

Tartu Ülikool
Sotsiaalteaduste valdkond
Haridusteaduste instituut
Kutseõpetaja õppekava

Hanna Bergmann ja Maris Paas

**KUTSEÕPETAJATE ARUSAAMAD PROFESSIONAALSETE
SOTSIAALMEEDIAKONTODE ROLLIST KUTSEHARIDUSE
MAINEKUJUNDUSES**

Bakalaureusetöö

Juhendaja: teadustöö aluste nooremlektor Mari-Liis Tikerperi, MA

Tartu 2026

Kokkuvõte

Kutseõpetajate arusaamad professionaalsete sotsiaalmeediakontode rollist

kutsehariduse mainekujunduses. Kutsehariduse maine kujunemisel on oluline roll kommunikatsioonil, kuid vähe on teada, kuidas kutseõpetajad mõistavad professionaalsete sotsiaalmeediakontode rolli kutsehariduse mainekujunduses. Bakalaureusetöö eesmärk oli selgitada, kuidas Eesti kutseõpetajad mõistavad professionaalsete sotsiaalmeediakontode olemust ja rolli kutsehariduse mainekujunduses ning milliseid personaalseid võimalusi ja väljakutseid nad nende kasutamisel tajuvad. Uuringus kasutati kvalitatiivset uurimisviisi; andmed koguti poolstruktureeritud fookusgrupiintervjuudega 11 kutseõpetajalt viiest kutseõppeasutusest ning analüüsiti kvalitatiivse sisuanalüüsi abil. Tulemustest selgus, et professionaalseid sotsiaalmeediakontosid käsitleti eriala, õppetegevuse ja kutseõpetaja professionaalse kuvandi nähtavaks tegemise vahendina. Võimalustena tajuti kutsehariduse maine kujundamist ja praktiliste oskuste tutvustamist, väljakutsetena privaatsust, ajakulu, sisu tõlgendatavust ja mainekahju riski. Järeldati, et professionaalne sotsiaalmeediakasutus eeldab teadlikku tegutsemist ning organisatsioonilist tuge.

Võtmesõnad: kutseharidus, kutseõpetaja, professionaalne sotsiaalmeedia, kutsehariduse maine.

Abstract

Vocational teachers' perceptions of the role of professional social media accounts in shaping the image of vocational education. The image of vocational education is shaped by public communication, yet little is known about vocational teachers' views on professional social media accounts. The aim of this bachelor's thesis was to examine how Estonian vocational teachers understand these accounts and what opportunities and challenges they perceive in using them. A qualitative approach was used; data were collected through semi-structured focus group interviews with 11 vocational teachers from five institutions and analysed using qualitative content analysis. The results showed that these accounts make vocational fields, teaching activities and teachers' professional image visible, while raising privacy, time and reputational challenges. It was concluded that their use requires conscious engagement and organisational support.

Keywords: vocational education, vocational teacher, professional social media, image of vocational education

Sisukord

Sissejuhatus	4
Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad	5
Kutsehariduse maine kujunemine	5
Professionaalne sotsiaalmeediakonto - kutseõpetaja eneseesitluse vorm	6
Kutseõpetaja professionaalne sotsiaalmeediakonto kui võimalus ja risk	8
Metoodika	10
Valim	10
Andmekogumine	11
Andmeanalüüs	12
Tulemused	13
Professionaalse sotsiaalmeediakonto tähendus kutseõpetajate jaoks	13
Sotsiaalmeedia kontode kasutamise võimalused ja väljakutsed	15
Võimalused ja väljakutsed kutsehariduse maine kujundamiseks professionaalsete sotsiaalmeedia kontodega	16
Arutelu	17
Tänu sõnad	21
Kasutatud kirjandus	22
Lisad	27
Lisa 1. Meili ja formsi teel pöördumine	27
Lisa 2. Fookusgrupi intervjuu kava	28
Lisa 3. Kodeerimistabel taustaandmed	30
Lisa 4. Uuringus osaleja informeerimise ja teadliku nõusoleku vorm	31
Lisa 5. Kodeerija 1 kodeerimise tulemusel tekkinud koodid esimesele uurimisküsimusele	33
Lisa 6. Kodeerija 2 kodeerimise tulemusel tekkinud koodid esimesele uurimisküsimusele	34
Lisa 7. Kodeerimistabel Esimene uurimisküsimus	35
Lisa 8. Kodeerimistabel Teine uurimisküsimus	36
Lisa 9. Kodeerimistabel Kolmas uurimisküsimus	37

Sissejuhatus

Kutseharidusel on oluline roll tööturu vajadustele vastava tööjõu kujundamisel (Cedefop, 2017; Murasov, 2024) ning praktiliste ja erialaste oskuste arendamisel (Cedefop, *s.a.*). Sõltumata sellest on Eestis kutsehariduse maine olnud pikema perioodi vältel pigem negatiivne (Innove & Accaro Solutions OÜ, 2018; Vasar, 2025) ning seda on sageli võrreldes üldharidusega käsitletud vähem prestiižse haridusteena (Innove & Accaro Solutions OÜ, 2018; Vasar, 2025). Kutseharidust puudutavad hoiakud ei kujune ainult haridussüsteemi siseselt, vaid ka laiemas ühiskondlikus ja kultuurilises tähendusruumis (Vasar, 2025; Vähi, 2022), kus olulist rolli mängivad avalik kommunikatsioon (ETRA Andras, 2024; Praxis, 2016; Tikerperi, 2016), meediakuvand ning ühiskonnas levinud arusaamad hariduslikust edukusest (Cedefop, 2017; Vasar, 2025).

Kutsehariduse maine kujundamisel on oluline muuta nähtavamaks erialade praktiline väärtus (Cedefop, *s.a.*; Innove, 2011), õppijate saavutused ning positiivsed kogemused, mis aitavad kujundada avalikkuses teadlikumaid arusaamu kutseõppest (ETRA Andras, 2024; Praxis, 2016). Üheks oluliseks võimaluseks kutsehariduse nähtavuse suurendamisel on kujunenud sotsiaalmeedia, mis võimaldab haridusasutustel kui ka õpetajatel suhelda avalikkusega vahetumal ja visuaalsemal viisil (Fazel & Sayaf, 2025; González *et al.*, 2025). Seejuures on oluline roll kutseõpetajatel, kelle tegevus ja eneseesitlus võivad mõjutada arusaamu nii õpetajaametist, konkreetsest erialast kui ka kutseharidusest tervikuna (Kutsekoda, 2025; Ventsel, 2018). Professionaalsed sotsiaalmeediakontod võimaldavad kutseõpetajatel kujundada oma professionaalset identiteeti ning mõjutada seda, kuidas avalikkus tajub kutseharidust ja selle mainet (Bahar, 2024; Carpenter & Harvey, 2019).

Samas ei tähenda professionaalne nähtavus ainult võimalusi, vaid toob kaasa ka mitmeid väljakutseid. Õpetajad peavad tasakaalustama professionaalsust, autentsust ja privaatsust olukorras, kus sotsiaalmeedias avaldatud sisu võib jõuda korraga erinevate sihtrühmadeni ning mõjutada õpetaja professionaalset kuvandit (Fox & Bird, 2017; Willis *et al.*, 2023). Seetõttu võib professionaalset sotsiaalmeediakontot käsitleda ühtaegu nii kutsehariduse mainekujunduse vahendi kui ka õpetaja digitaalse eneseesitluse vormina.

Antud töös anname esmalt teoreetilises osas ülevaate kutsehariduse maine kujunemisest, professionaalsest sotsiaalmeedia kontost kui kutseõpetaja digitaalse eneseesitluse vormist ning kutseõpetaja professionaalse sotsiaalmeedia kasutuse võimalustest ja riskidest. Seejärel kirjeldame uurimuse metoodikat, esitame fookusgrupi intervjuude tulemused ning arutleme nende tähenduse üle teoreetiliste käsitluste kontekstis.

Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad

Kutsehariduse maine kujunemine

Kutsehariduse maine ei kujune üksnes õppekavade kvaliteedi või tööturu vajaduste põhjal (Cedefop, 2017; Murasov, 2024), vaid laiemas sotsiaalses ja kultuurilises tähendusruumis, kus põimuvad ühiskondlikud hoiakud, varasemad kogemused, meediakuvand (Saar Poll, 2008; Vasar, 2025; Vähi, 2022) ja avalik kommunikatsioon (Aab, 2015; ETRA Andras, 2024; Praxis, 2016; Tikerperi, 2016). Uuringud näitavad, et kutsehariduse kuvandit mõjutavad lisaks haridussüsteemile ka ühiskonnas levinud väärtushinnangud ja arusaamad hariduslikust edukusest (Cedefop, 2017; Saar Poll, 2008, Vasar, 2025). Murasovi (2024) analüüs tööturu andmetest kinnitab, et mitmel kutsehariduse erialal on lõpetanute tööhõive ja palgatase konkurentsivõimeline, ent need tulemused ei kajastu noorte ja lapsevanemate hoiakutes samal määral. Eestis on kutseharidust sageli käsitletud alternatiivina gümnaasiumiharidusele (Innove & Accaro Solutions OÜ, 2018; Vasar, 2025), mistõttu seostatakse seda nõrgema akadeemilise võimekusega õppijatega (Saar Poll, 2008; Vasar, 2025). Sellised stereotüübid mõjutavad noorte haridusvalikuid (Pärtel & Petti, 2013; Vasar, 2025) ning taastoodavad kutsehariduse madalat mainet üldharidusega võrreldes (Innove & Accaro Solutions OÜ, 2018; Vasar, 2025). Seetõttu ei seisne kutsehariduse maineprobleem üksnes hariduse kvaliteedis, vaid selles, kuidas kutseharidust ühiskonnas tõlgendatakse ja avalikus ruumis kujutatakse (Vasar, 2025; Vähi, 2022).

Sellest tulenevalt on kutsehariduse maine muutunud oluliseks teemaks nii hariduspoliitikas (Cedefop, *s.a.*) kui ka kutseõppeasutuste kommunikatsiooni praktikates (Innove, 2011; Tallinna Teeninduskool, 2016; Vähi, 2022), rõhutades vajadust muuta nähtavaks positiivsed eeskujud ja edulood (Cedefop, *s.a.*; Innove, 2011). Varasemad uuringud viitavad, et negatiivsed hinnangud kutseharidusele põhinevad sageli üldistustel, mitte isiklikel kogemustel või faktipõhistel teadmistel (Pärtel & Petti, 2013; Saar Poll, 2008). Kui kutsehariduse kohta käiv info on vähene või lünklik siis võetakse arvesse ühiskonna arvamust, mis on kujunenud väärarusaamadel, näiteks gümnaasium kui „parem“ või „turvalisem“ valik (Innove & Accaro Solutions OÜ, 2018; Vasar, 2025). Cedefopi (2017, *s.a.*) käsitluste järgi sõltub kutsehariduse atraktiivsus suuresti sellest, milliseid sõnumeid saavad ühiskond või sihtrühmad üldiselt. Seetõttu ei saa kutsehariduse maine kujundamist käsitleda ainult õppimisvõimaluste tutvustamisena, vaid ka olemasolevate hoiakute ja väärtushinnangute muutmisega (Cedefop, *s.a.*; Innove, 2011; Praxis, 2016; ETRA Andras, 2024).

Hariduskommunikatsiooni käsitletakse teadliku ja eesmärgipärase tegevusena, mille kaudu haridusasutused vahendavad oma väärtusi, identiteeti ning tegevusi erinevatele sihtrühmadele (Aab, 2015; Innove, 2011). Kommunikatsioon ei peegelda ainult olemasolevat kuvandit, vaid aitab seda aktiivselt kujundada (Aab, 2015; Tikerperi, 2016) ning mõjutab organisatsiooni mainet ja suhteid huvirühmadega (Nguyen *et al.*, 2016; Vähi, 2022). Kutsehariduse kontekstis tähendab see sihtrühmadega suhtlemist viisil, mis muudab nähtavaks kutseõppe praktilise väärtuse (Innove, 2011; Cedefop, *s.a.*).

Kutsehariduse mainekujunduses on oluline roll ka kutseõpetajatel, sest nende igapäevane tegevus mõjutab otseselt seda, kuidas õppijad, lapsevanemad, tööandjad ja kogukond tajuvad kutseõpet (Kutsekoda, 2025; Vähi, 2022). Kutseõpetaja ei vahenda ainult teadmisi ja oskusi, vaid esindab samaaegselt õpetajaametit, konkreetset eriala ning kutseõppeasutust (Kutsekoda, 2025; Ventsel, 2018). Kutseõpetaja kutsestandardis on määratletud õpetaja töö osana mainekujundamine, hõlmates avalikkuse teavitamist ning eriala tutvustavaid tegevusi (Kutsekoda, 2025). Seetõttu võib kutseõpetajat käsitleda mainekujunduse ühe osalisena, kelle kaudu kujuneb kutseharidusmaine avalikkusele nähtavaks (Ventsel, 2018; Vähi, 2022). Samas ei tähenda sotsiaalmeedias nähtav olemine automaatselt maine paranemist, sest maine kujunemine sõltub jätkuvalt ühiskondlikest hoiakutest (Saar Poll, 2008; Vasar, 2025), organisatsioonilisest toest ja sellest, kas nähtavaks tehtav sisu mõjub sihtrühmadele usaldusväärselt (Vähi, 2022).

Professionaalne sotsiaalmeediakonto - kutseõpetaja eneseesitluse vorm

Kutseõpetaja professionaalset sotsiaalmeediakontot saab mõtestada enesepresentatsiooni teooria kaudu, mille järgi kujundavad inimesed oma käitumist ja suhtlust vastavalt publikule, olukorrale ning soovitud muljele (Bahar, 2024; Goffman, 1956; Schlenker, 2003).

Sotsiaalmeedias omandab eneseesitlus erilise tähenduse, see jätab püsiva, jagatava ja otsitava digitaalse jälje, mis mõjutab inimese identiteeti ning teiste arusaamu temast pikema aja jooksul (Petroni, 2019; Schau & Gilly, 2003; Zarghooni, 2007). Zarghooni (2007) järgi toimub digitaalne eneseesitlus pidevas vastasmõjus platvormi reeglite ja publiku reaktsioonidega. Seetõttu ei ole õpetaja sotsiaalmeediapostitus üksnes hetkeline suhtlemine, vaid osa professionaalse kuvandi kujunemisest (Carpenter & Harvey, 2019; Selwyn, 2019).

Professionaalne õpetajakonto on sotsiaalmeedias loodud kanal, mille keskmeks on õpetaja töö, eriala ja õppijad, eristudes isiklikust kontost eelkõige oma eesmärgi ja sisu poolest (Carpenter *et al.*, 2019; González *et al.*, 2025; Pukk, 2024). Sellise konto kaudu jagatakse õppetegevusi, õppematerjale, projektide kulgu ja õppijate saavutusi (Carpenter *et*

al., 2019; González *et al.*, 2025), luues autentse pildi õpetajaametist ja erialase õppe igapäevast (Pukk, 2024; Pöntinen, 2023). Professionaalne konto võib toimida õpetajatöö laiendusena, digitaalse portfooliona, võrgustumise keskkonnana ja kutsehariduse mainekujunduse kanalina (Carpenter & Harvey, 2019; González *et al.*, 2025, Pukk, 2024). Kutseõpetaja puhul omandab see erilise tähenduse, sest ta esindab sotsiaalmeedias sageli lisaks iseendale ka konkreetset eriala ja kutseharidust laiemalt (Kutsekoda, 2025; Ventsel, 2018). Samuti võib sotsiaalmeediakonto toetada kolleegide ja õppijate vahelist suhtlust ning olla inspiratsiooniks, luues „õppimisvõrgustikke“, mis tõstavad õpimotivatsiooni ja seotust kogukonnaga (Fazel & Sayaf, 2025; González *et al.*, 2025; Sánchez-López *et al.*, 2023).

Õpetaja sotsiaalmeedia eneseesitlus on seotud avalikkuse ootustega õpetaja ameti professionaalsusega, autoriteetsusega ja usaldusväärsusega (Russo *et al.*, 2010; Trybulkevych *et al.*, 2021; Warnick *et al.*, 2016). Varasemad uuringud näitavad, et sotsiaalmeedia hägustab õpetaja isikliku ja professionaalse identiteedi piire ning sunnib õpetajaid pidevalt otsustama, milliseid tööalaseid ja isiklikke aspekte endast avalikuks teha (Andersson & Hedström, 2024; Carpenter *et al.*, 2019; Fox & Bird, 2017). Professionaalne sotsiaalmeediakonto võib aidata seda piiri teadlikumalt hallata, võimaldades suunata tähelepanu õpetajatööle ja erialasele sisule (Carpenter *et al.*, 2019; González *et al.*, 2025). Samas ei kõrvalda eraldi konto täielikult identiteetide põimumist, sest õpetaja isiklik ja professionaalne roll võivad avalikkuse silmis kattuda (Andersson & Hedström, 2024; Kolber & Heggart, 2026).

Mitmed uuringud rõhutavad, et õpetajate sotsiaalmeedia identiteet ei ole enamasti ühtne, vaid killustunud (Andersson & Hedström, 2024; Fox & Bird, 2017; Kolber & Heggart, 2026). Digitaalset kohalolu jagatakse eri kontode ja platvormide vahel, luues eraldi kontod kolleegidele, õppijatele või laiemale avalikkusele (Andersson & Hedström, 2024; Petroni, 2019), et endast kujundada parim versioon sotsiaalmeedias samas hoides lahus oma isiklikku, professionaalset või poliitilist identiteeti (Carpenter *et al.*, 2019; Fox & Bird, 2017; Kolber & Heggart, 2026). Seda võib käsitleda identiteeditööna (Goffman, 1956), mille eesmärk on hallata erinevat publikut ning säilitada töö- ja eraelu tasakaalu (Andersson & Hedström, 2024; Kolber & Heggart, 2026). Samal ajal tajutakse enesebrändimise võimalusi nagu näiteks nähtavus, professionaalne tunnustus (Carpenter & Harvey, 2019; Trybulkevych *et al.*, 2021), kui ka riske nagu näiteks rollikoormus, privaatsuse kadumine ja pidev enese jälgimise surve (Kolber & Heggart, 2026; Rooste, 2013; Willis *et al.*, 2023).

Enesebrändimise (Khamis *et al.*, 2017; Shepherd, 2005) käsitlese kohaselt mõeldakse teadliku tegevust, mille kaudu inimene kujundab ja esitleb oma professionaalset identiteeti ning väärtust erinevatele sihtrühmadele (Carpenter & Harvey, 2019; Trybulkevych *et al.*,

2021) isegi kui ta seda teadlikult ei tee, loovad teised temast ettekujutuse (Shepherd 2005). Bahar (2024) käsitleb enesebrändimist kui protsessi, kus professionaal teeb nähtavaks oma väärtused, oskused ja eesmärgid. Õpetaja puhul hõlmab see lisaks varasemalt viidatud kasule ka näiteks õpetamisstiili, suhtumist õppijatesse (Kuchynska, 2025; Ventsel, 2018). Uuringud näitavad siiski, et õpetajad ei pruugi end „enesebrändijatena“ määratleda, kuigi nad kujundavad oma avalikku kuvandit iga postituse, kommentaari ja jagatud foto kaudu (Kolber & Heggart, 2026; Pačiauskienė, 2018) ning tajuvad seda pigem pädevuse ja usaldusväärsuse kui turundusliku eneseesitlusega (Trybulkevych *et al.*, 2021).

Sotsiaalmeedia kontekstis muutub oluliseks ka *context collapse*’i mõiste, mis kirjeldab olukorda, kus sama sõnum jõuab korraga õppijate, lapsevanemate, kolleegide, koolijuhtide ja laiemale avalikkuseni (Carpenter *et al.*, 2019; Carpenter & Harvey, 2019; Crockett *et al.*, 2023; Preece, 2024). Sellises olukorras ei saa õpetaja kohandada oma sõnumit erinevatele sihtrühmadele eraldi, mistõttu suureneb valesti mõistmise ja mainekahju risk (Preece, 2024; Russo *et al.*, 2010; Warnick *et al.*, 2016). Professionaalne konto võib küll aidata nähtavust suunata, kuid ei taga täielikku kontrolli, sest sisu võivad jagada, kommenteerida või tõlgendada ka teised kasutajad (Russo *et al.*, 2010; Warnick *et al.*, 2016). Räimi (2014) Eesti uuringus seostasid õpetajad privaatsust eelkõige füüsiliste piiridega (nt klassiüks), mistõttu sotsiaalmeedia kontrollimatus võib tekitada ebakindlust. Samas viitavad nii õpetajad kui õpilased, et teadlik enesekuvandi kujundamine võib aidata privaatsust hoopis paremini kaitsta, võimaldades ise otsustada, mida ja kellele jagada (Crockett *et al.*, 2023; Kask, 2019; Räim, 2014).

Kutseõpetaja professionaalne sotsiaalmeediakonto kui võimalus ja risk

Sotsiaalmeedia võimaldab kutseõpetajatel teha nähtavaks selle osa õpetajatööst ja kutseõppest, mis jääb avalikkusele tavaliselt varjatuks (Carpenter & Harvey, 2019; González *et al.*, 2025; Pukk, 2024). Lisaks nähtavusele toetab professionaalne sotsiaalmeedia kohalolu õpetajate õppimist, võrgustumist ja koostööd (Carpenter *et al.*, 2019; Carpenter & Harvey, 2019; Willis *et al.*, 2023). Kutseõpetaja jaoks võib selline võrgustumine olla eriti oluline, kuna tema töö on tihedalt seotud erialaste praktikate ja tööturu ootustega (Cedefop, 2017; González *et al.*, 2025; Murasov, 2024).

Samas kaasnevad sotsiaalmeediakonto professionaalse kasutusega mitmed riskid. Sotsiaalmeedias avaldatud sisu võib olla otsitav, salvestatav ja jagatav ka siis, kui õpetaja on püüdnud selle nähtavust piirata (An Chomhairle Mhúinteoireachta The Teaching Council [An Chomhairle Mhúinteoireachta], 2023, Russo *et al.*, 2010), mistõttu võivad

üksikud postitused, kommentaarid või fotod mõjutada hinnanguid tema professionaalsusele, usaldusväärsusele ja sobivusele õpetajaametisse (Russo *et al.*, 2010; Warnick *et al.*, 2016). Seda võimendab asjaolu, et sotsiaalmeedia on sageli reguleerimata ruum, kus ametlikud juhised ei kata kõiki võimalikke olukordi ning õpetajad peavad ise kujundama oma tegutsemisreegleid (Carpenter & Harvey, 2019). Kuna sama sisu võivad tõlgendada õppijad, lapsevanemad, kolleegid, koolijuhid ja laiem avalikkus (Preece, 2024; Russo *et al.*, 2010; Warnick *et al.*, 2016), eeldab professionaalina sotsiaalmeediakonto kasutus pidevat piiride tajumist, publiku tunnetamist ja eneserefleksiooni (Carpenter & Harvey, 2019; Selwyn, 2019; Willis *et al.*, 2023).

Nähtavuse ja privaatsuse pinge on seotud ka autentsuse, professionaalsuse (Selwyn, 2019; Trybulkevych *et al.*, 2021) ning eetika küsimusega (An Chomhairle Mhúinteoireachta, 2023; Opetusalan Ammattijärjestö, 2019). Õpetaja peab arvestama õppijate heaolu, konfidentsiaalsuse, elukutse väärikuse (An Chomhairle Mhúinteoireachta, 2023; Opetusalan Ammattijärjestö, 2019; Tartu Ülikool, 2025) ja avaliku usaldusega (Sutrop, 2023), sest tema tegevust võidakse tõlgendada mitte ainult eraisiku, vaid ka avaliku eeskujuna (Russo *et al.*, 2010; Sutrop, 2023). Varasemad uuringud näitavad, et õpetajad võivad hakata sotsiaalmeedias oma käitumist teadlikult piirama või sisu filtreerima (Selwyn, 2019; Willis *et al.*, 2023), et vältida valesti mõistmist, mainekahju või tööalaseid tagajärgi (Kask, 2019; Räim, 2014; Selwyn, 2019).

Lisaks eetilistele küsimustele mõjutavad õpetajate sotsiaalmeedia kasutust ka platvormide toimeleogikad (Petroni, 2019; Sánchez-López *et al.*, 2023). Näiteks Facebook, Instagram ja TikTok eeldavad erinevaid suhtlusviise, auditooriume ja sisuvorme ning suunavad seda, milline sisu nähtavaks muutub (Petroni, 2019; Sánchez-López *et al.*, 2023). Platvormid soosivad sageli visuaalset, emotsionaalset ja kiiresti tarbitavat sisu (González *et al.*, 2025; Petroni, 2019; Pöntinen, 2023), mis võib suunata õpetajaid sotsiaalmeedias õppeprotsesse lihtsustama, valikuliselt esitama või idealiseerima (Pöntinen, 2023). Professionaalse kohalolu hoidmine eeldab seetõttu järjepidevat sisuloomet, publiku ootustega arvestamist ja oma digitaalse kuvandi jälgimist (Carpenter & Harvey, 2019), mistõttu võib see kujuneda õpetaja jaoks lisatööks ning suurendada emotsionaalset koormust ja survet olla pidevalt nähtav (Selwyn, 2019; Willis *et al.*, 2023).

Seega võib kutseõpetaja professionaalset sotsiaalmeedia kasutust käsitleda mitmetasandilise nähtusena, kus põimuvad kutsehariduse mainekujundus (Andersson & Hedström, 2024; Kolber & Heggart, 2026), õpetaja professionaalne nähtavus (Trybulkevych *et al.*, 2021), eetiline vastutus ja digitaalse kohalolu piirid (Crockett *et al.*, 2023; Fox & Bird,

2017; Willis *et al.*, 2023). Professionaalne konto ei ole seega ainult kutsehariduse maine kujundamise vahend, vaid ka strateegia, mille kaudu kutseõpetaja juhib oma digitaalset identiteeti ja tasakaalustab erinevaid avalikke rolle (Kolber & Heggart, 2026; Selwyn, 2019).

Kuigi õpetajate sotsiaalmeedia kasutust on rahvusvaheliselt uuritud professionaalse identiteedi, eetika ja privaatsuse vaates (Carpenter & Harvey, 2019; Fox & Bird, 2017; Willis *et al.*, 2023), on Eesti kontekstis vähe teadmisi just kutseõpetajate professionaalsete sotsiaalmeediakontode rollist kutsehariduse mainekujundus, sest varasemad uuringud on keskendunud üldhariduskoolide õpetajate ja õppijate suhtlusele sotsiaalmeedias (Kask, 2019; Rooste, 2013; Räim, 2014) või koolikommunikatsioonile üldisemalt (Tikerperi, 2016). Käesoleva bakalaureusetöö eesmärk oli selgitada, kuidas Eesti kutseõpetajad mõistavad professionaalsete sotsiaalmeediakontode olemust ja rolli kutsehariduse mainekujunduses ning milliseid personaalseid võimalusi ja väljakutseid nad nende kasutamisel tajuvad.

Eesmärgist lähtuvad uurimisküsimused on järgmised:

1. Kuidas kutseõpetajad mõistavad professionaalsete sotsiaalmeediakontode olemust ja eesmärki?
2. Milliseid personaalseid võimalusi ja väljakutseid näevad kutseõpetajad professionaalsete sotsiaalmeediakontode kasutamisel?
3. Milliseid võimalusi ja väljakutseid tajuvad kutseõpetajad professionaalsete sotsiaalmeediakontode kasutamisel kutsehariduse maine kujundamisel?

Metoodika

Bakalaureusetöös kasutasime kvalitatiivset lähenemist, mis võimaldas süvitsi mõista ja analüüsida kutseõpetajate arusaamasid seoses professionaalsete sotsiaalmeediakontode kasutamisest ning nende rollist kutsehariduse mainekujundamisel. Kvalitatiivne lähenemine sobib uurimuse eesmärgiga, kuna autoritele teadaolevalt leidub sel teemal vähe empiirilisi andmeid ning antud metoodika aitab paremini esile tuua uuritavate mõtted ja seisukohti (Beilmann, 2025).

Valim

Valimi moodustasime eesmärgipäraselt, lähtudes töö eesmärgist ja teoreetilistest lähtekohtadest, et kaasata uurimusse kutseõpetajad, kelle kogemused võimaldaksid uurimisküsimusi sisuliselt avada (Beilmann & Rämmar, 2025). Intervjueeritavad leidsime tuginedes varasematele kontaktidele kutsekoolides ning läbi isiklike kontaktide edastasime kutse osaleda uuringus sobivatele osalejatele. Antud kriteeriumid on olulised tagamaks

erineva taustaga kutseõpetajate arvamus ning mitmekesised vaatenurgad. Pöördusime e-kirja, *Forms*-is huviküsitluse (vt lisa 1) ning sotsiaalmeedia teel, milles tutvustasime uuringu eesmärki, osalemise tingimusi ning konfidentsiaalsuse põhimõtteid.

Valimi moodustasid 11 kutseõpetajat viiest kutseõppe asutusest ning erinevatelt erialadelt. Uuringus osalenud jagunesid kolme fookusgruppi, mille moodustamisel lähtusime osalejate kättesaadavusest ning asukohast. Osalejate jaotus gruppidesse kujunes vastavalt nende sobivusele kokkulepitud intervjuuaegadega. Valimisse kuulunud intervjuueeritavate taustaandmed on esitatud tabelis 1. Osalejad kaasasime sõltumata nende sotsiaalmeedia kasutuse viisist, sest oluline oli mõista nii kasutajate kui ka mitte-kasutajate arusaamu.

Tabel 1. Fookusgrupi intervjuudes osalenud kutseõpetajate koosseis soolise, tööstaaži, vanuselise ning professionaalsete kontode olemasolu lõikes fookusgruppide alusel.

Fookusgrupp 1	Sugu	Tööstaaž	Vanus	Professionaalse konto olemasolu
V1 FG1	N	4	48	Ei
V2 FG1	M	12	48	Jah
V3 FG1	M	2	44	Ei
V4 FG1	M	4	40	Ei
V5 FG1	M	12	50	Jah
Fookusgrupp 2				
V1 FG2	N	6	47	Ei
V2 FG2	N	3	52	Ei
V3 FG2	M	3	33	Jah
Fookusgrupp 3				
V1 FG3	N	15	47	Ei
V2 FG3	N	17	61	Ei
V3 FG3	N	5	46	Ei

Märkused. M – Mees; N – Naine, tööstaaž ja vanus aastates.

Andmekogumine

Uurimuse eesmärgi saavutamiseks kasutasime andmekogumise meetodina poolstruktureeritud fookusgrupi intervjuusid. Selline andmekogumine viis võimaldas uuritavatel jagada oma kogemusi ja seisukohti ning arendada mõttevahetust teiste osalejatega (Vihalemm & Seppel, 2025), tuues esile erinevaid vaatenurki professionaalse sotsiaalmeediakonto ning kutsehariduse maine kujundamise teemadel.

Andmekogumiseks koostasime poolstruktureeritud intervjuukava (vt lisa 2), mis lähtus uurimisküsimustest ja oli üles ehitatud temaatiliste plokkidena. Esmalt keskendusime osalejate taustaandmete ning sotsiaalmeedia kasutamise kogemuse kaardistamisele (vt tabel 1 ja lisa 3). Seejärel käsitlesime kutseõpetajate arusaamu professionaalsete sotsiaalmeediakontode olemusest, eesmärgist ning nende rollist kutsehariduse maine kujundamisel. Uurisime ka professionaalsete kontode kasutamise võimalusi ja väljakutseid.

Intervjuudes kasutasime avatud küsimusi (Beilmann, 2020) ning poolstruktureeritud intervjuule omaselt täpsustasime küsimusi vestluse käigus (Lepik *et al.*, 2025).

Fookusgruppide intervjuud viisime läbi märtsis ja aprillis 2026. aastal. Intervjuud toimusid kohapeal koolikeskkonnas, rahulikus ja privaatsust tagavas ruumis, mis võimaldas osalejatel keskendunult mõelda ning küsimustele läbimõeldult vastata. Kõik intervjuud salvestasime digitaalselt (helisalvestusena) osalejate eelneval nõusolekul. Salvestuste põhjal koostasime hiljem sõnasõnalised transkriptsioonid. Intervjuud kestsid ligikaudu 1–1,5 tundi ning läbiviimisel osales kaks uurijat, kelle rollid olid selgelt jaotatud, et tagada andmekogumise kvaliteet ja usaldusvärsus.

Üks uurija juhtis moderaatorina vestlust ja hoidis arutelu uurimisteedega kooskõlas, teine tegi märkmeid ning jälgis uurimisküsimustele vastuste saamist. Pärast iga intervjuud vahetasime rollid, et tagada võrdne panus ja vähendada kallutatust. Rollide vahetus toetas ka andmete usaldusvärsust, võimaldades nähtusi vaadelda erinevatest vaatenurkadest.

Uurimuse viisime läbi vastavalt Tartu Ülikooli eetikakomitee nõuetele ja Euroopa teadusuuringute eetikanormidele. Enne intervjuusid teavitasime osalejaid uuringu eesmärgist ja andmete kasutamisest ning osalemine põhines vabatahtlikul nõusolekul. Intervjuud salvestati osalejate nõusolekul, andmed anonüümiti ning eemaldati tuvastamist võimaldavad detailid (Juurik, 2025; Lepik *et al.*, 2025). Kõiki andmeid kasutati ainult uurimistöö eesmärgil ja säilitati turvaliselt. Lisaks saad vaadata nõusoleku vormi (lisa 4).

Andmeanalüüs

Andmete analüüsimiseks kasutasime induktiivset kvalitatiivset sisuanalüüsi, mis võimaldas süstemaatiliselt tuvastada korduvaid mustreid, teemasid ja tähendusi (Kalmus *et al.*, 2015). Esmalt transkribeerisime intervjuude helisalvestised tarkvara „Tekstiks“ (Olev & Alumäe, 2022) abil, seejärel kuulasid mõlemad uurijad intervjuud korduvalt üle, tehes käsitsi parandusi transkriptsioonides tagamaks nende täpsust. Transkriptsioonid vormistasime Wordi dokumendis kirjastiiliga Times New Roman, 12 punkti kirja suurus, reavahega 1,5 punkti ning nende kogupikkuseks oli 63 lehekülge.

Andmete analüüsi ning kodeerimist tegime kvalitatiivset andmeanalüüsi tarkvara keskkonda QCAmap (Qualitative Content Analysis Program) kasutades (Mayring & Fenzl, 2022). Esmalt lugesime transkriptsioone korduvalt, et kujundada terviklik arusaam andmestikust ning leida ühiseid jooni ja sarnasusi intervjuueeritavate vastustes. Seejärel märkisime tekstist tähenduslikud üksused ning kodeerisime need, andes neile sisulist tähendust kirjeldavad koodid (vt lisa 5-6). Esialgse kodeerimise viisid mõlemad uurijad läbi

iseseisvalt, mille järel võrdlesime saadud koode ning arutasime need ühiselt läbi, mis aitab vähendada subjektiivsust ning tugevdada tõlgenduste paikapidavust (Kori, *s.a.*). Seejärel koondasime sisuliselt sarnased koodid alakategooriateks ja edasi alakategooriad peakategooriateks. Kogu protsessi vältel vaatasid uurijad tulemused korduvalt koos üle ning kooskõlastasid kodeerimisotsused. Uurimuse tulemuste reliaabluse suurendamiseks teostasime ka korduvkodeerimise (Kalmus *et al.*, 2015, Mayring & Fenzl, 2022), mille tulemusel algselt sarnase sisuga koodid said selgema ja ühtlustatud nimetuse.

Andmeanalüüsi tulemusena moodustus esimese uurimisküsimuse kohta kolm peakategooriat ning teise ja kolmanda uurimisküsimuse kohta kaks peakategooriat, kokku seitse peakategooriat ning omakorda 22 alakategooriat. Detailsem ülevaade kodeerimisprotsessist ning koodide, alakategooriate ja peakategooriate kujunemisest on toodud lisades (vt lisa, 7-9).

Tulemused

Järgnevas peatükis esitame uurimistulemused uurimisküsimuste ning andmeanalüüsi tulemusena moodustatud pea- ja alakategooriate kaupa. Tulemusi näitlikustame katkenditega intervjuudest. Tähistust /.../ kasutame ebaoluliste tekstiosade märkimiseks. Tsitaadid on esitatud kaldkirjas, sisuliselt muutmata kujul ning on lisatud intervjuueeritava pseudonüüm vastavalt fookusgrupi nimele, näiteks *VI_FGI*, kus *VI* tähistab osalejat ning *FGI* fookusgruppi.

Professionaalse sotsiaalmeediakonto tähendus kutseõpetajate jaoks

Esimesele uurimisküsimusele “Kuidas kutseõpetajad mõistavad professionaalsete sotsiaalmeediakontode olemust ja eesmärki?” moodustasime kolm peakategooriat (vt lisa 7)

Tulemused näitasid, et kutseõpetajad mõistavad professionaalset sotsiaalmeediakontot eelkõige õpetaja professionaalse identiteedi, avaliku rolli ja teadliku eneseesitluse osana. Fookusgrupi intervjuude käigus selgus, et sotsiaalmeedia konto tähendus kutseõpetajate jaoks ei piirdunud ainult tööalase info jagamise või organisatsiooni esindamisega, vaid seda seostati õpetaja avaliku rolli, teadliku eneseesitluse ja professionaalse kuvandi kujundamisega veebikeskkonnas. Seega ei määratletud professionaalsust üksnes konto olemasolu kaudu, vaid selle järgi, kui võrd õpetaja kujundab ja kontrollib oma tegevust sotsiaalmeedias teadlikult.

Õpetaja rolli sotsiaalmeedias tajuti avaliku ja vastutusrikkana. Veebikeskkonnas ei esindata osalejate hinnangul ainult iseennast, vaid ka õpetajaametit ja kutseharidust laiemalt.

Sellest tulenevalt peeti oluliseks läbimõeldud eneseväljendust, sobivat sisuloomet ning professionaalse kuvandi hoidmist.

/.../ ma oma sõpradega jagan midagi ja ikkagi see, et ma ikkagi mõtlen, mida ma sinna üles panen, sest kellegi tuttava, tuttav võib ikkagi noh, minu asju näha ja siis noh, isegi see, et ma teadlikult ei võta õpilasi enda sõpradeks. (V1_FG1)

Professionaalse ja isikliku identiteedi eristamist peeti oluliseks, kuid täielikku eraldamist ei nähtud realistlikuna. Õpetajaroll mõjutab ka isikliku veebikäitumise tõlgendamist ning kandub üle väljapoole otsest töökonteksti.

Professionaalset sotsiaalmeediakontot mõisteti õpetajatöö sisu jagamise vahendina, mis kutseõpetajate hinnangul võimaldab jagada õppematerjale, toetada õppimist väljaspool kontaktundi ning teha nähtavaks õpetaja professionaalset kompetentsi. Leiti, et sellisel kujul ei täida professionaalne konto üksnes teavitavat funktsiooni, vaid aitab näidata, milles seisneb õpetaja erialane pädevus ja igapäevane töö.

/.../ Õppematerjalide levitamine, mina näiteks tegin video laadisin ülesse, õpilased vaatavad nii mitu korda kui tahavad ja pärast nii-öelda veebitunni ajal arutame, mis nad ei saanud aru. (V2_FG1)

Eriala tutvustamine laiemale sihtrühmale oli samuti üks professionaalse konto eesmäärke, mis kutseõpetajate hinnangul võimaldab näidata eriala praktilist väärtust ning muuta kutseõppe sisu nähtavamaks.

Professionaalset sotsiaalmeedia_kasutust ei käsitletud lihtsa ega iseenesest mõistetavana, vaid tegevusena mis eeldab oskusi, aega ja valmisolekut avalikuks nähtavuseks. Täpsemalt toodi välja, et see nõuab tehnilisi, sisulisi ja kommunikatiivseid oskusi ning võimet luua kvaliteetset ja eesmärgipärast sisu. Lisaks vajab sotsiaalmeedias tegutsemine teadlikku lähenemist, kogemust ja arusaamist platvormide toimimisest. Sotsiaalmeedias tegutsemises ei tundnud kõik kutseõpetajad end kindlalt ning leiti, et see ei ole neile loomupärane. Seda ilmestab järgmine tsitaat:

/.../ tõesti igalühel ei ole oskusi, igalühel ei ole seda vaistu, mida postitada. Ma ei ole kindel, et mul endalgi seda vaistu on.” (V5_FG1)

Vastustes rõhutati, et professionaalina sotsiaalmeediakonto kasutamine peaks põhinema õpetaja isiklikul valmisolekul ja vabatahtlikkusel, mitte organisatsioonilisel või riiklikul sunnil. Kohustuslik tegutsemine võib kutseõpetajate hinnangul vähendada nii õpetajate motivatsiooni kui ka loodava sisu kvaliteeti.

Sotsiaalmeedia kontode kasutamise võimalused ja väljakutsed

Teisele uurimisküsimusele „Milliseid personaalseid võimalusi ja väljakutseid näevad kutseõpetajad professionaalsete sotsiaalmeediakontode kasutamisel?“ moodustasime kaks peakategooriat (vt lisa 8).

Professionaalset sotsiaalmeediakontot nähakse võimalusena kujundada professionaalset nähtavust. Kutseõpetajate jaoks omandas see personaalse ja praktilise tähenduse. Toodi välja, et sotsiaalmeedia kaudu on võimalik teha nähtavaks oma erialane kompetents, õpetamiskogemus ja igapäevane töö, seostamata konkreetse õpetaja töökohaga. Nähtavust seostati ka uute kontaktide loomise, koostööpakkumiste saamise ning oma tegevuse ja saavutuste dokumenteerimisega. Andmeanalüüsi tulemusel selgus, et professionaalne konto võib toetada õpetaja arengut, järjepidevust ja erialast enesemääratlust.

Mingitel ideaalsetel tingimustel see võib olla kasulik ka näiteks siis, kui me täna räägime siin õpetaja, sealhulgas kutseõpetaja karjäärimudelidest näiteks /.../ (V3_FG1)

Teine intervjuueeritav täiendas seda mõtet nii:

Sellisel puhul see õpetaja tegelikult kogub väga head tõendus materjale mingite oma tegevuste kohta /.../ (V4_FG1)

Professionaalset nähtavust ei mõistetud enese reklaamimisena, vaid läbimõeldud ja õpetajarolliga kooskõlas oleva professionaalse kohaloluna. Enesebrändingu mõiste tekitas õpetajates küll võõristust ning seostus mõne osaleja jaoks *influencer*-kultuuri ja liigse enese eksponeerimisega, kuid teadlikku professionaalset eneseesitlust peeti siiski vajalikuks.

Tulemustes selgus, et professionaalse nähtavusega kaasnevad maine-, privaatsus- ja ajakuluriskid. Sotsiaalmeedias tegutsemist tajuti avaliku ja suure vastutusega tegevusena, kus iga postitus võib mõjutada õpetaja professionaalset mainet ning laiemalt ka kutsehariduse kuvandit. Leiti, et vajadust hinnata enne sisu jagamist selle võimalikke tagajärgi, sest ka neutraalne või heatahtlik sisu võib saada ootamatu tõlgenduse või põhjustada avalikku kriitikat.

Sa jagad seal midagi sellist, mis on tegelikult täitsa võib-olla rassistlik või mis iganes ja ma arvan, et see ei ole okei /.../ (V2_FG2)

Esimese uurimisküsimuse juures välja toodud professionaalse ja isikliku identiteedi piiride hägustumine avaldus siin privaatsusriskina. Kutseõpetajad tunnetasid vajadust kontrollida, milline osa nende identiteedist ja eraelust on avalikult nähtav. Lisaks peeti oluliseks sotsiaalmeedias professionaalsete suhtluspiiride hoidmist õppijatega, et vältida liiga isiklikku või familiarset suhtlust. Seda illustreerib järgnev tsitaat:

Ma tahtsingi öelda, et see üks lause, mis sa võib-olla sinna riputad või kirjutad, et seda võib erinevalt tõlgendada, et kõik saaks ühtemoodi aru mida sa räägid, et ei oleks kaheti mõistetav, ma arvan, et see on millele sa pead tegelikult kogu aeg kuklas mõtlema või peab sul olema see keegi kes vaatab, et keegi valesti aru ei saaks. /.../ (VI_FG1)

Mitmed uuringus osalenud kutseõpetajad väljendasid muret, et sotsiaalmeediaga tegelemine võib hakata konkureerima õpetamise põhitegevustega ning vähendada aega õppetöö ettevalmistamiseks. Intervjuudest selgus, et professionaalse nähtavusega kaasnevad lisaks võimalustele ka suurenenud vastutus, emotsionaalne koormus ja vajadus pideva professionaalse enesekontrolli järele.

Võimalused ja väljakutsed kutsehariduse maine kujundamiseks professionaalsete sotsiaalmeedia kontodega

Kolmandale uurimisküsimusele „Milliseid võimalusi ja väljakutseid tajuvad kutseõpetajad professionaalsete sotsiaalmeediakontode kasutamisel kutsehariduse maine kujundamisel?“ vastates eristus andmeanalüüsis kaks peamist peakategooriat: professionaalsed sotsiaalmeediakontod aitavad suurendada kutsehariduse nähtavust ja usaldusväarsust ning kutsehariduse maine kujundamist piiravad struktuursed probleemid ja piiratud ressursid (vt lisa 9).

Tulemused näitasid, et kutseõpetajad käsitlevad professionaalseid sotsiaalmeediakontosid olulise võimalusena suurendada kutsehariduse nähtavust ning usaldusväarsust. Kutseõpetajate hinnangul peab kutseharidus sotsiaalmeedias aktiivselt tähelepanu pärast konkureerima ning see võimaldab jõuda noorteni neile tuttavates kanalites. Uuringus osalenud kutseõpetajad pidasid oluliseks vajadust olla „pildis“, näidata kutseharidust kaasaegse, praktilise ja atraktiivsena ning murda stereotüüpe erialade ja kutseõppe kohta. Leiti, et kõige mõjusam on autentne ja praktiline sisu, mis peegeldab reaalseid tööprotsesse, õppimist ja koolielu. Andmeanalüüsi tulemusel selgus, et noorte tähelepanu hoidmiseks eelistati lühikesi ja visuaalseid sisuvorme, mis aitavad kutseharidust kui ka erialasid arusaadavalt tutvustada.

Kutsehariduse kujutamine peaks osalejate hinnangul olema realistlik ja tasakaalustatud, mitte idealiseeritud või ainult positiivseid külgi esile tõstev. Mõjusa sisutüübina tõusid esile õppijate edulood, mis aitavad suurendada samastumist ning näidata kutsehariduse praktilist väärtust ja arenguvõimalusi.

Kui me näeme ka erinevaid edusid, mitte ainult võistluse võit, vaid ka, ma ei tea, nädala klassikaaslane või kursusekaaslane, mida õppijad ise on valinud /.../ näiteks kooli jõudmine õigel ajal. (VI_FG2)

Õpetaja enda loodud sisu mõjub kutseõpetajate hinnangul usutavamalt kui institutsionaalne reklaam või formaalne turunduskommunikatsioon, kuna see põhineb reaalsel kokkupuutel õpetamise ja erialaga. Lisati, et õpetajana sotsiaalmeediakonto kasutamine võib toetada kutsehariduse sisulisema, praktilisema ja usaldusväärsema kuvandi kujunemist.

Analüüsist ilmnes, et kutseõpetajad tajuvad mitmeid struktuurseid probleeme, mis piiravad nii kutsehariduse nähtavust. Kuigi professionaalses sotsiaalmeedia kasutuses nähti võimalust kutsehariduse maine kujundamiseks, ei peetud seda lahenduseks maineprobleemidele. Kutsehariduse kuvandit seostati laiemalt haridussüsteemi, tööturu olukorra ja ühiskondlike hoiakutega, mida kutseõpetajate hinnangul üksikud sotsiaalmeediapostitused oluliselt muuta ei suuda. Kutseõpetajad kirjeldasid sotsiaalmeediat pigem toetava kui lahendava vahendina ning kutsehariduse maine kujundamist süsteemse ja pikaajalise protsessina.

/.../ seepärast ma ütlen, et sotsiaalmeedia on võib-olla ainult natukene nagu, plaaster sellele probleemile. (V3_FG2)

Uuringu tulemusel selgus, et maine kujundamist piiravad ka platvormide algoritmid, sotsiaalmeediakanalite erinev toime loogika ja vajadus sihipärase kommunikatsiooni järele. Mõjus sotsiaalmeedia kasutus nõuab kutseõpetajate hinnangul teadlikku strateegiat, järjepidevust ja eraldi ressursse. Seda ilmestab järgmine tsitaat:

/.../kui osteti koolile tasuline sotsiaalmeediakonto, kust hakkas kohe infot jooksmas. Varem ei olnud, varem oli see nii hüplik ja nüüd kasvõi need täiendkoolitused /.../ (V2_FG3)

Andmeanalüüsi käigus selgus, et koolides puuduvad sageli inimesed, kelle töö oleks sotsiaalmeedia ja kommunikatsiooniga tegeleda. Lisaks ei pidanud kutseõpetajad õigeks olukorda, kus kutsehariduse mainekujundamise vastutus jääb üksikutele õpetajatele. Selle asemel rõhutati jagatud vastutust õpetajate, kooli ja riigi vahel. Kutsehariduse positiivse kuvandi kujundamine eeldab õpetajate hinnangul süsteemset riiklikku tuge, strateegilist kommunikatsiooni ning piisavaid ressursse.

Arutelu

Lähtuvalt bakalaureusetöö eesmärgist ja püstitatud uurimisküsimustest toome käesolevas peatükis välja olulisemad tulemused, seostades neid teoreetiliste käsitluste ja uurimustega. Käesoleva töö eesmärk oli selgitada, kuidas Eesti kutseõpetajad mõistavad professionaalsete sotsiaalmeediakontode olemust ja rolli kutsehariduse mainekujunduses ning milliseid personaalseid võimalusi ja väljakutseid nad nende kasutamisel tajuvad.

Kutseõpetajad mõistavad professionaalset sotsiaalmeediakontot nii nagu varasemalt töös välja toodud allikad (Carpenter *et al.*, 2019; Carpenter & Harvey, 2019; González *et al.*, 2025; Kuchynska, 2025), seda eelkõige õpetaja ametialase identiteedi ja vastutusega seotud kanalina, mille kaudu saab tutvustada eriala ja kutseharidust, toetada õppimist ning teha nähtavaks õpetaja töö ja pädevus. Digitaalne identiteet ei kujune ainult konto tehnilise vormi, vaid ka selle kasutuspraktikate ja neile omistatud tähenduste kaudu (Pačiauskienė, 2018; Schau & Gilly, 2003; Zarghooni, 2007). Kuna vastajad seostasid professionaalset kontot ka sellega, kellele sisu on suunatud ja millises rollis õpetaja end esitleb, haakub tulemus enesepresentatsiooni teooriaga, mille kohaselt kohandavad inimesed oma eneseesitlust vastavalt olukorrale ja publikule (Goffman, 1956; Schlenker, 2003). Seega võib järeldada, et kutseõpetajate jaoks ei määra konto professionaalsust ainult konto vorm, vaid eelkõige selle kasutusviis, eesmärk ja tähendus õpetaja töö kontekstis.

Uuringu põhjal selgus, et õpetajad tajuvad oma rolli jätkumist sotsiaalmeedias. See tähendab, et õpetaja professionaalne identiteet ei piirdu klassiruumi ega tööajaga, vaid kandub üle ka sotsiaalmeediasse (Räim, 2014). See haakub varasemate käsitlustega, mille kohaselt õpetajat nähakse avaliku elu tegelasena ka väljaspool kooli ning tema avalik käitumine mõjutab tema usaldusväarsust ja autoriteeti (Räim, 2014; Selwyn, 2019; Willis *et al.*, 2023). Samuti kinnitab seda kutseõpetaja kutsestandard (Kutsekoda, 2025), mille järgi õpetaja roll hõlmab lisaks õpetamisele ka eriala ja kutsehariduse tutvustamist. Sellest tulenevalt võib järeldada, et kutseõpetajate sotsiaalmeedia kasutus on seotud mitte ainult isikliku eneseväljenduse, vaid ka ametialase vastutusega, mille kohaselt haridusasutused kui ka õpetajad vahendavad teadlikult oma tegevusi, väärtusi ja identiteeti erinevatele sihtrühmadele ning kommunikatsioon aitab kujundada nii organisatsiooni kui ka valdkonna mainet (Aab, 2015; Bahar, 2024; Innove, 2011; Nguyen *et al.*, 2016).

Kutseõpetajad näevad professionaalsete sotsiaalmeediakontode kasutamisel personaalse võimalusena eelkõige oma töö, pädevuse ja erialase nähtavuse esiletoomist, kuid väljakutsetena tajuvad nad mainekahju ohtu, privaatsuse vähenemist, sisu võimalikku valesti tõlgendamist ning ajakulu. Uuringust selgus, et professionaalne konto võib aidata õpetajal näidata tehtud tööd, koguda tõendusmaterjali oma tegevuse kohta ning avada uusi tööalaseid võimalusi. See seostub käsitlustega, mille järgi professionaalne veebinähtavus võib tugevdada erialast usaldusväarsust, laiendada võrgustikke ja toetada professionaalset enesepositsioneerimist (Khamis *et al.*, 2017; Shepherd, 2005). Samas ei samastanud õpetajad seda enamasti enesebrändimisega, sest mõiste seostus neile pigem influencer-kultuuri ja enese esiletõstmisega. See erineb osaliselt teoreetilistest käsitlustest, kus enesebrändimist

mõistetakse teadliku ja strateegilise eneseesitlusena professionaalse kuvandi kujundamiseks (Khamis *et al.*, 2017; Shepherd, 2005). Seetõttu võib järeldada, et kuigi õpetajate tegevuses esineb enesebrändimisele sarnaseid jooni, ei pruugi see mõiste nende ametialase identiteedi ja väärtustega sobituda.

Uuringu tulemused näitasid, et professionaalne nähtavus sotsiaalmeedias võib kutseõpetajate jaoks olla ka koormav, sest sellega kaasnevad privaatsuse vähenemine, haavatavus, sisu erinev tõlgendamine ja vajadus oma avalikku kuvandit kontrollida. Need tulemused on sarnased varasemate käsitlustega, kus on esile toodud sotsiaalmeedia kasutamisega seotud kontekstide kokkuvarisemise, privaatsuse kao, rollikoormuse ja mainekahju riskid (Carpenter *et al.*, 2019; Crockett *et al.*, 2023; Kask, 2019; Räim, 2014; Trybulkevych *et al.*, 2021). Samuti selgus, et õpetajad eristavad sotsiaalmeedias kujunevat digitaalset kuvandit tegelikust minast ning filtreerivad jagatavat sisu vastavalt sihtrühmadele ja võimalikele tõlgendustele (Pačiauskienė, 2018; Schau & Gilly, 2003; Selwyn, 2019; Zarghooni, 2007). See seostub digitaalse identiteedi ja „filtreeritud mina“ käsitlustega (Kolber & Heggart, 2026; Schau & Gilly, 2003; Selwyn, 2019; Trybulkevych *et al.*, 2021). Seega võib järeldada, et kutseõpetajad tajuvad professionaalset sotsiaalmeediakontot korraga nii professionaalse ressursi kui ka vastutust ja ajakulu nõudva keskkonnana.

Kutseõpetajad tajuvad professionaalseid sotsiaalmeediakontosid kutsehariduse mainekujundamisel võimalusena suurendada kutsehariduse nähtavust, tutvustada erialasid, näidata praktilisi oskusi ning jagada õppijate edulugusid, kuid väljakutsena nähakse sihtrühmadeni jõudmist, platvormide toimeloogikat ja vähest organisatsioonilist tuge.

Kutseõpetajad tajuvad professionaalseid sotsiaalmeediakontosid kutsehariduse mainekujundamisel võimalusena suurendada kutsehariduse nähtavust, tutvustada erialasid, näidata praktilisi oskusi ning jagada õppijate edulugusid, kuid väljakutsena nähakse sihtrühmadeni jõudmist, platvormide toimeloogikat ja vähest organisatsioonilist tuge.

Uringust selgus, et sotsiaalmeedia võimaldab kutseõpetajate hinnangul näidata kutseharidust noortele visuaalsel, arusaadaval ja kättesaadaval viisil. See seostub käsitlustega, mille järgi sotsiaalmeedia võimaldab teha nähtavaks õppimisprotsessi, kulisside taguseid hetki ja õppijate saavutusi viisil, mis on noortele jälgitav ning ligipääsetav (González *et al.*, 2025; Sánchez-López *et al.*, 2023). Samuti ilmnes, et õpetajate loodud sisu võib mõjuda vahetuma ja usaldusväärsemana kui institutsionaalne turundus, sest see põhineb reaalsel õpetajatööl ja igapäevasel kogemusel (Ventsel, 2018). Sellest võib järeldada, et professionaalne õpetaja konto võib toetada kutsehariduse mainet eriti siis, kui see loob autentse ja mitmekülgse pildi

erialast, õppimisest ja õpetaja tööst (Cedefop, s.a.; Innove, 2011; Tallinna Teeninduskool, 2016).

Uuringust selgus, et kutsehariduse mainekujundamine sotsiaalmeedias sõltub erinevatest sihtrühmadest, sealhulgas noortest, vanematest, üldhariduskoolide õpetajatest ja teistest haridusvalikute suunajatest, ega sõltu üksnes ametlikust infost või noore individuaalsest otsusest (Cedefop, 2017, s.a.; Innove, 2011; Tikerperi, 2016). Samal ajal tõid kutseõpetajad välja, et ka sisukas sisu ei pruugi siiski soovitud sihtrühmani jõuda, kui seda piiravad algoritmid, platvormiloogika või puudub makstud võimendus, mis haakub Petroni (2019) käsitlesega, mille järgi digitaalset nähtavust ei määra üksnes sisu kvaliteet, vaid ka platvormide normid ja tehnilised reeglid. Lisaks ilmnes, et õpetajatel napib sageli aega, ressursse ja kommunikatsioonialast tuge (Aab, 2015; Bahar, 2024; Innove, 2011; Nguyen *et al.*, 2016), mistõttu leiti, et kutsehariduse maine kujundus ei saa jääda ainult üksiku õpetaja vastutuseks.

Kokkuvõttes võib käesoleva uurimuse põhjal järeldada, et professionaalsed sotsiaalmeediakontod on kutseõpetajate jaoks korraga nii võimalus kui ka väljakutse ning seda tunnetati kui pealesurutud tegevust. Need võivad toetada õpetaja professionaalset nähtavust, õppimist, tööalast eneseesitlust ja kutsehariduse mainekujundust, kuid nendega kaasnevad ka rollipinge, haavatavus, vastutus, ajakulu ning piiratud mõju küsimused. Seetõttu ei saa professionaalset sotsiaalmeediakasutust käsitleda üksnes individuaalse eneseesitluse vahendina ega lihtsa lahendusena kutsehariduse mainekujundamisel, vaid pigem osana laiemast professionaalsest ja organisatsioonilisest kontekstist.

Käesoleva uurimuse tulemuste tõlgendamisel tuleb arvestada mitmete piirangutega nagu näiteks fookusgrupi läbiviimisega seotud väljakutseid. Osalejate vaheline dünaamika võis mõjutada kogutud andmeid, kuna aktiivsemad ja domineerivamad osalejad võisid suunata arutelu ning tagasihoidlikumate osalejate arvamused jääda vähem esindatuks. Lisaks osalejate värbamine oli keerulisem, sest kõik ei soovinud avaldada arvamust ühtses grupis ning seetõttu moodustunud grupid ei anna piisavat tulemuste üldistatavust. Kuigi fookusgrupid võimaldavad koguda detailset ja mitmekesist teavet ning pakuvad võimalust täpsustavateks küsimusteks, tuleb tulemuste tõlgendamisel siiski arvestada eelnevalt nimetatud piirangutega (Queirós *et al.*, 2017). Käesolevas uuringus püüdsime nende mõju vähendada struktureeritud lähenemise abil, kasutades kahte moderaatorit, kellest üks juhtis arutelu ja teine jälgis ajakava ning küsimuste käsitlemist, et tagada arutelu fookus ja kõigi teemade läbimine.

Uurimuse praktiline väärtus seisneb selles, et see juhhib tähelepanu vajadusele toetada kutseõpetajate professionaalset sotsiaalmeediakasutust selgemate kokkulepete, kommunikatsioonialase toe ja sisuloomeks vajaliku ajaga. Tulemused viitavad, et kutsehariduse nähtavuse suurendamine ei tohiks jääda üksikute õpetajate lisatööks, vaid vajab kooli ja laiemal tasandil süsteemsemat tuge. Edasistes uuringutes võiks lisaks kutseõpetajatele kaasata õppijate, lapsevanemate, koolijuhtide ja kommunikatsioonispetsialistide vaateid ning uurida, kuidas platvormide algoritmid, makstud nähtavus ja koolide kommunikatsioonistrateegiad mõjutavad professionaalse sotsiaalmeediakasutuse tulemuslikkust.

Tänusõnad

Soovime tänada juhendajat Mari-Liis Tikerperi asjakohaste nõuannete ning igakülgse abi eest. Lisaks täname fookusgrupis osalenud intervjuueeritavaid, kelle kaasabil sai uurimus teoks. Täname veel oma perekondi, kolleege ja kursusekaaslasi mõistva suhtumise, motiveerimise ning moraalse toe eest.

Autorsuse kinnitus

Käesolev töö on valminud kahe autori koostöös. Mõlema panus on eristatav eelkõige töö esialgse versiooni koostamisel. Ühe autori (Hanna) panuseks olid allikate leidmine, intervjuukava koostamine, ühe fookusgrupi modereerimine, kahe grupi märkmete tegemine, esmane andmete kodeerimine, kategooriate kujundamine ning tulemuste peatüki esialgne struktureerimine. Teise autori (Maris) panuseks kahe fookusgrupi modereerimine, ühe grupi märkmete tegemine, transkriptsioonide koostamine ja kontrollimine, esmane kaaskodeerimine, metoodika peatüki esmane kirjutamine ning kodeerimistabelite vormistamist. Töö olulisemad etapid ning lõpliku versioon valmis koostöös, sealjuures tehe seda pideva arutelu, ühise töö läbilugemise ning täiendamise läbi. Koostöös võtsime ühendust kutseõpetajatega, viisime läbi fookusgrupi intervjuud ning täiendasime ja viimistlesime töö.

Kinnitame, et oleme koostanud ise käesoleva lõputöö ning toonud korrektselt välja teiste autorite ja toetajate panuse. Töö on koostatud lähtudes Tartu Ülikooli haridusteaduste instituudi lõputöö nõuetest ning on kooskõlas heade akadeemiliste tavadega.

Hanna Bergmann

20.05.2026

/allkirjastatud digitaalselt/

Maris Paas

20.05.2026

/allkirjastatud digitaalselt/

Kasutatud kirjandus

- Aab, A. (2015, september). Hariduskommunikatsioon Eestis: praktikad ja võimalused. *Kaja*, 25, 7-9
- An Chomhairle Mhúinteoireachta /The Teaching Council (2023). *Guidance for registered teachers about the use of social media and electronic communication*. Teaching Council of Ireland.
- Andersson, A. & Hedström, K. (2024). How education professionals manage personal and professional boundaries when using social technologies. *New Technology, Work and Employment*, 39, 382–401. <https://doi.org/10.1111/ntwe.12301>
- Bahar, V.S. (2024). Self-Presentation Theory: A review. In S. Papagiannidis (Ed), *TheoryHub Book*.
- Beilmann, M. (2020). Küsimustiku koostamine. M. Beilmann, S. Opermann ja D. Kutsar (toim), *Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas*. <https://samm.ut.ee/kusimustiku-koostamine/>
- Beilmann, M. (2025). Kvantitatiivne ja kvalitatiivne uurimiseviis. M. Beilmann, S. Opermann ja D. Kutsar (toim), *Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas*. <https://samm.ut.ee/kvantitatiivne-ja-kvalitatiivne-uurimisviis/>
- Beilmann, M. & Rämmer, A. (2025). Valimi moodustamine. M. Beilmann, S. Opermann ja D. Kutsar (toim), *Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas*. <https://samm.ut.ee/valimi-moodustamine/>
- Carpenter, J. P., & Harvey, S. (2019). “There’s no referee on social media”: Challenges in educator professional social media use. *Teaching and Teacher Education*, 86, 102904. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2019.102904>
- Carpenter, J. P., Kimmons, R., Short, C. R., Clements, K., & Staples, M. E. (2019, märts). Teacher identity and crossing the professional–personal divide on Twitter. *Teaching and Teacher Education*, 81, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2019.01.011>
- Cedefop (2017). *Cedefop European public opinion survey on vocational education and training*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. <http://dx.doi.org/10.2801/264585>
- Cedefop. (s.a.). *Improving VET image and attractiveness*. <https://www.cedefop.europa.eu/en/tools/vet-toolkit-tackling-early-leaving/intervention-approaches/improving-vet-image-and-attractiveness>

- Crockett, M, Henry, L, McGuire, S. & Gurdal, A. (2023). Teachers' Social Media Use and Its Legal Implications, *The William & Mary Educational Review*, 8(1), Article 4.
<https://scholarworks.wm.edu/wmer/vol8/iss1/4>
- ETRA Andras. (2024). *Täiskasvanuhariduse arendamise ja mitteformaalsete õppimisvõimaluste pakkumise programmi VÕTI kommunikatsioonistrateegia 2024–2029*. <https://andras.ee/wp-content/uploads/2025/04/VOTI-kommunikatsioonistrateegia-2024-2029.pdf>
- Fazel, H., & Sayaf, A. (2025). Social media integration in marketing education: A way forward to improve engagement and learning outcomes. *Computers in Human Behavior Reports*, 17, 100595. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2025.100595>
- Fox, A. & Bird, T. (2017) The challenge to professionals of using social media: teachers in England negotiating personal-professional identities. *Educ Inf Technol* 22, 647–675.
<https://doi.org/10.1007/s10639-015-9442-0>
- Goffman, E. (1956). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday. p. 13. ISBN 978-0-14-013571-8.
- González, O. M., Contreras, C. P., & Sateler, F. J. R. (2025). Teachers on Instagram: Challenges and professional identity. *Lumen et Virtus*, 16(49), 7609–7630.
<https://doi.org/10.56238/levv16n49-098>
- Innove. (2011). *Kommunikatsiooni käsiraamat kutseõppeasutustele*. Sihtasutus Innove.
Kasutatud 10.05.2026 https://issuu.com/innove/docs/kommunikatsiooni_kasiraamat
- Innove & Accaro Solutions OÜ. (2018). *Kutsehariduse maine üldhariduskoolide õpilaste, õpetajate ning lapsevanemate seas*. Tallinn: Innove.
- Juurik, M. (2025). Isikuandmete töötlemine sotsiaalteaduslikes uuringutes. M. Beilmann, S. Opermann ja D. Kutsar (toim), *Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas*.
<https://samm.ut.ee/isikuandmete-tootlemine-sotsiaalteaduslikes-uuringutes/>
- Kalmus, V., Masso, A., & Linno, M. (2015). *Kvalitatiivne sisuanalüüs*. Tartu Ülikool.
<https://samm.ut.ee/kvalitatiivne-sisuanalyys/>
- Kask, P. H. (2019) *Õpilaste-õpetajate interaktsioon ja õpetaja eneseesitlus sotsiaalmeedias: Eesti põhikooli- ja gümnaasiumiastme õpilaste arvamused ja kogemused*. [bakalaureusetöö, Tartu Ülikool].
<https://dspace.ut.ee/server/api/core/bitstreams/a13d8738-4306-4241-8a7b-0b984cd21477/content>

- Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2017). Self-branding, 'micro-celebrity' and the rise of Social Media Influencers. *Celebrity Studies*, 8(2), 191–208.
<https://doi.org/10.1080/19392397.2016.1218292>
- Kolber, S., & Heggart, K. (2026). 'Splintered selves': teachers' online fragmented identities navigating the personal, political and professional. *Teachers and Teaching*, 32(4), 655–675. <https://doi.org/10.1080/13540602.2025.2472687>
- Kori, K. (s.a.). *Videoloeng: kvantitatiivse uuringu kvaliteet (5:10)*[video].
- Kuchynska, K (2025). *Building your personal brand as an English teacher*. Grade University.
<https://grade-university.com/blog/build-your-personal-brand-as-an-english-teacher>
- Kutsekoda. (2025, 19.november). *Kutseõpetaja kutsestandard, tase 6*.
- Lepik, K., Harro-Loit, H., Kello, K., Linno, M., Selg, M., & Strömpl, J. (2025). Intervjuu. M. Beilmann, S. Opermann ja D. Kutsar (toim), *Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas*. <https://samm.ut.ee/intervjuu/>
- Mayring, P., & Fenzl, T. (2022). QCAmap: Open access web application for systematic text analysis. Verein zur Förderung qualitativer Forschung – Association for Supporting Qualitative Research (ASQ). <https://www.qcamap.org/ui/en/home>
- Murasov, M. (2024). *Edukus tööturul 2022. Üldkesk-, kutse- ja kõrghariduse lõpetanute hõive ja palgad*. Tartu: Haridus- ja Teadusministeerium.
- Nguyen, B., Hemsley-Brown, J. & Melewar, T.C. (2016). Branding Higher Education, in F. Dall'Olmo-Riley, J. Singh & C. Blankson (toim), *The Routledge Companion to Contemporary Brand Management*, Routledge: Abingdon
- Olev, A., & Alumäe, T. (2022). Estonian speech recognition and transcription editing service. *Baltic Journal of Modern Computing*, 10(3), 409–421.
<https://doi.org/10.22364/bjmc.2022.10.3.14>
- Opetusalan Ammattijärjestö. (2019, 7. mai). *Opetusalan eettisen neuvoston kannanotto 7.5.2019, Opettaja somessa*. Opetusalan Ammattijärjestö.
- Pačiauskienė, Ž. S. (2018). Personal branding on facebook: how teachers stage themselves on social media. *INTED2018 Proceedings*, pp. 3968-3972.
<https://doi.org/10.21125/inted.2018.0077>
- Petroni, S. (2019). How Social Media Shape Identities and Discourses in Professional Digital Settings: Self-Communication or Self-Branding?. In: Bou-Franch, P., Garcés-Conejos Blitvich, P. (toim) *Analyzing Digital Discourse*. Palgrave Macmillan.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-92663-6_9

- Praxis. (2016). *Täiskasvanuhariduse kommunikatsioonistrateegia 2016–2018*.
<https://praxis.ee/uploads/2016/08/T%C3%A4iskasvanuhariduse-kommunikatsioonistrateegia-2016.pdf>
- Preece, A. H. (2024). *Educator perceptions of appropriate social media practices*. [doktoritöö, Marshall University]. Theses, Dissertations and Capstones.
<https://mds.marshall.edu/etd/1853>
- Pukk, A. (2024). *Haridusvaldkonna töötajate sisuloome sotsiaalmeedias: tähelepanu pöödmise ja hoidmise strateegiad* [bakalaureusetöö, Tartu Ülikool].
- Pärtel, K., & Petti, K. (2013). *Kutseharidus 2013: Elanikkonna teadlikkus kutseõppes toimuvast ja kutsehariduse maine aastal 2013: Aruanne*. Tallinn.
- Pöntinen, S. (2023). *#musicteacher: Music teachers' self-representations on Instagram* [magistritöö, University of Oulu].
- Queirós, A., Faria, D., & Almeida, F. (2017). Strengths And Limitations Of Qualitative And Quantitative Research Methods. *European Journal of Education Studies*, 3(9).
<https://doi.org/10.5281/ZENODO.887089>
- Rooste, K. (2013). *Algklassiõpetajate ja -õpilaste suhtlustrendid Facebookis: õpetajate kogemused* [magistritöö, Tartu Ülikool].
- Russo, J.C, Squelch, J. & Varnham, S. (2010). Teachers and Social Networking Sites: Think Before You Post. *Public Space: The Journal of Law and Social Justice*, 5.
<https://doi.org/10.5130/psjlsj.v5i0.1493>
- Räim, S. (2014). *Õpetajate nägemus privaatsusest sotsiaalmeedias* [bakalaureusetöö, Tartu Ülikool]. <https://dspace.ut.ee/server/api/core/bitstreams/a5116b04-914d-4870-a9f3-b2f8e81a9529/content>
- Saar Poll. (2008). *Elanikkonna teadlikkus kutseõppes toimuvast ja kutsehariduse maine aastal 2008*. Tartu: Saar Poll OÜ. <http://hdl.handle.net/10062/40705>
- Sánchez-López, I., Roig-Vila, R., & Manotas Salcedo, E. (2023). Teachers on TikTok: Creative strategies and resources for making content go viral. An evolution in education?. *Anàlisi*, 69, 93–112. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3634>
- Schau, J.H. & Gilly, M.C. (2003). We Are What We Post? Self-Presentation in Personal Web Space. *Journal of Consumer Research*, 30(3), 385–404. DOI:10.1086/378616
- Schlenker, B. R. (2003). Self-presentation. In M. R. Leary & J. P. Tangney (toim), *Handbook of self and identity*. 492–518. The Guilford Press.

- Selwyn, N. (2019). Rise of the “social media teacher”: the ups and downs of being “edu-famous”. <https://lens.monash.edu/@education/2019/06/28/1373473/the-teacher-as-social-media-celebrity>
- Shepherd, I. (2005). From cattle and coke to Charlie: meeting the challenge of self marketing and personal branding. *Journal of Marketing Management*, 21 (5-6), 589-606. doi:10.1362/0267257054307381
- Sutrop, M. (2023, 28.november). Õpetaja eetikakoodeksist ja vajadusest mõtestada õpetajaametit. *Õpetajate leht*.
- Zarghooni, S. (2007). *A Study of Self-Presentation in Light of Facebook*. Institute of Psychology, University of Oslo.
- Tallinna Teeninduskool. (2016). *Tallinna Teeninduskooli kommunikatsioonistrateegia 2016–2018*. Alfa-Omega Communications
- Tartu Ülikool. (2025, 05. veebruar). *Õpetaja eetikakoodeks*.
- Tikerperi, M.-L. (2016). *Suhtekorraldus ja kommunikatsioonijuhtimine koolis riigigümnaasiumite näitel* [magistritöö, Tartu Ülikool].
- Trybulkevych, K. H., Shchegoleva, T. L., Gruba, T. L., Gula, L. V., & Zoriy, Y. B. (2021). Ethics of communication as an important component of teacher self-branding in the settings of the digital environment. *European Journal of Educational Research*, 10(2), 641-655. <https://doi.org/10.12973/eu-jer.10.2.641>
- Vasar, A. M. (2025). *Kutsehariduse maine Eesti ühiskonnas* [bakalaureusetöö, Tallinna Ülikool].
- Ventsel, S. (2018, 19.september). Ka õpetaja on bränd, mida tuleb teadlikult luua. *Äripäev AS*. <https://www.aripaev.ee/erilehed/2018/09/19/ka-opetaja-on-brand-mida-tuleb-teadlikult-luua>
- Vihalemm, T. & Seppel, K. (2014, täiendatud ja parandatud 2025). *Fookusgrupi intervjuu*. Tartu Ülikool. <https://samm.ut.ee/fookusgrupi-intervjuu/>
- Vähi, K. J. (2022). *Kooli mainekujunduse aspektid Tallinna Prantsuse Lütseumi õpilaste perspektiivist* [bakalaureusetöö, Tartu Ülikool].
- Warnick, B. R., Bitters, T. A., Falk, T. M., & Kim, S. H. (2016). Social Media Use and Teacher Ethics. *Educational Policy*, 30(5), 771-795. <https://doi.org/10.1177/0895904814552895> (Original work published 2016)
- Willis, A., Grainger, P., Thiele, C., Simon, S., Menzies, S. & Dwyer, R. (2023). The Benefits and Pitfalls of Social Media for Teachers' Agency and Wellbeing. *Technology, Pedagogy and Education* 32(5), 621–637. <https://doi.org/10.1080/1475939X.2023.2210585>

Lisad

Lisa 1. Meili ja formsi teel pöördumine

Meili teel pöördumine

Tere head kolleegid

Kirjutan teile seoses oma bakalaureusetööga ning sooviksin teid kutsuda osalema fookusgrupi intervjuus.

Uurimistöö keskendub sellele, kuidas kutseõpetajad mõistavad professionaalseid sotsiaalmeedia kontosid, millist rolli need võivad mängida enesebrändimises ning kuidas nende kaudu võiks populariseerida kutseharidust.

Ootan vestlusesse just teie kogemusi ja mõtteid, ei ole õigeid ega valesid vastuseid, oluline on teie isiklik vaade. Intervjuu toimub arutelu vormis (fookusgrupp), kus lisaks minu küsimustele on oodatud ka omavaheline mõttevahetus.

Vestlus kestab ligikaudu 1,5–2 tundi ning see salvestatakse ainult uurimistöö eesmärgil. Kõik vastused jäävad anonüümseks ning neid kasutatakse üksnes bakalaureusetöö koostamisel. Osalemine on vabatahtlik ning igal hetkel on võimalik loobuda või jätta mõnele küsimusele vastamata.

Kui olete valmis osalema või teil tekib küsimusi.

Oleksin väga tänulik teie panuse eest!

Parimate soovidega

Hanna ja Maris

Formsi teel pöördumine

Bakalaureusetöö Intervjuu

Meie bakalaureusetöö keskendub sellele, kuidas kutseõpetajad mõistavad professionaalseid sotsiaalmeediakontosid, kas ja kuidas need võivad olla enesebrändimise vahend ning kuidas nende kaudu võiks populariseerida kutseharidust. Meid huvitab just teie kogemus ja teie vaade. Ei ole õigeid ega valesid vastuseid. Oluline on see, kuidas teie seda teemat näete ja tunnetate. See on arutelu, mitte teadmiste kontroll.

Intervjuu toimub fookusgrupi vormis, mis tähendab, et lisaks minu küsimustele on väga oodatud ka omavaheline arutelu. Kui tekib mõte, reageerige julgelt üksteise mõtetele. Vestlus kestab umbes poolteist kuni kaks tundi. Me salvestame intervjuu, et saaksime hiljem vastused täpselt kirja panna ja analüüsida. Salvestust kasutatakse ainult bakalaureusetöös ning kõik vastused jäävad anonüümseks, kedagi nimeliselt välja ei tooda.

Osalemine on täiesti vabatahtlik ja kui tunnete, et mõnele küsimusele ei soovi vastata, siis see on täiesti okei. Samuti võite igal hetkel arutlust lahkuda. Kuna tegemist on grupivestlusega, siis palume hoida üksteise mõtteid konfidentsiaalsena ega jagada hiljem konkreetseid seisukohti väljaspool seda ruumi.

1. Ees- ja perekonnanimi *

Sisestage oma vastus

2. Nõustun osalema meie bakalaureusetöö intervjuus *

☐ Jah

☐ Ei

Lisa 2. Fookusgrupi intervjuu kava

Meie bakalaureusetöö keskendub sellele, kuidas Eesti kutseõpetajad mõistavad professionaalsete sotsiaalmeediakontode rolli kutsehariduse mainekujundamisel ning milliseid võimalusi ja väljakutseid nad seostavad nende kasutamisega. Meid huvitab just teie kogemus ja teie vaade, ei ole õigeid ega valesid vastuseid, vaid oluline on see, kuidas teie seda teemat näete ja tunnetate. See on arutelu, mitte teadmiste kontroll.

Intervjuu toimub fookusgrupi vormis, mis tähendab, et lisaks minu küsimustele on väga oodatud ka teie omavaheline arutelu. Kui tekib mõte, reageerige julgelt üksteise mõtetele. Vestlus kestab umbes poolteist kuni kaks tundi. Me salvestame intervjuu, et saaksime hiljem vastused täpselt kirja panna ja analüüsida. Salvestust kasutame ainult bakalaureusetöös ning kõik vastused jäävad anonüümseks, kedagi nimeliselt välja ei tooda. Osalemine on täiesti vabatahtlik ja kui tunnete, et mõnele küsimusele ei soovi vastata, siis võite selle vahele jätta. Samuti võite igal hetkel arutelust lahkuda. Kuna tegemist on grupivestlusega, siis palume hoida üksteise mõtteid konfidentsiaalsena ega jagada hiljem konkreetseid seisukohti väljaspool seda ruumi. Kui teil on enne alustamist küsimusi või midagi täpsustada fookusgrupi korralduse ning läbiviimise kohta, siis võite neid praegu lisada. Kui kõik on valmis, siis alustame väikese tutvustusringiga.

Taust ja konteksti loomine. *Palun tutvustage lühidalt ennast ja oma eriala ning kui kaua olete kutseõpetajana töötanud.* Milline on teie kokkupuude sotsiaalmeediaga nii isiklikus kui tööalases kontekstis? Kas teie koolil on aktiivne sotsiaalmeedia? Kuidas on see teie koolis korraldatud ja milline on teie roll selles?

Võimalikud täpsustavad küsimused: Milliseid sotsiaalmeediaplatvorme kasutate? Kui olete kunagi jaganud oma õpetajatööd sotsiaalmeedias, siis millistel platvormidel ja millisel viisil olete jaganud oma õpetajatööd sotsiaalmeedias?

Professionaalse sotsiaalmeediakonto olemus ja eesmärk. *Uurimisküsimus: Kuidas kutseõpetajad mõistavad professionaalsete sotsiaalmeediakontode olemust ja eesmärki?*

Kui te kuulete mõistet *professionaalne sotsiaalmeediakonto*, siis mida te selle all mõistate?

Mille poolest erineb see teie hinnangul isiklikust kontost?

Millist eesmärki võib professionaalne sotsiaalmeediakonto kutseõpetaja jaoks täita?

Millele selline konto võiks teie arvates keskenduda? Kas professionaalne konto peaks keskenduma õpetajale, erialale või koolile? Miks?

Kas teie arvates peaks igal kutseõpetajal olema professionaalne konto? Miks / miks mitte?

Täpsustavad küsimused: Kellele selline konto võiks olla suunatud? Kuidas kirjeldaksite selle konto rolli või funktsiooni? Kas konto on pigem turunduslik, pedagoogiline või midagi muud?

Sotsiaalmeedia võimalused ja väljakutsed. *Uurimisküsimus: Milliseid personaalseid võimalusi ja väljakutseid näevad kutseõpetajad professionaalsete sotsiaalmeediakontode kasutamisel?*

Kas ja kuidas õpetaja kujundab teie arvates oma kuvandit sotsiaalmeedias? Teadlikult või pigem alateadlikult?

Milliseid võimalusi pakub professionaalne sotsiaalmeediakonto õpetaja maine ja identiteedi kujundamisel?

Kuidas tasakaalustate nähtavust ja privaatsust sotsiaalmeedias? Kuidas mõjutab sotsiaalmeedia kasutamine teie hinnangul töö- ja eraelu piire?

Milliseid piire peaks õpetaja hoidma isikliku ja professionaalse sisu vahel?

Milliseid ootusi või survet võivad õpetajad sotsiaalmeedias kogeda? Kas tunnete survet olla sotsiaalmeedias nähtav või aktiivne? Millest see surve tuleneb?

Mis võib õpetaja jaoks sotsiaalmeedias keeruliseks osutuda?

Millised väljakutseid pakub professionaalne sotsiaalmeediakonto õpetaja maine ja identiteedi kujundamisel?

Täpsustavad küsimused: Kas professionaalne konto aitab teie arvates hoida töö- ja eraelu lahus või pigem hägustab nende piire? Miks? Mis võib õpetaja jaoks sotsiaalmeedias keeruliseks osutuda? Kuidas mõjutab professionaalne konto õpetaja autoriteeti õppijate silmis? Kuidas võivad õpilaste, lapsevanemate või kolleegide ootused mõjutada õpetaja sotsiaalmeedia käitumist?

Mida te arvate sõnast enesebrändimine? Kuidas suhtute mõistesse enesebrändimine õpetaja kontekstis? Milliseid riske või väljakutseid te näete seoses õpetaja enesebrändimisega?

Kutsehariduse maine kujundamine. Uurimisküsimus, Milliseid võimalusi ja väljakutseid

kutseõpetajad tajuvad professionaalsete kontode kasutamisel kutsehariduse maine kujundamise eesmärgil?

Kas ja kuidas saab kutseõpetaja professionaalne sotsiaalmeediakonto mõjutada kutsehariduse mainet?

Millist sisu võiks jagada, et muuta kutseharidus noorte jaoks atraktiivsemaks?

Kuidas hindate õpetajate loodud sisu võrreldes kooli ametliku kommunikatsiooniga? Miks?

Kuidas võiks sotsiaalmeedia kaudu nähtavaks teha eriala praktilist poolt?

Millised tegurid võivad piirata kutseõpetajate aktiivsust sotsiaalmeedias?

Kas kutsehariduse maine kujundamine peaks olema pigem õpetaja isiklik algatus või kooli institutsionaalne vastutus? Miks?

Täpsustavad küsimused: Kuidas teie arvates oleks kõige parem näidata eriala päris igapäevaelu? Kuidas võiks professionaalne konto aidata tuua esile õppijate edulugusid? Kas professionaalne konto võiks toetada koostööd tööandjate või erialaliitudega? Kuidas?

Kuidas mõjutavad algoritmid või platvormide loogika seda, milline sisu nähtavaks saab?

Lõpetus: Mida sooviksite selle teema kohta veel lisada? Milliseid soovitusi annaksite teistele kutseõpetajatele seoses sotsiaalmeedia kasutamisega? Kas on midagi, mis jäi rääkimata, aga tundub selle teema juures oluline?

Lisa 3. Kodeerimistabel taustaandmed

Tausta andmed

Tööstaaž

Vanus

Sugu (uurijate visuaalne vaatlus)

Kokkupuude sotsiaalmeediaga

Roll kooli sotsiaalmeedias

Professionaalse konto omamine või ei

Lisa 4 Uuringus osaleja informeerimise ja teadliku nõusoleku vorm

Lugupeetud kutseõpetaja

Kutsume Teid osalema bakalaureusetöö uuringus „Kutseõpetajate arusaamad professionaalsete sotsiaalmeediakontode rollist kutsehariduse mainekujunduses“.

Uuringu eesmärk on selgitada, kuidas Eesti kutseõpetajad mõistavad professionaalsete sotsiaalmeediakontode olemust ja rolli kutsehariduse mainekujunduses ning milliseid personaalseid võimalusi ja väljakutseid nad nende kasutamisel tajuvad.

KEDA OSALEMA OODATAKSE?

Uuringusse ootame osalema Eesti kutseõppeasutustes töötavaid kutseõpetajaid erinevatelt erialadelt sõltumata nende sotsiaalmeedia kasutamise kogemusest või professionaalse konto olemasolust.

MILLES OSALEMINE SEISNEB?

Uuring viiakse läbi poolstruktureeritud fookusgrupi intervjuuna. Intervjuu toimub rahulikult ja privaatsust tagavas ruumis ning kestab ligikaudu 1–1,5 tundi. Ühes intervjuus osaleb korraga mitu kutseõpetajat. Intervjuu eesmärk on koguda osalejate arvamusi ja kogemusi professionaalsete sotsiaalmeediakontode kasutamise kohta ning arutada nende rolli kutsehariduse maine kujundamisel. Vestluse käigus küsitakse küsimusi näiteks:

- kuidas mõistetakse professionaalset sotsiaalmeediakontot;
- milliseid võimalusi ja väljakutseid nähakse sotsiaalmeedia kasutamisel;
- kuidas võib sotsiaalmeedia mõjutada kutsehariduse nähtavust ja mainet.

Intervjuud juhivad uurijad Hanna Bergmann ja Maris Paas. Vestlus salvestatakse helisalvestusena osalejate eelneval nõusolekul ning hiljem transkribeeritakse sõna-sõnalt uurimistöö analüüsi eesmärgil.

KAS OSALEMINE TOOB KAASA RISKE?

Uuringus osalemisega ei kaasne füüsilisi riske. Võimalikuks ebamugavuseks võib olla isiklike kogemuste või arvamuste jagamine grupiarutelus. Osalemine on täielikult vabatahtlik ning uuringust võib loobuda igal ajahetkel põhjendusi esitamata.

KUIDAS KAITSTAKSE OSALEJATE ANDMEID?

Kõik intervjuud salvestatakse ainult osalejate teadlikul nõusolekul. Salvestused transkribeeritakse ning osalejate nimed asendatakse pseudonüümidega. Kõik isikut tuvastada võimaldavad andmed eemaldatakse või muudetakse.

Andmeid kasutatakse ainult käesoleva bakalaureusetöö eesmärgil ning neile pääsevad ligi ainult uurijad. Helisalvestisi ja transkriptsioone säilitatakse turvaliselt ning neid ei jagata kolmandatele osapooltele. Uuringu tulemuste avaldamisel ei ole võimalik osalejaid tuvastada.

Osaleja teadlik nõusolek

Mind, _____, on informeeritud uuringust „Kutseõpetajate arusaamad professionaalsete sotsiaalmeediakontode rollist kutsehariduse mainekujunduses“. Olen teadlik uuringu eesmärgist ja läbiviimise viisist ning nõustun uuringus osalema. Tean, et uuringus osalemine on vabatahtlik; mul on õigus uuringust igal ajal loobuda; intervjuu salvestatakse helisalvestusena; minu isikuandmeid kaitstakse ning tulemusi kasutatakse ainult teaduslikel eesmärkidel.

Osaleja allkiri: _____

Kuupäev: _____

Uurijate kontaktid

Hanna Bergmann

Tartu Ülikooli tudeng

Maris Paas

Tartu Ülikooli tudeng

Juhendaja: Mari-Liis Tikerperi, MA

Tartu Ülikooli haridusteaduste instituut

Lisa 5. Kodeerija 1 kodeerimise tulemusel tekkinud koodid esimesele uurimisküsimusele

-  RQ4-1: Enesebrändimise mõiste tekitab võõristust,
-  RQ4-2: Enesebrändimist seostatakse tähelepanuvajaduse, edevuse või influencer kultuuriga
-  RQ4-3: Õpetaja kujundab kuvandit teadlikult
-  RQ4-4: Õpetaja valib ja filtreerib mida jagada
-  RQ4-5: Digitaalne kuvan erineb päris minast
-  RQ4-6: Õpetaja roll kandub sotsiaalmeediasse, avalik vastutus
-  RQ4-7: Libastumine ja mainekahju risk
-  RQ4-8: Sisu võib valesti tõlgendada
-  RQ4-9: Privaatsuse ja nähtavuse pinge
-  RQ4-10: Suhtluspiiride hoidmine
-  RQ4-11: ajakulu ja lisatöö koormus
-  RQ4-12: Enesebrändimisel võib olla professionaalne kasu

Lisa 6. Kodeerija 2 kodeerimise tulemusel tekkinud koodid esimesele uurimisküsimusele

-  RQ1-1: Võõristus enesebrändingu suhtes
-  RQ1-2: Seos influencer-kultuuriga
-  RQ1-3: Teadlik kuvandi loomine
-  RQ1-4: Sisu valimine ja filtreerimine
-  RQ1-5: Erinevus päris- ja digimina vahel
-  RQ1-6: Õpetajaroll sotsiaalmeedias
-  RQ1-7: Mainekahju risk
-  RQ1-8: Vale tõlgendamise võimalus
-  RQ1-9: Privaatsuse ja nähtavuse pinge
-  RQ1-10: Suhtluspiiride hoidmine
-  RQ1-11: Ajakulu ja lisakoormus
-  RQ1-12: Professionaalne kasu enesebrändingust
-  RQ1-13: Enesebränding seondub õpetajate hinnangul enese eksponeerimisega
-  RQ1-14: Suurem nähtavus võib kaasa tuua negatiivseid tagajärgi

Lisa 7. Kodeerimistabel Esimene uurimisküsimus

Kuidas kutseõpetajad mõistavad professionaalsete sotsiaalmeediakontode olemust ja selle eesmärki?

Kood	Alakategooria	Peakategooria
Isikliku ja professionaalse konto eristamine	Professionaalse ja isikliku identiteedi eristamine	Professionaalset sotsiaalmeediakontot nähakse õpetajatöö ja professionaalse identiteedi
Professionaalne konto kui tööalane kanal		
Õpetaja roll kandub sotsiaalmeediasse	Õpetaja avalik roll sotsiaalmeedias	
Õpetaja vastutus avalikus ruumis		
Jagatava sisu filtreerimine	Teadlik professionaalne kuvandi kujundamine	
Professionaalse kuvandi teadlik kujundamine		
Läbimõeldud sisuloome	Kutsehariduse ja eriala nähtavaks tegemine	Professionaalset sotsiaalmeediakontot nähakse võimalusena jagada erialateadmisi ja tutvustada kutseharidust
Eriala tutvustamine		
Kutsehariduse nähtavuse suurendamine		
Konto eesmärk sõltub sihtrühmast		
Materjalide jagamine		
Õppimise toetamine sotsiaalmeedias	Õppimise toetamine sotsiaalmeedia kaudu	Professionaalse sotsiaalmeediakonto kasutamine eeldab oskusi, aega ja valmisolekut avalikuks nähtavuseks
Professionaalsete oskuste näitamine	Professionaalsete teadmiste ja oskuste jagamine	
Õpetajatöö nähtavaks tegemine		
Professionaalne konto nõuab teadlikku	Professionaalse konto teadlik haldamine	
Professionaalse konto juhtimine		
Avalik nähtavus ei sobi kõigile	Avaliku nähtavuse ebamugavus	
Ebamugavus avaliku eneseesitluse suhtes		
Professionaalse konto haldamine on ajamahukas	Professionaalse konto ajamahukus	
Sotsiaalmeedia kui lisatöö		

Lisa 8. Kodeerimistabel Teine uurimisküsimus

2. Milliseid personaalseid võimalusi ja väljakutseid näevad kutseõpetajad professionaalsete sotsiaalmeediakontode kasutamisel?

Kood	Alakategooria	Peakategooria
Enesebrändimise mõiste tekitab võõristust	Enesebrändingu tähenduse tõlgendamine	Professionaalset sotsiaalmeediakontot nähakse võimalusena kujundada professionaalset nähtavust
Enesebrändingut seostatakse influencer-kultuuriga		
Õpetaja kujundab teadlikult oma kuvandit		
Digitaalse kuvandi teadlik loomine	Professionaalse kuvandi teadlik kujundamine	Professionaalset sotsiaalmeediakontot nähakse võimalusena kujundada professionaalset nähtavust
Enesebränding võib olla professionaalselt kasulik	Enesebrändingu professionaalse kasu tajumine	
Professionaalse nähtavuse eelised		
Libastumise risk	Maine ja avaliku kuvandi riskid	Professionaalse nähtavusega kaasnevad maine-, privaatsus- ja ajakuluriskid
Mainekahju risk		
Sisu võib valesti tõlgendada		
Privaatsuse ja nähtavuse pinge	Privaatsuse ja avalikkuse vaheline pinge	Professionaalse nähtavusega kaasnevad maine-, privaatsus- ja ajakuluriskid
Isikliku ja avaliku elu piirid		
Suhtluspiiride hoidmine õpilastega	Suhtluspiiride hoidmine	
Õpetaja ja õpilase suhte piirid		
Professionaalse konto ajamahukus	Professionaalse konto haldamise ajakulu	Professionaalse nähtavusega kaasnevad maine-, privaatsus- ja ajakuluriskid
Sotsiaalmeedia kui lisakoormus		

Lisa 9. Kodeerimistabel Kolmas uurimisküsimus

3. Milliseid võimalusi ja väljakutseid tajuvad kutseõpetajad professionaalsete sotsiaalmeediakontode kasutamisel kutsehariduse maine kujundamisel?

Kood	Alakategooria	Peakategooria
Kutsehariduse nähtavuse suurendamine	Kutsehariduse nähtavuse suurendamine	Professionaalsed sotsiaalmeediakontod aitavad suurendada kutsehariduse nähtavust ja usaldusväärsust
Eriala tutvustamine sotsiaalmeedias		
Praktiliste oskuste näitamine	Autentse ja praktilise sisu väärtustamine	
Autentne ja tasakaalus sisu		
Edulugude kasutamine	Õpetaja loodud sisu usaldusväärsus	
Õpetaja loodud sisu mõjub usaldusväärselt		
Isiklik kogemus suurendab usaldust	Platvormide ja ressurssidega seotud piirangud	Kutsehariduse populariseerimist piiravad struktuursed probleemid ja piiratud ressursid
Algoritmide piirangud		
Platvormi loogika piirangud		
Ressursipuudus	Kutsehariduse maineprobleemi struktuursus	
Kutsehariduse maineprobleem on laiem kui sotsiaalmeedia		
Sotsiaalmeedia ei lahenda maineprobleeme	Vastutuse jagunemine kutsehariduse populariseerimisel	
Vastutus ei tohiks jääda ainult õpetajatele		
Kooli ja riigi roll maine kujundamisel		

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina Hanna Bergmann,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose
KUTSEÕPETAJATE ARUSAAMAD PROFESSIONAALSETE SOTSIAALMEE-
DIAKONTODE ROLLIST KUTSEHARIDUSE MAINEKUJUNDUSES, mille juhendaja
on teadustöö aluste nooremlektor Mari-Liis Tikerperi. Reprodutseerimiseks eesmärgiga seda
säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi ADA kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu
Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi ADA kaudu Creative Commons'i lit-
sentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada
ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni
autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega
isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Hanna Bergmann

20.05.2026

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina Maris Paas,

5. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose
KUTSEÕPETAJATE ARUSAAMAD PROFESSIONAALSETE SOTSIAALMEE-
DIAKONTODE ROLLIST KUTSEHARIDUSE MAINEKUJUNDUSES, mille juhendaja
on teadustöö aluste nooremlektor Mari-Liis Tikerperi. Reprodutseerimiseks eesmärgiga seda
säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi ADA kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
6. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu
Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi ADA kaudu Creative Commons'i lit-
sentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada
ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni
autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
7. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
8. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega
isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Maris Paas

20.05.2026