

TÄISKASVANUHARIDUSE KAMPAANIA MÄRGATAVUS

**Eesti elanikkonna küsitlus alates 15.ndast eluaastast
Esmane sihtrühm 20-64 eluaastat**

Eesti Täiskasvanuhariduse Koolitajate Assotsiatsioon Andras

2017



Euroopa Liit
Euroopa Sotsiaalfond



Eesti
tuleviku heaks

Turu-uuringute AS

SISUKORD

UURINGU TAUST	4
Tagapõhi ja eesmärk	4
Valimi disain	5
Esinduslik valim ja tulemuste üldistamine.....	5
Küsitlustöö ja andmetöötlus.....	5
Projekti eest vastutajad	6
Vastajate sotsiaal-demograafiline profiil	7
KOKKUVÕTE	8
TULEMUSED.....	11
1 Kampaaniamaterjalide märgatavus	11
1.1 Teleklipp.....	11
1.2 Raadioreklaam	12
1.3 Plakatreklaami märgatavus	12
2 Kampaania infoallikad, selle üritustel osalemine ja kampaania mõju	14
2.1 Infoallikate spontaanne ja aidatud meenumine.....	14
2.2 Täiskasvanuõppe üritustel osalemine	15
2.3 Täiskasvanuõppe nädal (TÕN)	16
2.4 Täiskasvanuõppe nädala mõju.....	17
2.5 Jällekooli.ee kampaania mõju.....	18
3 Täiskasvanuõppe motivaatorid ja barjäärid	19
3.1 Pooleli jäänud haridustee	19
3.2 Sellel aastal õppimise alustamine.....	20
3.3 Kavatsused õppimise alustamiseks.....	20
3.4 Motiivid enesetäiendamiseks	21
3.5 Barjäärid õppima asumiseks.....	22

4	Täiskasvanuõppe info kättesaadavus	23
4.1	Võimalikud infoallikad.....	23
4.2	Hinnangud info kättesaadavusele.....	24
KÜSIMUSTIK		25

UURINGU TAUST

Käesolev aruanne on koostatud Turu-uuringute AS-i poolt 02.11 – 19. 11 2017 aastal läbi viidud üleriigilise küsitluse tulemuste põhjal. Uuringu tellija on **Eesti Täiskasvanuhariduse Koolitajate Assotsiatsioon Andras**.

Aruanne sisaldab metoodika kirjeldust, tulemuste kokkuvõtet ning tulemuste tabeljaotust oluliste taustatunnuste lõikes. Aruandele on lisatud ankeet, mille järgi küsitlus programmeeriti.

Tagapõhi ja eesmärk

2017.a. sügisel viidi läbi laiaulatuslik täiskasvanuhariduse kampaania, mille märgatavust sihtrühmas ja kogu elanikkonna hulgas käesolev aruanne mõõdab ja hindab.

Täiskasvanuhariduse kampaania eesmärgiks oli suurendada õppivate täiskasvanute hulka, tõsta täiskasvanute teadlikkust õppimisvõimaluste kohta ning kujundada positiivseid hoiakuid elukestvaõppe suhtes. Esmaseks sihtrühmaks olid potentsiaalsed õppijad (Eesti elanikud) vanuses 20-64 eluaastat nii eestlased kui ka mitte-eestlased ja sekundaarseks sihtrühmaks kõik Eesti elanikud.

Üleriigilise küsitluse eesmärk oli teada saada:

- Milline oli reklaamklipi märgatavus televisioonis, internetis, ühistranspordis?
- Kus märgati plakatreklaami?
- Milline oli reklaami märgatavus raadios?
- Milline oli banneri märgatavus internetis?
- Kuivõrd on kuulnud/vaadatud/loetud õppimise teemalisi intervjuusid/artikleid/saateid?
- Kuivõrd on osaletud üritustel, kus tutvustatakse õppimisvõimalusi täiskasvanutele?
- Kuivõrd on mõeldud uute oskuste või teadmiste omandamise peale?
- Kas kättesaadav info on täiskasvanute õppimisvõimaluste kohta piisav?
- Kust otsitakse/saadakse täiskasvanute õppimisvõimaluste kohta infot?
- Kas reklaamid/intervjuud jm kampaania materjalid tekitasid huvi/küsimusi täiskasvanute õppimisvõimaluste osas?
- Kas viimase 6 kuu jooksul on midagi uut õpitud või plaanitakse asuda õppima?
- Kui ei plaanita õppida/end täiendada, siis mis on takistused?
- Kui plaanitakse õppida/end täiendada, siis millised on motiivid?

Valimi disain

Uuring viidi läbi Omnibuss-keskkonnas. Omnibuss-uuringu üldkogumi moodustavad Eesti elanikud alates 15. eluaastast.

Vastajad leiti juhuvaliku alusel, et tagada kõikide Eesti maakondade ja asulatüüpide proportsionaalne esindatus küsitlusvalimis. Valimi territoriaalne mudel on koostatud Eesti Statistikaameti rahvastikustatistika andmebaasi alusel seisuga 01.01.2017.a.

Juhuvaliku esimeses etapis leiti 100 valimipunkti üle Eesti ja teises etapis igas valimipunktis konkreetsed intervjuueeritavad. Kui tavaliselt tähendab iga valimipunkt kümnet läbiviidavat intervjuud, mis kokku annab 1000 vastajat, siis antud küsitluse puhul soovis Tellija 1200 intervjuud. Selleks koostasime **lisavalimi** mis tähendas, et küsitlajad jätkasid oma valimipunktides lisaintervjuudega.

Aadressi valikul rakendati lähte-aadressi meetodit, mille puhul antakse igale küsitlajale ette juhuslikult valitud aadress, kus küsitleja viib läbi esimese intervjuu. Edasi liigub küsitleja kindla sammu alusel (nt. iga viies korter või iga teine maja), et tagada valikusse sattunud elupaikade juhuslikkus.

Vastaja valikul rakendati nn. noorema mehe reeglit, mis näeb ette, et esimesena palutakse intervjuud noorimalt kodusolevalt meesterahvalt, kes on vähemalt 17 aastane. Kui mehi kodus ei ole, eelistatakse noorimat naist. Selline valikumeetod annab neile küsitletavate kategooriatele, keda on vähem tõenäoline kodust eest leida (eelkõige noored inimesed ja mehed), täiendava võimaluse valimisse sattuda. Nii saavutatakse sugude ning erinevate vanusegruppide parem esindatus valimis.

Esinduslik valim ja tulemuste üldistamine

Kuna tegemist on esindusliku valimiga, siis saab antud tulemuste põhjal laiendada saadud andmeid kogu üldkogumi käitumisele, arvesse võttes veapiiri (vahemikud miinimumi ja maksimumi vahel). Mida väiksemaarvulisem taustrühm küsitlusvalimis, seda suurem on veapiir.

Küsitlustöö ja andmetöötlus

Küsitlusmeetodina kasutati personaalintervjuud. Küsimuste esitamiseks ja vastuste salvestamiseks kasutati tahvelarvuteid (TAPI – *tablet assisted personal interviews*). Intervjuud viidi läbi eesti ja vene keeles. Küsitlustöös osales 63 vastava ettevalmistuse saanud Turu-uuringute AS-i küsitlajat. Lõpuleviidud intervjuusid oli 1212. Ülevaate küsitlustööst annab *tabel 1*.

Tabel 1. Ülevaade küsitlustööst. Laiendatud valim, elanikkond vanuses 15+

TULEMUS	Arv	% külastatud aadressidest
Intervjuu	1212	20
Isik ei kuulu sihtrühma	539	9
Kontakt puudub (kedagi pole kodus)	2454	41
Sihtrühma kuuluv pereliige pole kodus	114	2
Keelduti kontaktist	476	8
Keeldumine sihtrühmas	789	13
Muu mittetoimumise põhjus (ei ole eluruum, aadressile ei pääse ligi)	369	7
Kokku külastatud aadresse	5953	100
<i>Kokku korduvvisiite</i>	<i>1068</i>	<i>18</i>

Tahvelarvuti küsitlusprogramm töötas tõrgeteta. Küsitlustulemuste töötamiseks kasutati andmetöötluspaketti PASW Statistics 22.0.

Pärast küsitluse lõppemist võrreldi küsitletute sotsiaaldemograafilist koosseisu elanikkonna teoreetilise mudeliga ja kaaluti andmed selle mudeliga vastavaks. Tulemusi esitab joonis 1. Aruandele lisatud Excel tabelites on näha vastajate arvud enne kaalumist (st. nende arv, kes küsitlusele vastasid) kui ka teoreetilise mudeliga vastavusse kaalutud vastajate arv, mille järgi on tehtud protsentarvutused.

Projekti eest vastutajad

Uuringu erinevates etappides olid vastutavad:

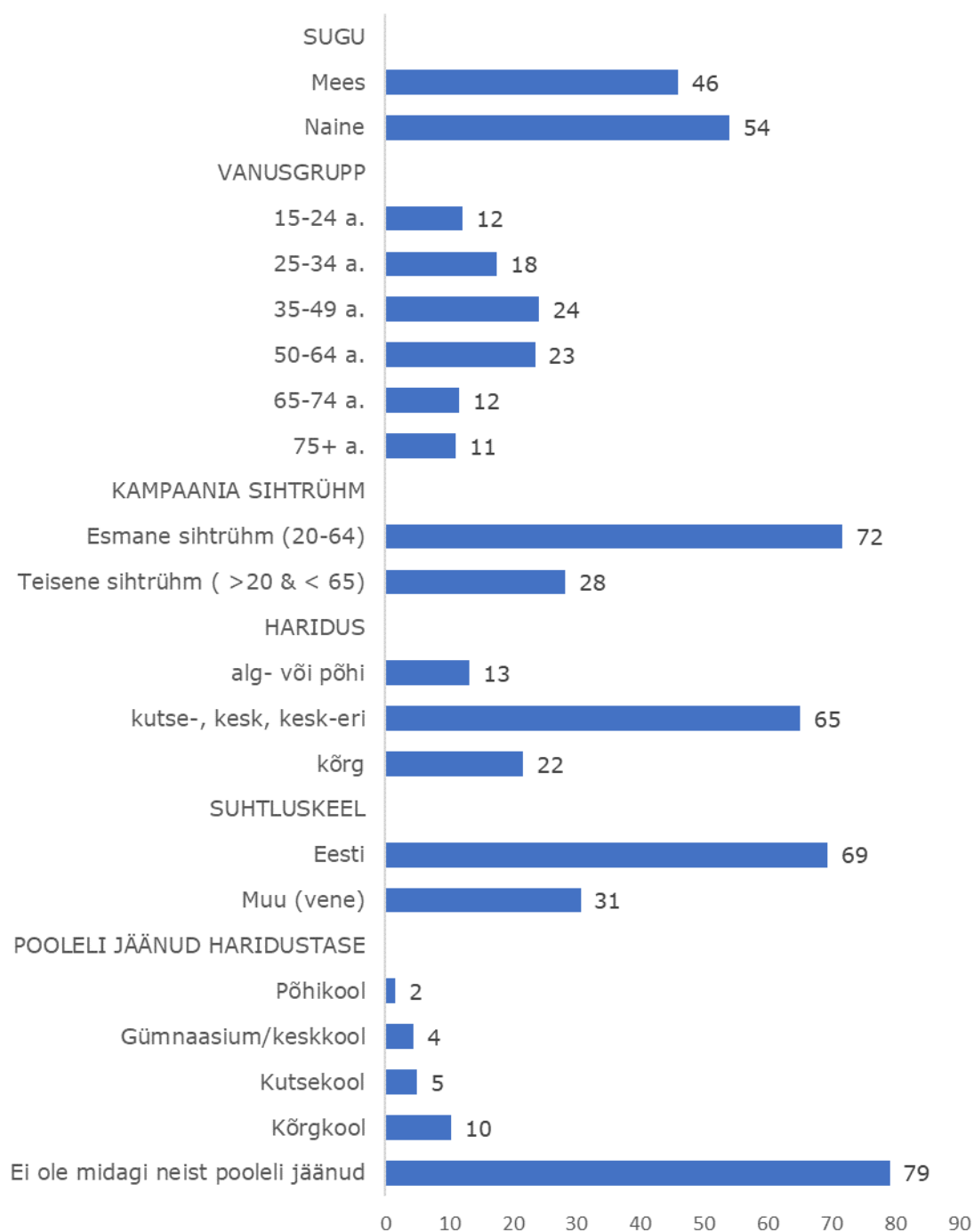
- Projekti juht : Iivi Riivits-Arkonsuo, Ph.D.
- Valimi koostajad/küsitlustöö koordinaatorid: Kristel Merusk, Kaja Södor, Roman Vjazemski
- Ankeedi programmeerija: Reijo Pohl
- Ankeedi tõlge vene keelde: Irina Strapatsšuk
- Tabelitöötlus: Reijo Pohl
- Käesolev aruanne: Iivi Riivits-Arkonsuo
- Tellijapoolsed kontaktisikud: Sirje Plaks, Kertu Eensaar

Kontaktandmed:

Telefon: 585 29 700; 585 29 708

E-post: iivi@turu-uuringute.ee

Vastajate sotsiaal-demograafiline profiil



Joonis 1 Vastajate sotsiaal-demograafiline profiil, % n=1212, kaalutud andmed

KOKKUVÕTE

Kuivõrd on märgatud kampaania teleklippi, raadioreklaami ja visuaale erinevatel reklaamikandjatel?

Teleklippi väidab end märganud olevat 70 % vastajatest. 29% reklaami näinud ei ole. 1% ei osanud midagi öelda. Eesti keelt rääkijate hulgas on märgatavus oluliselt suurem (80%) võrreldes muud (vene keelt) rääkijatega (47%).

Raadioklipp on kuulnud 43%, 52% ei ole. Raadioklipp on jõudnud esmase sihtrühmani (20-64 aastased) täpselt samasuguse tulemusega nagu nendeni, kes esmasesse sihtrühma ei kuulu, olles nooremad või vanemad.

Kampaaniapilte tänaval, bussipeatustes ja mujal on märganud 38% vastajatest, 58% ei ole. Esmases sihtrühmas märkas pilte 40%. Pilte oli märgatud peamiselt tänaval (53%), bussipeatustes (40%), ühistranspordis (8%). 12% ütles, et nad on pilte näinud, kuid neile ei meenu kus.

Kus ollakse viimasel ajal (septembri- ja oktoobrikuu jooksul) näinud, kuulnud, lugenud või märganud infot täiskasvanute õppimise kohta ?

Spontaansel meenus televisioonis (66%, aidatult 4%), raadioreklaam (23%, aidatult 10%) ja veeb (14%, aidatult 11%). Sotsiaalmeedia (Facebook) ja ajakirjad ning ajakirjad meenusid üsna sarnaselt (9% spontaanselt ja 8-9% aidatult). Raadiosaateid nimetas mälu järgi 8% ja aidatult 13%.

19% kõikidest vastajatest, seal hulgas 17% esmasest sihtrühmast ei suutnud nimetada mitte ühtegi allikat, mida pidi septembri- ja oktoobrikuu jooksul info täiskasvanu õppimise kohta nendeni oleks jõudnud. Ülejäänud oskaside nimetada vähemalt ühte kanalit. Laias joones võib siit teha järelduse, et täiskasvanuõppe kampaania tegevused jõudsid ühel või teisel viisil 81% elanikkonnani, sealhulgas 83% kampaania esmase sihtrühmani.

Kas ollakse viimase kuue kuu jooksul osaletud täiskasvanute õppimisvõimalusi tutvustavatel üritustel?

10% on, 88% ei ole. 2% ei olnud vastuses kindlad. Esmasest sihtrühmast osales üritustel 12%.

Kas ollakse kuulnud, lugenud või osa võtnud täiskasvanu õppija nädala (TÕN) üritustest oktoobris? Mil määral need tekitasid huvi?

Jaatavalt vastas 8% (esmasest sihtrühmas 9%), eitavalt 90% (89% esmasest sihtrühmas). Nendest, kes olid TÕN üritustest teadlikud, tekkis huvi enesetäiendamise vastu pisut üle pooltel (53%) ja ei tekkinud huvi 34%-l. 12% ei osanud vastata. Küsimus ei olnud esitatud „jah“ või „ei“ valikutena, vaid hinnanguskaalal. Niisiis, 13% vastas, et TÕN üritused tekitasid huvi; pigem tekitasid huvi 40%, pigem ei tekitanud 14% ja ei tekitanud üldse 20%. Kui summeerime kaks positiivset ja kaks negatiivset skaalavalikut saamegi eelpooltoodud tulemuse - huvi tekkis pisut üle pooltel.

Kuivõrd tekitas kampaania „Jätka õpinguid koos teiste täiskasvanutega“ ehk jällekooli.ee huvi enesetäiendamise vastu?

Küsimus esitati nendele üle 18-aastastele, kes on märganud tele/raadio või plakatreklaami. 3% (esimeses sihtrühmas 4%) vastas, et „tekitas väga“. 22% (esimeses sihtrühmas 25%) et „pigem tekitas“. 25% vastas, et pigem ei tekitanud ja 39%, et ei tekitanud üldse. Üldistatult – kampaania tekitas suurema või väiksema huvi 29% esmase sihtrühma hulgas. Huvi ei tekkinud 59%-s nendes, kellele kampaania oli suunatud.

Kui paljud on 2017. aastal alustanud millegi uue õppimisega, et ennast täiendada?

22% on ja 76% ei ole. Esmases sihtrühmas on enesetäiendajate hulk oluliselt suurem (26%) kui sinna mitte kuulujate hulgas. Ometigi väitis 11% üle 64-aastastest, et ka nemad on alustanud millegi uue õppimisega.

Kui paljud kavatsesid alustada millegi uue õppimisega, et ennast täiendada?

31% kavatsesid ja 58% ei kavatses. Esmases sihtrühmas on õppima alustamise kavatsesjate hulk oluliselt suurem (37%) kui sinna mitte kuulujate hulgas. Siiski väitis 14% üle 64-aastastest, et nad kavatsesid õppida midagi uut.

Kui paljud on jätnud pooleli oma haridustee?

Põhikooli pooleli jätnute osa on marginaalne, 2%. Gümnaasiumi või keskkooli on jätnud pooleli 4%, kutsekooli 5%. Kõige enam on katkestatud õpinguid kõrgkoolis, 10%. Seega on haridustee mingil astmel katkenud 21% elanikkonnast.

Mis motiveerib täiskasvanuna õppimist?

Küsimus esitati nendele, kes on alustanud või kellel on kavas alustada millegi uue õppimisega. 68% soovib saada uusi teadmisi ja oskusi, 41% oma tööga paremini toime tulla. 36% arvates on õppimine huvitav ja 36% arvates kaasneb sellega rohkema raha teenimise võimalus. 34% arvab, et nii saab oma eluga paremini edasi minna. Motivaatoriteks on veel rutiinist välja tulek (27%), karjäär (27%), oma lapsele või lastele eeskujuks olemine (21%), ja uute tutvuste leidmine (21%). 18% soovib alustada oma ettevõtlusega.

Millised on täiskasvanuna õppimise barjäärid?

Küsimus esitati nendele, kellel on mõni haridustase jäänud pooleli, kes ei õpi ja ei kavatses õppima minna. 29% tunnistab, et puudub huvi ja 28%, et puudub vajadus. 23%-l ei ole aega. Tervislikke põhjusi toob ettekäändeks 15%. 9% arvab, et õppimine on kallid. 9% kardab, et ei saa hakkama. 7%-l puudub lähedaste toetus.

Kuskohast saadakse infot täiskasvanu õppimisvõimaluste kohta? Kuskohast teatakse seda otsida?

Küsimus esitati kõikidele vastajatele. Rääkiv ja kirjutav meedia on allikaks, mida infoallikana pidas võimalikuks 49%. Veel teatakse infot otsida koolitusasutuste kodulehtedelt (32%), sotsiaalmeediast (26%) ja töötukassa kodulehelt (15%). Suust-suhu sõnum suhtlusvõrgustikus on infoallikaks 23%-le. Küsitlustulemused lubavad järeldada, et aktiivsed infootsijad on 20-39-aastased, sest just nemad otsivad ja saavad võrreldes teiste vanusrühmadega oluliselt rohkem infot sotsiaalmeediast, töötukassa kodulehelt ja tuttavatega vestlemisel. Koolitusasutuste kodulehekülgedelt otsivad ja saavad infot võrreldes teistega rohkem lisaks 20-39 aastastele ka 40-49 aastased.

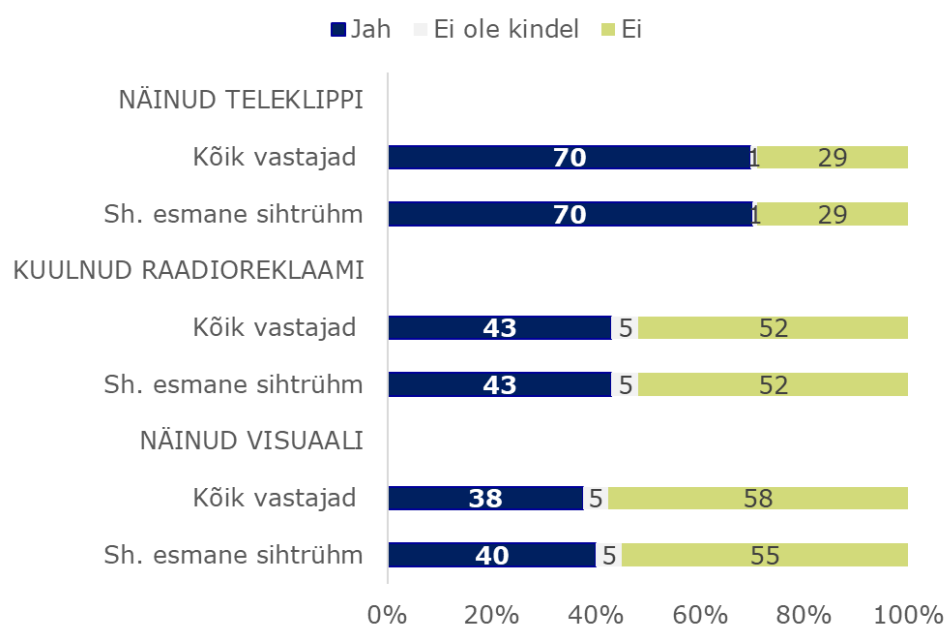
Milliseks hinnatakse info kättesaadavust täiskasvanute õppimisvõimaluste kohta?

Esmases sihtrühmas hindab 15% info kättesaadavust väga heaks ja 38% heaks. Viiendik, ehk 21% hindab seda rahuldavaks ning 6% pigem puudulikuks. 2% arvates on info kättesaadavus väga puudulik. Üldistades – pisut üle poole (53%) esmase sihtrühma arvates on info kättesaadavus hea või väga hea, 8% hinnangu järgi aga pigem puudulik või väga puudulik. Eestlased hindavad info kättesaadavust oluliselt paremaks kui mitte-eestlased. Mitte-eestlased taas võrreldes eestlastega annavad oluliselt rohkem hinnangut „rahuldav“ või „pigem puudulik“. Palju tuleb sellist hinnangut Ida-Virumaa vastajatelt.

TULEMUSED

1 Kampaaniamaterjalide märgatavus

Testisime teleklipi, raadioreklaami ja plakatreklaami märgatavust. Tulemusi esitab *joonis 2*, kus on näha kõikide vastajate (n=1212) kui ka esmase sihtrühma (vanuses 20-64) vastused.



Joonis 2 Reklaamikampaania jõudmine kogu elanikkonnani ja esmase sihtrühmani

Plakatreklaami märkas esmane sihtrühm pisut rohkem, kuid erinevus ei ole statistiliselt oluline.

1.1 Teleklipp

Kampaania tarbeks toodeti teleklipp (nii eesti- kui vene keeles).

KÜSIMUS 1: *Kas olete seda näinud?*

Vastavalt läbiviidava intervjuu keelele näidati vastajatele kas eesti- või venekeelset teleklippi.

70% vastajatest on telereklaami näinud, 29% ei ole. Vastust ei osanud anda 1% vastajatest.

Telereklaami märkasid eestlased (89%) oluliselt rohkem mitte-eestlastest (47%). Tulemus kõneleb ilmselt sellest, et venekeelne elanikkond ei jälgi telekanaleid, mis annavad edasi Eesti vaatajatele toodetud telereklaami.

1.2 Raadioreklaam

KÜSIMUS 2: *Kas olete seda raadioklippi kuulnud?*

Vastavalt läbiviidava intervjuu keelele lasti vastajatel kuulata kas eesti- või venekeelset raadioklippi. 43% vastajatest väidab end klippi kuulnud olevat, 52% mitte. Eestlased (49%) on klippi kuulnud oluliselt rohkem kui mitte-eestlased (29%). Huvitav on tõik, et oluliselt rohkem (59%) on raadioreklaami pannud tähele need, kellel on pooleli jäänud kutsekool.

1.3 Plakatreklaami märgatavus

KÜSIMUS 3: *Palun vaadake neid pilte. Kas need on teile tuttavad, kas olete neid näinud?*

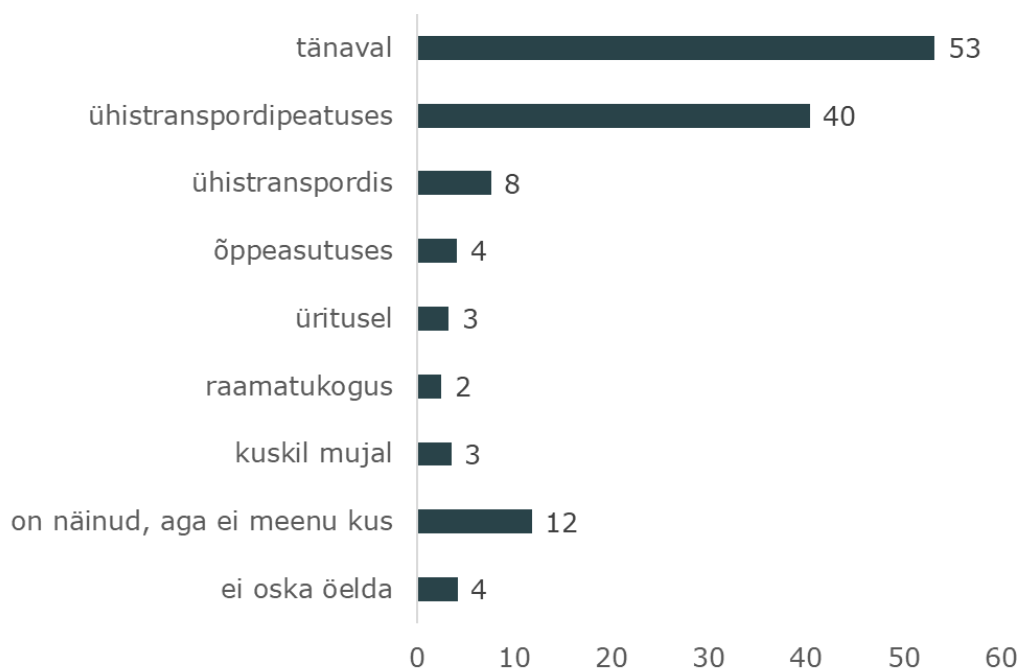




38% vastajatest on kampaaniapilte tähele pannud, 58% ei ole. Esmases sihtrühmas märkas pilte 40%, kuid pisike erinevus ei ole statistiliselt oluline.

Oluliselt rohkem on visuaalid silma jäänud kõrgharidusega vastajatele (46%), nendele, kellel on pooleli jäänud kõrgkool (48%) ja tallinlastele (53%).

Nendele, kellele plakatreklaam oli tuttav, esitati KÜSIMUS 4: *Palun meenutage, kus te olete näinud, kas...* Küsimus esitati 465-le vastajale. Vastusevariandid olid ette antud uuringu Tellija poolt. Tulemusi esitab *joonis 3*.



Joonis 3 Kohad, kus vastajad on kampaaniapilte näinud (% n=455, kaalutud)

Kuskil mujal, kus?: *Televisioonis, Instagramm*

Tänaval on plakateid märganud võrreldes teiste taustrühmadega oluliselt rohkem suuremate linnade elanikud (69%) ja tartumaalased (71%). Ühistranspordipeatuses 15-24 aastased (59%), õpilased ja üliõpilased (58%), mitte-eestlased (62%) ja tallinlased (59%). Õppeasutustes 8% õpilastest.

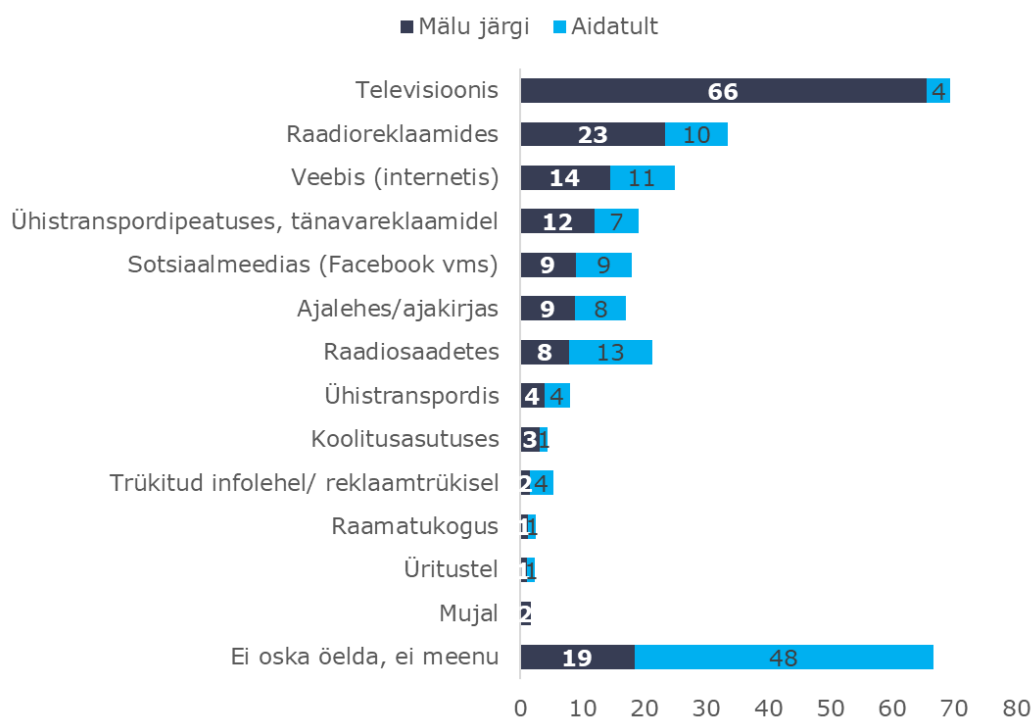
2 Kampaania infoallikad, selle üritustel osalemine ja kampaania mõju

2.1 Infoallikate spontaanne ja aidatud meenumine

Küsimus esitati kõikidele vastajatele. Kõigepealt mõõtsime spontaanset tuntuust ehk vastaja nimetas kõik allikad, mis talle meelde tulid ja seejärel luges küsitleja ette need allikad, mida vastaja ei nimetanud.

KÜSIMUS 5A: *Kus Te üldse olete viimasel ajal (septembri- ja oktoobrikuu jooksul) näinud, kuulnud, lugenud või märganud infot täiskasvanute õppimise kohta?*

KÜSIMUS 5B: *Kas Te olete näinud, kuulnud, lugenud või märganud infot täiskasvanute õppimise kohta...*



Joonis 4 Täiskasvanute õppimise kohta info märkamine kampaaniaperioodi jooksul (% n=1212)

Spontaanselt meenus televisioon 74%-le 40-49 aastastest ja 75%-le eestlastest. Raadioreklaami puhul torkas silma, et see meenus 39%-le nendest, kellel on pooleli jäänud õpingud kutsekoolis. 22% 20-29 aastastest, 20% 40-49 aastastest ja 20% kõrgharidusega vastajatest meenutas veebi. 15% 20-39 aastastest nimetas sotsiaalmeediat. 13% 35-49 aastastest ja 14% nendest, kellel on kõrgharidus mainis ajalehti ja ajakirju.

19% kõikidest vastajatest, seal hulgas 17% esmasest sihtrühmast ei suutnud nimetada mitte ühtegi allikat, mida pidi septembri- ja oktoobrikuu jooksul info täiskasvanu õppimise kohta nendeni oleks jõudnud. Ülejäänud oskasid nimetada vähemalt ühte kanalit, mille hulgas domineeris televisioon, väiksemal määral ka raadio ja veeb. Laias joones võib siit teha järelduse, et täiskasvanuõppe kampaania puudutas 81% elanikkonda, sealhulgas 83% kampaania esmast sihtrühma. Kui vaatame eraldi neid, kes ei kuulu esmasesse sihtühma (vanemad kui 64 aastased), siis nendest pani ühte või teist kampaaniategevust tähele 77%.

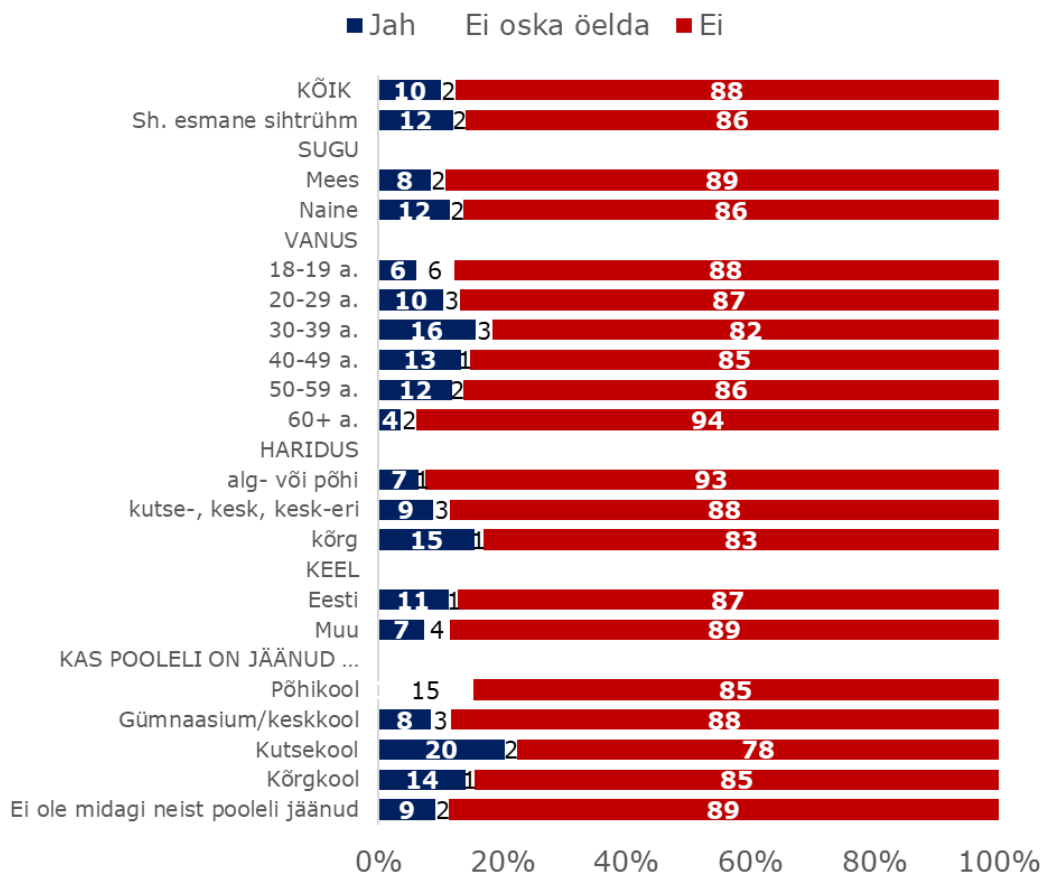
Seega töötab televisioon endiselt kõige efektiivsema kanalina mida pidi elanikkonnani üldse ja ka sihtrühmani jõuda. Mõju on ka raadiol ning veebil, kuid võrreldes telekanalitega kordades väiksem.

2.2 Täiskasvanuõppe üritustel osalemine

Järgnevad küsimused esitasime vaid üle 18-aastastele (n=1175).

KÜSIMUS 6: *Kas olete viimase kuue kuu jooksul osalenud üritustel, kus täiskasvanutele tutvustatakse õppimisvõimalusi, jagatakse infot ja õpetatakse uusi oskusi?*

Tulemusi esitab *joonis 5*. 12% esmasest sihtrühmast väidab end üritustel osalenud olevat, 86% mitte. Teiste taustrühmadega võrreldes rohkem 30-39 aastased (16%), kõrgharidusega vastajad (15%) ja need, kelle peres on lapsed (14%).



Joonis 5 Täiskasvanuõppe üritustel osalemine (% n=1163 kaalutud)

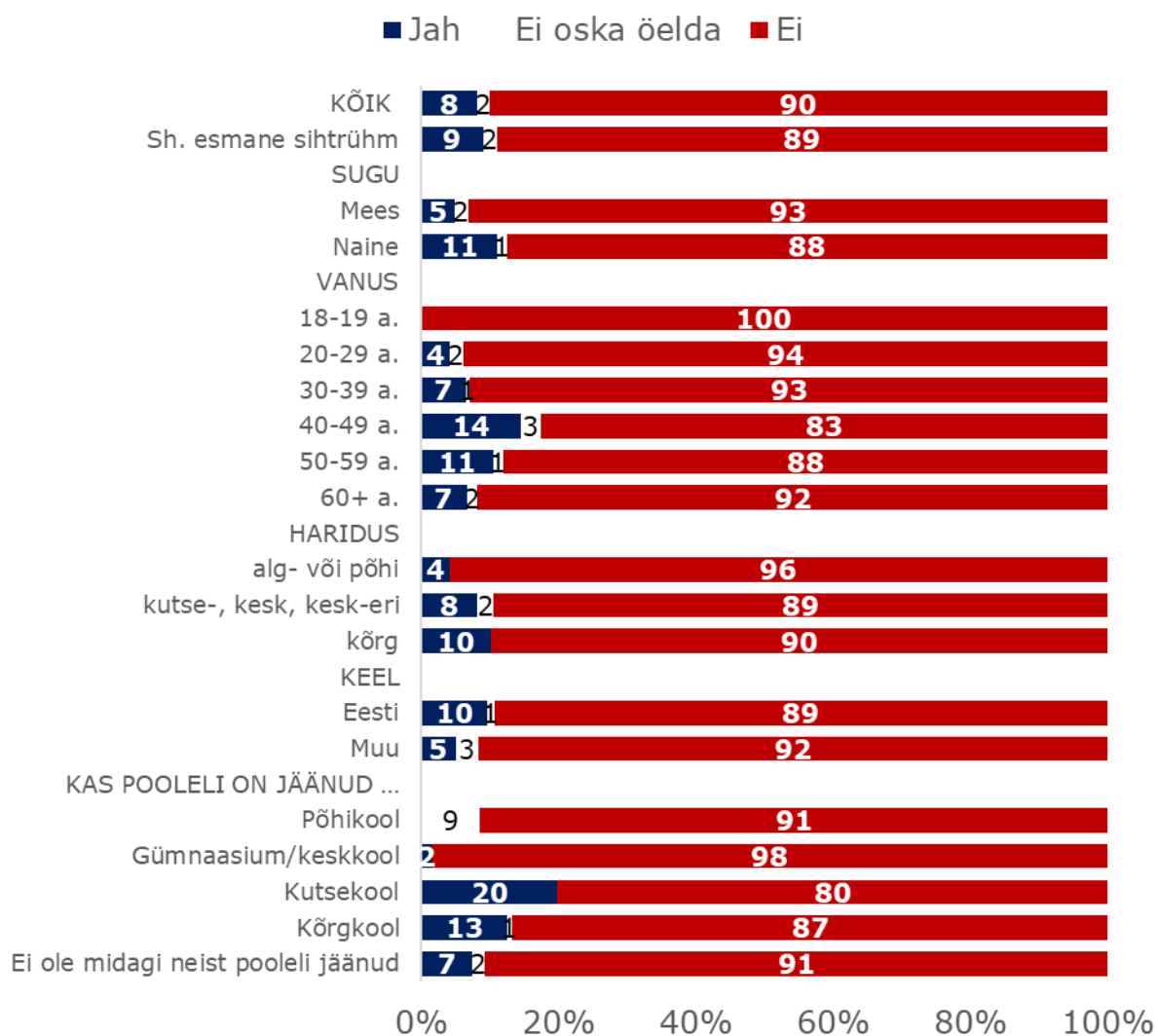
Kui vaadata seda, kas täiskasvanuõppe üritustel on osalenud need, kellel pooleli jäänud õppimine mõnel haridustasemel, siis kasutades esindusliku juhuvalimi üldistusjõudu osales üritustel 4000 ümber neid, kellel on pooleli jäänud gümnaasium või keskkool, 10 000 ümber neid, kes on pooleli jätnud keskkooli ja 15 000 kanti kõrgkooli pooleli jätnud. Üldse võis üritustel osaleda 97 000 kampaania esmase sihtrühma esindajat. Esitatud numbrid on indikatiivsed nende väga suure veapiiri tõttu. Esmase sihtrühma puhul näitab veapiir vahemikku, mille puhul osalejaid ei olnud mitte vähem kui 80 000 kuid ka mitte rohkem kui 114 477.

2.3 Täiskasvanuõppe nädal (TÕN)

KÜSIMUS 7: *Kas olete kuulnud, lugenud, osa võtnud täiskasvanud õppija nädala (lühendatult: TÕN) üritustest oktoobris?*

Küsimus esitati 1175-le vastajale. Küsimus on sõnastatud uuringu Tellija poolt ja ei mõõda seda, kui paljud tegelikult täiskasvanu õppe nädalal osalesid vaid pigem seda, kui paljudeni sellise nädala kohta info jõudis, liites sinna ka need, kes nädalast osa võtsid.

Tulemusi esitab *joonis 6*.



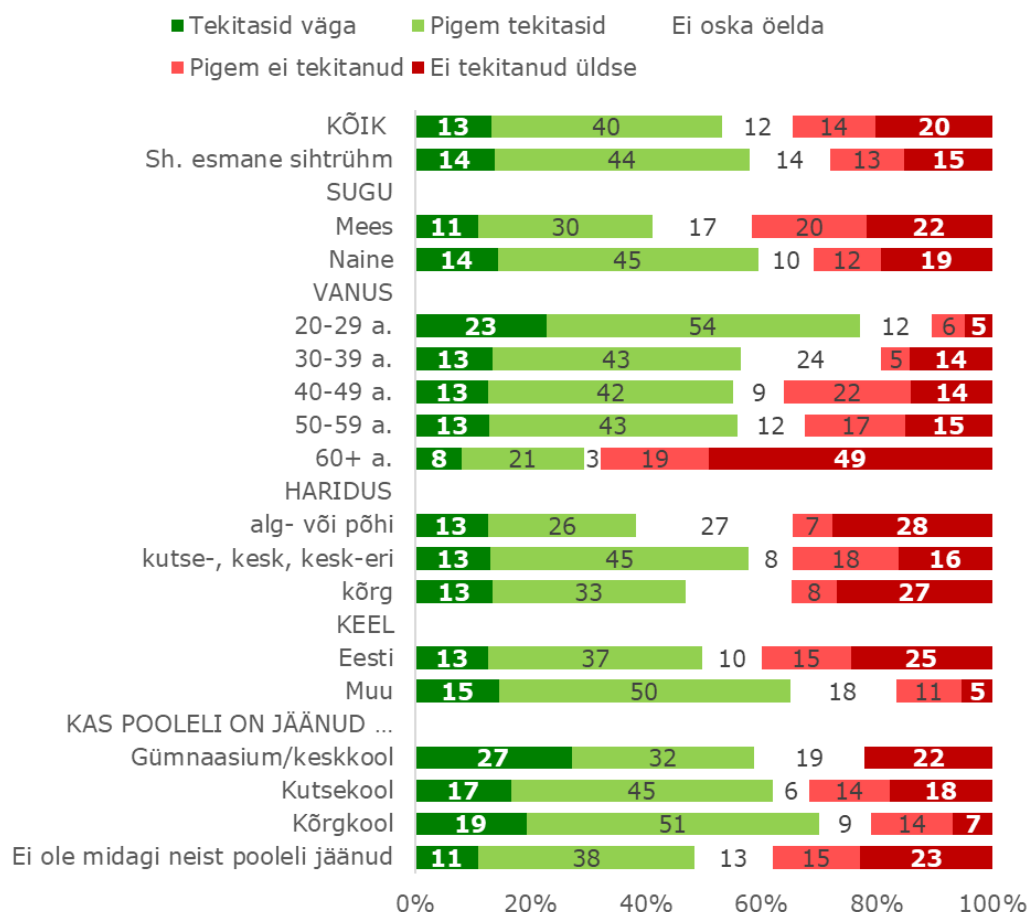
Joonis 6 Kuulnud, lugenud, osa võtnud täiskasvanuõppe nädalast (% n=1163 kaalutud)

Naisteni jõudsid TÕN-i üritused oluliselt rohkem (11%) kui meesteni (5%). Vanuserühmadest kõige enam 40-49 aastasteni (14%). Ka nendeni, kes on pooleli jäänud kutsekooli. Maakondadest paistis silma Jõgevamaa (27%), kuid arvesse tuleb võtta seda, et vastavalt Eestimaa proportsionaalsele geograafilisele jaotusele oli valimi suurus Jõgevamaal vaid 24 vastajat.

2.4 Täiskasvanuõppe nädala mõju

Järgnev küsimus esitati neile (n=180) on kuulnud, lugenud või osa võtnud täiskasvanud õppija nädala üritustest.

KÜSIMUS 8A: *Mil määral täiskasvanud õppija nädala üritused tekitasid Teis huvi enesetäiendamise vastu?* Tulemusi esitab joonis 7.



Joonis 7 TÕN enesetäiendamise motivaatorina (n=173 kaalutud)

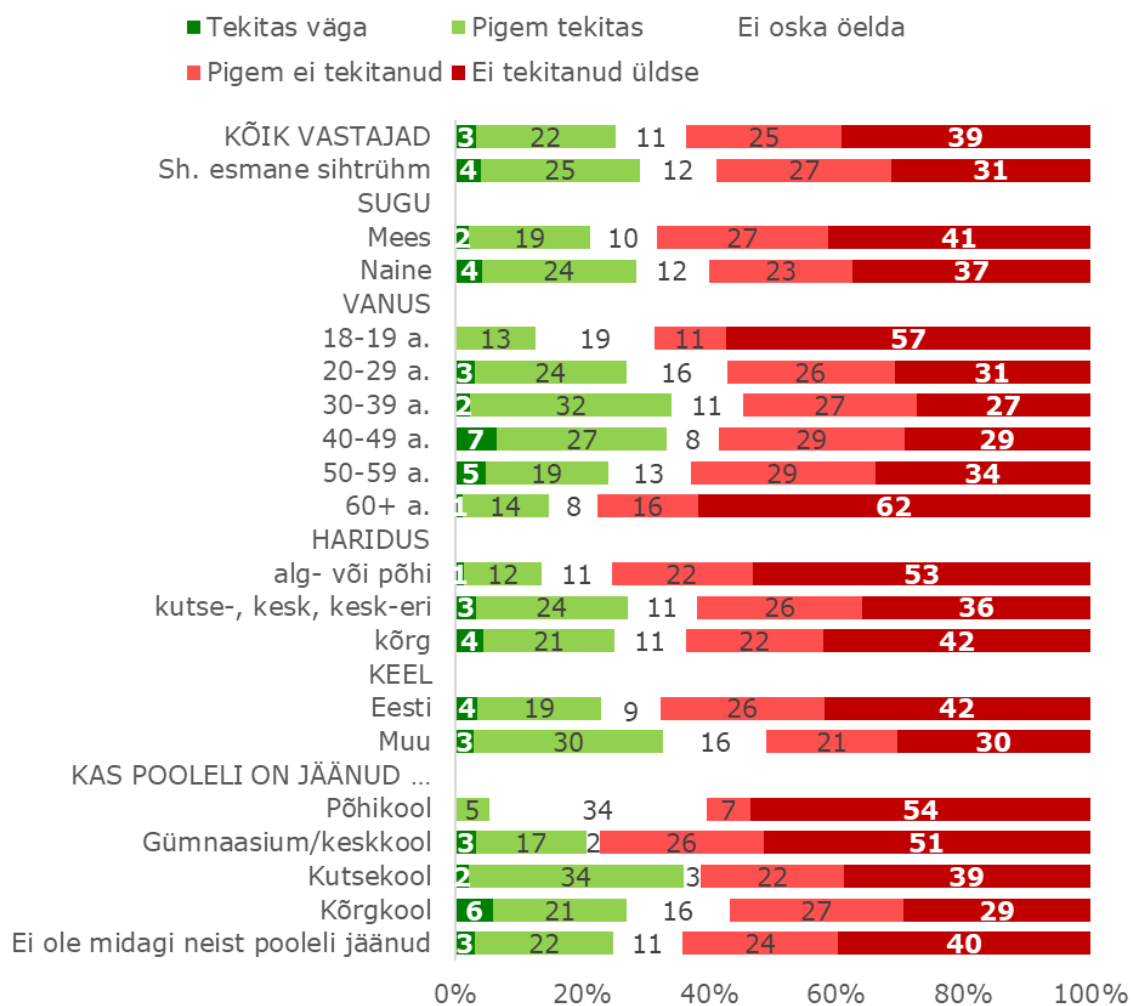
Esmase sihtrühma hulgas tekkis rohkem kui pooltel (58%) nendest, kelleni täiskasvanuõppe nädala ürituste info jõudis või kes seal ise osalesid, huvi enesetäienduse vastu. Ehk lihtsustades - **igast kümnest nädalast teadlikust või sellel osalenust tekkis huvi ennast täiendada kuuel.**

2.5 Jällekooli.ee kampaania mõju

KÜSIMUS 8B: *Mil määral kampaania "Jätka õpinguid koos teiste täiskasvanutega!" ehk jällekooli.ee tekitasid Teis huvi enesetäiendamise vastu?*

Küsimus esitati nendele, kes olid märganud tele-/raadio- ja või plakatreklaami (n=970). Tulemusi esitab *joonis 8*.

Kampaania tekitas suurema või väiksema huvi 29% esmasesse sihtrühma kuujate hulgas ja huvi ei tekkinud 59%-s nendes, kellele kampaania oli suunatud. Joonisel näeme, et 27% esmasest sihtrühmast vastas „pigem ei tekitanud“ ja 31% vastas „ei tekitanud üldse“. Kahe suhtarvu peast kokku liitmine annab vastuse 58%. Tegelikult on aga õige 59%, sest suhtarvude ümmardamine põhjustab nihke 1%.



Joonis 8 Jällekooli.ee enesetäiendamise motivaatorina (n=950 kaalutud)

Motiveerivalt mõjus (vastusevariant „pigem tekitas“) võrreldes teiste taustrühmadega „Jätka õpinguid koos teiste täiskasvanutega“ kampaania 30-39 aastastele (32%), mitte-eestlastele (30%) ja keskastmespetsialistidele (29%). Teiselt poolt torkas seesama keskastmespetsialistide rühm silma sellega, et nende hulgas oli ka oluliselt rohkem neid kes valisid vastusevariandi „pigem ei tekitanud (30%).“

3 Täiskasvanuõppe motivaatorid ja barjäärid

3.1 Pooleli jäänud haridustee

Küsimus 11: *Kas Teil on jäänud lõpetamata, st jätsite pooleli õpingud mõnes nendest koolidest?* esitati kõikidele üle 18-aastastele.

79% valisid vastusevariandi, et neil ei ole jäänud haridus pooleli mitte ühelgi astmel. 21% aga vastas, et on. Kasutades esindusliku juhuvalimi üldistusjõudu võime järeldada, et 21% Eesti sootsiumist on jätnud mõne haridustaseme pooleli. Allolev tabel esitab arvulised näitajad, mis on tuletatud küsitlustulemuste põhjal kasutades neid laiendustena üldkogumile. Tabel kehtib kampaania esmase sihtrühma (20-64 aastased) kohta.

Tabel 2 Esmase sihtrühma lõpetamata jäänud koolid

Haridusaste	%	Laiendus rahvastikule	Veapiirid ¹ (vahemik)
Põhikool	1	7324	2289 – 12 358
Keskool või gümnaasium	4	30 027	19 9882 – 40 072
Kutsekool	5	43 076	31 148 – 55 004
Kõrgkool	11	87 258	70 798 – 103 728

3.2 Sellel aastal õppimise alustamine

KÜSIMUS 9A: Kas olete sellel aastal alustanud millegi uue õppimisega, et ennast täiendada? 22% (esmasest sihtrühmas 26%) vastas jaatavalt, 76% (esmasest sihtrühmas 73%) eitavalt.

Tüüpilised jaatavalt vastajad: 20-39 aastased (34%), kõrgharidusega vastajad (34%), juhid ja tippspetsialistid (34%), üliõpilased (52%); **need, kellel on vahepeal lõpetamata jäänud kõrghariduse omandamine (31%)**. Sellised tulemused võivad alust panna järeltule, et need, kellel on õppimisharjumus, tegelevad ka enesetäiendamisega.

11% üle 64-aastastest väitsid, et ka nemad on alustanud millegi uue õppimisega.

Tüüpilised eitavalt vastajad – eakamad ja mitte esmasesse sihtrühma kuuluvad (88%); alg- või põhiharidusega vastajad (83%); need, kes elavad maapiirkonnas (82%). Võrreldes teiste Eesti maakondadega need, kes elavad Hiiumaal, Jõgevamaal, Järvamaal, Raplamaal, Valgamaal.

3.3 Kavatsused õppimise alustamiseks

KÜSIMUS 9B: Kas kavatsete alustada millegi uue õppimisega, et ennast täiendada?

31% kavatsevad ja 58% ei kavatse. Esmases sihtrühmas on jaatavalt vastajate hulk oluliselt suurem (37%).

Tüüpilised jaatavalt vastajad: 20-39 aastased (47%); need, kellel on kõrgharidus (41%); **mitte-eeslased (37%)**, leibkonnas on alla 18-aastased (43%), juhid ja tippspetsialistid (44%), keskastme spetsialistid (40%), üliõpilased (57%), tallinlased (43%). Need, kellel on kõrghariduse omandamine pooleli jäänud (45%)

14% eakamatest (>64 eluaastat) kavatseb ennast täiendada.

Tüüpilised eitavalt vastajad: **50-64 aastased (69%)**; maapiirkondade elanikud (67%). Kui tallinlased torkavad silma suurema innukusega millegi uue õppimisega, siis harjumaalaste hulgas on oluliselt rohkem neid, kes seda teha ei kavatse (69%). Maakondadest torkavad silma leige kavatsusega enesetäiendamise osas Hiiumaa, Pärnumaa ja Saaremaa.

¹ Veapiiri veergu tuleb lugeda: mitte vähem kui.... kuni mitte rohkem kui ...)

3.4 Motiivid enesetäiendamiseks

KÜSIMUS 14. *Mis alljärgnevast motiveerib Teid alustama õpinguid täiskasvanuna?*

Küsimus esitati nendele, kes on alustanud või kellel on kavas alustada millegi uue õppimisega (n=438). Valikvastuste loetelu pakkus välja käesoleva uuringu Tellija.



Joonis 9 Enesetäiendamise motiivid (% n=443, kaalutud)

Saada uusi teadmisi ja oskusi – suunav, kuid loogiline vastusevariant, mida vastanud ka kõige enam pakkusid. Teistest enam 18-24 aastased (80%) ja need, kellel on kõrgharidus (76%).

Et paremini tööga toime tulla – 58% tartumaalastest.

Õppimine on huvitav – 53% nendest, kellel on kõrgharidus, 46% juhtidest ja tippspetsialistidest.

Rohkem raha teenida – 45% 20-29 aastastest, 60% üliõpilastest, 49% nendest, kes elavad suuremates linnades (v.a. Tallinna). 78% nendest, kellel on kutsekool pooleli jäänud.

Et oma eluga paremini toime tulla - 45% 20-29 aastastest.

Rutiinist välja saada – 38% 30-39 aastastest.

Karjääri teha – 40% 20-39 aastastest.

Soovin lapsele/lastele eeskujuks olla – 27% naistest, 33% nendest, kelle peres on lapsed.

Soovin leida uusi tutvusi – 40% 18-24 aastaseid; 45% nendest, kellel on põhiharidus.

Alustada ettevõtlusega - 35% 18-24 aastastest.

Eelnevalt on esitatud nende sotsiaal-demograafiliste tunnustega vastajate vastused, mis erinevad teistest statistiliselt oluliselt. See võimaldab välja lugeda teatud mustrit:

Kõige nooremad (kuni 30 aastased) tahavad saada uusi oskusi ja teadmisi selleks, et rohkem raha teenida, leida uusi tutvusi, alustada ettevõtlusega. See kõik võimaldab neil oma eluga edasi minna ja järelkult ennast paremini tunda.

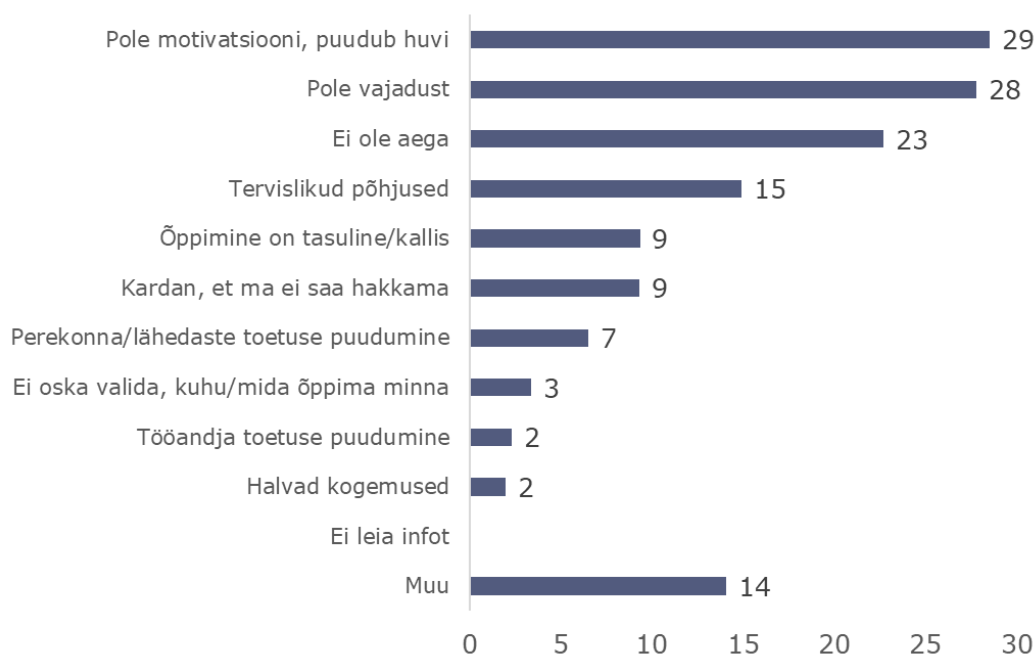
Ka 30-39 aastased tahavad karjääri teha kuid ka senisest rutiinist välja saada, seega alustada midagi uut enne keskea lävele jõudmist.

Juhid ja tipp-spetsialistid on oma karjääriredelil soovitu saavutanud ja nende jaoks on uue õppimine lihtsalt huvitav.

Naised soovivad õppimisega olla eeskujuks oma lastele võrreldes meestega rohkem.

3.5 Barjäärid õppima asumiseks

Küsimus 13 esitati nendele, kel mõni haridustase on jäänud poolele ja kes ei õpi ja ei kavatse õppima minna: *Mis alljärgnevast takistab Teid õppima asumast?* Valikvastuste loetelu pakkus välja käesoleva uuringu Tellija.



Joonis 10 Õppimise alustamise barjäärid (% n=135, kaalutud)

Kaks kõige rohkem iseloomulikku vastusevarianti, millele ligi kolmandik valis on oma olemuselt sarnased – kui pole vajadust, pole ka huvi, järelikult puudub motivatsioon. Tüüpiline oli motivatsioonipuudus nendele, kes niikuinii kampaania esmase sihtrühma hulka ei kuulu.

Esmase sihtrühma kõige suurem barjäär oli see, et neil ei ole aega (34%), kusjuures see vastusevariant domineeris kõige enam 40-49 aastaste puhul (45%).

Seda, et õppimisvõimaluste kohta ei leia infot, ei toonud ettekäandeks mitte üksi vastaja.

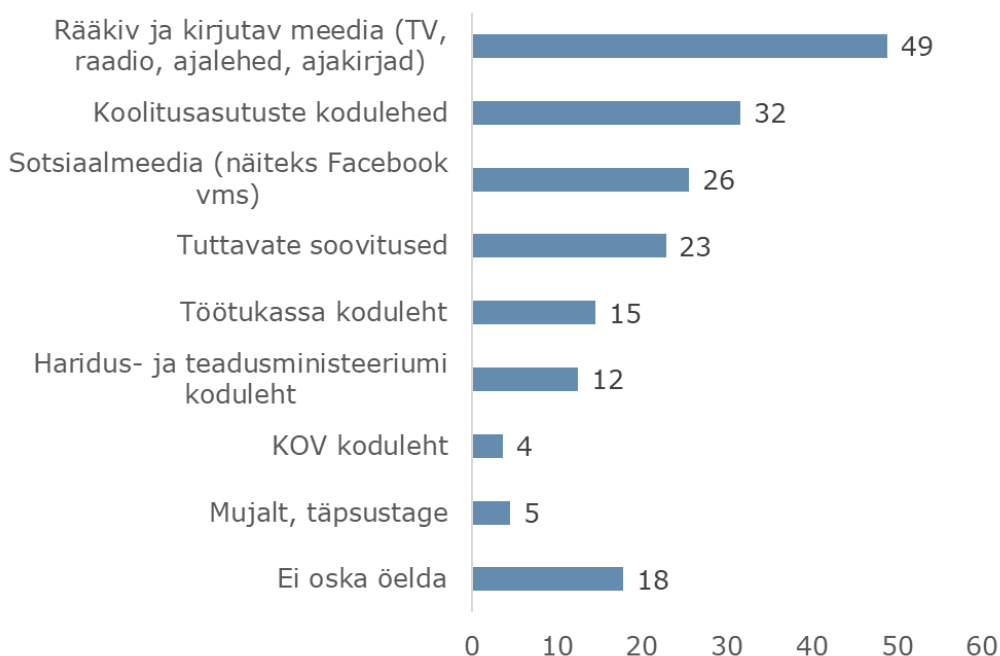
Muud põhjused, ehk vastajate omasõnalised väljaütledused kinnitasid seda, et vastaja arvab ennast liiga vanaks, et õppima asuda. Siiski toodi ettekäandeks ka logistilised põhjused, mis tähendab, et on keeruline või võimatu oma elukohast pääseda sinna ja tagasi, kus enesetäiendamise võimalused on olemas.

4 Täiskasvanuõppe info kättesaadavus

4.1 Võimalikud infoallikad

KÜSIMUS 11: *Kust Te saaksite infot täiskasvanute õppimisvõimaluste kohta?*

Valikvastustega küsimus esitati kõikidele vastajatele alates 18-ndast eluaastast.



Joonis 11 Võimalikud allikad kust saaks teada täiskasvanute õppimisvõimaluste kohta (% n=1163, kaalutud)

Rääkiv ja kirjutav meedia on allikaks, millest otsiks infot 49%. Veel teatakse infot otsida koolitusasutuste kodulehtedelt (32%, esmane sihtrühm 39%), kusjuures seda teeks 47% 20-49 aastastest. 44% kõrgharidusega vastajatest. 43% juhtidest ja tippspetsialistidest, 47% keskastme spetsialistidest. 46% nendest, kellel on kõrgkool pooleli jäänud.

Sotsiaalmeediast otsiks 26% (32% esmasest sihtrühmast). Aktiivsemad otsijad on 20-39 aastased (44%). Huvitav on see, et venekeelt suhtluskeelena kasutajad teeks seda oluliselt rohkem (32%) kui eestlased (23%). 34% ida-virumaalastest. Pooled üliõpilastest.

Üsna oluliseks allikaks on ka suust-suhu sõnum suhtlusvõrgustikus (23%) ehk tuttavate soovitusel. Tuttavate soovitusi päriks 30% 20-39 aastastest.

Töötukassa kodulehte külastaks 22% 20-39 aastastest. 18% esmasest sihtrühmast. 20% vene keeles suhtlejatest (taas oluliselt rohkem kui eesti keelt peamise suhtluskeelena kasutajad). 27% nendest, kes elavad Ida-Virumaal.

Haridus- ja teadusministeeriumi kodulehelt taipaks infot otsida 15% esmasesse sihtrühma kuulujatest. Teistest enam 20-29 aastased (19%), need, kellel on kõrgharidus (samuti 19%), 24% juhtidest ja tippspetsialistidest, 20% nendest, kellel on jäänud lõpetamata kõrgkool.

Küsitlustulemused lubavad järeldada, et aktiivsed infootsijad on 20-39-aastased, sest just nemad otsivad ja saavad võrreldes teiste vanusrühmadega oluliselt rohkem infot

sotsiaalmeediast, töötukassa kodulehelt ja tuttavatega vestlemisel. Koolitusasutuste kodulehekülgedelt otsivad ja saavad infot võrreldes teistega rohkem lisaks 20-39 aastastele ka 40-49 aastased. Mitte-estlased otsiks infot rohkem töötukassa kodulehelt ja sotsiaalmeediast. Teadus- ja haridusministeeriumi kodulehelt aga need, kelle on kõrgharidus või on see jäänud pooleli.

4.2 Hinnangud info kättesaadavusele

KÜSIMUS 12: *Milliseks hindate info kättesaadavust täiskasvanute õppimisvõimaluste kohta?*

Väga heaks hindab info kättesaadavust 15%. Naised oluliselt rohkem (18%) kui mehed (10%). Eestlased (18%) oluliselt rohkem kui mitte-estlased (10%). Võrreldes teiste maakondadega rohkem need, kes elavad Lääne-Virumaal, Põlvamaal ja Võrumaal.

„Pigem hea“ hinnangu annab 35%. 46% 20-29 aastastest. 41% kõrgharidusega vastajatest. Eestlased (39%) oluliselt rohkem mitte-estlastest (25%). 42% juhtidest ja tippspetsialistidest. Teistest maakondadest enam Järvamaa, Raplamaa ja Saaremaa.

Rahuldav on info kättesaadavus 20% arvates. Võrreldes teiste taustrühmadega annavad sellise hinnangu tüüpilisemalt mitte-estlased (26%) ja 27% nendest, kes elavad Ida-Virumaal.

„Pigem puudulik“ hinnang tuleb kõige enam Ida-Virumaalt (18%). Esmasest sihtrühmast annab sellise hinnangu 6%.

Väga puudulik on info kättesaadavus 2% arvates.

Seega pisut üle poole (53%) esmase sihtrühma arvates on info kättesaadavus hea või väga hea, 8% hinnangu järgi aga pigem puudulik või väga puudulik.

KÜSIMUSTIK

1 TÄISKASVANUHARIDUSE TEAVITUSKAMPAANIA

1. Kas olete seda teleklippi näinud? **VASTAVALT INTERVJUU KEELELE:**

<http://www.jallekooli.ee/#> (est)

<http://www.jallekooli.ee/rus#> (rus)

Jah	1
Ei	2
Ei oska öelda	99

2. Kas olete seda raadioklippi kuulnud? **VASTAVALT INTERVJUU KEELELE:**

.....(est)

.....(rus)

Jah	1
Ei	2
Ei oska öelda	99

3. Palun vaadake seda plakatit. Kas see on Teile tuttav, kas olete seda näinud?

VISUAAL

Jah	1
Ei	2
Ei oska öelda	99

4. **KUI JAH KÜS 3:** Palun meenutage, kus Te olete seda näinud? Kas... **VÕIB MITU**

VASTUST

tänaval	1
ühistranspordipeatuses	2
ühistranspordis	3
raamatukogus	4
üritusel	5
õppeasutuses	6
kuskil mujal, kus?	7
olete näinud, aga ei meenu kus	8
ei oska öelda	99

KÕIK VASTAJAD:

- 5A. Kus Te üldse olete viimasel ajal (septembri- ja oktoobrikuu jooksul) näinud, kuulnud, lugenud või märganud infot täiskasvanute õppimise kohta?

SPONTAANNE. MITTE AIDATA! VÕIB MITU VASTUST

Televisioonis	1
Raadioreklaamides	2
Raadiosaadetes	3

Veebis (internetis)	4
Sotsiaalmeedias (Facebook vms)	5
Ühistranspordipeatuses, tänavareklaamidel	6
Ühistranspordis	7
Raamatukogus	8
Koolitusasutuses	9
Lasteaias	10
Üritustel	11
Ajalehes/ajakirjas	12
Trükitud infolehel/ reklaamtrükisel	13
Mujal, kus? _____	14
Ei oska öelda, ei meenu	99

KUVA, NEED, MIDA VASTAJA EI MAININUD SPONTAANSELT:**5B. Kas Te olete näinud, kuulnud, lugenud või märganud infot täiskasvanute õppimise kohta...**

televisioonis	1
raadioreklaamides	2
raadiosaadetes	3
veebis (internetis)	4
sotsiaalmeedias (Facebook vms)	5
ühistranspordipeatuses, tänavareklaamidel	6
ühistranspordis	7
raamatukogus	8
koolitusasutuses	9
lasteaias	10
üritustel	11
ajalehes/ajakirjas	12
trükitud infolehel/reklaamtrükisel	13
ei oska öelda, ei meenu	99

VASTAJAD VANUSES 18+ A.:15-17 aastastega järgmine plokk, **18+ JÄTKAB****6. Kas olete viimase kuue kuu jooksul osalenud üritustel, kus täiskasvanutele tutvustatakse õppimisvõimalusi, jagatakse infot ja õpetatakse uusi oskusi?**

Jah	1
Ei	2
Ei oska öelda	99

7. Kas olete kuulnud, lugenud, osa võtnud täiskasvanud õppija nädala (lühendatult: TÕN) üritustest oktoobris?

Jah	1
Ei	2
Ei oska öelda	99

KUVA, KUI "Jah" KÜSIMUSES 6 JA/VÕI 7:

8A. Mil määral täiskasvanud õppija nädala üritused tekitasid Teis huvi enesetäiendamise vastu?

Tekitasid väga	1
Pigem tekitasid	2
Pigem ei tekitanud	3
Ei tekitanud üldse	4
Ei oska öelda	99

KUVA, KUI K1=1; K2=1; K3=1; (KUI MÕNIGI "JAH" KÜSIMUSTES 1,2,3,)

8B. Mil määral kampaania "Jätka õpinguid koos teiste täiskasvanutega!" ehk jällekooli.ee tekitasid Teis huvi enesetäiendamise vastu?

Tekitas väga	1
Pigem tekitas	2
Pigem ei tekitanud	3
Ei tekitanud üldse	4
Ei oska öelda	99

KÕIGILT vanuses 18+:

9A. Kas olete sellel aastal alustanud millegi uue õppimisega, et ennast täiendada?

Jah	1
Ei	2
Ei oska öelda	99

9B. Kas kavatsete alustada millegi uue õppimisega, et ennast täiendada?

Jah	1
Ei	2
Ei oska öelda	99

10. Kas Teil on jäänud lõpetamata, st jätsite pooleli õpingud mõnes nendest koolidest? VÕIB MITU VASTUST

Põhikool	1
Gümnaasium/keskkool	2
Kutsekool	3
Kõrgkool	4
Ei ole midagi neist pooleli jäänud	5

11. Kust Te saaksite infot täiskasvanute õppimisvõimaluste kohta? VÕIB MITU VASTUST

Rääkiv ja kirjutav meedia (TV, raadio, ajalehed, ajakirjad)	1
Koolitusasutuste kodulehed	2
Haridus- ja teadusministeeriumi koduleht	3
KOV koduleht	4
Töötukassa koduleht	5
Tuttavate soovitusel	6

Sotsiaalmeedia (näiteks Facebook vms)	7
Mujalt, täpsustage:.....	8
Ei oska öelda	99

12. Milliseks hindate info kättesaadavust täiskasvanute õppimisvõimaluste kohta?

Väga heaks	1
Pigem heaks	2
Rahuldavaks	3
Pigem puudulikuks	4
Väga puudulikuks	5
Ei oska öelda	99

KUVA, KUI K10=1,2,3, VÕI 4 JA 9B=2/3 JA 9A=2/3, SEEGA: MÕNI HARIDUSTASE ON JÄÄNUD POOLELI, EI ÕPI JA EI KAVATSE KA ÕPPIMA MINNA:

13. Mis alljärgnevast takistab Teid õppima asumast? VÕIB MITU VASTUST

Perekonna/lähedaste toetuse puudumine	1
Tööandja toetuse puudumine	2
Ei leia infot	3
Ei oska valida, kuhu/mida õppima minna	4
Kardan, et ma ei saa hakkama	5
Õppimine on tasuline/kallis	6
Halvad kogemused	7
Tervislikud põhjused	8
Pole vajadust	9
Pole motivatsiooni, puudub huvi	10
Ei ole aega	11
Muu, mis?	12

KUVA, KUI 9A=1 VÕI 9B= 1 (ON ASUNUD ÕPPIMA VÕI KAVATSEB)

14. Mis alljärgnevast motiveerib Teid alustama õpinguid täiskasvanuna? VÕIB MITU VASTUST

Soovin saada uusi teadmisi, oskusi	1
Soovin paremini tööga toime tulla	2
Soovin üldse oma eluga paremini toime tulla	3
Soovin alustada ettevõtlusega	4
Soovin rohkem raha teenida	5
Õppimine on huvitav	6

Soovin lapsele/lastele eeskujuks olla	7
Soovin leida uusi tutvusi	8
Soovin karjääri teha	9
Soovin rutiinist välja saada	10
Muu, mis?	11