kes sõnumit esitaksid?

Tööandja, naabrid, tütar, kogukonna liidrid, täiskasvanute koolitajad



NOOR KODUNE EMA

Kati, 23. a.



Haridustrajektor

täiskasvanute gümnaasium  kõrgkool

Statistika



Kuni 6-aastaste laste emasid, kes on omandanud maksimaalselt üldkeskhariduse, on hinnanguliselt 15-23 000. Nendest vahemikus 27-46% on omandanud vaid põhihariduse.



Suurim osa (41-62%) erialase hariduseta väikelaste emadest töötavad samas kui paljud on lastega ka kodused (27-46%).



Erialase hariduseta väikelaste emade on peamiselt 20ndates (39-59%) või 30ndates eluaastates (28-47%).



Suur on ka nende leibkondade osatähtsus, kus mõlemad vanemad on omandanud ainult madala haridustaseme - pooltes Eesti maakondades ulatub selliste perekondade osakaal 24%ni kõigist madala haridusega vanemate leibkondadest (HTM, Statistikaamet, Praxis 2014).

KOMMUNIKATSIOONI ROLL

Mida öelda Katile?

- Õppimine avab uusi perspektiive: edasiõppimise võimalused, kasu tööturul, isiklik rahulolu, eeskujuks olemine
- Õppimise ja pereelu ühitamise võimalused: lapsehoiuvõimalused koolis õppides
- Õppimise ja töötamise ühitamise võimalused: õppepuhkus, paindlik õpe
- Informeerimine: paindlikud õppevormid, e-õpe, tasanduskursused uuesti järjele aitamiseks
- Eeskujude seadmine: teiste väikelaste emade eeskujud, kuidas takistus on ületatud
- Algatus: kust alustada info otsimisega

Mida öelda Kati (tulevasele) tööandjale?

- Töötamise ja õppimise ühitamise võimaluste teadvustamine
- Õppijate väärtustamine töökohal (tööandja branding)
- Keskhariduse väärtustamine oma töötajate seas

Mida öelda Kati lähedastele?

- Lähedaste rolli rõhutamine - lähedaste olulisus toetaja ja innustajana
- Õppimise ja pereelu ühitamise võimalused: lapsehoiuvõimalused koolis õppides
- Õppimine avab uusi perspektiive: edasiõppimise võimalused, kasu tööturul, isiklik rahulolu

Milliseid kanaleid kasutada?

Elustiili väljaanded ja blogid (Budaar.ee, Naisteleht, Kroonika), lastega seotud portaalid (perekool.ee, Pere ja Kodu ajakiri), seriaalid (nt Padjaklubi), muusikale orienteeritud raadiojaamad, lastega seotud üritused, kaubakeskused

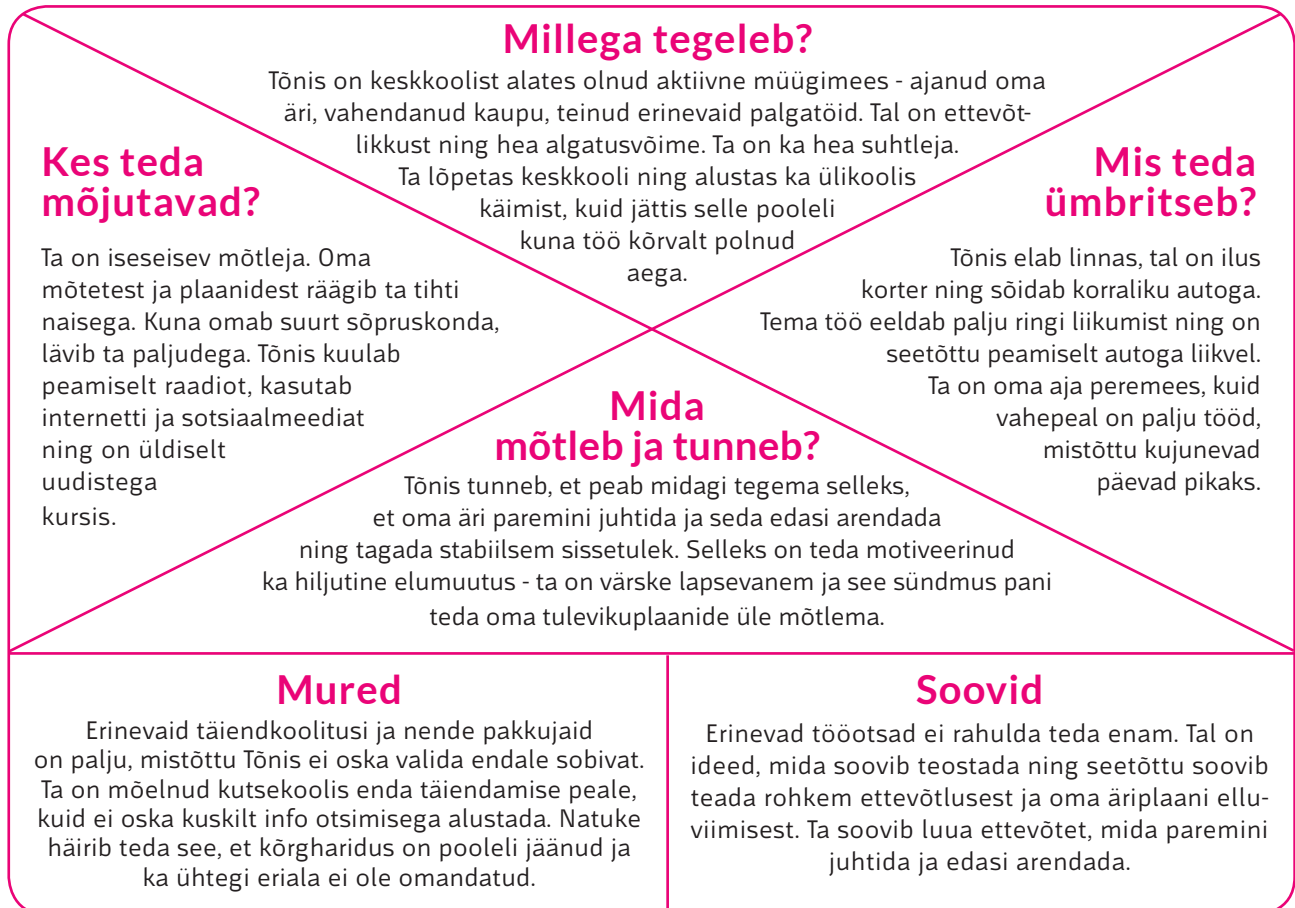
Kes sõnumit esitaksid?

25-35-aastased sarnase profiiliga naised (sh tuntud inimesed, nagu näiteks (väike)ettevõtjad, muusikud); teised väikelastega õppijad



ETTEVÕTLIK MÜÜGIMEES

Tõnis, 30. a.



Haridustrajektuur täiendõpe

Statistika



Erialase hariduseta tööturul olevaid mehi on hinnanguliselt 80-96 000. Nendest suurem osa (54-66%) on omandanud üldkeskhariduse.



Erialase hariduseta inimeste seas on ettevõtjad pigem mehed. 7-13% erialase hariduseta meestest on ettevõtjad (sh töötajatega kui ka üksikettevõtjad).



Üldkeskharidusega töötavaid mehi on enim Eesti suurimates tömbekeskustes - Põhja- ja Lõuna-Eestis (sh Tartu).



Ligi pool (39-53%) üldkeskharidusega töötavatest meestest on 20ndates või 30ndates eluaastates.



Kõige sagedamini töötavad üldkeskharidusega mehed oskus- ja käsitöölise ametikohtadel (18-30%), millele järgnevad seadme- ja masinaoperaatorid (12-23%).



Üsna suur osa üldkeskharidusega töötavatest meestest on proovinud õpinguid jätkata kuid need katkestanud (36-51%), kõige enam kõrghariduse tasemel.

KOMMUNIKATSIOONI ROLL

Mida öelda Tõnisele?

- Uute oskuste ja teadmiste omandamine võib avada uusi perspektiive (töö, lississetulek)
- Informeerimine: tänapäevased õppimisvõimalused, paindlikud õppevormid, kaasaegne tehnika
- Seose loomine ettevõtlikkusega
- Õppimise normaliseerimine: õppimine on kasulik igas eas, oma oskusi ja teadmisi peaks pidevalt täiendama, et tehnoloogiliste jm muutustega kaasas käia
- Töötamise ja õppimise ühitamise võimalused (paindlikud õppevormid, õppepuhkus)
- Õppimise kasulikkus kontaktide loomisena: sarnaste huvidega inimesed tulevad kokku, tutvuste laienemine
- Eeskujude seadmine: ettevõtjate kogemused uute oskuste omandamisega, õppimisega, nende hili- sem rakendamine
- Algatus: kust alustada info otsimisega ja kuhu pöörduda



Mida öelda Tõnise lähedastele?

- Õppimise normaliseerimine: õppimine on kasulik igas eas, oma oskusi ja teadmisi peaks pidevalt täiendama, et tehnoloogiliste jm muutustega kaasas käia
- Lähedaste rolli rõhutamine - lähedaste olulisus toetaja ja innustajana
- Õppimine kaasaegses tehnoloogilises keskkonnas on arendav

Milliseid kanaleid kasutada?

Uudismeedia (Delfi, Äripäev), Sky pluss jt raadiod, sotsiaalmeedia

Kes sõnumit esitaksid?

Eesti ettevõtjad/ tuntud ärimehed; elukaaslane, sõbrad ja trennikaas- lased

ERIALASE VÄLJAÕPPETA EHITAJA

Markus 26. a.



Haridustrajektor

täiskasvanute gümnaasium



IT eriala kutsekoolis
või kõrgkoolis

Statistika



Erialase hariduseta tööturul olevaid mehi on hinnanguliselt 80-96 000, nendest pisut alla poole (34-46%) ei ole omandanud keskkooli.



Keskkooli hariduseta töötavaid mehi on kõige enam Põhja- ja Lõuna-Eestis (sh Tartu), aga ka Kesk-Eestis.



Keskkooli hariduseta töötavatest meestest suur osa (64-80%) on 20ndates või 30ndates eluaastates.



Keskkooli hariduseta mehed töötavad kõige sagedamini oskus- ja käsitöölise (29-47%) ning seadmeoperaatori (16-32%) ametikohtadel.

KOMMUNIKATSIOONI ROLL

Mida öelda Markusele?

- Informeerimine: paindlikud õppevõimalused, tasuta õpe, e-õpe, tasanduskursuste olemasolu (et aidata uuesti järjele saada)
- Perspektiivide avamine: mis võimalused avanevad keskhariduse omandamisel
- Töötamise ja õppimise ühitamise võimalused (paindlikud õppevormid, õppepuhkus)
- Eeskujude seadmine: keskkooli pooleli jättnud inimeste lood, kooli lõpetamise kasu/väärtus nende jaoks
- Algatus - kust alustada info otsimisega

Mida öelda Markuse lähedastele?

- Õppimise normaliseerimine: õppimine on kasulik igas eas, keskhariduse omandamine on vajalik uute võimaluste avamiseks
- Lähedaste rolli rõhutamine: lähedaste olulisus toetaja ja innustajana
- Perspektiivide avamine: mis võimalused avanevad keskhariduse omandamisel

Milliseid kanaleid kasutada?

Sotsiaalmeedia, muusikaraadiod, tehnoloogiaväljaanded (geenius.ee jms); harrastustegevustega seotud kohad, trenningsaalid

Mida öelda Markuse tööandjale?

- Töötamise ja õppimise ühitamise võimaluste teadvustamine
- Õppijate väärtustamine töökohal (tööandja branding)

Kes sõnumit esitaksid?

lidelid (nt edukad noored IT valdkonna spetsialistid; sportlased; muusikud), kel ka omal ajal keskkool pooleli jäänud ja õppesse tagasi pöördunud



PIKAAEGNE RAAMATUPIDAJA

Lea, 45. a.



Haridustrajektour

täiendkoolitus/ ja tasemeharidus

Statistika



94% töötavatest raamatupidajatest on naised.



Arvestusala töökohad asuvad enamasti Tallinnas ja Harjumaal (59,6%).



56% raamatupidajatest on vanuses 40-59.



Raamatupidamise keskastme spetsialistide ja kontori ametnike vajadus võib lähema 10 aasta jooksul väheneda kuni kolmandiku võrra.



Uue tööjõu vajadus on eelkõige kõrgharidusega, analüütilise suunitlusega magistritasemel spetsialistide järele. Kõigilt valdkonna töötajatelt oodatakse valmisolekut uuenduslike IKT-lahenduste kasutamiseks.

KOMMUNIKATSIOONI ROLL

Mida öelda Leale?

- Tööturu ja oskuste vajaduse muutuste teadvustamine: vajaminevate oskuste tutvustamine, seose toomine tööeluga
- Õppimise normaliseerimine: õppimine on kasulik igas eas
- Lahendused: mis võimalused on õppimise ja töötamise ühitamiseks
- Algatus: kust alustada info otsimise, mis oskusi vaja uuendada

Mida öelda Lea lähedastele?

- Õppimise normaliseerimine: õppimine on kasulik igas eas
- Lähedaste rolli rõhutamine: lähedaste olulisus toetaja ja innustajana

Milliseid kanaleid kasutada?

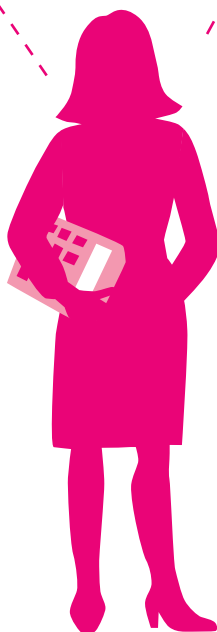
Üleriigilised ajalehed, käsitöö ja aianduse väljaanded, personaalsed üritused (infopäevad), seriaalid hommikuprogrammid (Terevisioon ja hommikusaated raadios), kogukonnaüritused

Mida öelda Lea tööandjale?

- Tööturu ja oskuste vajaduse muutuste teadvustamine
- Igas vanuses õppijate väärtustamine töökohal
- Töötamise ja õppimise ühitamise võimaluste teadvustamine
- Algatus: kus saab vajalikke oskusi omandada, kust alustada info otsimisega

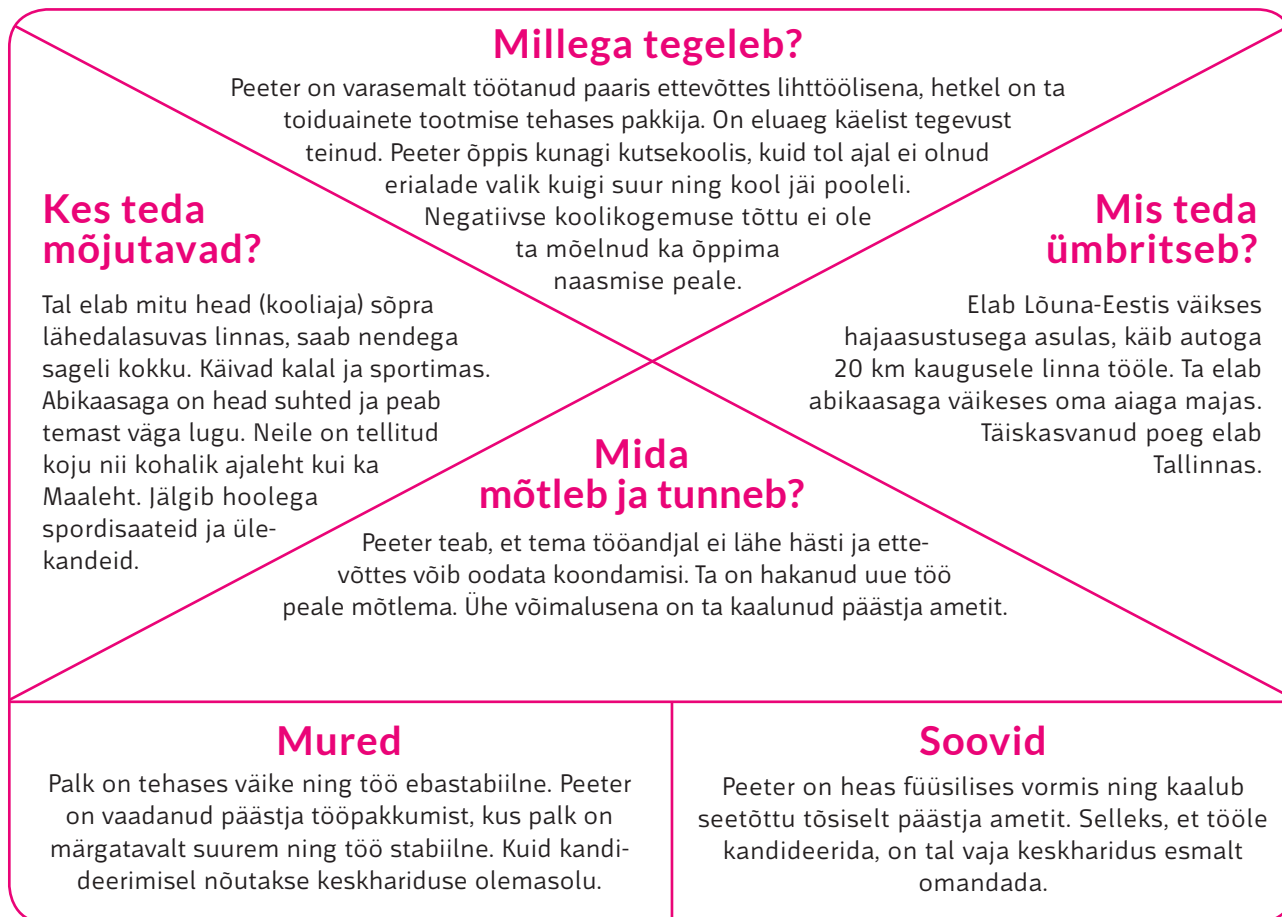
Kes sõnumit esitaksid?

Tööandja, pereliikmed, naisettevõtjad



KESKHARIDUSETA LIHTTÖÖLINE

Peeter, 38. a.



Haridustrajektor

täiskasvanute gümnaasium



kutseõpe

Statistika



Erialase hariduseta töötavaid mehi on hinnanguliselt 80-96 000. Nendest 34-46% ei ole omandanud keskharidust.



Keskhariduseta töötavatest meestest suur osa (64-80%) on 20ndates või 30ndates eluaastates.



112

Elanikkonna vananemisega seoses nähakse ette nii tule- kui ka muude koduste õnnetuste suurenemist, mistõttu suureneb ka vajadus päästetöötajate järele, eriti maapiirkondades. Järgmise kümne aasta jooksul jõuab pensioniikka ca 16% päästetöö valdkonnas töötajatest.

KOMMUNIKATSIOONI ROLL

Mida öelda Peetrile?

- Informeerimine: paindlikud õppevõimalused, tasuta õpe, e-õpe, tasanduskursuste olemasolu (et aidata uuesti järjele saada)
- Perspektiivide avamine: mis võimalused avanevad keskhariduse omandamisel
- Töötamise ja õppimise ühitamise võimalused (paindlikud õppevormid, õppepuhkus)
- Õppimise normaliseerimine: õppimine on kasulik igas eas, täiskasvanute gümnaasiumis õpib teisigi 40ndates inimesi
- Algatus: kust alustada info otsimisega

Mida öelda Peetri lähedastele?

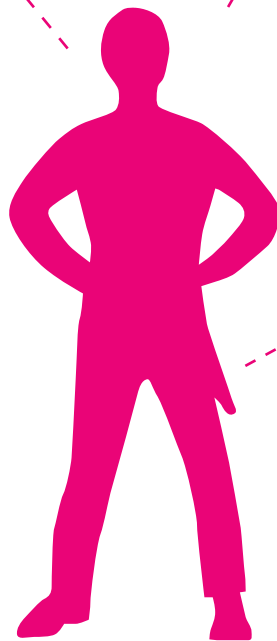
- Õppimise normaliseerimine: õppimine on kasulik igas eas
- Lähedaste rolli rõhutamine: lähedaste olulisus toetaja ja innustajana

Milliseid kanaleid kasutada?

Kogukonnaüritused, kohalikud lehed, Kaitseliidu infokanalid

Kes sõnumit esitaksid?

Praegused päästeala töötajad, abikaasa, kogukonnaliidrid, sõbrad



strategia elluviimine



strateegia elluviimine

Kommunikatsioonistrateegia põhjal koostab Andras koostöös HTMiga tegevuskava aastateks 2016–2018. Tegevuskava viib ellu Andras koostöös HTMi ja teiste partne-

ritega. Strateegia elluviimise hindamine toimub tegevuskavas püstitatud eesmärkide ja indikaatorite alusel.

RISKID

- **Sõnumite paljusus.** Erinevad populariseerijad kommu-keerivad üheaegselt eri sõnumeid, konkureerides samale sihtrühmale. Oht, et see teeb potentsiaalse õppija jaoks valikute tegemise veelgi keerulisemaks.
- **Tööandjaid raske veenda.** Kuigi tööandjatel on oluline panus töötajate õpimotivatsiooni tekkimisel, on siiski oht, et vähesed on valmis kommunikatsioonisõnumeid ja vastavaid tegevusi ka oma ettevõtetes rakendama.
- **Seadusandlikud ja õppevormidest tulenevad takistused.** Selleks, et suurendada täiskasvanute õppima asumist ja vähendada katkestajate arvu, on lisaks kommunikatsioonitegevustele vajalik töötada jätkuvalt edasi ka seadusandlusest või

õppevormidest tulenevate takistustega. Ehk teisisõnu, strateegia tegevustega saab muuta hoiakuid, kuid õppima asumise praktiliste piirangutega on vaja jätkuvalt tegeleda.

- **Puudub püsiv koordineerimine eri osapoolte vahel.** Selleks, et rakendada kasutajakeskset lähenemist õpimotivatsiooni tekkimiseks ja õppima asumiseks, on vajalik erinevate populariseerijate omavaheline koostöö. Kommunikatsioonistrateegia elluviimisega saab võimestada mõnevõrra koostööd, kuid oluline on süsteemne teenuste ja meetmete arendamine omavahelises koostöös (tööjõuprognosid, karjäärinõustamine, tugiteenused, õppevõimalused jms).

TULEMUSLIKKUSE HINDAMINE

Hindamaks kommunikatsioonistrateegia tulemuslikkust seatud eesmärkide saavutamisel, on oluline valida mõned mõõdikud, mida Andras nii kommunikatsioonitegevuste elluviimise ajal kui ka järel jälgida võiks. Kuna kommunikatsioonistrateegia üldeesmärk on toetada täiskasvanute õpimotivatsiooni tekkimist, tuleks ka hindamiseks valida indikaator(id), mis antud eesmärgi saavutamist parimal moel kirjeldaksid. Lisaks üldeesmärgile võib tulemuslikkuse hindamiseks mõõdetavad indikaatorid seada ka alaeesmärkidele ja/või visioonidele, mis on strateegias sihtrühmade lõikes seatud.

Strateegia hindamisel on võimalik kasutada andmeid ja näitajaid, mida Eestis juba kogutakse. Näiteks pakuvad nii Täiskasvanute koolituse uuring kui ka Eesti Tööjõu-uuring mitmeid näitajaid, mida täiskasvanute õpimotivatsiooni tekkimise hindamiseks kasutada võiks.

- Täiskasvanute koolituse uuringuga kogutakse täiskasvanutelt vastuseid järgmistele küsimustele:
 - *Kas olete viimase 12 kuu jooksul otsinud teavet õppimisvõimaluste kohta?* (Siinkohal ei ole eristatud koolituse või tasemehariduse õppimisvõimalusi, seega oleks tegemist üldisema indikaatoriga selle kohta, kas inimene on otsinud üldse mingeid võimalusi; võib olla seotud ka lühema koolitusega)
 - *Kas leidsite informatsiooni õppimisvõimaluste kohta?*
 - *Kust saite informatsiooni õppimisvõimaluste kohta?*
 - *Kas olete viimase 12 kuu jooksul õppinud üldharidus-, kutse- või kõrgkoolis?* (Võimalus jälgida kas õppijate osakaal on muutunud)
 - Nendelt, kes ei ole osalenud koolis ega koolitusel: *Kas te oleksite tahtnud viimase 12 kuu jooksul minna kooli või osaleda koolitusel?* (Jällegi miinusena ei saa eristada soovi osaleda koolis (st tasemeõppes) või lühemal koolitusel).
 - Nendelt, kes ei õppinud ega soovinud õppida ning ka nendelt, kes ei õppinud, aga oleksid tahtnud õppida: *Mis olid takistused õppimises osalemiseks?* (Ka siin ei ole võimalik eristada, kas takistused seostuvad tasemeõppe või koolitusega)

kasutatud allikad

- Eesti elukestva õppe strateegia 2020. (2014). Tallinn: Haridus- ja Teadusministeerium, Eesti Koostöö Kogu, Eesti Haridusfoorum <https://www.hm.ee/sites/default/files/strateegia2020.pdf>
- Kask, U. (2011). Täiskasvanute koolituse uuring. Tallinn: Statistikaamet
- Pärna, O. (2016). Töö ja oskused 2025. Tallinn: SA Kutsekoda <http://oska.kutsekoda.ee/wp-content/uploads/2016/04/Tulevikutrendid-1.pdf>
- Räis, M., Kallaste, E., Kaska, M., Järve, J., Anspal, S. (2014). Põhi- ja keskkooliharidusega täiskasvanute tasemeharidusse tagasitoomise toetamine. Tallinn: Eesti Rakendusuuringu Keskus CentAR http://dSPACE.ut.ee/bitstream/handle/10062/44227/Pohi_ja_keskkooliharidusega_taiskasvanute_tasemeharidusse_tagasitoomine.pdf?sequence=1
- Saar, E., Unt, M., Lindemann, K., Reiska, E., Tamm, A. (2014). Oskused ja elukestev õpe: kellelt ja mida on Eestil oskuste parandamiseks õppida?. PIAAC uuringu temaatiline aruanne 2. Tartu: Ministry of Education and Research. http://www.hm.ee/sites/default/files/oskused_ja_elukestev_ope_-_piaac.pdf
- Strategies for improving participation in and awareness of adult learning. (2012). Luxembourg: Publications Office of the European Union <http://www.cedefop.europa.eu/en/news-and-press/news/strategies-improving-participation-and-awareness-adult-learning-european-guide>
- Täiskasvanuhariduse prioriteetsed sihtrühmad maakonniti. (2014). Tallinn: Haridus- ja Teadusministeerium, HTM, Statistikaamet, Praxis <http://dSPACE.ut.ee/bitstream/handle/10062/44228/Loppraport.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

