

Muhamed ja mägi eesti (vaba)hariduses
e.
kuidas jõuda uute õppijateni?



VHL seminar
05.03.2013



Europa Liit
Euroopa Sotsiaalfond



Eesti tuleviku jaoks

- Taustast



Eestis ...

- ... on suhteliselt **kõrge haridustase** (2009 andmed):
 - vähemalt keskharidus 89% 25-64 aastastest (OECD* riikides keskmiselt 73%),
 - 3. taseme haridus (kõrgharidus) 36% (OECD 30%)
- ... on **elukestvas õppes osalemine kiiresti kasvanud** ja veidi üle EL keskmise: viimase 4 nädala jooksul Eestis osalenud 10,5%, ELs 9,3% (2009)
- ... **tööjõuturg väärtustab haridust** (?): töötute % erinevus põhihariduse ja kõrgharidusega inimeste hulgas suurem kui OECDs keskmiselt (Eestis 5 korda, teistes riikides reeglina 2-3 korda)

05.03.2013

* OECD = Organisation for Economic Co-operation and Development (Majanduskoostöö ja Arengu Organisatsioon)

Eestis ...

- ... on M – N hariduserinevused suurimad maailmas
- ... on suur tajutud oskuste puudus: ligi 20% töötajatest tajub, et vajaksid oma tööga hästi toime tulekuks koolitust (OECD keskmine 13%)
- ... kurdavad tööandjad, et haridus ei vasta tööturu vajadustele
- ... on üliõpilastel õpingutele pühendatud aeg Euroopa riikides seas väikseim (*Reflex* uuring 13-s riigis)
- ... peab OECD oskuste puudumist üheks Eesti majanduskasvu võimalikuks takistuseks

05.03.2013

Merle Lõhmus

4

Täiskasvanute (25-64 a) osalus hariduses (OECD, EAG 2011)

- **Formaalhariduses** osaleb Eestis 5%, OECDs keskmiselt 8%
- **Täienduskoolituses** osaleb OECDs keskmiselt 36% sihtrühmast, 25 tundi aastas (sh 18 tundi tööga seotud koolitustel); Eestis 40% sihtrühmast, 21 tundi aastas (sh 17 tundi tööga seotud koolitustel).
- Kõrgema haridusega täiskasvanud osalevad 3 korda kauem täienduskoolituses kui madala haridusega inimesed Eestis
 - 4 tundi, kui oled madala haridusega 55-64 a.
 - 36 tundi, kui oled kõrgharidusega 25-34 a.
- Enamikes riikides, sh Eestis osalevad töötud koolituses kauem kui töötavad inimesed

05.03.2013

Merle Lõhmus

5

Statistikat (2010):

- 2/3 Eesti ettevõtetest pakub oma töötajatele koolitust.
- Ettevõtted ei koolita töötajaid eelkõige seetõttu, et koolitus on kallid või seetõttu, et vajalike oskustega tööjõud on olemas.
- Naised õpivad rohkem kui mehed. Noored õpivad rohkem kui vanad. Kõrgelt haritud õpivad rohkem kui madalalt haritud.
- Kõrgematel ametipostidel töötavad täiskasvanud õpivad rohkem kui madalamatel ametipostidel töötavad täiskasvanud.

05.03.2013

Merle Lõhmus

6

Töötamine ja õppimine

- Keskmise OECD täiskasvanu õpib 40 tööaasta jooksul täienduskoolituses ligi pool tööaastat; Põhjamaades ligi aasta, Eestis 1/3 tööaastast.
- Suur osa sellest on tööga seotud koolitus.

05.03.2013

Merle Lõhmus

7

Eesti tööandjate hinnang oskuste olulisusele (5-pallisel skaalal)

Erialateadmised ja -oskused	4,7
Sotsiaalsed oskused	4,6
Õppimisvõime	4,6
Kriitiline mõtlemine	4,6
Arvuti kasutamine	4,6
Eneseväljendus	4,5
Silmaringi laius	4,3
Võõrkeelte oskus	4,1
Juhtimisoskused	4,0

Oskuste olulisuse ja nende olemasolu vahe (3 a. baka)

Erialateadmised ja -oskused	1,1
Sotsiaalsed oskused	1,1
Kriitiline mõtlemine	1,1
Eneseväljendus	1,0
Silmaringi laius	0,9
Juhtimisoskused	0,8
Võõrkeelte oskus	0,8
Õppimisvõime	0,7
Arvuti kasutamine	0,6

05.03.2013

Merle Lõhmus

LÜKKA, 2007

Elukestva õppe osas positiivsemalt meelestatud

N = 574

<http://LLL2010.tlu.ee>

- naised
- vanemad täiskasvanud õppijad (eriti üle 30 ja 40-sed)
- kõrgema sissetulekuga
- kellegagi koos elavad (mitte üheliikmeline leibkond)
- toetava perega
- kultuuriüritustel osalevad
- need, kes põhjendasid eelnevate õpingute katkestamist muu kui soovitud haridustaseme omandamisega

05.03.2013

Merle Lõhmus

9

1/3 täiskasvanutest oleks tahtnud osaleda
koolitusel tasemeõppes, aga ei saanud, sest:

27% - tööga seotud ajapiirang

21% - liiga kallis;

12 % - halb ajastus

9% - perega seotud ajapiirang

5% - sobivat koolitust polnud

5% - tööandja ei toeta

PIAAC Eesti prooviküsitlus (2010)

05.03.2013

Merle Lõhmus

10

Ja nüüd asjast.

Tagasivaade möödunud
kümnenndisse.



- *Metoodilised juhised uute sihtrühmade hõlmamiseks vabaharidusliku koolitusega. (VHL, 2010)*

05.03.2013

Merle Lõhmus

11

Väljavõte 1)

- 2009.a. novembris läbi viidud fookusgruppide uuringus tõdeti, et igas paikkonnas on üks kindel ring inimesi, kes on aktiivsed, võtavad ette ja ka jõuavad palju teha, sh. käivad koolitustel.
- Koolitusvajaduste uuringud piirduvad enamasti koolitusega juba niigi hõivatud kontingendi hulgas läbiviidavate suuliste või kirjalike, üsnagi pealiskaudsete küsitlustega.
- Pidevalt samade infokanalite kasutamine on üks põhjustest, miks uute sihtrühmade ni ei jõuta. Keerukas on info leidmine just nende jaoks, kes ei ole vabahariduslikus koolituses osalenud.

05.03.2013

Merle Lõhmus

12

Väljavõte 2)

- **Eesti koolitusturul püsimaajäämiseks tuleb vabahariduslikel keskustel:**

1. ühendada oma jõud tulemuslikumaks toimetulekuks tihedas konkurentsiolukorras;
2. leida uusi, seni vabaharidusliku koolitusega hõlmamata sihtrühmi ja kaasata need koolitusse;
3. töötada välja uusi ja ajakohastada senipakutud koolitusi, et täpsemalt rahuldada muutunud koolitusvajadusi;
4. teha koostööd teiste valdkondade koolitusasutustega (ärikoolituskeskused, riigieelarvelised täiskasvanukoolituse asutused jt).

05.03.2013

Merle Lõhmus

13

Väljavõte 3)

- **Uute sihtrühmade kaasamiseks** on vajalik territoriaalsete strateegiliste liitude loomine.
- Piirkondlike võrgustike koostegevuse tulemusena selgitatakse välja:
 - a) millised on strateegiliselt olulisimad sihtrühmad piirkonnas
 - b) millised võrgustikeliikmete poolt pakutavatest koolitustest võiks neile sihtrühmadele atraktiivemad olla
 - c) milliseid uusi koolitusi oleks koostöös vaja kujundada
 - d) millised on need projektid, mis võiksid antud võrgustiku jaoks piirkonna eripäradest tulenevalt toimida parimal viisil

05.03.2013

Merle Lõhmus

14

Väljavõte 4)

Uute sihtrühmade leidmine

- ühe konkreetse uue sihtrühma – elukestvast õppest väljalangenute - õpiprotsessi tagasitoomine ja vabaharidusliku koolituse rolli kindlakstegemine selles osas.
- Vaja oleks teada saada, kes nad on? Kus elavad? Mis on nende hariduslikud/kultuurilised huvid ja vajadused?
- Oluline küsimus on: KUIDAS saada teada, mida nad vajavad?

05.03.2013

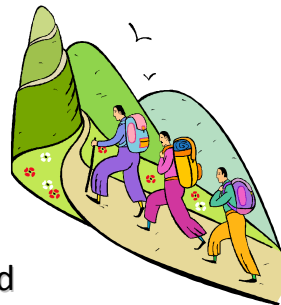
Merle Lõhmus

15

Väljavõte 5)

Koostöö

- KOV töötajad
- noorteorganisatsioonide liidrid
- sotsiaaltöötajad
- ametiühingute liidrid
- paikkondade arvamuslimidrid
- jt



05.03.2013

Merle Lõhmus

16

- Kas ja mis osas on olukord muutunud?
- Kas ja mida on toonastest ettepanekutest rakendatud (püütud rakendada)?



05.03.2013

Merle Lõhmus

17

Eesmärgi seadmine: olulised küsimused

- Kas uute sihtrühmade leidmine on enam üldse VHKK jaoks probleem?
- Kas peaksime seadma oma eesmärgiks KÕIGINI jõuda, kõiki kaasata? Milline on realistlik eesmärk?
- Kes on need inimesed, kelleni pole jõutud? (konkreetselt ühistunnuste alusel, nt töötud, muukeelsedl, õpingud katkestanud noored ...).
- Miks pole jõutud?

05.03.2013

Merle Lõhmus

18

- Põhimõte: kogu oma tegevuses lähtume kliendist!
- Mis meid takistab? Kas sõnum ei jõua kohale?



05.03.2013

Merle Lõhmus

19

Informeerimine või kommunikatsioon?



- Informeerimine on ühesuunaline infoedastamise protsess,
- kommunikatsioon on kahe-suunaline infoedastamise protsess
- Kommunikatsioon sisaldab
 1. info edastamist
 2. selle mõistmist (info muutub teabeks)
 3. vastastikust mõjutamist

05.03.2013

Merle Lõhmus

20

Kommunikatsiooni eeldused

1. Vähemalt kaks osapoolt
2. Tajatud vajadus infovahetuseks (vähemalt ühel osapoolel)
3. Ühine sümbolite süsteem (keel)
4. Kommunikatsioonikanali olemasolu

05.03.2013

Merle Lõhmus

21

Suhtlevad alati INIMESED,
mitte ametikohad, organisatsioonid või
institutsioonid

05.03.2013

Merle Lõhmus

22

Mida me peame tegelikkuseks?

Sõnum, mida üks mõistab, et ole tingimata see, mida teine edasi andis. Inimese jaoks on tegelik ainult see, millest ta aru saab.



Arusaamine sõltub:

- Saatja poolt väljendatud sõnaliste ja mittesõnaliste signaalide **vastuvõtmise täpsusest**
- Saatja poolt edastatud informatsiooni **tõlgendamisest**
- Vastuvõtja varasematest **kogemustest**
- Vastuvõtja poolt **sõnumi tähtsuse** hindamisest enda jaoks
- Vastuvõtja **isiklike väärtustega** võrdlemisest
- Vastuvõtja emotsionaalsest **seisundist**

05.03.2013

Merle Lõhmus

23

- Eesti keeles on umbes 250 000 sõna
- Akadeemiliselt haritud inimese sõnavaras on umbes 17 000 sõna, põhikooli lõpetanu sõnavaras on umbes 6 000 sõna
- Igapäevaselt kasutame 2 000 – 3 000 sõna, millest 500 on samatähenduslikud

Niisiis väljendame samade sõnadega erinevaid asju!

05.03.2013

Merle Lõhmus

24

SÕNUMI NELI MÕÕDET

Suhete mõõde näitab, kuidas saatja tajub omavahelisi suhteid saajaga: sõnastus, intonatsioon, mittesõnalised signaalid.

Mida ma arvan sinust ja millised on meie suhted?

Huvitatuse

mõõde

kajastab sõnumi mõju: saajalt oodatakse mingit tegevust.

Mida ma tahaksin, et sa teeksid?



Fakt väljendab olulist informatsiooni: *Millest ma informeerin?*

Eneseavaladus annab infot saatja kohta (meeleolu, suhtumine sõnumisse jm)

Mida ma enda kohta avaldan?

05.03.2013

Merle Lõhmus

25

SÕNUMI SAAJA NELI "KÕRVA"

Suhete kõrv:

milline on meie omavaheline suhe?

Huvitatuse kõrv:

mida ma peaksin mõtlema/ tundma/tegema?



Faktide kõrv:

kuidas pean aru saama sellest informatsioonist?

Eneseavalduse kõrv:

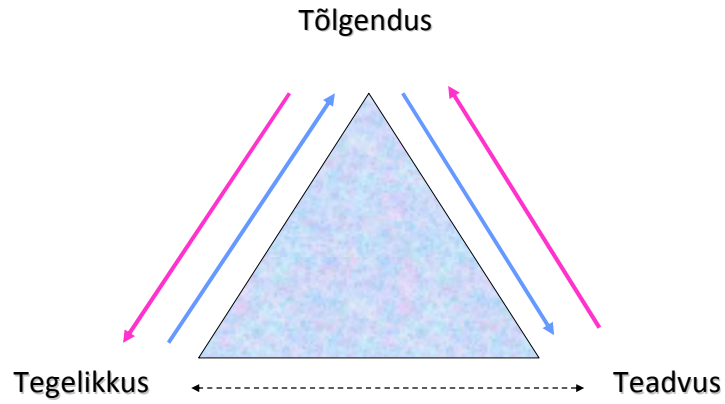
missuguse inimesega ma suhtlen?

05.03.2013

Merle Lõhmus

26

TÄHENDUSKOLMNURK



Oluline on teada, kuidas sihtrühm sõnumit tõlgendab!

05.03.2013

Merle Lõhmus

27

- Kommunikatsioon loob pidevalt uusi tähendusi ja kujundab keskkonda, kus me tegutseme
- Meie tegevuse edukus sõltub võimest **tähendusi kontrollida ja kadudeta edasi toimetada**

05.03.2013

Merle Lõhmus

28

Ettevõtte maine

- Efektiivsed on need organisatsioonid, kes saavutavad eesmärgid, mis on valitud vastavalt sellele, **mida sihtrühmad kõige enam väärtustavad** (James ja Larissa Grunig)
- **Maine on sihtgruppide poolt antav üldine hinnang ettevõttele** (Charles Fombrun, 1996)

05.03.2013

Merle Lõhmus

29

Kas te teate, ...

kuidas teie
sihtgrupid
teid tajuvad?



kuidas nad
teist endale
pildi loovad?

millise
täheenduse nad
teile annavad?

05.03.2013

Merle Lõhmus

30

Miks info takerdub?

- Vale adressaat – infovajadust ei ole tajutud
- Ühise “keele” puudumine
- Vale infokanali valik
- Müra üleküllus
- Info tajumise subjektiivsus
- Tagasiside võimatus

05.03.2013

Merle Lõhmus

31

Neli Grunigi ja Hunt'i suhtekorralduse mudel (kohandus Oliver 2004:10)

Tunnus	Pressiagentuur	Avalik informatsioon	Kahesuunaline asümmeetriline	Kahesuunaline sümmeetriline
Eesmärk	Propaganda	Informatsiooni levitamine	Põhjendatud veenmine	Vastastikune arusaamine
Kommunikatsiooni iseloom	Ühesuunaline; täielik tõde pole peamine	Ühesuunaline; tõde on oluline	Kahesuunaline; tasakaalustamata	Kahesuunaline; tasakaalustatud
Kommunikatsiooni mudel	Allikas → vastuvõtja	Allikas → vastuvõtja	Allikas → vastuvõtja ← tagasiside	Grupp ↔ grupp
Mõju iseloom	Väike; „raamatu-pidamine”	Väike; loetavus, lugejaskond	Kujundav; hoiakute hindamine	Kujundav; arusaamise hindamine

05.03.2013

Merle Lõhmus

32

Efektivne sõnum

Agu Uudelepp, PhD, kommunikatsiooniekspert

1. Lähtub arusaadavatest eeldustest (miks vastuvõtjal seda infot vaja on?)
2. Kasutab tähelepanu äratavaid, arusaadavaid ja meeldejäätavaid sümboleid (mõistetav ja mõjukas keel)
3. On edastatud usaldusväärse ja vähese müraga kanali vahendusel (kohtumised, koosolekud, ühised ettevõtmised, ...)
4. On tagasisidestatud

05.03.2013

Merle Lõhmus

33

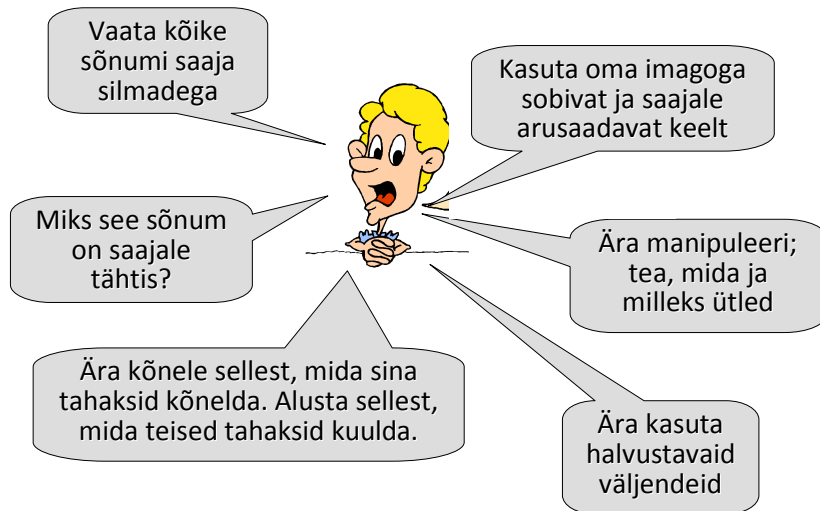
- Kui me soovime, et klient **toimiks** nõnda, et see oleks kasulik nii organisatsioonile kui ka talle endale, peame me saavutama olukorra, kus klient **aktsepteerib** meie sõnumit
- Aktseptsiooni 5 taset:
 1. Teadlik-olek
 2. Huvi
 3. Uurimine, hinnangu kujunemine
 4. Katsetamine
 5. Käitumine
- Teadlik-olek üksi ei vii käitumise muutumisele: kõigepealt on vaja saavutada HUVI tekkimine
 - **Üksnes info välja saatmisest EI PIISA!**

05.03.2013

Merle Lõhmus

34

Eduka kommunikatsiooni reeglid



05.03.2013

Merle Lõhmus

35

Abiküsimusi konkreetse tegevuskava koostamiseks

- Mida tahame saavutada (eesmärk)?
- Keda tahame mõjutada (sihtgrupp)?
- Millised on sihtgrupi ootused?
- Mis motiveerib sihtgruppi sõnumit aktsepteerima ja selle järgi käituma?
- Millist keelt kõneleme?
- Milliseid kommunikatsioonikanaleid kasutame?
- Millist infot edastame?

05.03.2013

Merle Lõhmus

36

Mille üle võiks täna ja edaspidi arutleda:

Kas potentsiaalsete õppijate murekohaks on koolituse

- maksumus e. raha puudumine? /kas-kuidas saame toetada?/
- kättesaadavus e. transport? /kas-kuidas saame vastu tulla?/
- teemad e. sobiva koolituse leidmine (nt. kas ja kui palju tehakse otseselt meestele mõeldud koolitusi?)
 - sotsiaalmajanduslikult olulised teemade olemasolu (tendentsid majanduslikes arengutes) – kas VH KK on piisavalt kursis?
 - paikkonna elanike huvide vajaduste uurimine (mitte lähtumine olemasolevate õpetajate profiilist!) – KAS ja KUIDAS tehakse?
- Korporatiivne turundus e. koostööpartnerite leidmine info levitamisel (millised on võimalikud kanalid?)
- Õigete kanalite kasutamine õigete sõnumite viimiseks õigetele sihtrühmadele e. kommunikatsiooni seaduspärasuste tundmine

05.03.2013

Merle Lõhmus

37

- *Kui Muhamed ei tule mäe juurde, kas siis mägi läheb Muhamedi juurde?*



05.03.2013

Merle Lõhmus

38