

ETKA Andras

Täiskasvanuhariduse arendamise ja mitteformaalsete õppimisvõimaluste pakkumise programmi VÕTI kommunikatsioonistrateegia

Sissejuhatus

Alates 2024. aastast viib ETKA Andras Haridus- ja Teadusministeeriumi partnerina ellu Euroopa Sotsiaalfondi (ESF) projekti „Täiskasvanuhariduse arendamine ja mitteformaalsete õppimisvõimaluste pakkumine (edaspidi VÕTI)“.

Käesolev kommunikatsioonistrateegia toetab eelnimetatud projekti elluviimist perioodil 2024–2030. Strateegia on järg aastateks 2016–2018 Praxise koostatud kommunikatsioonistrateegiale.

Haridusvaldkonna arengukavas aastateks 2021–2035 on eesmärgiks seatud elukestvas õppes osalejate ja erialase haridusega inimeste osakaalu suurenemine 2035. aastaks. Täiskasvanute teadlikkuse parandamiseks elukestva õppe kohta, positiivsete õpihoiakute kujundamiseks ja elukestvas õppes osalemise suurendamiseks viiakse projekti VÕTI raames ellu populariseerimis- ja teavitustegevusi ning edendatakse piirkondlike võrgustike koostööd kogukondades.

ESF-i projekti eesmärk on suurendada täiskasvanute osalemist elukestvas õppes nii muutunud hoiakute kui ka kasvanud teadlikkuse abil, suunates tegevuste fookuse sihtrühmadele ja piirkondadele, kus elukestvas õppes osalemine on väiksem.

Projekti eesmärgi täitmiseks on vaja erinevate tegevuste kaudu jõuda sihtrühmadeni, suurendada nende teadlikkust hariduse vajalikkusest ja võimalustest ning kujundada positiivseid hoiakuid õppimise suhtes kogu elukaare jooksul.

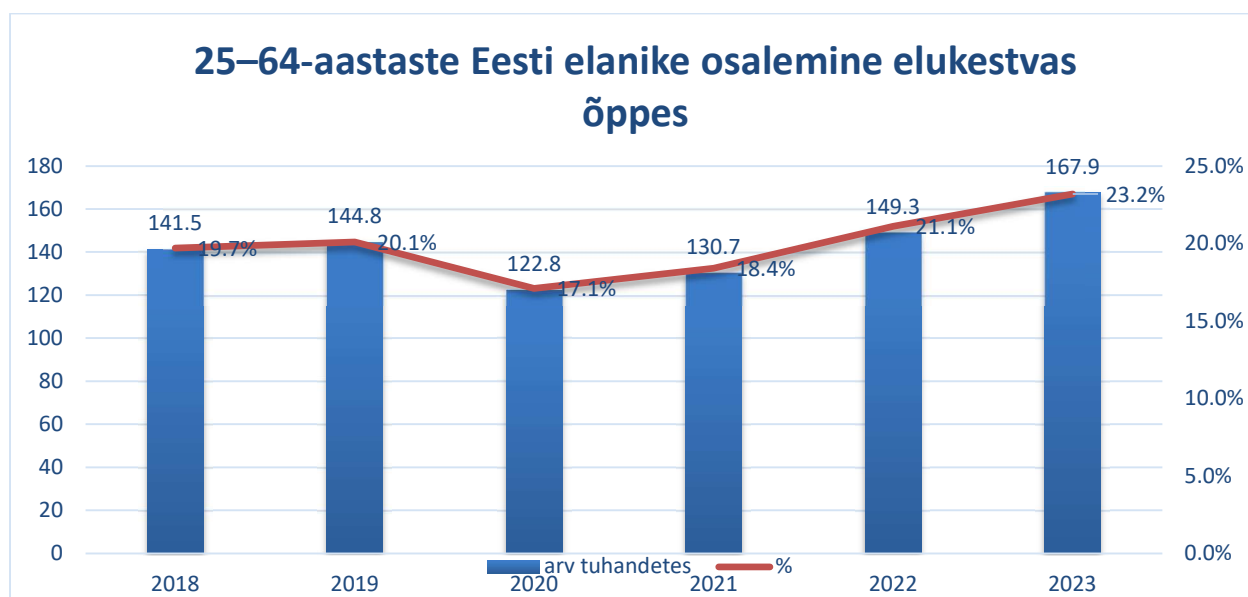
Kommunikatsioonistrateegia esmane sihtrühm on täiskasvanud Eesti elanikud, sh need, kes osalevad elukestvas õppes vähem, kellel on madal haridustase või aegunud oskused. Strateegias kasutame nende puhul nimetust *potentsiaalsed õppijad*. Lisaks esmasele sihtrühmale on strateegias suunatud tegevused ka sidusrühmadele: lähedased inimesed, tööandjad, kohaliku omavalitsuse töötajad ja täiskasvanuhariduse võrgustiku liikmed, eesmärgiga toetada nende kaudu potentsiaalsete õppijate teadlikkuse tõstmist ja ka õpimotivatsiooni tekkimist.

Taust

Haridusvaldkonna arengukavas on 2035. aasta eesmärkideks elukestvas õppes osalemise ja erialase haridusega inimeste osakaalu suurenemine. **Euroopa Liidu (EL) liikmesriigid on kokku leppinud eesmärgi, et 2030. aastaks osaleb elukestvas õppes aasta jooksul 60% elanikkonnast, Eesti sihttase (2023) on 52,3%. Eri- ja kutsealase haridusega täiskasvanute osakaal oli 2022. aastal 74,8%. Haridusvaldkonna arengukava eesmärk on jõuda 2035. aastaks 80%-ni.** Samuti on arengukavas oluliste aspektidena esile toodud õpivõimaluste mitmekesisust ja kättesaadavust, samuti õigust saada kvaliteetset haridust ning paindliku õpitee kujunemiseks vajalikke digilahendusi. Täiskasvanud õppija jaoks on oluline õpiteede paindlikkus, sujuv liikumine haridustasemetes ja -liikide vahel ning võimalus ühildada õppimist ja töötamist. Vaja on toetada uute oskuste omandamist, et need vastaksid kiiresti muutuvatele töömaailma vajadustele, samuti on tarvis arvestada varasema õpi- ja töökogemusega tasemeõppes ning võimalusega omandada haridust väiksemate osadena (mikrokvalifikatsioonid).

Viimase kümne aasta jooksul on Eesti täiskasvanute elukestvas õppes osalemine suurenenud ligi kaks korda (2011. a 11,9% vs. 2023. a 23,2%). Elukestvas õppes osalemine kasvas jõudsalt kuni koroonapandeemiani, kui täienduskoolitustel osalemine piirangute tõttu vähenes, kuid 2023. aastal õppes osalemine taas

suurenes, jõudes 23,2%-ni (vt joonis 1). Uute eesmärkide saavutamine tähendab aga, et elukestvasse õppesse on vaja kaasata kolmandiku võrra enam tööealisi inimesi.



Joonis 1. 25–64-aastaste elukestvas õppes osalemise määr ja arv (tööjõu-uuring, viimase nelja nädala jooksul, 2018–2023). Allikas: Statistikaamet

Lisaks õppes osalemise suurendamisele on vaja vähendada erisusi nii piirkondade kui ka õppes osalevate sihtrühmade osas.

Meeste ja naiste elukestvas õppes osalemise määr erineb oluliselt (2023 oli naiste osalus 28,4% ja meestel 18%). Viimaste aastate andmetest nähtub, et koroonakriis mõjutas tugevamalt meeste elukestvas õppes osalemise määra.

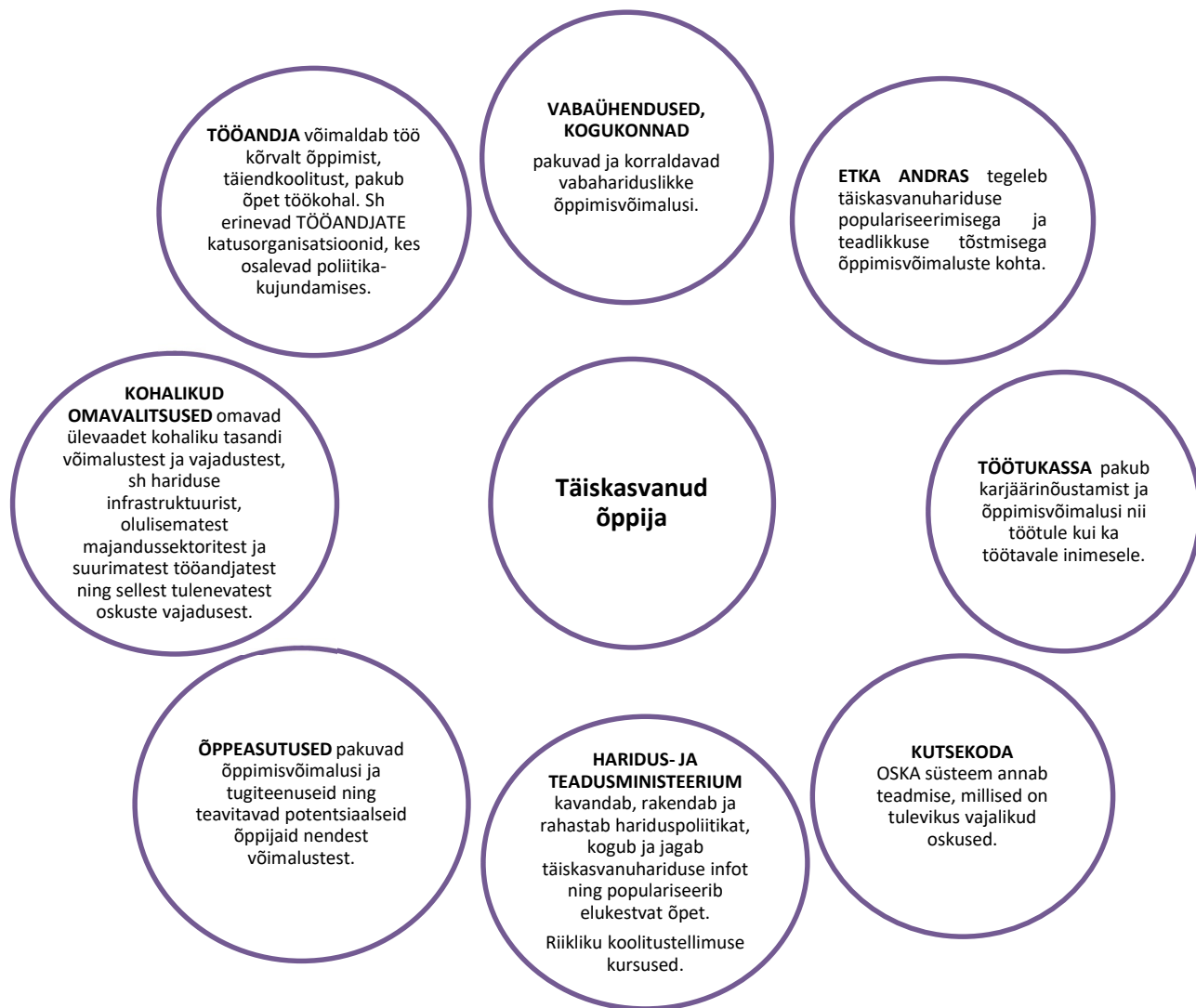
Endiselt on suur erinevus ka eestlaste ja mitte-eestlaste elukestvas õppes osalemises. Viimase kümne aasta jooksul on eestlaste õppimisaktiivsus kasvanud 13,5%-lt 26,8%-ni, mitte-eestlaste oma aga 8,5%-lt 19,3%-ni.

Inimeste haridustasemel on seos täiskasvanuhariduses osalemisega. Mida haritumad on inimesed, seda suurema tõenäosusega osalevad nad elukestvas õppes. 2023. aastal osales kolmanda taseme haridusega inimestest elukestvas õppes 33,87%, esimese või madalama haridustasemega inimestest 9,95%.

Regionaalselt ja vanuserühmade lõikes on elukestvas õppes osalemisel olulised erisused. 2022. aasta andmetel osales elukestvas õppes kõige vähem Viljandimaa, Raplamaa ja Lääne-Virumaa (kõik 12%) elanikke. Kõige enam osalesid õppes Tartumaa (22%), Jõgevamaa ja Läänemaa (mõlemad 21%) ning Harjumaa elanikud (20%). Samuti osalevad vanemad vanuserühmad elukestvas õppes oluliselt vähem kui nooremad vanuserühmad. Kogukondlikul tasandil eri osapoolte koostööd edendades ja töötandjaid kaasates on võimalik suurendada mitteformaalses õppes osalemist.

Programmi tegevustega soovitakse populariseerida elukestvat õpet ning edendada, arendada ja koordineerida kohalikku koostööd täiskasvanuhariduse valdkonnas. Selleks kaasatakse üle riigi koostööpartnereid ja kutsutakse maakondlikesse võrgustikesse eri osapooli, et luua ühtne infoväli, tuua täiskasvanuid tasemeõppesse ja täienduskoolitusse ning toetada nende oskuste arengut.

Elukestvat õpet soodustavaid riiklikke tegevusi viivad Eestis ellu väga erinevad osapooled: nii riiklikud institutsioonid, avalik ja erasektor töötandjatena kui ka mittetulundusühingud ja teadusasutused. Joonisel 2 on välja toodud olulisemad partnerid täiskasvanuhariduse edendamisel, pidades silmas ka kõnealuse kommunikatsioonistrateegia fookust.



Joonis 2. Täiskasvanuhariduse osapooled

Eelmiste perioodide kogemused

ETKA Andrase varasem projektide elluviimise kogemus on näidanud, et elukestvas õppes osalemise suurendamisele aitavad kaasa nii üleriigiline teavitamine elukestva õppe kohta kui ka info levitamine ja koostöö kohalikul tasandil.

Aastatel 2017–2020 viis ETKA Andras ellu neli üleriigilist mastaapset elukestva õppe populariseerimise kampaaniat. Eesmärk oli suurendada õppivate täiskasvanute hulka, tõsta täiskasvanute teadlikkust õppimisvõimaluste kohta ja kujundada positiivseid hoiakuid elukestva õppe suhtes. Kampaaniate läbiviimiseks korraldas ETKA Andras avatud riigihanke reklaamiagentuuri leidmiseks, koostöös reklaamiagentuuriga loodi visuaalid ja sõnumid ning kavandati meediaplaan. ETKA Andras jagas reklaame oma võrgustikes (täiskasvanuhariduse koordinaatorid, raamatukogud, täiskasvanute gümnaasiumid, koolitajad), samuti koostööpartnerite ja liikmete seas. Koostöös agentuuriga loodi veebileht jällekooli.ee.

2017.–2018. aastal olid kampaania kõneisikud Tanel Padar ja Konstantin Vassiljev ning kampaanias kutsuti täiskasvanuid õpinguid jätkama koos teiste täiskasvanutega. Kampaaniat edastati televisioonis, raadios, välimeedias, internetis, ajalehtedes, kinos. Mõlemal aastal tehti pärast kampaaniat koostöös Turu-uuringute AS-iga märgatavuse uuring.

2019.–2020. aastal keskendus kampaania kontseptsioon uute oskuste õppimisele, hüüdlause oli „Õpi midagi uut koos teiste täiskasvanutega“. Uusi oskusi õppisid Teet Margna ja Kristjan Jõekalda, kokku tehti lisaks teleklipile, raadioklipile ja internetireklaamile veel üheksa veebiseriaali, mis avalikustati ETKA Andrase YouTube'i kanalil. Seriaalide vaadatavus jäi vahemikku 2900–11 000 ühe seriaali kohta. Veebiseriaale kasutasid õppeasutused oma erialade reklaamimisel.

Märgatavuse uuringute tulemustest nähtub, et täiskasvanuhariduse teavituskampaaniad jõudsid suure osani kampaania sihtrühmast ja Eesti elanikkonnast. 2017. aastal jõudsid täiskasvanuõppe teavitustegevused 81%-ni elanikkonnast, aasta hiljem oli sama näitaja kolme protsendipunkti võrra väiksem. 2019. aasta teavituskampaania tegevused jõudsid 69%-ni ja 2020. aastal 74%-ni elanikkonnast. Kampaaniad aitasid murda müüte täiskasvanuna õppimise kohta ja tekitasid positiivseid hoiakud. Suurima märgatavusega kanal oli televisioon.

Aastatel 2020–2023 jätkati väiksemate kampaaniatega, mis jagunesid kolmeks: täiskasvanuhariduse tunnustuskonkursile kandidaatide leidmine, täiskasvanute õppima kutsumine ja täiskasvanud õppija nädala tutvustamine. Kampaaniate tulemusi hinnati reklaamide näitamise ja neil klõpsamiste arvu alusel, samuti kodulehe külastatavuse ja tunnustuskonkursile esitatud kandidaatide arvu kasvu ja ka inimeste pöördumiste hulga alusel. Näiteks kasvas veebilehe jällekooli.ee külastatavus kampaania tulemusel 30 000 inimeseni.

Kogu eelneva perioodil vältel tegutsesid maakondades ja Tallinnas täiskasvanuhariduse koordinaatorid ning nende tugivõrgustikud. Nemad kaasasid maakonnas erinevaid täiskasvanuhariduse osapooli ja levitasid täiskasvanuhariduse teemalist infot kohalikul tasandil, samuti korraldasid täiskasvanud õppija nädala üritusi.

Teavitustegevuste üks oluline osa nii riiklikul kui ka maakonna tasandil on olnud täiskasvanud õppijate, õppijasõbralike tööandjate, koolitajate ja õpitegude tunnustamine täiskasvanud õppija nädalal. Tunnustamiskonkurss on aidanud leida ja tuua esile lood elust enesest, mis inspireerivad teisi inimesi kas õpiteekonda alustama või astuma esimest sammu muutuste teel. Õppimise väärtustamine ja tunnustamine maakonnas on sihtrühmale lähemal ja annab inimliku mõõtme, mis suurendab tunnustuse mõju ja inspireerib kogukonda tervikuna. Eelmise perioodi lõpus loodi tunnustatavatele kategooriatele elektrooniline märgis nii maakonna kui ka riigi tasandil. Laureaadid võtsid märgise hästi vastu ning see on väga oodatud eriti tööandjate ja koolitajate kategoorias.

Kokkuvõttes võib öelda, et mitmesuguste kampaaniate ja võrgustike tegevuste abil on panustatud inimeste teadlikkuse kasvatamisse nii õppimisvõimaluste tutvustamise kui ka hoiakute muutmise abil. Täiskasvanud õppija nädala n-ö õpiampsud ja teiste täiskasvanute õpiteekonna lood on aidanud inimesi julgustada õppima asuma.

Kommunikatsioonistrateegia eesmärk

Kommunikatsioonistrateegia panustab eelkõige teadlikkuse tõstmisele nii täiskasvanuna õppimise vajalikkuse kui ka õppimisvõimaluste kohta, samuti hoiakute muutmisele ehk õpimotivatsiooni tekkimisele. Kommunikatsioonistrateegia elluviimise tulemusel tõuseb täiskasvanute teadlikkus elukestva õppe osas ja suureneb nii nende täiskasvanute hulk, kes on kaalunud õppima asumist, kui ka nende hulk, kes on seda realselt teinud.

Kommunikatsioonistrateegia tegevuste kaudu tuleb sihtrühmadele teadvustada, et minevikus kehtinud suhtumine, nagu õpitaks amet kogu eluks või pärast keskkooli pole enam vaja õppida, ei toimi praegu ega ka tulevikus. Sellest peavad järeldused tegema nii inimesed, töövõtjad, tööandjad kui ka haridusteenuste osutajad ja kohalikud omavalitsused. Elus hakkamasaamiseks peame kohanema uute oludega ja õppima kogu elu jooksul.

Kommunikatsioonistrateegia tegevused toetavad Eesti haridusvaldkonna arengukava 2021–2035 eesmärkide saavutamist.

Eeldame, et mida rohkem inimesed teadvustavad õppimise tähtsust ja õppimisvõimalusi kogu elukaare jooksul, seda teadlikumaid valikuid nad elus teevad ja seda suurem on nende rahulolu nii oma eluga kui ka panus ühiskonda.

Kommunikatsioonistrateegiat viib ellu ETKA Andras koostöös Haridus- ja Teadusministeeriumi ning teiste partneritega (sh täiskasvanuhariduse koordinaatorid maakondades ja hankemenetluse teel leitatv kommunikatsioonipartner). Kommunikatsioonistrateegia tegevuskava koostab ETKA Andras igal aastal koostöös ministeeriumiga. Joonisel 3 on toodud eesmärgid lähtuvalt sihtrühmast.

Üldeesmärk	Täiskasvanute teadlikkus õppimisvõimaluste kohta on suurenenud ja neil on positiivsed hoiakud elukestva õppe suhtes. Täiskasvanute õpimotivatsiooni tekkimine on toetatud ja nende õppes osalemine on suurenenud.			
Sihtrühmad	Potentsiaalsed õppijad	Lähedased	Tööandjad	Täiskasvanuhariduse võrgustik, partnerid
Alameesmärgid	Luua seos õppimise ja elus hakkama saamise vahel, õppimine on vajalik muutustega kohanemiseks. Normaliseerida täiskasvanueas õppimist isikliku arengu seisukohast. Tuua esile õpiteed ja suurendada teadlikkust õppimisvõimaluste kohta. Tõsta täiskasvanute õpimotivatsiooni üldise teavituse abil. Vähendada hirme ja murda müüte, mis on seotud täiskasvanueas õppimisega.	Aidata mõista lähedaste inimeste olulist rolli täiskasvanud õppija elus. Suurendada arusaama, et õppimine on loomulik elu osa ja vajalik muutustega kohanemiseks. Tõsta lähedaste teadlikkust täiskasvanute õppimisvõimaluste kohta.	Sõlmida kokkulepped tööandjaid ja personalijuhte esindavate liitudega info edastamiseks ja positiivsete hoiakute kujundamiseks.	Tugevdada võrgustiku koostööd, hoida ühist infovälja. Arendada koordinaatorite kompetentse, jagada kogemusi. Püstitada maakondades täiskasvanuhariduse eesmärgid ja leida viisid eri sihtgruppideni jõudmiseks. Ühtsete sõnumite jagamine Sõnumite edastamine oma organisatsiooni kanalites, sh ürituste, koolituste uudiskirjade jm kanalite kaudu.

Sihtrühmade ülevaade

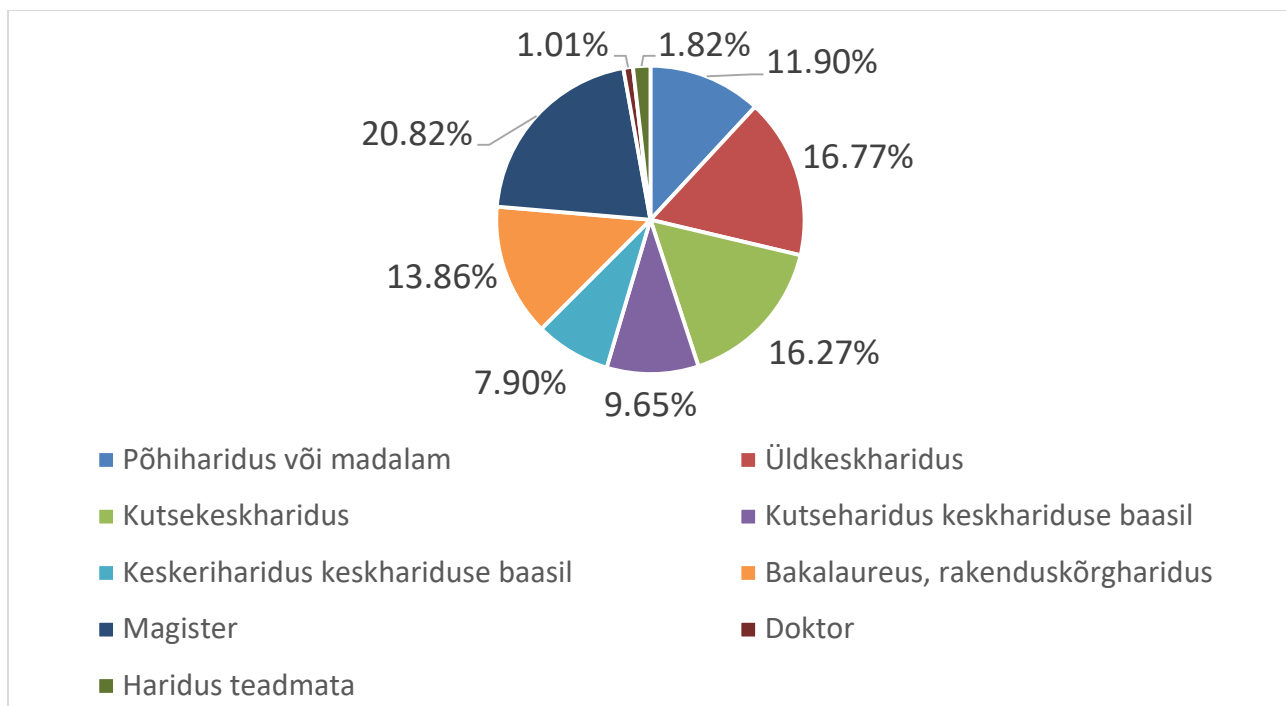
Potentsiaalsed õppijad

Tänapäeva ühiskond ja tehnoloogia arenevad nii kiiresti, et muutustega kohanemiseks ja tööturul aktiivsena püsimiseks peavad inimesed õppima nii nooremas kui ka vanemas eas.

Olulisim indikaator täiskasvanuhariduse edendamise tegevuste edukuse mõõtmiseks on osalemine tasemeõppes või koolitusel viimase nelja nädala jooksul ehk osalemine elukestvas õppes. Selle kohta kogutakse informatsiooni tööjõu-uuringu käigus.

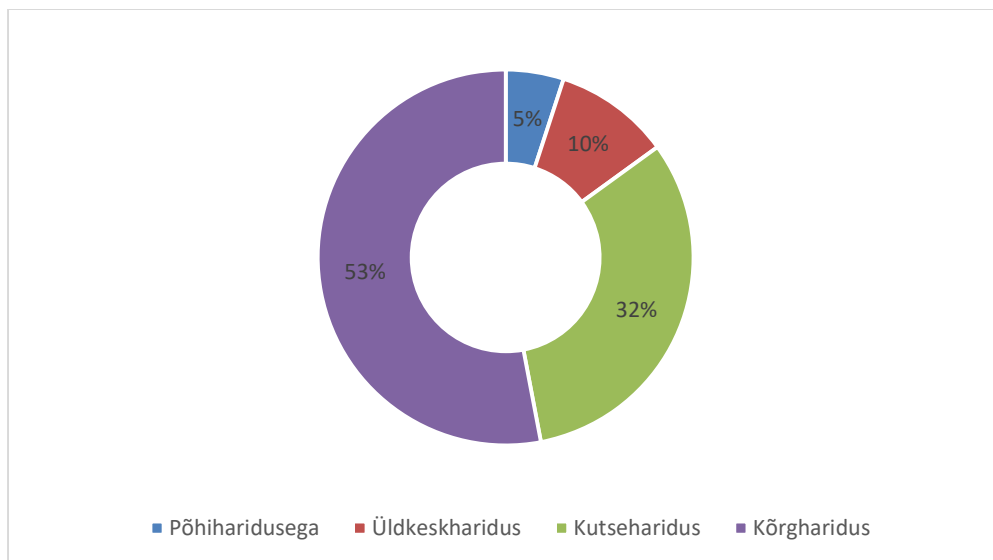
Kõikidest 25–64-aastastest täiskasvanutest osales 2023. aastal elukestvas õppes 23,2%. Kuigi need numbrid on Eestis viimastel aastatel liikunud positiivses suunas, on arenguruumi just madalama haridustasemega inimeste seas ja suured erinevused on ka maakondade lõikes.

Eesti täiskasvanuhariduse programm tõstab Eesti jaoks olulise probleemina esile kutse- ja erialase kvalifikatsioonita inimeste suure osakaalu ning kasvava inimeste hulga, kelle õpingud katkevad keskhariduseni jõudmata. Statistikaameti 2024. aasta andmete järgi on põhihariduse või sellest madalama haridustasemega 11,9% 25–64-aastastest Eesti elanikest ja 16,7% sama vanuserühma elanikest on üldkeskharidusega. Madalama haridustasemega inimesi on rohkem 25–44-aastaste elanike hulgas ja nende seas on rohkem mehi kui naisi.



Joonis 4. 25–64-aastased elanikud haridustaseme järgi, 2024 (osakaal protsentides) Allikas: Statistikaamet

OSKA prognoosist saame teada tööjõuvajaduse haridustasemete järgi aastaks 2031. Tööjõuvajadust mõjutab suurel määral tööturult lahkuvate töötajate asendusvajadus, mis on seotud eelkõige töötajate vanusega. 53% uue tööjõu vajadusest (ehk 9500 inimest aastas) moodustab vajadus kõrgharidusega töötajate järele, 32% uutest töötajatest (ehk 5700 inimest aastas) peaks olema kutseharidusega.



Joonis 5. Tööjõu vajadus haridustaseme järgi aastal 2031. Allikas: OSKA

Esmane sihtrühm

Esmasesse sihtrühma kuuluvad keskhariduseta inimesed, kes vajavad tööalases või isiklikus elus arenguhüppe saavutamiseks keskhariduse omandamist. Esmasesse sihtrühma kuuluvad ka üldkeskharidusega inimesed, kes vajavad erialast või täiendõpet tasemeõppe vormis. Esmasesse sihtrühma kuuluvad ka inimesed, kelle haridus ja oskused on aegunud ning ei vasta enam tänapäeva tööturu vajadustele. Seetõttu vajavad nad tööalase konkurentsivõime hoidmiseks või tõstmiseks täiend- või ümberõpet. Arvestades Eesti elanikkonna vananemist ja asjaolu, et paljud vanaduspensioniealised jätkavad töötamist, on oluline tegeleda enesearendamisega nii nooremas kui ka vanemas eas.

Aegunud oskustega inimeste sihtrühma on raske täpselt piiritleda, mistõttu on keeruline anda täpseid hinnanguid ka nende inimeste arvu kohta. Siia sihtrühma kuuluvad inimesed, kes on erialase väljaõppega (sh kõrghariduse omandanud), aga kes ei ole oma teadmisi ja oskusi uuendanud ning kelle teadmised ja oskused on tehnoloogilistest arengutest maha jäänud.

2025. aastal avalikustatavad PIAAC-i uuringu täpsemad tulemused annavad kindlasti infot selle sihtrühma suuruse kohta.

Inimeste oskuste vastavus tööturu vajadustele erineb oluliselt sektorite ja tegevusalade lõikes, kuivõrd sektorite areng toimub erinevas tempos. Samuti võib erineda inimeste teadlikkus oma oskuste vastavusest tööturu vajadustele. Osad inimesed tunnetavad uute

teadmiste-oskuste omandamise vajalikkust, samas kui teiste jaoks võivad töös toimuvad tehnoloogilised või protseduurilised muudatused olla alles kauge tulevik, mis ei mõjuta praegu igapäevatööd. Siiski on vaja ka selliste tulevikuoskuste vajadusi ette näha ning kujundada positiivne hoiak enesetäiendamise ja elukestva õppe suhtes. Oluline on tõsta inimeste teadlikkust enesetäiendamise ja õppimisvõimaluste kohta.

Esmasesse sihtrühma kuuluvad:

- keskhariduseta või erialase hariduseta inimesed
- üldkeskharidusega inimesed
- inimesed, kelle haridustase ja oskused on aegunud ning ei vasta enam tänapäeva tööturu vajadustele

Tulevikus vajaminevatest oskustest ja enesetäiendamise vajadusest annavad ülevaate OSKA uuringud*. Ülevaated viitavad, et tulevikus vajavad inimesed laiemat ja erinevaid valdkondi hõlmavat oskuste paletti. Ideaalsel tulevikutöötajal on süvateadmised vähemalt ühel erialal ja üldoskused, mis toetavad eriala

rakendamist töökohal. Hea keeleoskus muutub tööks vajalikuks baastingimuseks. Tähtsustub eri kultuuride tundmine ja hea suhtlemisoskus.

*Allikas: <https://uuringud.oska.kutsekoda.ee/uuringud/oska-uldproгноos>; https://oska.kutsekoda.ee/wp-content/themes/oska/assets/images/OSKA-trendikaardid_Lyhiylevaade.pdf.

Segmendid

Esmase sihtrühma seas on mitmesugused segmendid, kellel on erinev hariduslik taust, vajadused ja motivatsioon. Sihtrühma kuuluvad näiteks 20–30-aastased, kellel on lõpetamata põhikool või gümnaasium. Ühe segmendi moodustavad ka aegunud oskustega inimesed, kellel on kõrgharidus või kutseharidus, samuti on üks oluline segment mitte-eestlased.

Esmase sihtrühma teadlikkus õppimisvõimaluste kohta ja oskus infot otsida on samuti väga erinev.

Strateegia eesmärkide saavutamiseks peame oluliseks koostööd nii Eesti Tööandjate Keskliidu ja erialaliitude tasandil kui ka üksikute suuremate tööandjatega.

Madalama haridustasemega inimeste oskus infot otsida ja analüüsida on väiksem kui kõrgharidusega inimestel. Samuti on madalama haridustasemega täiskasvanud enesetäiendamiseks vähem motiveeritud ja nende hoiakud õppimise suhtes on sageli negatiivsed.

Lähedased

Täiskasvanuna õppima asumine on suur elukorralduslik muutus. Õpimotivatsiooni tekkimisel ja õppimise toetamisel mängivad suurt rolli lähedased inimesed. Lähedaste inimeste all peame eelkõige silmas elukaaslast või abikaasat, vanemaid, aga ka lapsi ja sõpru, töökaaslast, naabreid – kõiki, kes puutuvad kokku potentsiaalse õppijaga ning saavad teda toetada või talle infot jagada.

Nende tugi võib olla vajalik psühholoogilistest barjääridest üle saamisel, aga ka argielu korraldamisel. Samuti on lähedased olulised infolevitajad nii õppimisvõimaluste, tugiteenuste kui ka täiskasvanud õppija õiguste kohta. Seetõttu on vajalik, et täiskasvanuna õppimise vajalikkust hindaksid mitte ainult potentsiaalsed õppijad, aga ka neid ümbritsevad inimesed.

Varasemad uuringud näitavad, et keskhariduseta inimestele on oluliste kooli tagasipöördumise takistuste seas majanduslike põhjuste kõrval ka hoiakud (vanus ja motivatsioonipuudus) (Räis jt 2014). 2023. aastal täiskasvanute gümnaasiumites õppijatega peetud vestlusringides jagasid õppijad oma lugusid ja sealt tuli välja, et lähedastel on õppijatele suur mõju (lähedased saavad olla abiks hirmude mahavõtmisel, motivatsiooni tekitamisel ja igapäevaelu korraldamisel).

Oluline on panustada lähedaste teadlikkuse tõstmisesse, sest neil on õppija elus oluline roll nii toetaja kui ka info jagajana.

Tööandjad

Töökohal ja seal valitseval kultuuril on oluline mõju inimeste hoiakute kujunemisele ja ajakasutusele. Tööandja saab otsustada, kas ja kellele pakkuda täiendkoolitust, võimaldada õpet töökohal või luua paindlikud töötingimused, mis võimaldavad õppimist töö kõrvalt. Nende otsuste ja hoiakute kaudu võib tööandja tugi saada määravaks, kui inimene kaalub õppima asumist.

Tööandja roll väljendub nii organisatsioonikultuuris kui ka väärtustes. Tööandja, kes väärtustab õppimist ja töötajate arengut, loob keskkonna, kus õppimine on loomulik osa tööelust. Selline kultuur motiveerib töötajaid omandama uusi oskusi ja avardama oma silmaringi.

Tööandjate hoiakud ja otsused ei mõjuta ainult üksikisikuid, vaid aitavad kujundada laiemat ühiskondlikku suhtumist elukestvasse õppesse. Tööandjate toetus on võti motiveeritud, oskusliku ja enesekindla tööjõu kasvatamiseks, mis suurendab nii ettevõtete konkurentsivõimet kui ka ühiskonna üldist heaolu.

Arvestades, et keskhariduseta või üldkeskharidusega inimesed töötavad teatud kindlatel erialadel, on tegevustega võimalik keskenduda just nendele valdkondadele, kus selle sihtrühma esindajaid töötab rohkem.

Tegevuste planeerimisel saab sisendit ka OSKA tegevusalade põhistest analüüsist, sest need viitavad ametitele ja tegevusaladele, kus oskused vajavad olulisemat muutust.

Peamised partnerid, kellega ETKA Andras strateegia elluviimisel koostööd teeb, on Haridus- ja Teadusministeerium, õppeasutused, SA Kutsekoda ja Eesti Töötukassa.

Täiskasvanuhariduse võrgustik ja partnerid

Elukestva õppe populariseerimisega tegelevad Eestis otseselt või kaudselt paljud organisatsioonid ja asutused. Kuigi konkreetsemad tegevused ja võimekus neid ellu viia võivad olla väga erinevad, on suures plaanis kõikidel siiski üks ühine eesmärk – luua positiivne kuvand õppimisest kogu elukaare jooksul. Eestis puudub püsiv täiskasvanuhariduse koordineerimine erinevate osapoolte vahel. ETKA Andras on üles ehitanud maakondades tegutsevate täiskasvanuhariduse koordinaatorite võrgustiku ja koordineerib nende tegevust. Maakondlike koordinaatorite ülesanne on hoida ja arendada oma võrgustiku tegevust ning populariseerida võrgustiku liikmete kaudu täiskasvanuharidust. ETKA Andrase loodud täiskasvanuhariduse maakondlike võrgustike (kokku 16) koosseisu kuuluvad maakonnas tegutsevate organisatsioonide esindajad: kohalikud omavalitsused, omavalitsusliidud, Eesti Töötukassa, Rajaleidja keskus, lasteaiad, avatud noortekeskused, Eesti Külaliikumine Kodukant, raamatukogud, muuseumid, tööandjad, koolitusasutused (kõrgkoolid, kutseõppeasutused, täiskasvanute gümnaasiumid, rahvaülikoolid) jne. ETKA Andras koordineerib võrgustike eestvedajaid ja on neile välja töötanud arenguprogrammi, mis toetab koordinaatoreid maakondlike tegevuste strateegilisel planeerimisel ja elluviimisel. Täiskasvanuhariduse koordinaatorid jagavad oma võrgustiku liikmetele täiskasvanuhariduse alast infot ja liikmed mõjutavad oma tegevusega erinevaid sihtrühmasid. Täiskasvanuhariduse koordinaatorite abil saab ETKA Andras võimestada kampaaniaid ning jagada infot maakonnas ja kohalikes omavalitsustes.

Suur osa ETKA Andrase tööst on seotud täiskasvanuhariduse võrgustiku teavitamisega. Oluline on hoida võrgustiku liikmeid ühises infoväljas, jagada neile täiskasvanuhariduse alast infot ja kaasata neid teavitustegevuste elluviimisesse. Ühtlasi tuleb tugevdada koostöövõrgustiku koostööd üle riigi ja maakonnasiseselt, samuti tekitada maakondade täiskasvanuhariduse võrgustiku liikmete vahel suurem ühtsustunne ja sünergia ning jagada häid praktikaid ja kogemusi. Igas maakonnas on oluline

Täiskasvanuhariduse koordinaatorid ja nende võrgustikud maakondades tegelevad elukestva õppe populariseerimisega.

täiskasvanuhariduse valdkonna eesmärkide püstitamine, tegevuskavade koostamine ja erinevate sihtgruppideni jõudmine. Praegusel perioodil ongi fookuses maakondlike tegevuste parem eesmärgistamine, planeerimine ja elluviimine. Soov on saavutada täiskasvanuhariduse parem nähtavus maakondades ja Tallinnas.

Sõnumistrateegia

Õppimine mõjutab oluliselt inimeste elu. Mõju võib olla väga mitmel tasandil ja seotud elu erinevate aspektidega. Sellest tulenevalt on ka õppimist motiveerivad tegurid inimeste lõikes erinevad. Haridus ja oskused annavad inimesele enesekindluse, võimalused eneseteostuseks ning paremad väljavaated tööturul, aga ka majandusliku heaolu, teadlikuma tervisekäitumise ja väiksema riskikäitumise, samuti suurema ühiskondliku kaasatuse või ühtekuuluvustunde. See aitab kaasa isiklikule heaolule, suurendab sotsiaalset sidusust ja tõstab kogu ühiskonna elukvaliteeti, luues targema, tugevama ja ühtsema kogukonna.

Erinevad sihtrühmad, erinevad sõnumistrateegiad

Efektiivne kommunikatsioon täiskasvanuhariduse valdkonnas eeldab, et iga sihtrühma kõnetatakse nende vajadustest, motivatsioonidest ja rollidest lähtudes. Selleks kohandatakse sõnumite sisu, tonaalsust ja levituskanaleid, et tagada sõnumite mõjus, mõistetavus (lihtsus) ja sihtrühmade kaasatus.

Potentsiaalsed õppijad:

- **Fookus:** inspireerida ja motiveerida õppima asuma, rõhutades õppimise eeliseid, saavutusvõimalusi ning tuge õpiteekonnal.
- **Sõnumite tonaalsus:** julgustav, kaasav, usaldust loov.

Lähedased (pereliikmed, sõbrad):

- **Fookus:** näidata, kuidas õppija toetamine ja julgustamine võib muuta nende elu ja suurendada kogu pere heaolu.
- **Sõnumite tonaalsus:** emotsionaalne, toetav, väärtusi rõhutav.

Tööandjad:

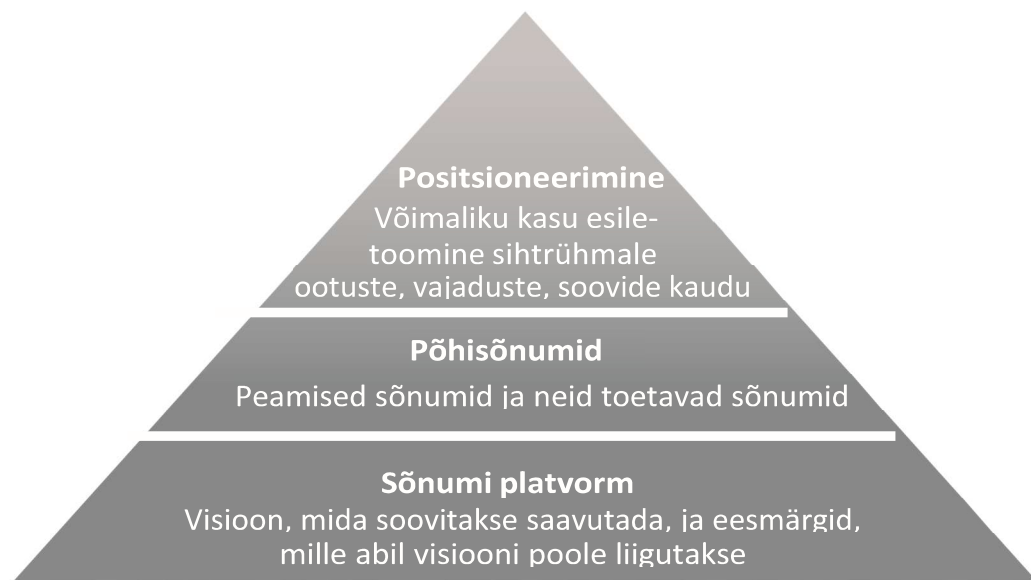
- **Fookus:** tõsta esile täiskasvanuhariduse praktilisi eeliseid organisatsioonidele, nagu produktiivsuse kasv, oskuste arendamine ja töötajate rahulolu.
- **Sõnumite tonaalsus:** professionaalne, faktipõhine, tulemustele orienteeritud.

Täiskasvanuhariduse koordinaatorid ja võrgustikud:

- **Fookus:** toetada ja motiveerida koordinaatoreid oma töös, rõhutades koostöö olulisust, jagades selgeid tööriistu ning ühtset visiooni.
- **Sõnumite tonaalsus:** inspireeriv, koostööle kutsuv, eesmärgipärane.

Kuigi kõik sõnumid teenivad täiskasvanuhariduse edendamise ühist eesmärki, on nende kohandamine sihtrühmade spetsiifiliste vajaduste järgi võtmetähtsusega. Sõnumistrateegia tagab, et iga rühm tunneb end kaasatuna ja motiveerituna, olgu nad õppijad, toetajad, tööandjad või hariduse edendajad.

Sõnumite viimisel sihtrühmandeni on oluline arvestada kanaleid ja ka aega, millal ja mille kaudu me sõnumeid edastame.



Joonis 6. Sõnumistrateegia ülesehitus

Potentsiaalsed õppijad

Üldeesmärk	Kujundada positiivseid hoiakuid elukestva õppe suhtes, tõsta täiskasvanute teadlikkust õppimisvõimaluste kohta ja toetada täiskasvanute õpimotivatsiooni tekkimist.		
Visioon	Teadlikkus õppimisvõimaluste kohta on tõusnud ja suurenenud on nii nende täiskasvanute hulk, kes on kaalunud õppima asumist, kui ka nende hulk, kes on seda realselt teinud.		
Kommunikat- siooni eesmärgid	Lua seos õppimise ja tööturu vajaduste vahel.	Normaliseerida täiskasvanueas õppimist isikliku arengu seisukohast.	Tuua esile õpiteed ja -võimalused ning suurendada teadlikkust.
Põhisõnumid	Õppimine aitab ettevalmistada muutusteks tööturul. Uued oskused ja teadmised aitavad tööturul püsida, leida meeldivam või suurema sissetulekuga töö ja ka igapäevaelus paremini hakkama saada.	Õppimiseks ei ole kunagi hilja. Õppimine täiskasvanueas on normaalne ja see on endale väärtuse loomine. Paljud täiskasvanud õpivad. Jätka õpinguid koos teiste täiskasvanutega.	Õppimiseks on erinevaid võimalusi. Õppevormid on paindlikud: päevased ja õhtused õpperühmad, e-õpe, individuaalõpe. See võimaldab ühildada õppimist ja töötamist.

Sõnumeid saab kombineerida erinevatele sihtrühma segmentidele, sõnumid saavad toetada õppima asumist ja sõnumitega saame ümber lükata ka potentsiaalsete õppijate seas levivaid müüte (koolis käivad ainult noored, täiskasvanud/vanad inimesed ei käi koolis, õpitakse ainult klassiruumis või õppimine on kallis). Püüame sõnumite kujundamisel näidata ka kasu, mida õppimine endaga kaasa toob. Kõige parem on sihtrühmale õppimise kasutegureid näidata edulugude abil. Sõnumid võivad varieeruda ka lähtuvalt vanusest: näiteks noorematele madalama haridustasemega täiskasvanutele on mõjusamad üht laadi sõnumid ja eakamatele aegunud oskustega inimestele teised.

Lähedased

Lähedastele mõeldud sõnumid aitavad neil ühest küljest teadvustada oma rolli tähtsust lähedase õpimotivatsiooni tekkimisel ja teisalt peavad sõnumid suurendama üldist arusaama õppimise tähtsusest elukaare jooksul. Lähedased on ka infovahendajad potentsiaalsetele õppijatele.

Üldeesmärk

Kujundada positiivseid hoiakuid elukestva õppe osas, tõsta täiskasvanute teadlikkust õppimisvõimaluste kohta ja toetada täiskasvanute õpimotivatsiooni tekkimist

Visioon

Pereliikmed ja sõbrad suhtuvad soosivalt lähedase õpingutesse, toetavad ja innustavad õppima minekut ning jagavad infot õppimisvõimaluste kohta.

Kommunikatsiooni eesmärgid

Aidata mõista lähedaste inimeste olulist rolli täiskasvanud õppija elus.

Suurendada arusaama, et õppimine on elu loomulik osa ja vajalik muutustega kohanemiseks.

Põhisõnumid

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 võimetes.

Enda õpikogemuse jagamine on eeskujuks teistele.

Õppimiseks ei ole kunagi liiga hilja. Õppimine on normaalne ka täiskasvanueas.

Iga inimene peab õppima, et valmistada end ette muutusteks tööturul ja igapäevaelus hakkamasaamiseks.

Taas õppima asumine näitab head eeskuju lastele ja sõpradele.

Enesetäiendamine laiendab silmaringi, annab enesekindlust ja aitab leida elus tasakaalu.

Haridus tugevdab sotsiaalseid suhteid ja vähendab riskikäitumist.

Tööandjad

Tööandja esindaja ehk ülemuse tugi võib seisneda koolitusvajaduse kirjeldamises, sobiva koolituse leidmises ning õppimise ja tööelu ühendamise soodustamises. Töökollektiivi toetav suhtumine mängib olulist rolli õppima asumisel ja õpingutega jätkamisel. Kuna tööandja on eelkõige huvitatud, et töötaja arendaks oma erialaseid oskusi, siis tuleks kommunikatsioonis siduda nii erialast pädevust väärtustav info kui ka praktiline koostöö erialase täiendkoolituse pakkujatega (kutseõppeasutuste avatud õpe, e-kursused, koolitus töökohal) ning rõhutada ka poolelijäänud haridustee lõpuleviimise olulisust, et saavutada laiahaardelisemad üldoskused. Töökoha personalijuht on samas rollis nagu karjäärinõustaja, tema saab aidata teha valiku koolitusturul pakutava hulgast ning sobitada õppimise ja töötamise graafikuid.

Üldeesmärk

Toetada täiskasvanute õpimotivatsiooni tekkimist ja kujundada positiivseid hoiakuid elukestva õppe suhtes.

Visioon

Tööandjad aitavad kaasa töötajate taseme- ja täiendõppe sobitamisele tööeluga ja isiklikueluga

Kommunikatsiooni eesmärgid

Tööandjad mõistavad töötajate koolitamise vajadust ja on valmis võimaldama töötajate enesetäiendamist

Tööandjate ja nende katusorganisatsioonide koostöövalmidus on suurenenud ja infoedastus töötajatele töö kõrvalt õppimistingimuste loomiseks on paranenud.

Põhisõnumid

Täiskasvanud õppijale on töökoha suhtumine ja praktiline tugi oluline eeldus.

Õppija tunnustamine ja väärtustamine motiveerib õpinguid alustama/jätkama. Positiivne tagasiside ja innustamine suurendab inimese veendumust oma võimetesse.

Enda õpikogemuse jagamine on eeskujuks teistele samas organisatsioonis.

Õppimiseks ei ole kunagi liiga hilja. Õppimise jätkamine on normaalne ka töö kõrvalt.

Täiendkoolitus on eeldus tööülesannete paremaks täitmiseks, edutamiseks või ka uue ametikoha saamiseks samas organisatsioonis. Keskharidus on soovitatavalt miinimumtase.

Enesetäiendamine toob tavatöösse vaheldust.

Täiskasvanuhariduse võrgustik

Kõikide potentsiaalsete partneritega toimib koostöö vastastikusel kokkuleppel. Partneritele ja võrgustikele jagatakse infot, kaardistatakse ühisosa ning neid motiveeritakse võtma aktiivset rolli täiskasvanuhariduse teemaga tegelemisel ja kommunikatsioonistrateegia eesmärkide saavutamisse panustamisel.

Partnerid ja võrgustike liikmed kujundavad õppimist soosivat hoiakut ja jagavad infot õppimisvõimaluste kohta nii oma organisatsioonis kui ka potentsiaalsete õppijate ja nende lähedastega otse suheldes.

Täiskasvanuhariduse võrgustikul on infokanali roll, sest nende kaudu jõuab info potentsiaalsete õppijate ning nende lähedaste ja tööandjateni. Täiskasvanuhariduse koordinaatorite ja võrgustiku puhul on oluline regulaarne infovahetus ja koostöö.

Täiskasvanuhariduse koordinaatorite võrgustiku ühtsuse tugevdamiseks töötatakse välja ja kasutatakse ühiseid sõnumeid ning visuaale, mis loovad selge ja ühtse identiteedi ning toetavad koostööd ja sihtrühmadeni jõudmist.

Kommunikatsioonitegevused kuni 2030

Kommunikatsioonitegevuste eesmärk on teadlikkuse tõstmine elukestvast õppest ja õppimisvõimalustest. Elukestvas õppes osalemise suurendamiseks ja inimeste õppima toomiseks kavandatakse tegevused aastateks 2024–2029.

Potentsiaalsed õppijad ja lähedased

Üleriigilised kampaaniad esmasele sihtrühmale. Kampaania sõnumite ja visuaalide loomiseks ning kampaania meedias edastamiseks ja meedias tähelepanu saamiseks kaasatakse hankemenetluse teel partner. Partneri pakutud sõnumeid, visuaale ja kõneisikuid testitakse eelnevalt sihtrühma esindajatega tehtavates süvaintervjuudes või fookusgrupi intervjuudes. Saadud tagasiside alusel saadud ettepanekuid rakendatakse kampaaniates. Kampaaniamaterjale jagatakse ka koostööpartneritele, sh täiskasvanuhariduse maakondlikele võrgustikele.

Jätkatakse täiskasvanud õppija nädala (TÕN) traditsioonidega

Täiskasvanud õppija nädal (TÕN) on traditsiooniline üle-eestiline täiskasvanuharidust populariseeriv ja õppimisvõimalusi tutvustav üritus. See on end hästi sisse töötanud formaat, kus nädala jooksul toimuvad erinevad üritused, loengud, õpitoad jms. Nädalat koordineerib ETKA Andras koostöös Haridus- ja Teadusministeeriumiga.

TÕN on viimased aastad olnud seotud Kultuuriministeeriumi teema-aastatega. Teema-aastaga sidumine annab võimaluse saada laiemat kõlapinda ja teha koostööd suurema hulga partneritega. 2024. aastal tähistasime Eesti kultuuririkkuse teema-aastat. Märkasime, väärtustasime ja hoidsime Eesti kogukondade ning rahvaste kultuuride mitmekesisust. 2025. aasta on Eesti raamatu aasta. Täiskasvanuhariduse nädal algab õpitunniga, kus kutsume kõiki täiskasvanuid sel päeval midagi uut õppima. Järgnevad teemanädalad täpsustuvad igal aastal järgneva aasta kohta. TÕN-i koostööpartnerid sõltuvad aasta teemast ja varieeruvad igal aastal, seotus teema-aastaga annab võimaluse laiendada partnerite ringi ning samas olla kaasatud teema-aasta kommunikatsioonitegevustesse.

Täiskasvanud õppija nädalal kutsutakse osalema ja elanikkonnale õpiampse/õpisündmusi pakkuma erinevad partnereid: raamatukogusid, õppeasutusi, vabahariduslike koolituste pakkujaid, tööandjaid, kogukondi, koolitajaid. TÕN-i ajal korraldame ka veebis avalikke õpisündmusi, millest kõik saavad osa võtta.

TÕN-i tugevus on maakondlik kaetus – igas maakonnas on täiskasvanuhariduse koordinaator, kes koos võrgustikuga on TÕN-i ajal toimuvad sündmused kokku kogunud TÕN-i kalendrisse. Avalik teemanädala kalender on ETKA Andrase kodulehel. TÕN-i info paremaks kuvamiseks kodulehel tehakse koostöös veebilehe arendajaga nüüdisaegne ja kasutajasõbralik lahendus. TÕN-i visuaalide loomisel ja reklaamimisel kasutatakse kampaania partneri abi.

Jätkub täiskasvanuhariduse tunnustuskonkursi korraldamine. Konkursi infot jagatakse maakonna koordinaatoritele ja nende kaudu maakonna võrgustikule. Riigi tasandil jagatakse konkursi infot koostööpartneritele ning koostöös reklaamiagentuuriga luuakse visuaalid ja viiakse ellu meediaplaan. Täiskasvanuhariduse tunnustuskonkurssi korraldatakse kevadel ja tunnustamine toimub täiskasvanud õppija nädala raames sügisel. Konkursi raames valitakse võitjad igas maakonnas eri kategooriates ja esitatakse nad riiklikule komisjonile, kes valib üleriigilised laureaadid. Iga maakonna võitjatega tehakse lühikesed intervjuud, mida jagatakse nii üleriigilisele kui ka kohalikule meediale. Kohalik meedia kutsutakse ka maakonna täiskasvanuhariduse sündmustele. Üleriigiliste võitjatega tehakse videolood, mida jagatakse meediale. Videolugusid eksponeeritakse ETKA Andrase sotsiaalmeedias ja YouTube'is. Üleriigilisest tunnustusüritusest kutsutakse osa võtma kõik maakondade laureaadid, koostööpartnerid ja meedia.

Meedia kaasamine

Kui täiskasvanud õppija nädalal toimuv on seni olnud hästi esindatud kohalikus meedias ja vähemal määral üleriigilises meedias, siis edaspidi on plaanis jagada rohkem infot üleriigilistele meediakanalitele, et saada rohkem kajastusi ja suuremat nähtavust üle Eesti. See aitab ühelt poolt tõsta teadlikkust TÕN-i ajal toimuva kohta, kuid teisalt annab hea võimaluse väärtustada õppijaid, nende juhendajaid ja tööandjaid.

Hoiakute kujundajana on televisioon endiselt mõjukas kanal. Päevakajalised saated („Reporter“, „Ringvaade“, „Seitsmesed uudised“, „Õhtu“) on suure hulga vaatajatega, seega panustame sellesse, et täiskasvanuhariduse teemad jõuaksid ka nendesse saadetes.

Lisaks tunnustatute ja TÕN-i esiletõstmisele kohalikus meedias on eesmärk suurendada täiskasvanuhariduse teemade kajastust kohalikus meedias. Seda on kavas teha maakondlike võrgustike abil.

Lisaks võetakse ühendust seriaalide tootjatega. Teeme ettepanekuid täiskasvanuhariduse ja elukestva õppe teemade lisamiseks näiteks seriaalitegelaste igapäevaellu – näiteks õpingute jätkamine mitte-statsionaarses õppes või mikrokraadi omandamine kõrgkoolis.

Tööandjad

Tööandjate kaasamiseks on plaanis teha koostööd neid koondavate liitude ja võrgustikega: PARE, Eesti Tööandjate Keskliit, Eesti Kaubandus-Tööstuskoda, Eesti Ametiühingute Keskliit. Tegevused täpsustuvad, kui Haridus- ja Teadusministeerium on valinud partneri tööandjatele suunatud tegevusteks.

Võrgustik ja koostööpartnerid

Jätkatakse partnerite ja võrgustike koostöö tõhustamisega ning nende kaudu info levitamisega potentsiaalsete õppijate sihtrühmadeni. Maakondlike võrgustike efektiivsemaks toimimiseks luuakse arenguprogramm, mille elluviimine toetab koordinaatori tegevusi maakonnas. Maakondlikud võrgustikud koostavad aastased tegevusplaanid ja viivad need aasta jooksul ellu. Andras jälgib tegevuste täitmist ja annab jooksvalt tagasisidet. Koordinaatorite eestvedamisel toimuvad maakonna seminarid ja nõupidamised maakonna täiskasvanuhariduse võrgustikele. Maakondade koordinaatorid levitavad täiskasvanuhariduse teemalist infot aasta ringi.

Suurematest koostööpartneritest jätkatakse koostööd näiteks ministeeriumitega (Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium, Kultuuriministeerium, Sotsiaalministeerium), aga ka Eesti Töötukassa, Kutsekoja, Eesti Linnade ja Valdade Liidu, PARE, Eesti Ametiühingute Keskliidu ja teistega.

Infokanalid

ETKA Andrase hallatavate infokanalite sisu ajakohastatakse. Infokanalid on koduleht aadressil www.andras.ee ja Facebooki leht [ETKA Andras](#). Samuti koostatakse ja levitatakse võrgustikule ning koostööpartneritele infokirja, mis kajastab täiskasvanuhariduse uudiseid.

Teavitustegevuste elluviimiseks kasutatakse mitmesuguseid infokanaleid, kogutakse ja tutvustatakse õppijate edulugusid ning tunnustatakse silmapaistvamaid täiskasvanuhariduse osapooli. Samuti laiendatakse ja mitmekesistatakse täiskasvanud õppija nädala tegevusi, eesmärgiga jõuda kõikidesse maakondadesse, kohalikesse omavalitsustesse ja rohkemate sihtgruppideni. Edendatakse koostööd tööandjatega nii maakondades kui ka üleriigilisel tasandil.

Iga-aastane täpsem tegevuskava töötatakse välja koostöös ETKA Andrase ja Haridus- ja Teadusministeeriumiga. Tegevuskavas kirjeldatakse tegevused sihtrühmade lõikes ja kirjeldatakse oodatavad tulemused.

Sihtrühma esindajad

Teavitustegevuste paremaks planeerimiseks ja sihtrühma esindajate mõistmiseks on loodud persoonad. Need aitavad mõista sihtrühma kuuluvate segmentide esindajate väljakutseid, käitumist ja motivatsiooni. Persoonade loomisel on kasutatud eelneval perioodil saadud tagasisidet täiskasvanuhariduse võrgustike esindajatelt, sh täiskasvanute gümnaasiumide õppurilt ja esindajatelt ning täiskasvanuhariduse koordinaatoritelt. Kasutatud on ka uuringufirma Kantar Emor uuringuid.

Persoona 1: Andres – keskhariduseta ehitaja

Vanus: 27

Taust: Andres lõpetas põhikooli, kuid gümnaasium jäi 10. klassis pooleli, kuna tal oli keeruline leida õpimotivatsiooni ja õpetajatega olid suhted keerulised. Pärast koolist lahkumist tegi ta erinevaid juhutöid ja on nüüdseks töötanud viis aastat ehitussektoris abitöödel. Kuigi Andresel on töökogemus ja ta saab edukalt ülesannetega hakkama, tunneb ta sageli, et tema võimalused karjääriredelil tõusta on piiratud. Ülemus saadaks ta täienduskoolitusele, aga selleks on vaja keskharidust.

Perekonnaseis: vallaline, elab vanematekodus või üürib koos sõbraga korterit.

Elukoht: pigem väikelinn või maapiirkond, näiteks Põlva, Rakvere või Viljandi.

Põhjendus: väiksemates kohtades on tihti rohkem juhutöövõimalusi nii ehitusel kui ka teistes sarnastes valdkondades, kus madalam haridus pole suur takistus. Samas võib elamine maapiirkonnas tähendada, et hariduse omandamise ja enesetäiendamise võimalused on piiratumad.

Huvialad: harrastab kalastamist ja motosportdivõistluste jälgimist. Meeldivad autod, hobina putitab enda vana BMW-d.

Väljakutsed:

- Puudulik keeleoskus (inglise keel).

- Ebakindlus, ei oska kuskilt peale hakata.
- Kartus ebaõnnestumise ees.
- Piiratud ligipääs täiskasvanuõppe võimaluste infole.

Unistused: Andres võib unistada sellest, et saada töökoht, kus on rohkem vastutust ja parem palk, näiteks ehitustiimi juhina. Võib-olla unistab ta ka oma kodust, mis on tema enda ehitatud.

Toetamise viisid: aidata tal luua samm-sammult plaan, kuidas gümnaasium lõpetada ja näiteks kutseõppesse minna. Sel moel saab unistused konkreetsetelt ellu viia.

Kuidas teda tabada?

- Reklaamid ja teavituskampaaniad, mis on suunatud noorematele meestele neile sobivates kanalites: näiteks televisioon, raadio, tänavareklaam, reklaam autospordivõistlustel või sotsiaalmeedias (Facebook, TikTok, YouTube).
- Kohalikel kogukonnaüritustel, kus saab pakkuda infot gümnaasiumi lõpueksamite sooritamise või kutsekooli astumise kohta.

Andrese tüüpi inimest võib motiveerida kõrgem sissetulek. See võib olla peamine ajend õppima asumiseks või kutse omandamiseks.

Reklaamisõnumid seoses palgaga:

- „Tahad paremat palka? Õpi uus amet ja tõsta oma väärtust tööturul!”
- „Suurem palk algab väikestest sammudest – lõpeta kool ja ava tee paremate võimaluste poole!”
- „Suurenda oma sissetulekuid – uus oskus võib muuta su tulevikku. Tule ja astu täna esimene samm!”
- „Ehitusala spetsialistid teenivad rohkem! Omanda kvalifikatsioon, mis toob kaasa suurema sissetuleku.”
- „Kas tead, et kvalifitseeritud töötaja teenib keskmiselt 30% rohkem? Ära jää maha – liitu meie kutsekooliga!”

Reklaam või edulood peaks sisaldama näiteid, näiteks: „Ehituse töödejuhataja keskmine palk on 2000 € kuus. Asu õppima ja teenima!”

Sellised sõnumid peaksid olema konkreetsed ja pakkuma realistlikku lootust, et õppimine toob kaasa reaalse majandusliku kasu.

Persoona 2: Kadri – aegunud oskustega naine

Vanus: 37

Taust: Kadri lõpetas noorena kutsekooli sekretärina. Aastate jooksul on tema erialased oskused ja teadmised aegunud, kuna tehnoloogia on valdkonnas oluliselt arenenud. Kadri on viimased 12 aastat pühendunud laste kasvatamisele ja kodusele elule, kuid nüüd tunneb, et sooviks tööturule naasta. Ta vajab uusi oskusi ja enesekindlust, et leida töökoht, mis võimaldab tal end erialaselt teostada.

Perekonnaseis: Kadri on abielus ja tal on kolm last, kellest noorim käib veel lasteaias. Perele kulub suurem osa Kadri ajast, kuid ta püüab leida aega ka enda jaoks.

Elukoht: Tallinna või Tartu lähiümbrus

Huvialad: Kadri armastab küpsetada, tegeleda kodukujundusega ja osaleda kogukonna üritustel, näiteks lastevanemate koosolekutel või heategevusüritustel.

Väljakutsed:

- Aegunud oskused, mis muudavad tööturule naasmise keeruliseks.
- Hirm uue tehnoloogia ja digioskuste ees.
- Piiratud aeg õppimiseks pereelu kõrvalt.

Unistused: Kadri soovib leida töö, mis sobib tema uue elurütmiga. See võiks olla näiteks paindliku töökorraldusega töökoht või osalise tööajaga töö. Ta tahab olla eeskujuks oma lastele, näidates, et ka täiskasvanueas on võimalik midagi uut õppida ja end teostada.

Kuidas teda tabada?

- Reklaamid ja teavituskampaaniad, mis on suunatud naistele, valides neile sobivad kanalid. Näiteks televisioon, raadio, tänavareklaam, naistele suunatud sotsiaalmeedia grupid ja sotsiaalmeedia (Facebook, TikTok, Instagram, YouTube).
- Kohalike omavalitsuste kaudu: näiteks kohalike ajalehtede ja koolide kaudu jagatud info vahendusel.

Toetamise viisid: näidata teiste emade edulugusid, kes on pärast pikka pausi edukalt tööturule naasnud. Tutvustada ja pakkuda paindlikke õppimisvõimalusi.

Reklaamisõnumid seoses paindlikkusega:

- „Millal sa viimati tegid midagi ainult enda jaoks? Õpi uusi oskusi ja tunne end enesekindlana!”
- „Pere kõrvalt saab ka õppida – see on lihtsam, kui arvad!”
- „Õppimine avab uusi võimalusi. Astu täna esimene samm!”
- „Näita lastele, et õppimine ei lõpe kunagi. Alusta väikestest sammudest!”
- „Leia aega iseendale – õppimine avardab valikuvõimalusi!”

Persoon 3: Sergei – juhutöolisest mitte-eestlane

Vanus: 48

Taust: Sergei on mitte-eestlasest mees, kes elab Ida-Virumaal. Tal on keskeriharidus tehnikavaldkonnas, kuid tema oskused ei vasta enam tänapäeva tööturu vajadustele. Sergei räägib vabalt vene keelt, kuid tema eesti keele oskus on algtasemel, mis piirab tema võimalusi tööturul ja igapäevases suhtluses. Ta töötab juhutöödel ja unistab stabiilsest ametikohast, kus tal oleks võimalik oma peret paremini toetada.

Perekonnaseis: Sergeil on naine ja üks kooliealine laps. Ta tunneb vastutust pere majandusliku heaolu eest ja soovib pakkuda oma lapsele paremat tulevikku.

Huvialad: Sergei huvitub autodest ja tehnoloogiast, armastab vaadata spordiülekandeid ning kuulata muusikat. Vabal ajal tegeleb ta kodus parandustöödega ja on aktiivne kohalikes vene keelt kõnelevates kogukondades.

Väljakutsed:

- Piiratud eesti keele oskus, mis takistab ametialast arengut.

- Inglise keele oskus algtasemel.
- Hirm, et õppimine on liiga keeruline või nõuab palju aega.
- Madal enesehinnang seoses oma praeguse olukorraga.

Unistused: Sergei soovib õppida eesti keelt, omandada uued tööoskused ja leida ameti, mis pakub stabiilsust ja arenguvõimalusi. Ta unistab elukohast väljaspool Ida-Virumaad, kus on rohkem võimalusi ja parem elukeskkond tema perele.

Kuidas teda tabada?

- **Sõnumid:**
 - „Õpi eesti keelt! See avardab su võimalusi tööturul!”
 - „Uued oskused = parem palk ja stabiilne tulevik.”
 - „Koolitused vene keeles, et saaksid alustada kohe – lihtne ja praktiline!”
- **Kanalid:** Sergeid saab kõige paremini tabada venekeelsete meediakanalite, näiteks raadiojaamade ja veebiväljaannete kaudu. Lisaks võiks kasutada sotsiaalmeediat (Facebook, VKontakte) ja kohalikke kogukonnafoorumeid.

Reklaamisõnumid seoses õppimisega:

„Uued oskused ja eesti keele õppimine võivad muuta sinu elu! Tule tasuta koolitusele – lihtne, praktiline ja sobib sinu ajakavaga.”

Motivatsioon: Sergei tüüpi inimesed vajavad praktilisi ja realistlikke sõnumeid, mis näitavad, et õppimine ei ole hirmutav ja pakub reaalset kasu. Kui reklaam suudab rõhutada stabiilse ja parema tuleviku võimalust tema ja tema pere jaoks, on ta valmis tegutsema.

SWOT

Tugevused:

- Selge eesmärk ja fookus. Strateegia on suunatud elukestva õppe populariseerimisele ja inimeste teadlikkuse tõstmisele õppimisvõimaluste kohta.
- Koordineeritud ja planeeritud võrgustiku tegevused maakondades annavad võimaluse saada tegevustele kiiret tagasisidet.
- Varasemad kampaaniad on tõstnud teadlikkust ja saavutanud suure märgatavuse, mis on taganud elukestva õppe ja täiskasvanuna õppimise positiivse kuvandi avalikkuses.
- Kaasatud on erinevad osapooled nii maakonna kui ka riigi tasandil, näiteks õppeasutused, mäluasutused, kohalikud omavalitsused ja koolitusasutused.
- Varasemad kogemused võrgustiku koordineerimisel ja kommunikatsioonitegevuste elluviimisel.
- Stabiilne rahastus ja tugi võimaldavad tegevusi ellu viia pikaajaliselt (2024–2030).

Nõrkused:

- Madala haridustasemega ja mitte-eestlaste kaasamine on keeruline nende vähesel motivatsiooni ja hirmude tõttu, mitte-eestlaste puhul on ka keelebarjäär ning Eesti meediakanalite mittejälgimine.
- Tegevuste sõltuvus rahastusest: Euroopa Sotsiaalfondi projektipõhisus võib tekitada projekti viimastel aastatel jätkusuutlikkuse riski.
- Maakondade koordinaatorite isikuomadused ja kaasamise oskused on erinevad ning maakondade võrgustikud ebaühtlase koosseisuga.
- Eelarvamused ja hirmud täiskasvanuhariduse ja elukestva õppe teemal. Täiskasvanute seas on levinud hirmud ja müüdid õppimise keerukuse kohta ning neid muuta on raske.

Võimalused:

- 2026. aastal valmib [Eesti inimuuringu aruanne](#), mis keskendub haridusele. Uuringu andmed annavad võimaluse täiendada praegust kommunikatsioonistrateegiat.
- Positiivsed sõnumid ja edulood võivad murda müüte, vähendada hirme ja tõsta motivatsiooni.
- Tööandjate kaasamine võib pakkuda sihtrühmadele täiendavaid õpivõimalusi ja tuge ning aitab levitada sõnumeid tööandjatele ja tööandjate kaudu.
- Kohaliku meedia kaasamine annab võimaluse suurendada teadlikkust ja nähtavust kohalike ja üleriigiliste meediakanalite kaudu.

Ohud:

- Ootamatud kriisid võivad mõjutada kampaaniate elluviimist ja tulemuslikkust (meediakajastusi).
- Konkureerivad sotsiaalsed kampaaniad võivad tõmmata tähelepanu ja mõjutada kampaaniate märgatavust.
- Meediapindade maksumuse tõus võib anda tagasilöögi sõnumite levitamise ulatuses.
- Demograafilised väljakutsed: Eesti elanikkonna vananemine võib mõjutada sihtrühmade koosseisu ja vajadusi.
- Konkureerivad prioriteedid: risk, et tööandjate ja potentsiaalsete õppijate huvid ei kattu.
- Madala motivatsiooniga sihtrühmad: raskused kõige haavatavamate gruppide, nagu madala haridustasemega inimesed ja mitte-eestlased, kaasamisel.
- Ebapiisav ressursside jaotus: maakondade vahelised erinevused võivad vähendada strateegia tõhusust.

Tulemuste mõõtmine

Täiskasvanuhariduse kommunikatsioonistrateegia tulemuslikkust saab mõõta mitmel tasandil, võttes arvesse nii kvantitatiivseid kui ka kvalitatiivseid näitajaid. Võimalikud mõõdikud:

1. Teadlikkuse tõus

Mõõdikud:

- Teavituskampaaniate ulatus ja nähtavus.
Reklaamide ja meediakajastuste leviku hindamine (nt reklaamide vaatamised, klõpsamiste arv veebis, trükimeedia katvus ehk kui paljude inimesteni jõuti).

Märgatavuse uuring: küsitlus vahetult pärast kampaaniat, kas ja mis meediumis reklaame märgati.

Allikad/teostajad:

- Turu-uuringud (näiteks EMOR või Turu-uuringute AS).
- Kampaaniapartnerite kogutud analüüsid ja raportid.

2. Osalemine elukestvas õppes

Mõõdikud:

- Osalemise protsentuaalne tõus: Statistikaameti andmed elukestvas õppes osalemise määra kohta (nt 25–64-aastaste osakaal).
- Osalejate arv piirkondade ja sihtrühmade lõikes: võrdlus varasemate aastate osalemisstatistikaga.

Allikad/teostajad:

- Statistikaameti tööjõu-uuringud.
- Haridus- ja Teadusministeeriumi koostatavad aruanded.

3. Sõnumite mõju ja hoiakute muutus

Mõõdikud:

- **Hoiakute muutus õppimise suhtes:**
küsitlused või intervjuud sihtrühmades müütide murdumise, motivatsiooni ja valmisoleku kohta.
- **Positiivsete lugude mõju:**
pärast edulugude jagamist huvi mõõtmise (nt sotsiaalmeedia jagamised, kommentaarid, reaktsioonid).

Allikad:

- Küsitluste/fookusgruppide tagasiside.
- Sotsiaalmeedia analüüsivahendid (Facebook Insights, Google Analytics).

4. Võrgustike ja partnerite kaasamine

Mõõdikud:

- Partnerite ja võrgustike aktiivsus:
korraldatud ürituste arv, võrgustikukohtumiste sagedus ja osalejate arv.
- Ühtsete sõnumite levik:
koostööpartnerite kanalites jagatud teavituspõhiste materjalide ja sõnumite ulatus.

Allikad:

- Võrgustike ja partnerite aruanded.
- ETKA Andrase korraldatud üritustel ja koosolekutel osalejate andmed.

5. Kampaaniate ja sündmuste efektiivsus

Mõõdikud:

- Täiskasvanud õppija nädalal osalejate arv: ürituste ja osalejate statistika.
- Tunnustuskonkursi kandidaadid ja avalikkuse huvi: esitatud kandidaatide arv, meediakajastuste arv.

Allikad:

- Andrase kogutav statistika
- TÕN-i korraldajate ja piirkondlike koordinaatorite raportid.

6. Digitaalne kaasatus

Mõõdikud:

- Veebiliikluse kasv: kodulehe külastuste arv, keskmine viibimisaeg, uute kasutajate osakaal.
- Sotsiaalmeedia kaasatus: jälgijate arvu muutus, postituste ulatus, reaktsioonide ja kommentaaride arv.

Allikad:

- Veebianalüütika tööriistad (nt Google Analytics, Facebook Insights).
- Kampaniapartnerite kogutud digitaalsed mõõdikud.

7. Kvantitatiivsed mõõdikud

Mõõdikud:

- Edulugude, muude artiklite ja intervjuude arv aastas: meediakajastuste ja sotsiaalmeedia lugude hulk, kus täiskasvanuharidust käsitletakse.

Allikad:

- Meediamonitooring

Kasutatud allikad ja sisendid

Statistikaameti uuringud ja andmed.

Täiskasvanuhariduse kommunikatsioonistrateegia 2016–2019. https://www.praxis.ee/tood/taiskasvanuhariduse-kommunikatsioonistrateegia?selected=p_196.

SA Kutsekoda, OSKA uuringud. <https://uuringud.oska.kutsekoda.ee/uuringud/oska-uldproгноos>;
https://oska.kutsekoda.ee/wp-content/themes/oska/assets/images/OSKA-trendikaardid_Lyhiylevaade.pdf

Täiskasvanuhariduse koordinaatorid maakondades, sh tagasiside seminaridelt 2023–2024.

Täiskasvanutele mitte-statsionaarset pakkuvate õppeasutuste esindajad ja õppijad (tagasiside seminaridelt 2022–2023 ja fookusgrupi intervjuudelt 2023).

Kantar Emor, kvalitatiivne meediauuring 2023. <https://www.kantaremor.ee/wp-content/uploads/2024/04/Kvalitatiivne-meediauuring-EIM-2023-LISA-1.pdf>

Kantar Emor, pikaajaliste töötute uuringu aruanne. <https://www.kantaremor.ee/wp-content/uploads/2024/04/Pikaajaliste-tootute-uuringu-aruanne-2023.pdf>

Omnicom agentuuri meediahommik erinevate meediakanalite tulemusliku kasutamise kohta kampaaniates (2024).