

**TURU-
UURINGUTE**
AS

www.turu-uuringute.eu

ETKA Andras

Täiskasvanuhariduse kampania

märqatavus

2019 november

Elanikkonna küsitlus



Euroopa Liit
Euroopa Sotsiaalfond



Eesti
tuleviku heaks

Sisukord

1	Uuringu taust	3
1.1	Tagapõhi ja eesmärk	3
1.2	Valimi disain	4
1.3	Esinduslik valim ja tulemuste üldistamine	4
1.4	Küsitlustöö ja andmetöötlus	4
1.5	Projekti läbiviijad	6
	Kokkuvõte	7
	Tulemused	11
2	Kampaaniamaterjalide märgatavus	11
2.1	Spontaanne ja aidatud meenumine	11
2.2	Teleklipp	13
2.3	Veebiseriaal	13
2.4	Raadioklipp	14
2.5	Välireklaami märgatavus	14
3	Kampaania üritused, nendel osalemine ja kampaania mõju	15
3.1	Osalemine täiskasvanutele suunatud õppimisvõimalusi tutvustavataval üritustel	15
3.2	Täiskasvanud õppija nädala (TÕN) üritused	16
3.3	Kampaania „Õpi midagi uut koos teiste täiskasvanutega“ mõju	17
4	Täiskasvanuõppe motivaatorid ja barjäärid	18
4.1	Sellel aastal õppimise alustamine	18
4.2	Kavatsused õppima asumiseks	18
4.3	Motiivid enesetäiendamiseks	19
4.4	Barjäärid õppima asumiseks	21
5	Täiskasvanuõppe info kättesaadavus	23
5.1	Võimalikud infoallikad	23
5.2	Hinnangud info kättesaadavusele	24
	KÜSIMUSTIK	26

1 Uuringu taust

Käesolev aruanne on koostatud Turu-uuringute AS-i poolt 31.10. – 10.11.2019 läbi viidud üleriigilise küsitluse tulemuste põhjal. Uuring on tellitud Euroopa Sotsiaalfondist kaasrahastatud tegevuse/programmi “Täiskasvanuhariduse edendamine ja õppimisvõimaluste avardamine” raames ja tellijaks on Eesti Täiskasvanuhariduse Koolitajate Assotsiatsioon Andras.

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

1.1 Tagapõhi ja eesmärk

Sügiseti viiakse läbi ulatuslikku täiskasvanuhariduse kampaaniat, mida vahendatakse läbi erinevate kommunikatsioonikanalite (telereklaam, raadioreklaam, välireklaam, veebireklaam). Käesolev aruanne mõõdab ja hindab kampaania märgatavust sihtrühmas ja kogu elanikkonna hulgas. Sarnaseid kampaaniaid on läbi viidud ka 2017. ja 2018. aastal samal ajal. Käesolev aruanne sisaldab võrdlust ka toonaste tulemustega.

Täiskasvanuhariduse kampaania eesmärgiks oli suurendada õppivate täiskasvanute hulka, tõsta täiskasvanute teadlikkust õppimisvõimaluste kohta ning kujundada positiivseid hoiakuid elukestva õppe suhtes. Esmaseks sihtrühmaks olid potentsiaalsed õppijad (Eesti elanikud) vanuses 25–64 eluaastat – nii eestlased kui ka mitte-eestlased – ja sekundaarseks sihtrühmaks kõik Eesti elanikud.

Üleriigilise küsitluse eesmärk oli teada saada:

- Kas ja kus on märgatud üleskutsest hakata õppima midagi uut koos teiste täiskasvanutega?
- Kas on märgatud kampaania teleklippi, veebiseriaale www.jallekooli.ee lehel, raadioklippi, väliplakateid?
- Kuivõrd veebiseriaal tekitas huvi õppimisvõimaluste vastu?
- Kas on osaletud viimase kuue kuu jooksul üritustel, mis tutvustavad täiskasvanute õppimisvõimalusi?
- Kas ollakse teadlik või ollakse osa võtnud täiskasvanud õppija nädalast (TÕN)? Mil määral see tekitas huvi õppida midagi uut?
- Mil määral tekitas huvi kampaania „Õpi midagi uut koos teiste täiskasvanutega“ enesetäiendamise vastu?
- Kas ollakse aastal 2019 alustatud millegi uue õppimisega, et ennast täiendada? Kas kavatakse alustada millegi uue õppimisega?
- Millised on infoallikad, kui tahetaks alustada millegi uue õppimisega, et end täiendada?

- Milliseks hinnatakse info kättesaadavust õppimisvõimaluste kohta koos teiste täiskasvanutega?
- Mis takistab neid, kes huvi õppimise ja enesetäiendamise vastu üles ei näita, õppima asumast?
- Mis motiveerib alustada õpinguid täiskasvanuna?

1.2 Valimi disain

Uuringu valim (n=1300) on jaotatud kaheks. Silmast silma küsitluse (n=500) viisime läbi **tahvelarvutite abil** (TAPI – *tablet assisted personal interview*), mis võimaldas ankeeti programmeerida automaatseid suunamisi, näidata vastajatele teleklippe ja visuaale ning lasta kuulata audioklippi. Intervjuu toimus kas eesti või vene keeles lähtuvalt vastaja suhtluskeelest.

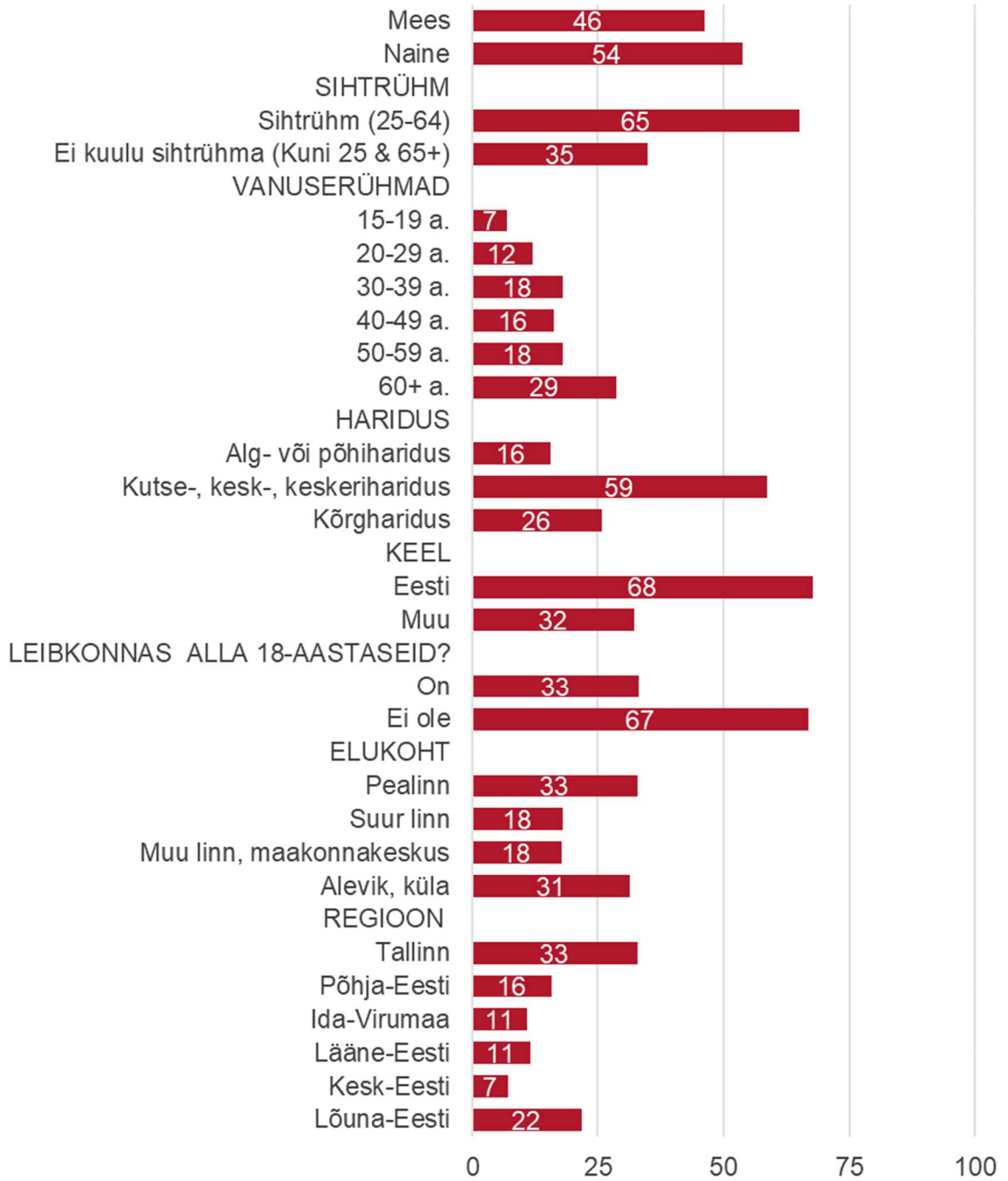
Samaaegselt viisime läbi küsitluse Turu-uuringute AS-i veebipanelistide hulgas (n=800). Panelistidele saatsime kutsed uuringus osaleda, arvutades enne välja valimi struktuuri, nii et see oleks esinduslik vastajate soo, vanuse, keele (eesti või vene) ja nende elukoha järgi.

1.3 Esinduslik valim ja tulemuste üldistamine

Kuna tegemist on esindusliku valimiga (st peegeldab Eesti elanikkonna vanuselist, soolist ja geograafilist jaotust), siis saab küsitlustulemusi laiendada kogu üldkogumi käitumisele, arvesse võttes veapiiri. Mida väiksemaarvulisem taustrüüm küsitlusvalimis, seda suurem on veapiir.

1.4 Küsitlustöö ja andmetöötlus

Pärast küsitluse lõppemist võrdlesime küsitletute sotsiaaldemograafilist koosseisu elanikkonna teoreetilise mudeliga ja kaalusime 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 protsendarvutused.



Joonis 1. Vastajate sotsiaal-demograafiline struktuur, % n=1300 (kaalutud)

1.5 Projekti läbiviijad

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 Strapatsjuk
- Tabeltöötlus: Marina Karpištšenko
- Käesolev aruanne: Iivi Riivits-Arkonsuo
- Tellijapoolne kontaktisik: Kertu Eensaar

Kontaktandmed:

Telefon: 585 29 700; 585 29 708

E-post: iivi@turu-uuringute.ee

Kokkuvõte

Kas ja kus on viimasel ajal (septembri ja oktoobrikuu jooksul) märgatud üleskutset hakata õppima midagi uut koos teiste täiskasvanutega? SPONTAANNE JA AIDATUD MEENUMINE

Spontaanselt mainis televisiooni 28%, veebi 14%, ajalehti ja ajakirju 10% ja sotsiaalmeediat 9% vastajatest. Kui liidame spontaanse ja aidatud meenumise, siis kõige laiaulatuslikumalt jõudis vastajateni televisioon (41%), kuid väga arvestataval määral ka digitaalmeedia – veebi kaudu 28% ja sotsiaalmeedias 23%.

31% kõikidest vastajatest ei suutnud nimetada mitte ühtegi allikat, mille kaudu info täiskasvanu õppimise kohta oleks septembri- ja oktoobrikuu jooksul nendeni jõudnud. Laias joones võib teha järelduse, et täiskasvanuõppe kampaania tegevused jõudsid ühel või teisel viisil 69%-ni elanikkonnast. Esmane sihtrühm (vanus 25–64) märkas kampaaniategevusi ühe protsendipunkti võrra vähem (68%), kusjuures teiseses sihtrühmas (nooremad kui 25aastased ja vanemad kui 64aastased) oli märgatavus märksa kõrgem (71%). Siinkohal tuleb siiski arvesse võtta veapiire ja mitte takerduda mõnedesse protsendipunktilistesse erinevustesse.

Siiski kõlas kampaania vastu nõrgemalt võrreldes eelmiste aastatega, mil märgatavus oli 78% (2018) ja 81% (2017).

Kuivõrd on märgatud kampaania teleklippi, veebiseriaali, raadioreklaami ja printreklaami?

Vastajatele näidati kampaania tarbeks toodetud teleklippi, veebiseriaali kuvatõmmiseid ning välimeedia visuaali ning mängiti ette raadioklipp.

Teleklippi väidab end märganud olevat 45% vastajatest. 52% klippi näinud ei ole. 3% ei osanud midagi öelda. Esmase ja teisele sihtrühma vahel erinevusi ei ole.

Veebiseriaali *jallekooli.ee* kodulehel on näinud 14%, ei ole näinud 82%. 28% nendest, kes seriaali teadsid, arvasid, et see tekitas neis huvi (summeeritud on „tekitas väga“ ja „pigem tekitas“) õppimise vastu. 60% valis vastusevariandid „pigem ei tekitanud“ või „ei tekitanud üldse“.

Esmase sihtrühmani jõudis veebiseriaal isegi vähem (11%) kui sihtrühmast nooremate ja vanemateni (19%). Isutekitajana õppimise vastu toimis seriaal sarnaselt esmases ja teiseses sihtrühmas, erinevusi ei ole.

Raadioklippi on kuulnud 22% vastajatest, 73% ei ole raadioklippi kuulnud. Sihtrühmade vahelisi erinevusi ei ole.

Kampaania visuaale (välireklaam) on märganud 34%. Olgu võrdluseks öeldud, et eelmisel aastal märkas neid 44% ja 2017. aastal 38%.

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

Täpselt nii nagu möödunud aasta tulemusedki, on 11% vastanutest osalenud õppimisvõimalusi tutvustavatel üritustel ja 88% ei ole osalenud. 1% ei olnud vastuses kindel. Kui möödunud aastal osales esmasest sihtrühmast üritustel 14% vastanutest, siis sellel aastal erinevust esmase sihtrühma ja kogu elanikkonna osalemise vahel ei ole.

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

Jaatavalt vastas 7% (2018 8%), eitavalt 92% (2018 90%). Nendest, kes olid TÕN üritustest teadlikud, tekkis huvi enesetäiendamise vastu ligi pooltel (49%) ja ei tekkinud huvi 41%-l. 10% ei osanud vastata. Küsimus ei olnud esitatud „jah“ või „ei“ valikutena, vaid hinnanguskaalal. Niisiis, 10% vastas, et TÕN üritused tekitasid väga huvi. 39% valis vastusevariandi „pigem tekitasid huvi“, 29% „pigem ei tekitanud“ ja 12% „ei tekitanud üldse“. Kui summeerime kaks positiivset ja kaks negatiivset skaalavalikut, saamegi eelpooltoodud tulemuse - huvi tekkis peaaegu pooltel.

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

3% kampaaniategevusi märganutest (esmases sihtrühmas 4%) vastas, et „tekitas väga“. 22% vastas (esmases sihtrühmas 24%), et „pigem tekitas“. 27% vastas, et pigem ei tekitanud ja 28%, et ei tekitanud üldse. Üldistatult – kampaania tekitas suurema või väiksema huvi 28%-l (2018 30%, 2017 29%) esmase sihtrühma hulgas. Huvi ei tekkinud 52%-l (möödunud aastatel 59%) nendest, kellele kampaania oli suunatud.

Kui paljud on 2019. aastal alustanud millegi uue õppimisega, et ennast täiendada?

28% (2018 26%, 2017 22%) vastanutest on alustanud sellel aastal millegi uue õppimisega ja 69% (2018 72%, 2017 76%) ei ole alustanud. Esmases sihtrühmas on enesetäiendajate hulk suurem (30%, 2018 31%) kui sinna mitte kuulujate hulgas.

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

40% (2018 35%, 2017 31%) kavatsivad ja 45% (2018 52%, 2017 58%) ei kavatse end täiendada. Esmases sihtrühmas on õppima alustamist kavatsivate hulk oluliselt suurem (45%, 2018 42%) kui sinna mitte kuulujate hulgas.

Kui tekiks vajadus õppida uusi oskusi või oma teadmisi täiendada, siis kuskohast infot otsitaks?

43% hakkaks infot otsima õppeasutuste kodulehtedelt. Väga oluline on tuttavate kogemuslood, selliseid soovitusi küsiks ja kuulaks 35% vastanutest. Üsna võrdse kaaluga on sotsiaalmeedia (30%) ja rääkiv ning kirjutav meedia (30%). Esmasest sihtrühmast otsiks 50% infot õppeasutuse kodulehtedelt. Nad otsiksid infot töötukassa lehelt oluliselt rohkem (29%), võrreldes teisese sihtrühmaga (16%).

Mis motiveerib täiskasvanuna õppimist?

Küsimus esitati nendele, kes on alustanud millegi uue õppimisega või kellel on kavas seda teha (n=517).

71% soovib saada uusi teadmisi ja oskusi, vastajatest 47% arvates on õppimine huvitav ja 46% arvates kaasneb sellega rohkema raha teenimise võimalus. 43% arvab, et nii saab oma eluga paremini edasi minna, ja 40% soovib oma oskusi värskendada, et oma tööga paremini toime tulla. Motivaatoriteks on veel rutiinist välja tulek (37%), karjäär (25%), uute tutvuste leidmine (22%) või oma lapsele või lastele eeskujuks olemine (19%). 19% vastanutest soovib alustada oma ettevõtlusega. Käesoleval aastal lisasime valikloetelusse veel ühe motivaatori – püsida tööturul, mitte kaotada oma tööd, mille valis 13% vastajatest. Selle valikuga, mis oli teistest olulisem mitte-eestlastele ja oskustöölisele, ka motivaatorite pingerida lõppes.

Erinevalt kahel viimasel aastal läbi viidud küsitlustulemustest eristusid käesoleval aastal kuni 34aastased, kes teistest rohkem esindasid erinevate motivaatorite variatiivsust. Järelikult just nooremad vanuserühmad on valmis jätkuvalt juurde õppima ja ennast täiendama.

Millised on täiskasvanuna õppimise barjäärid?

50% arvab, et puudub vajadus. 31%-l ei ole huvi ja puudub motivatsioon. Tervislikke põhjusi toob ettekäändeks 21%. Ajapuudus on 19%-l. 14% arvab, et õppimine on kallis.

Esmase sihtrühma puhul torkab silma, et teatud vastusevariandid on nende poolt enam valitud. Nii näiteks 29% toob ettekäändeks ajapuuduse, 19% arvab, et õppimine on kallis ja 11%, et neil puudub tööandja toetus.

Milliseks hinnatakse info kättesaadavust täiskasvanute õppimisvõimaluste kohta?

11% hindab info kättesaadavust väga heaks ja 31% pigem heaks. Veerand ehk 25% hindab seda rahuldavaks ning 8% pigem puudulikuks. 2% arvates on info kättesaadavus väga puudulik. Kui vaadata esmast sihtrühma, siis 43% arvates on info kättesaadavus väga hea või pigem hea. Aasta tagasi arvas aga nii üle poole (56%) esmasest sihtrühmast. Võimalik, et sellel aastal on esmane sihtrühma tõesti infot

otsima hakanud, kuid tugevasti üle poole arvates ei ole selle kättesaadavus selline, et see vääriks hinnangut „väga hea“ või „pigem hea“. Pigem puudulik või puudulik on info kättesaadavus 12% arvates.

Kui möödunud aasta küsitlustulemus näitas hinnangute jagunemises eristuvaid vanuserühmi, haridustasemeid, ametialaseid positsioone ja maakondlike eripärasid, siis sellel aastal olulisi erinevusi ei ilmnunud. Olulist vahet ei ole ka esmase ja teisese sihtrühma hinnangute vahel.

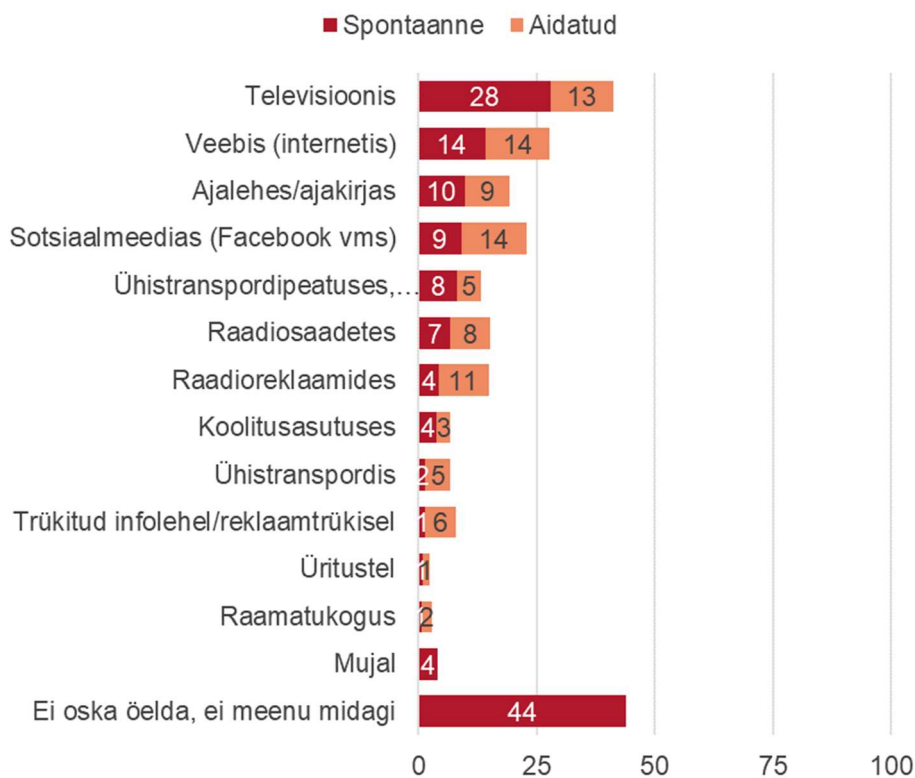
Tulemused

2 Kampaniamaterjalide märkamine

2.1 Spontaanne ja aidatud meenumine

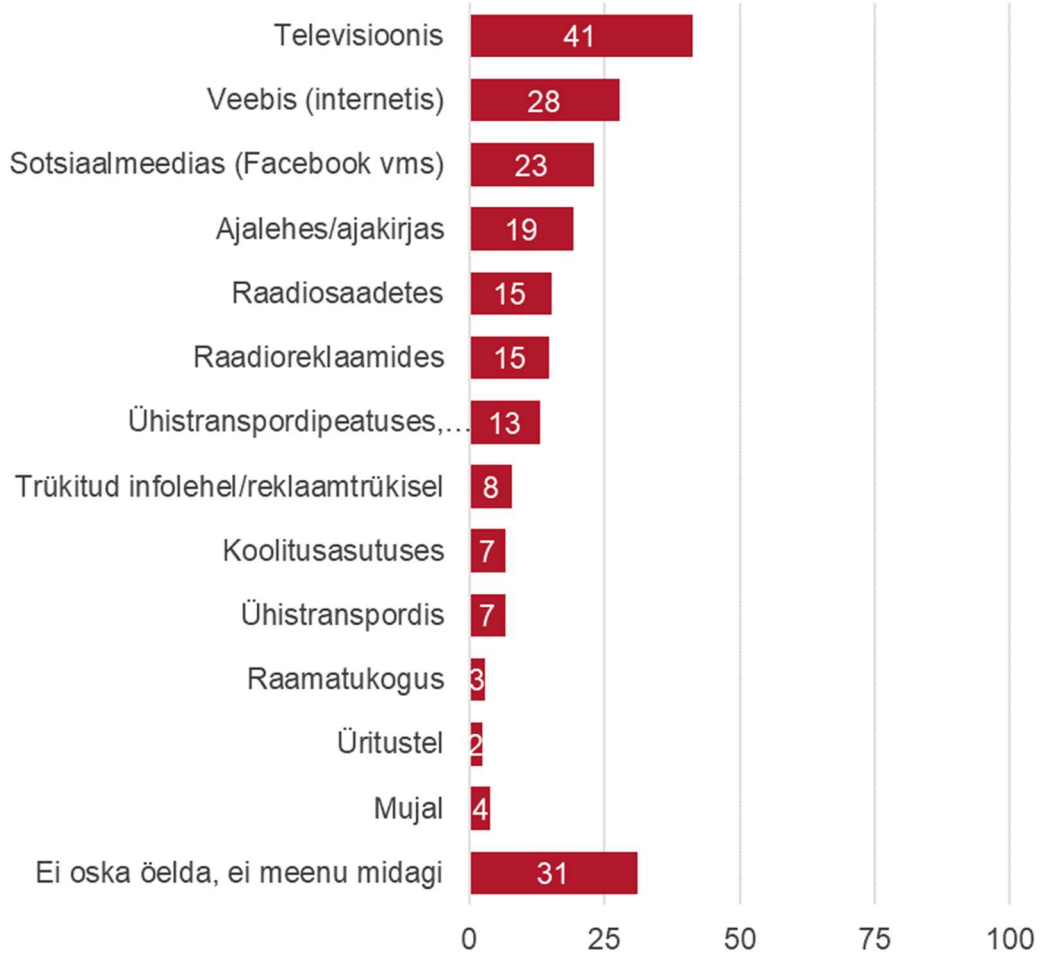
KÜSIMUSED 1A JA 1B: Kas ja kus Te olete viimasel ajal (septembri- ja oktoobrikuu jooksul) näinud, kuulnud, lugenud või märganud üleskutset hakata õppima midagi uut koos teiste täiskasvanutega?

Esialgul nimetas/märkis vastaja, mis talle meelde tuli. Seejärel kuvati talle valikuvariandid, mida ta ise ei vastanud.



Joonis 2. Kampania märkamine, kõik vastajad n=1300

44% ei osanud mälu järgi midagi nimetada. **Aidatult ei osanud midagi nimetada 31% vastajatest. Siit saame järeldada, et ühel või teisel viisil jõudis kampania tegevused 69%-ni elanikkonnast.**

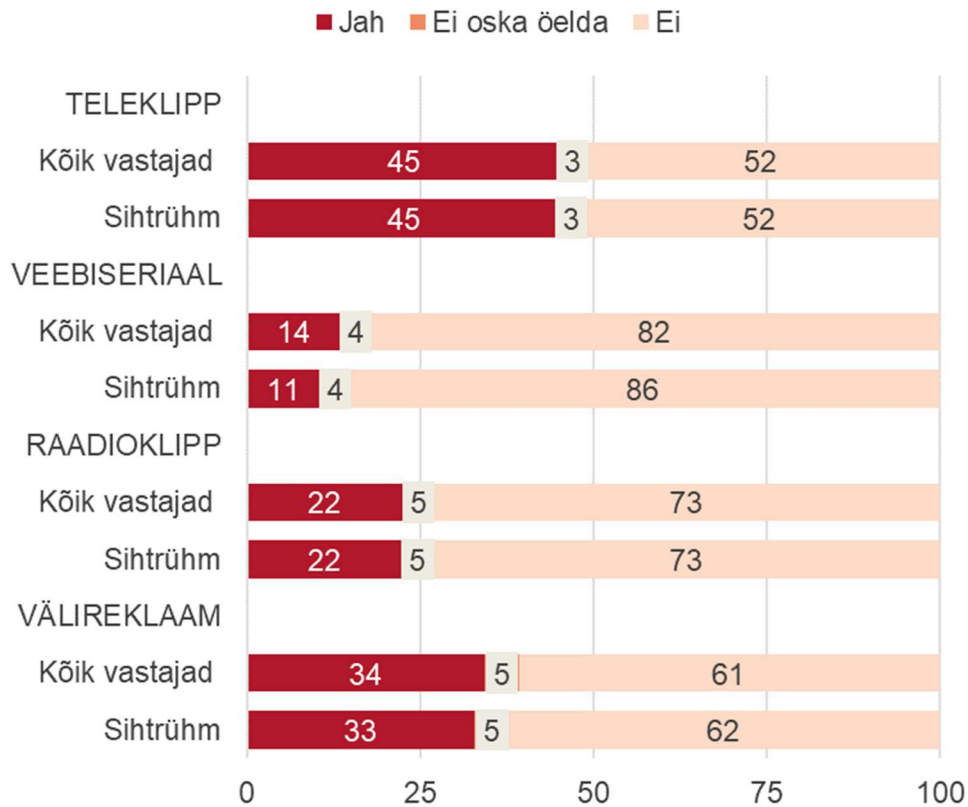


Joonis 3. Kampaania märkamine kokku, n=1300

Järgnevalt mõõtsime teleklipi, veebiseriaali, raadioreklaami ja välireklaami märgatavust. Tulemusi esitab *joonis 4*, kus on näha kõikide vastajate (n=1300) kui ka esmase sihtrühma (vanuses 25–64) vastused.

2.2 Teleklipp

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



Joonis 4. Teleklipi, veebiseriaali, raadioreklaami ja välireklaami märkamine

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

45% vastajatest on telereklaami näinud, 52% ei ole. Vastust ei osanud anda 3% vastajatest. Võrdluseks: 2018. aastal oli teleklippi näinud 68%, 2017. aastal aga 70%. Teleklippi märkasid teistest enam 65–74aastased (56%), seega esmasesse sihtrühma mitte kuulujad.

2.3 Veebiseriaal

KÜSIMUS 3: Kas olete näinud veebiseriaali www.jallekooli.ee lehel?

14% vastab küsimusele jaatavalt, kusjuures kampaania esimeses sihtrühmas on märgatavus madalam (11%) kui teises sihtrühmas (19%).

Nende 179 vastaja käest, kes seriaali olid vaadanud, küsisime: KÜSIMUS 3A: *Mil määral veebiseriaal tekitas Teis huvi õppimisvõimaluste vastu?*

6% vastas, et tekitas väga, 22%, et pigem tekitas. Seega ärgitas veebiseriaal õppima üle veerandi (28%) nendest, kes seda olid näinud. 28% valis vastusevariandi „pigem ei tekitanud“ ja 32% „ei tekitanud üldse“. 12% ei osanud vastata. Veebiseriaali mõju võib hinnata küll mitte väikeseks, kuid ka mitte märkimisväärseks.

2.4 Raadioklipp

KÜSIMUS 4 : *Kas olete seda raadioklippi kuulnud?*

Vastavalt läbiviidava intervjuu keelele lasti vastajatel kuulata kas eesti- või venekeelset raadioklippi. 22% vastajatest väidab end klippi kuulnud olevat, 73% mitte.

Sellel aastal ei olnud raadioklipi jõudmine auditooriumini nii ulatuslik kui varasematel aastatel (2018 40% ja 2017 43%).

2.5 Välireklaami märkamine

KÜSIMUS 5: *Palun vaadake neid pilte. Kas need on Teile tuttavad, kas olete neid näinud?*



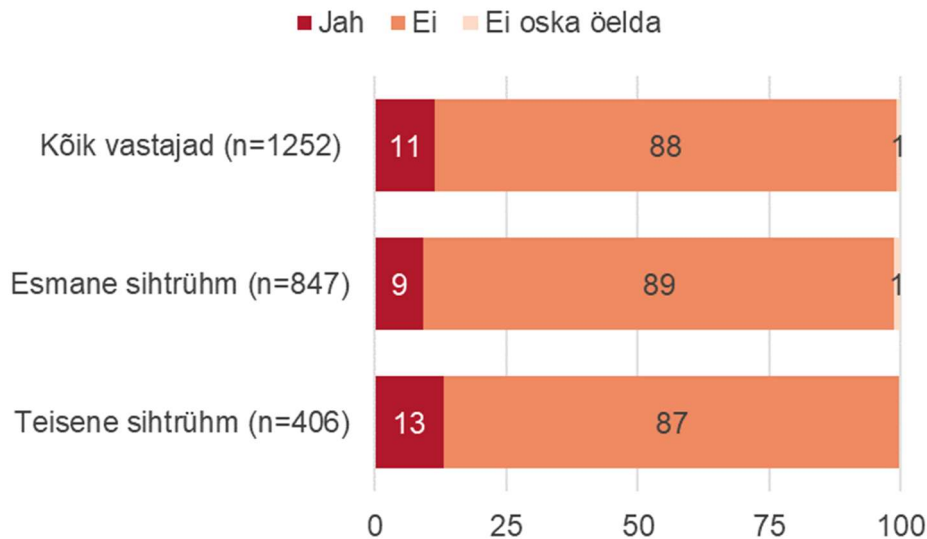
34% (2018 44%, 2017 38%) vastajatest on välireklaami tähele pannud, 61% ei ole. Kõige enam on välireklaami märganud 15–24 aastased (44%) ja tallinlased (29%).

3 Kampaania üritused, nendel osalemine ja kampaania mõju

3.1 Osalemine täiskasvanutele suunatud õppimisvõimalusi tutvustavatel üritustel

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

Järgnevad küsimused esitasime üle 18aastastele (n=1252), nooremad jätsime välja.



Joonis 5. Osalemine õppimisvõimalusi tutvustavatel üritustel.

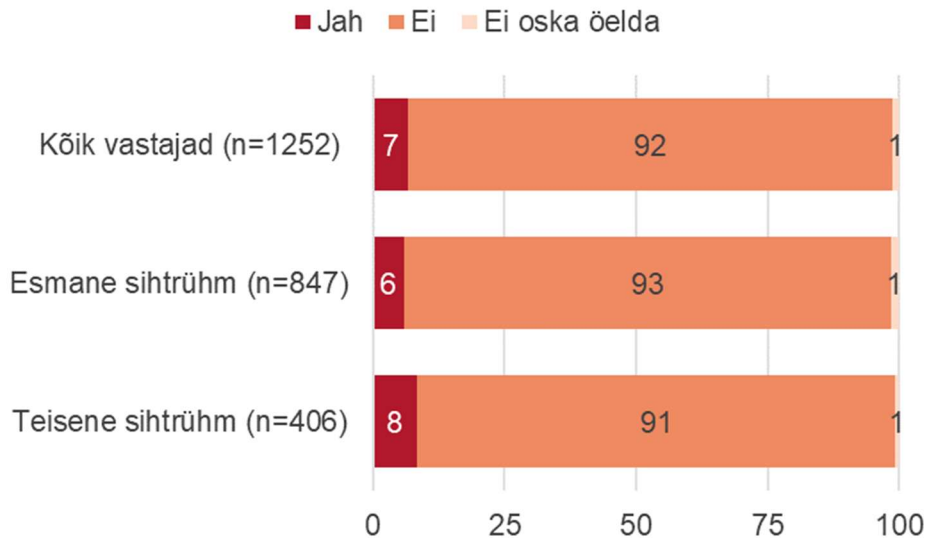
Teisene sihtrühm, ehk alla 25aastased ja üle 64aastased on üritustel osalenud isegi aktiivsemalt kui esmane sihtrühm. Erinevus ei ole küll statistiliselt oluline, kuid 4-protsendipunktiline vahe torkab silma.

Kuna üritustel on osalenud oluliselt enam 18–24 aastased (24%), kes kampaania esmasesse sihtrühma ei kuulu, siis saab teisese sihtrühma märksa suurem osalus ka seletuse.

Piirkondadest torkab silma Ida-Virumaa, kus 18% väidab end õppimisvõimalusi tutvustavatel üritustel osalenud olevat.

3.2 Täiskasvanud õppija nädala (TÕN) üritused

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



Joonis 6. Kuulnud, lugenud, osa võtnud täiskasvanuõppe nädalast

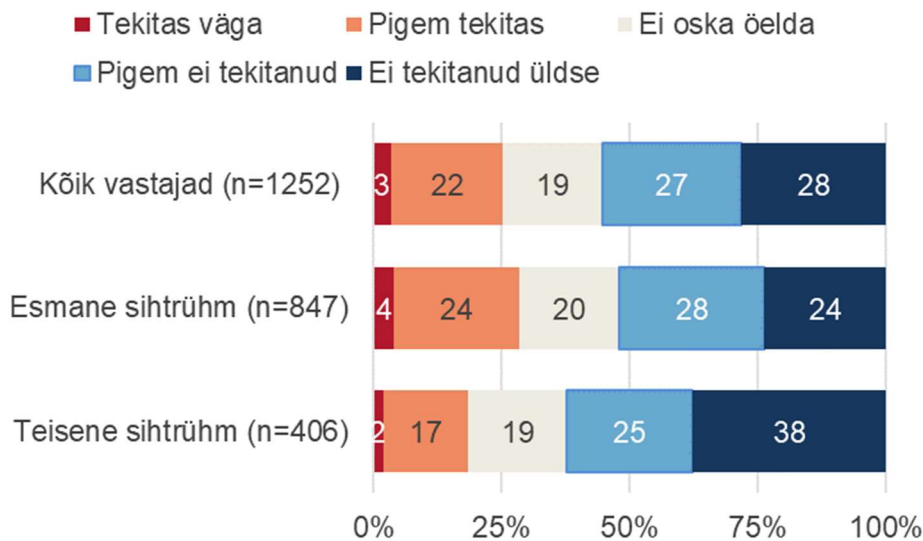
Küsimuse sõnastus on muutumatu alates 2017. aastast ja ei mööda seda, kui paljud tegelikult täiskasvanuõppe nädalal osalesid, vaid pigem seda, kui paljudeni sellise nädala kohta info jõudis, liites sinna ka need, kes nädalast osa võtsid. Jaatavalt vastas 7% (2018 8%), eitavalt 92% (2018 90%).

Naised (9%) vastasid küsimusele jaatavalt rohkem kui mehed (4%). Rohkem kui mujalt tuli jaatavaid vastuseid Pärnumaalt (14%) ja Raplamaalt (24%). Regiooniti kõige enam Lääne-Eestist (13%) ja Kesk-Eestist (16%) ja kõige vähem Lõuna-Eestist (3%).

Nendele, kes TÕN-ist olid teadlikud (n=83), esitasime küsimuse 8A: *Mil määral täiskasvanud õppija nädala üritused tekitasid Teis huvi enesetäiendamise vastu?* Vastusevariandid jagunesid järgnevalt: „tekitasid väga“ 10%, „pigem tekitasid“ 39%. Seega pooltel nendest, kes olid TÕN-ist teadlikud, tekkis ka huvi enesetäiendamise vastu. 29% vastasid, et pigem ei tekitanud ja 12% valis vastuse „ei tekitanud üldse“.

3.3 Kampaania „Õpi midagi uut koos teiste täiskasvanutega“ mõju

Küsimuse 8B: *Mil määral kampaania „Õpi midagi uut koos teiste täiskasvanutega“ tekitas Teis huvi enesetäiendamise vastu*“ esitasime kõikidele vastajatele.



Joonis 7. Kampaania ja huvi enesetäiendamise vastu

Veerandile elanikkonnast (25%) mõjus kampaania nii, et neil tekkis huvi enesetäiendamise vastu. Esmases sihtrühmas oli see üle veerandi (28%). Huvi ei tekkinud rohkem kui pooltel (55%), esmases sihtrühmas 52%. Vastusevariant „ei tekitanud üldse huvi“ aga valiti esmases sihtrühmas harvem (24%) võrreldes teisese sihtrühmaga (38%). Viies vastajaskonnast ei osanud küsimusele vastata.

Vastusevariandi „pigem tekitas“ valisid teistest rohkem need, kelle peredes on alla 18aastaseid lapsi (28%) ja 20–29 aastased (29%). Kui aga kasutame teistmoodi vanusejaotust – 25–34 aastased, siis valis selle vastusevariandi 28%. See tähendab, et ka vanuses 25–34 on neid, keda kampaaniaüleskutse pigem mõtlema pani, rohkem võrreldes teiste vanuserühmadega.

Kui vaatame tulemusi inimeste tööalase poisitsiooni järgi, siis vastusevariandi „pigem tekitas“ valisid teistest enam keskastme spetsialistid, ametnikud ja isikuteenindajad (31%).

4 Täiskasvanuõppe motivaatorid ja barjäärid

4.1 Sellel aastal õppimise alustamine

KÜSIMUS 9A: *Kas olete sellel aastal alustanud millegi uue õppimisega, et ennast täiendada?*

28% (2018. a 26%) vastanutest (esmasest sihtrühmas 30%) vastas jaatavalt, 69% (esmasest sihtrühmas 67%) eitavalt.

Tüüpilised jaatavalt vastajad: 18–24aastased (59%), 25–34aastased (46%), kõrgharidusega vastajad (39%), mitte-estlased (37%), tallinlased (37%), need, kelle peredes on lapsi (36%), juhid ja tippspetsialistid (43%).

Jaatavalt vastanute profiil on sarnane eelmise aasta küsitlustulemustega.

Tüüpilised eitavalt vastajad – pensionärid (87%) ja mitte esmasesse sihtrühma kuulujad (74%); kutse-, kesk-, keskeriharidusega vastajad (74%), **estlased (74%)**; need, kelle peredes ei ole alla 18aastaseid (72%) ja maapiirkondade elanikud (77%). Regioniti eristuvad Kesk-Eesti (81%) ja Lõuna-Eesti (76%) vastajad.

4.2 Kavatsused alustada millegi uue õppimisega

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

40% (2018 35%) vastanutest kavatsevad ja 45% (2018 52%) ei kavatse millegi uue õppimisega alustada. Esmasest sihtrühmas on jaatavalt vastajate hulk oluliselt suurem 45% (2018 42%, 2017 37%). **Seega tõuseb aasta-aastalt nende osa, kes vähemalt arvavad, et nad võiksid ennast täiendada.**

Tüüpilised jaatavalt vastajad: 64% kuni 39aastastest. Mida nooremisse kümnendisse kuulutakse, seda suurem on innukus enesetäiendamise kavatsusel (66% 20–29aastastest ja 60% 30–39aastastest, kuid vaid 31% 50–59aastastest ning 17% üle 60aastastest). Sarnaselt eelmisele aastale need, kellel on kõrgharidus (49%).

Silma torkab juba teist aastat korduv mitte-estlaste jaatav suhtumine enesetäiendamisse võrreldes eestlastega. Kui eelmisel aastal vastas neist jaatavalt 40%, siis sellel aastal lausa 52%. Eestlastest lubas millegi uue õppimisega alustada 35%.

Sarnaselt eelmiste aastatega eristuvad veel need, kelle leibkonnas on alla 18aastaseid (54%), juhid ja tippspetsialistid (51%), keskastme spetsialistid (51%), üliõpilased (69%) ja tallinlased (49%). Sellel aastal on märgata ka suuremate linnade

(Tartu, Pärnu, Narva, Kohtla-Järve) elanike valmidust millegi juurde õppimiseks (48%).

Tüüpilised eitavalt vastajad: 50–64aastased (51%), kes tegelikult võiksid veel olla innustunud millegi uue õppimisest. Positiivse nihkena võib siiski märkida, et eelmisel aastal läbiviidud küsitluse tulemuste järgi vastas 61% 50–64aastastest, et nad ei kavatse ennast täiendada. **Seega on selles vanusrühmas märgata siiski huvi kasvu millegi uue õppimise vastu.**

Nagu möödunud aastatelgi, tõi ka selle aasta küsitlus välja suundumuse – mida vanemasse kohorti vastaja kuulub, seda vähem raporteerib ta kavatsust alustada millegi uue õppimisega. Eitavalt vastas näiteks 73% pensionäridest. Samas 14% vastas jaatavalt.

Juurde ei kavatse õppida ka maapiirkondade elanikud – 52%. Eelmisel aastal oli see suhtarv 64%, **mis kõneleb sellest, et ka maapiirkondade elanikud võivad olla ümbermõtestanud enda jaoks elukestva õppe.**

4.3 Motiivid enesetäiendamiseks

KÜSIMUS 14: Mis alljärgnevast motiveerib Teid alustama õpinguid täiskasvanuna?

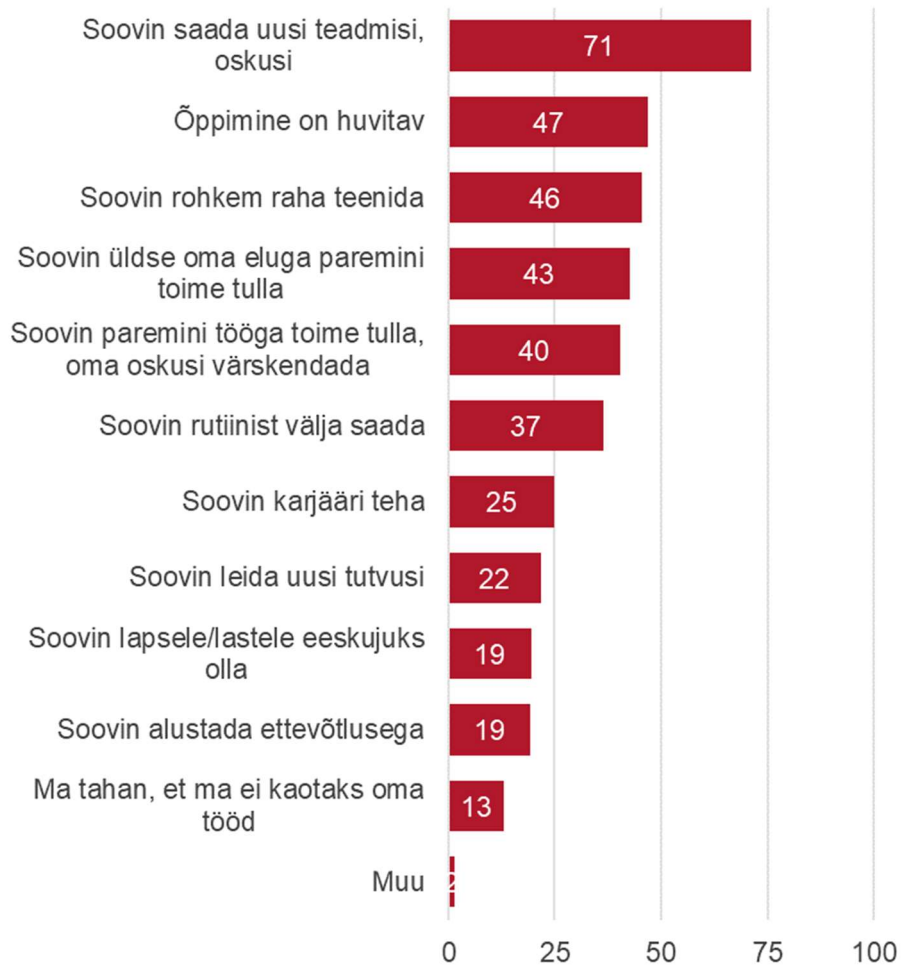
Küsimus esitati nendele, kes on alustanud või kellel on kavas alustada millegi uue õppimisega. Valikvastuste loetelu pakkus välja käesoleva uuringu Tellija. Sellel aastal lisasime vastusevariandi „ma tahan, et ma ei kaotaks oma tööd“. Tulemusi esitab *joonis 7*.

Järgnev näitab neid taustrühmi motivaatorite pingereas, kes valisid ühe või teise vastusevariandi võrreldes teistega (statistiliselt) oluliselt rohkem. Seega võib neid motiive nimetatud rühmades pidada rühmale tüüpilisteks.

Saada uusi teadmisi ja oskusi – suunav, kuid loogiline vastusevariant, mida vastanud ka kõige enam pakkusid. Teistest enam 20–29aastased (87%) või 25–34aastased (83%) ja eestlased (77%). Need, kes elavad asulates määratlusega „maaline“ (79%).

Õppimine on huvitav – sellel aastal pingereas teisel kohal, möödunud aastal neljandal. Teistest enam motiveerib see kõrgharidusega vastajaid (62%) ning ettevõtete juhte ja tippspetsialiste (59%).

Soov rohkem raha teenida – 20–29aastased (70%), 25–39aastased (59%). Peres on alla 18aastaseid lapsi (53%), oskustöölised (61%). Suuremate linnade elanikud (59%). Sellel aastal on soov rohkem raha teenida kui õppimismotivaator palju variatiivsem kui eelmisel aastal, mil eristusid vaid mitte-eestlased (52%) ja harjumaalased (59%).



Joonis 8. Enesetäiendamise motiivid (% , n=517)

Et oma eluga paremini toime tulla – tüüpilised esindajad – 20–29aastased (56%), 25–34aastased (54%), Ida-Virumaa elanikud (60%).

Et paremini tööga toime tulla – 54% 20–39aastastest. Peres on alla 18aastaseid (48%).

Soov rutiinist välja saada – 25–34aastased (46%).

Soov karjääri teha – 43% 20–34aastastest.

Alustada ettevõtlusega – suur erinevus on sugude vahel (nagu ka eelmisel aastal) Nimelt valis selle motivaatoriks 27% meestest, kuid vaid 14% naistest. Samasugune tähelepanek on tehtav ka eelmise aasta andmete põhjal: mehed soovivad alustada ettevõtlusega rohkem võrreldes naistega.

Eristuvad ka 25–34aastased, kellest 34% peavad õppimise motivaatoriks ettevõtlusega alustamist.

Sellel aastal lisatud motivaator „ma tahan, et ma ei kaotaks oma tööd“ on küll pingerea lõpus, kuid teistest olulisem mitte-eestlastele (20%) ja oskustöölisele (22%).

Üldiselt torkasid sel aastal silma kuni 34aastased, kes teistest agaramalt esindasid erinevate motivaatorite variatiivsust. Selline tähelepanek lubab järeldada, et just nooremad vanuserühmad on valmis jätkuvalt juurde õppima ja ennast täiendama.

Vastajad said lisada etteantud vastusevariantidele ka omasõnalisi vastuseid, millest sisukamad on siinkohal ära toodud:

- *возможность бесплатно получить современные. системные теоретические знания в своей сфере практической деятельности, а также сдать экзамен на сертификат*
- *Üks suurimaid naudinguid on kogeda ennast teises kontekstis ja avardada oma võimeid*
- *Stressi leevendaja ja vaba-aja hobi*
- *Inimene õpib kogu elu - kui lõpetad õppimise, hakkad vananema!*

4.4 Barjäärid õppima asumiseks

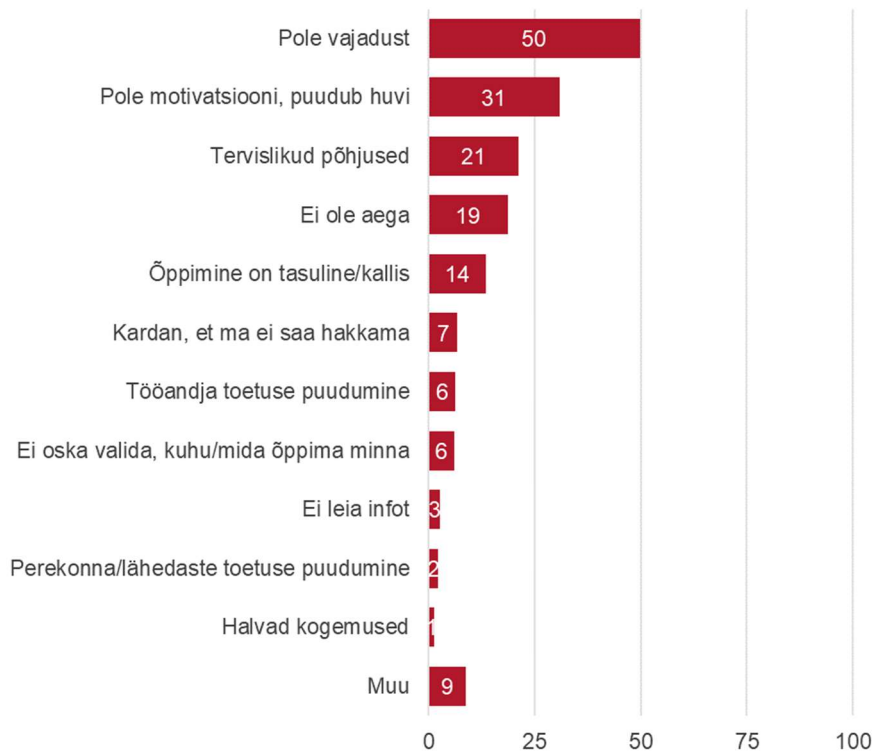
Küsimuse 13 esitasime nendele üle 18aastastele vastajatele, kelles TÕN üritused või kampaania ei tekitanud huvi enesetäiendamise vastu või kes ei alustanud või ei kavatsenud alustada millegi uue õppimisega: *Mis alljärgnevast takistab Teid õppima asumast?*

Valikvastuste loetelu pakkus välja käesoleva uuringu Tellija.

Nii nagu eelmiselgi aastal, on kaks kõige iseloomulikumat vastusevarianti oma olemuselt sarnased: kui pole vajadust, pole ka huvi, järelikult puudub motivatsioon.

Kui muude selle projekti raames esitatud küsimuste vastustes puudub sageli erisuse esmase ja teisese sihtrühma osas, siis selle küsimuse juures eristusid esmase sihtrühma vastused küll. 29% toob ettekäändeks ajapuuduse; 19% arvab, et õppimine on kallis, ja 11%, et neil puudub tööandja toetus.

25–34aastaste muredeks on ajapuudus (44%) ja see, et õppimine on kallis (28%). Seda, et õppimine on kallis, toovad ettekäändeks ka 40–49aastased (24%). 25–34aastased toovad ka teistest rohkem välja tööandja toetuse puudust (22%) ja seda, et nad ei oska valida, kuhu ja mida õppima minna (19%).



Joonis 9. Õppimise alustamise barjäärid (% , n=518)

Nagu varasemaltki, on muud põhjused seotud ennekõike sellega, et arvatakse end liiga vanaks, tervis on kehv või ollakse invaliidisuspensionil. Rohkem kui varem on vabades vastustes kurdetud seda, et kõrvalistest kohtadest kursustele pääseda on keerukas ja õhtul koju tagasisaamine peaaegu võimatu. Sisukamaid vastuseid:

- Vanus, kuigi püüan olla kursis lastelaste õpingutega ja see on huvitav.
- Vanus seab piirid. Midagi kindlasti igapäevaeluks vajalikku veel õpin - näiteks aiandus, kokkamine jne. Aga see kuulub tavaelu juurde.
- Täiendan oma teadmisi vastavalt vajadusele. Kuskil teistega koos õppimisest ei ole huvitatud.
- Tallinn on 75 km kaugusel, siin ümbruses puudub võimalus.
- Tahan õppida võõrkeelt, mida õpetatakse ainult Tallinnas ja Tartus - pidevalt käimiseks liiga kaugel. Vanust juba ka.
- Tagasisaamine võimatu. Maainimesed ei saa õhtul peale koolitust koju.
- Pole viitsinud ise otsida, aga kui pakutaks midagi põnevat, siis kindlasti osaleks.
- Pisikese lapse kõrvalt ei leia aega. Puudub tugivõrgustik lapse hoidmiseks.
- Pereliikme hooldamine takistab.
- Paljud tasuta kursused on juba täis, kohti pole.

5 Täiskasvanuõppe info kättesaadavus

5.1 Võimalikud infoallikad

KÜSIMUS 11: *Oletame, et tahate õppida uusi oskusi või enda teadmisi täiendada. Kuskohast Te infot otsiksite?*



Joonis 10. Võimalikud allikad, kust saaks teada täiskasvanute õppimisvõimaluste kohta (% , n=1252)

Valikvastustega küsimuse esitasime kõikidele vastajatele alates 18ndast eluaastast. Võrreldes 2017. ja 2018. aasta ankeediga on selle küsimuse sõnastust ja vastusevariante märksa muudetud.

Koolitusasutuste kodulehed – teistest enam esmane sihtrühm (50%), 65% kuni 40aastastest. Nende leibkonnas on alla 18aastaseid (60%), nad on keskastme spetsialistid, ametnikud, isikuteenindajad (58%). Nende isiklik kättesaadav netosissetulek on rohkem kui 1000€ (59%).

Tuttavate soovitusel – mida noorem vanuserühm, seda suuremat rolli mängib sotsiaalvõrgustikust tulev info (50% kuni 24aastastest, 39% 25–34aastastest ja 36% 35–49aastastest).

Sotsiaalmeedia – 43% kuni 39aastastest. Mida nooremisse vanuserühma kuulutakse, seda suurem on sotsiaalmeedia mõju. Mitte-eestlased (39%) otsiks sealt infot rohkem kui eestlased (26%).

Rääkiv ja kirjutav meedia ehk traditsioonilised kanalid on oodatult infolähteks vanemale elanikkonnale. 37% üle 60aastastest otsiks infot just sealt.

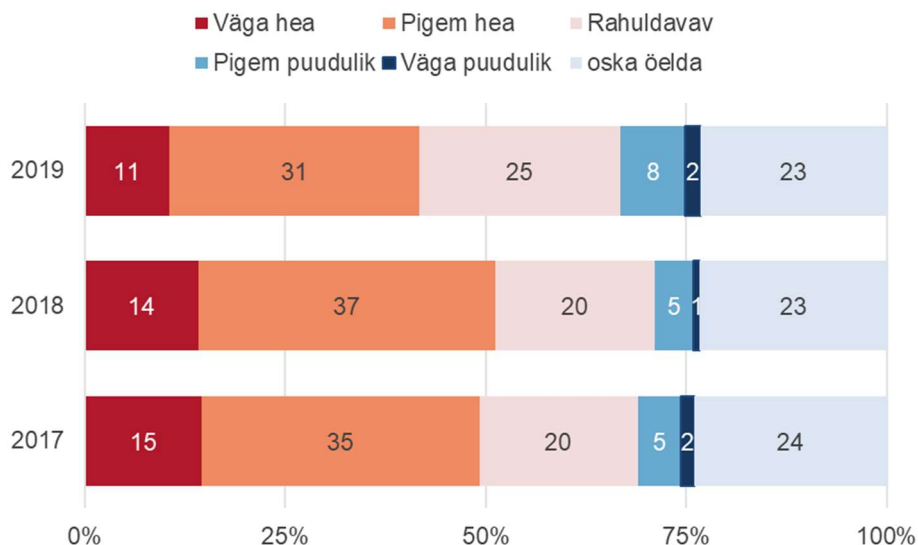
Töötukassa kodulehte külastaks info otsimise eesmärgil 25% (2018 20%) vastanutest. Teistest enam esmasse sihtrühma kuulujad (29%), 30–39aastased (33%), mitte-eestlased (31%).

Haridusportaal edu.ee ja haridus- ja teadusministeeriumi koduleht edastab 3 protsendipunkti võrra neid, kes otsiks infot kampaanialehelt jällekooli.ee (10%). Eristuvaks rühmaks on need, kes otsivad tööd (mittetöötav, kuid mitte pensionär ega emapuhkusel viibija), 18%.

Vabad vastused on seotud guugeldamisega, ülikoolide kodulehtedega, välismaa ülikoolide kodulehtedega, eriala ajakirjadega.

5.2 Hinnangud info kättesaadavusele

KÜSIMUS 12: Milliseks hindate info kättesaadavust täiskasvanute õppimisvõimaluste kohta?



Joonis 11. Hinnangud info kättesaadavusele aastate lõikes

„Väga hea“ hinnang on aastate lõikes mõnevõrra langenud. Selle hinnangu annavad ennekõike 25–34aastased ja vastajad Järvamaalt (27%).

„Pigem hea“ hinnang on samuti langenud. Teistest eristuvad 20–39aastased, kellest 43% arvates on info kättesaadavus pigem hea.

Hinnangut „rahuldav“ on sellel aastal kasutatud rohkem võrreldes varasemaga. Sellise hinnangu annab 39% üliõpilastest, kes tegelikult ju alles õpivad.

Hinnang „pigem puudulik“ – tõusnud 3 protsendipunkti. Mitte-eestlastest arvab nii 12% ja vahe võrreldes teiste sotsiaal-demograafiliste rühmadega on oluline.

Hinnang „väga puudulik“ on endiselt 1-2% vahel.

Kui 2018. aasta küsitlustulemus näitas hinnangute jagunemises eristuvaid vanuserühmi, haridustasemeid, ametialaseid positsioone ja maakondlikke eripärasid, siis sellel aastal olulisi erinevusi ei ilmnunud. Mingit (olulist) vahet ei ole ka esmase ja teisese sihtrühma hinnangute vahel.

Kokkuvõtlikult, kui möödunud aastal oli üle poole (56%) esmase sihtrühma arvates info kättesaadavus hea või väga hea, 7% hinnangu järgi aga pigem puudulik või väga puudulik, siis sellel aastal on alla poole (46%) esmase sihtrühma arvates info kättesaadavus hea või väga hea ja 12% arvates pigem puudulik või väga puudulik.

KÜSIMUSTIK

1A. Kas ja kus Te olete viimasel ajal (septembri- ja oktoobrikuu jooksul) näinud, kuulnud, lugenud või märganud üleskutset hakata õppima midagi uut koos teiste täiskasvanutega? 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
<i>Ei oska öelda, ei meenu midagi</i>	99

KUVA, NEED, MIDA VASTAJA EI MAININUD SPONTAANSELT:

1B. Kas Te olete näinud, kuulnud, lugenud või märganud üleskutset hakata õppima midagi uut koos teiste täiskasvanutega

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
<i>ei oska öelda, ei meenu</i>	99

2. Kas olete seda teleklippi näinud? VASTAVALT INTERVJUU KEELELE:

<https://www.youtube.com/watch?v=viM8bCJ3Gnk>

Jah	1
Ei	2
<i>Ei oska öelda</i>	99

3. Kas olete näinud veebiseriaale www.jallekooli.ee lehel?

Jah	1
Ei	2

<i>Ei oska öelda</i>	99
----------------------	----

KUI KÜS3=1

3A Mil määral veebiseriaal tekitab Teis huvi õppimisvõimaluste vastu?

Tekitasid väga	1
Pigem tekitasid	2
Pigem ei tekitanud	3
Ei tekitanud üldse	4
<i>Ei oska öelda</i>	99

KÕIKIDELT:

4. Kas olete seda raadioklippi kuulnud? VASTAVALT INTERVJUU KEELELE:

Jah	1
Ei	2
<i>Ei oska öelda</i>	99

5. Palun vaadake neid pilte. Kas need on Teile tuttavad, kas olete neid näinud?

VISUAAL

<https://documentcloud.adobe.com/link/track?uri=urn%3Aaaid%3Aascds%3AUS%3A2916e455-d4a8-43fe-8fd8-d9215f9b8000>

Jah	1
Ei	2
<i>Ei oska öelda</i>	99

VASTAJAD VANUSES 18+ A.: 15 – 17 aastastega järgmine plokk.

6. Kas olete viimase kuue kuu jooksul osalenud üritustel, kus täiskasvanutele tutvustatakse õppimisvõimalusi, jagatakse infot ja/või õpetatakse uusi oskusi?

Jah	1
Ei	2
<i>Ei oska öelda</i>	99

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

Jah	1
Ei	2
<i>Ei oska öelda</i>	99

KUI "Jah" KÜSIMUSES 7:

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

Tekitasid väga	1
Pigem tekitasid	2
Pigem ei tekitanud	3
Ei tekitanud üldse	4
<i>Ei oska öelda</i>	99

KÕIGILT vanuses 18+:

8B. Mil määral kampaania "Õpi midagi uut koos teiste täiskasvanutega " tekitas Teis huvi enesetäiendamise vastu?

Tekitas väga	1
Pigem tekitas	2
Pigem ei tekitanud	3
Ei tekitanud üldse	4
<i>Ei oska öelda</i>	99

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

Jah	1
Ei	2
<i>Ei oska öelda</i>	99

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

Jah	1
Ei	2
<i>Ei oska öelda</i>	99

11. Oletame, et tahate õppida uusi oskusi või enda teadmisi täiendada. Kuskohast Te infot otsiksite? KAART 7. VÕIB MITU VASTUST

Rääkiv ja kirjutav meedia (TV, raadio, ajalehed, ajakirjad)	1
Koolitusasutuste kodulehed	2
Haridus- ja teadusministeeriumi koduleht	3
Haridusportaal.edu.ee	4
Kampaanialeht jällekooli.ee	5
KOV koduleht	6
Töötukassa koduleht	7
Tuttavate soovitusel	8
Sotsiaalmeedia (näiteks Facebook vms)	9
Mujalt, täpsustage:.....	10
<i>Ei oska öelda</i>	99

12. Milliseks hindate info kättesaadavust õppimisvõimaluste kohta koos teiste täiskasvanutega?

Väga heaks	1
Pigem heaks	2
Rahuldavaks	3
Pigem puudulikuks	4
Väga puudulikuks	5
<i>Ei oska öelda</i>	99

KUVA, KUI 8A (3-4) ja/ või KUI 8B (3-4) ja/ või 9A 2 ja/või 9B 2

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 8A (1-2) ja/ või KUI 8B (1-2) ja/ või 9A 1 ja/või 9B 1

14. Mis alljärgnevast motiveerib Teid alustama õpinguid täiskasvanuna? KAART 8. VÕIB MITU VASTUST

Soovin saada uusi teadmisi, oskusi	1
Soovin paremini tööga toime tulla, oma oskusi värskendada	2
Ma tahan, et ma ei kaotaks oma tööd	3
Soovin üldse oma eluga paremini toime tulla	4
Soovin alustada ettevõtlusega	5
Soovin rohkem raha teenida	6
Õppimine on huvitav	7
Soovin lapsele/lastele eeskujuks olla	8
Soovin leida uusi tutvusi	9
Soovin karjääri teha	10
Soovin rutiinist välja saada	11
Muu, mis?	12