

Tartu Ülikool
Sotsiaal- ja haridusteaduskond
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut

**TARTU KUVAND ÕPPIMISKOHANA
VÄLISTUDENGITE JA EKSPERTIDE POOLT
VAADATUNA**

Bakalaureusetöö

Autor: Olga Reili
Juhendaja: Anu Masso, PhD

Tartu
2010

Sisukord

Sissejuhatus.....	4
I. Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad	6
1.1. Tudengite mobiilsus	6
1.1.1. Õppesihtkoha kuvand.....	8
1.1.2. Positiivse kuvandi takistused	11
1.1.3. Kohaturundus	14
1.2. Tartu ja välisüliõpilased	16
1.2.1. Varasemad uuringud antud teemal.....	18
II. Uurimisküsimused ja meetod.....	20
2.1. Uurimisküsimused.....	20
2.2. Formaliseeritud küsitlus	21
2.2.1. Meetod	21
2.2.2. Valim.....	21
2.2.3. Uuringu ankeet ja analüüs.....	23
2.3. Ekspertintervjuud	25
2.3.1. Meetod	25
2.3.2. Valim.....	25
2.3.3. Intervjuu kava ja analüüs	26
III. Tulemused.....	28
3.1. Välistudengite arvamused Tartust kui õppimiskohast	28
3.1.1. Ettekujutused Tartust ja tartlastest	28
3.1.2. Tartlased ja tolerantsus	31
3.1.3. Eestisse õppima tuleku kriteeriumid.....	34
3.1.4. Rahulolu Eestis õppimise kogemusega.....	36
3.1.5. Kommunikatsioonikanalid.....	38
3.2. Ekspertide hinnang Tartule kui õppimiskohale.....	40

3.2.1.	Tartu kui õppimiskoht.....	41
3.2.2.	Sihtrühmad ja sõnumid	45
3.2.3.	Tulevik ja arengud	52
IV.	Järeldused ja diskussioon.....	57
4.1.	Järeldused.....	57
4.1.1.	Tartu kuvand õppimiskohana välistudengite poolt vaadatuna.....	57
4.1.2.	Ekspertide hinnang Tartule kui õppimiskohale	61
4.2.	Diskussioon	64
4.3.	Kriitika uurimismeetodile ja uuringule	69
4.4.	Praktilised soovitused Tartu kui õppimiskohta turundamiseks ja positiivse kuvandi soodustamiseks välisüliõpilaste poolt vaadates	70
	Kokkuvõtte.....	72
	Summary	74
	Kasutatud kirjandus	76
	Lisad.....	80
	Lisa 1. Tabel 2. Valimi iseloomustus sotsiaaldemograafiliste tunnuste ja õppe tausta lõikes*	80
	Lisa 2. Küsitluse ankeet	81
	Lisa 3. Intervjuu kavad	90
	Eestikeelne intervjuu kava	90
	Venekeelne intervjuu kava.....	91
	Lisa 4. Intervjuude transkriptsioonid	93
	Svetlana Vogeli intervjuu transkriptsioon	93
	Külli Kõrgesaare intervjuu transkriptsioon.....	99
	Aitel Käpa intervjuu transkriptsioon.....	105
	Hannes Lentsi intervjuu transkriptsioon	112
	Lisa 5. Semantilise diferentsiaali tulemused.....	123
	Lisa 6. Ankeetküsitlusest selgunud kommentaarid.....	124
	Lisa 7. Ankeetküsitluse tulemuste seoseanalüüsid	126

Sissejuhatus

Vaadates Tartu Ülikooli statistikat välisüliõpilaste üldarvust õppeaastatel 2002/2003 kuni 2008/2009, on näha, et välistudengite arv kasvas pidevalt. Näiteks õppeaastal 2002/2003 oli tulnud TÜsse 438 välistudengit, aga õppeaastal 2008/2009 juba 666 (Üldine võrdlus ... 2010). Mainitud andmed on ainult Tartu Ülikooli kohta, samas Tartusse tulevad välistudengid ka Maaülikooli ja Balti Kaitsekolledži kaudu. Näiteks aasta 2009 sügissemestri jooksul õppis nende kolme ülikooli peale kokku 768 välisüliõpilast. Nendest andmetest on selgelt näha, et Tartus toimub pidev välisüliõpilaste mobiilsuse kasv, mis suureneb iga aastaga.

Suurenenud välistudengite mobiilsus on kasulik mitmel põhjusel. Ühelt poolt muutub Tartu iga aastaga üha rahvusvaheliseks linnaks, teiseks välisüliõpilased kui eri kultuuride ja traditsioonide vahendajad soodustavad dialoogi erinevate rahvuste esindajate vahel, mis omakorda mõjutab positiivselt inimeste kultuurilist avatust. See tähendab, et linna kohalikud elanikud saavad selle kaudu rahvusvahelist kogemust, mille tagajärjel õpivad paremini tundma teisi kultuure. Samuti ei tohi ära unustada, et välisüliõpilased teevad panuse ka kohalikku majandusse (nt kui töötavad või lihtsalt maksavad oma elamise eest).

Probleem seisneb aga selles, kas linna kodanikud on valmis neid välismaalasi vastu võtma ning tagama neile meeldivat siinviibimist? Uurides meediakajastusi Tartu välistudengitest, võib öelda, et need ei oma sugugi positiivset tooni. Erinevate aastate lõikes võib leida üksikuid uudislugusid välisüliõpilaste diskrimineerimisjuhtumitest ja rassistlikest rünnakutest Tartus (nt Nuka 2006, Masing 2007, Mets 2010). Õnneks neid juhtumeid ei ole palju, aga samas jutud sellest liiguvad ning see jätab Tartust halva mulje.

Tänapäeva situatsioonis, kus informatsioon levib väga kiiresti ja on erinevates kohtades kättesaadav, võib iga negatiivne jutt linnast peegelduda negatiivses hoiakus ja soodustada negatiivse kuvandi teket.

Käesoleva uuringu üheks eesmärgiks on uurida, kuidas näevad Tartut kui õppimiskohta siinviibivad välisüliõpilased ning mida annaks areneda, et muuta Tartut veel paremaks ja atraktiivsemaks sihtkohaks välistudengite jaoks. Selle lahenduse leidmiseks on käesoleva uuringu osana korraldatud formaliseeritud küsitlus Tartu välistudengite hulgas. Teine eesmärk on

välja selgitada, kuidas näevad Tartut eksperdid, kes turundavad linna kui õppesihtkohta ning kuidas võiks paremini turundada Tartut kui õppimiskohta haridusturul. Selle jaoks viidi läbi ekspertintervjuud erinevate organisatsioonide esindajatega.

Käesolev bakalaureusetöö on järg autori seminaritööle „Tartu ja tartlased välisüliõpilaste poolt vaadatuna“ ning koosneb neljast põhiosast. Töö esimeses osas antakse ülevaade teoreetilistest ja empiirilistest lähtekohtadest, kus käsitletakse kuvandi ja kohaturunduse mõisteid ning nende olulisust suurenenud tudengite mobiilsuse situatsioonis, analüüsitakse positiivse kuvandi takistusi, uuritakse lähemalt Tartu välisüliõpilaste mobiilsuse trende ning vaadeldakse sellel alal korraldatud uuringuid. Teises osas püstitatakse uurimisküsimused ning seletatakse uurimises kasutatud meetodikat. Kolmandas osas esitatakse korraldatud formaliseeritud ankeetküsitluse ja semi-struktureeritud ekspertintervjuude tulemuste analüüs. Viimases osas esitatakse järeldused ja diskussioon, milles vastatakse uurimusküsimustele, seostatakse omavahel teoreetilised, empiirilised ja kogutud andmed ning antakse omapoolsed soovitused edasiseks turundustegevuseks.

I. Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad

Selles peatükis seletatakse tudengite mobiilsuse, sihtkoha kuvandi ja selle uurimisega seotud põhimõisteid. Eraldi vaadeldakse positiivse kuvandi võimalikke takistusi ning sihtkoha turundusega seotuid aspekte. Samuti analüüsitakse välisüliõpilaste mobiilsuse trende Tartus ja antakse lühiülevaade Eestis korraldatud uuringutest, mis käsitlevad välisüliõpilaste mobiilsust, kultuurilisi erinevusi välismaalaste ja eestlaste vahel ning Tartu kuvandit erinevate sihtgruppide seas.

1.1. Tudengite mobiilsus

Mõiste „mobiilsus“ on muutunud tänapäeval eriti aktuaalseks. Selle üheks põhjuseks võib tuua kultuurilise globaliseerumise ning sellega kaasneva üha suurenevate kultuuridevaheliste kontaktide hulga (nähtuse iseloomustamiseks kasutatakse multi-¹, inter-² või transkultuurilise³ kommunikatsiooni mõisteid), seda tänu näost-näku kohtumistele, nt seoses reisimisega, aga ka tänu elektroonilise meedia levikule (nt *facebook* jms). Teiseks põhjuseks võib tuua majandusliku globaliseerumise, millega kaasneb riikide majanduslik sidusus, rahvusvahelise kaubanduse kasv jne, mis omakorda soodustab erinevate rahvuste esindajate koostööd ja partnerlust. Üldjoontes rahvusvaheline mobiilsus on eksisteerinud juba aastakümneid ning soodustanud teadmiste ringlust (ingl. k. *circulation knowledge*) ja edendanud teaduslikku ja tehnoloogilist arengut (Tremblay 2002).

Termin „mobiilsus“ hõlmab nii laiaulatuslikku inimeste, objektide, kapitali ja informatsiooni liikumist üle kogu maailma kui ka rohkem kohalikke igapäevaseid transportimise protsesse ehk avalikus ruumis liikumist ja materiaalsete asjade saatmist igapäeva elus (Hannam *et al* 2006).

¹ Multikultuurilisus hõlmab probleeme, mis tekivad erinevate kultuuride vahel, kui nad eksisteerivad juba koos konkreetse ühiskonna sees (Welsch 1999)

² Interkultuurilisus käsitleb küsimust, kuidas panna eraldiseisvaid kultuure, vaatamata erinevustele, otsima viise suhtlemiseks ning teineteise mõistmiseks ja tundmaõppimiseks (Welsch 1999)

³ Transkultuurilisuse mõiste baseerub printsiibil, et üksik kultuur nõuab oma täisküpsuse jaoks interaktsiooni ja dialoogi teiste kultuuridega (Milhouse *et al* 2001). Mõiste neutraalsuse tõttu eelistatakse tänapäeval seda terminit (vt Welsch 1999).

Käesoleva töö põhifookuseks on tudengite ja teadlaste (noorõppejõudude, doktorantide) mobiilsus Tartu Ülikooli, Eesti Maaülikooli ja Balti Kaitsekolledžisse õppima tulnud välistudengite näitel. Õppimise kontekstis eristatakse üliõpilaste ja akadeemilist mobiilsust, kus esimene hõlmab tudengeid, kes lähevad välismaale mingis institutsioonis õppimise eesmärgil või praktikandidena; ja viimane teadlasi ja praktikante, kes lähevad välismaale, et õpetada või tegeleda uurimistööga (Gürüz 2008). Tudengite mobiilsust defineerin käesolevas töös kui tudengite ja teadlaste liikumist väljaspool nende enda riiki eesmärgiga õppida, sooritada praktikat, teha uurimistööd vms.

Tänapäeva globaliseerunud maailm soodustab tudengite mobiilsust, kuna see annab võimaluse tutvuda uute kultuuriliste ja sotsiaalsete traditsioonidega ning hiljem esineda saadikuna enda ja teise riigi vahel (Tremblay 2002). Tudengite mobiilsus on kasulik nii tudengit saatvale kui vastuvõtvale riigile ning seda mitmel põhjusel. Saatvale riigile toob kasu nn ajude ringlus (ingl. k. *brain circulation*), mille puhul inimene läheb välismaale õppima, võib-olla asub seal tööle ning tuleb mõne aja pärast omandatud teadmiste ja kogemustega kodumaale tagasi (Murakas 2007). Välistudengit vastuvõttev riik võib kasu saada sellest, kui tudeng töötab või teeb uuringuid seal, lisaks panustab ta selles riigis elades kohalikku majandusse (toodete/teenuste tarbimine, majutus jne). Lisaks sellele võib üliõpilaste internatsionaliseerimine soodustada uute uurimisvaldkondade teket ning tuua lisavahendeid nende finantseerimiseks (Tremblay 2002). Üldisemalt vaadates on välisüliõpilased oma kultuuri ja traditsioonide vahendajad kohalikele, mis pakub viimastele kultuuridevahelist kogemust ja haridust, aga ka vastupidi. Selline transkultuuriline dialoog võib soodustada nii kultuurilist avatust ja tolerantsuse edendamist maailmas kui ka väiksemate ja laias maailmas tundmatute riikide tuntust.

Teiselt poolt tudengite mobiilsusel võib olla ka negatiivne tagajärg, kui ajude ringlus muutub ajude äravooluks (ingl. k. *brain drain*) ehk kui tudengid jäävad alaliselt välismaale tööle ning seda ei kompenseeri ajude sissevool teistest riikidest (Murakas 2007). Ajude äravoolu probleemi lahendamiseks võiksid panustada riik ja selle erinevad institutsioonid näiteks uute töökohtade loomisse soodsa keskkonna ja vastavate palkadega. Ajude sissevoolu vaadeldes võib tuua välja erinevaid faktoreid, mis seda mõjutavad, nt Mahroum (2000, refereeritud Murakas 2007) pakub selleks riigi mainet konkreetses teadusvaldkonnas ja teadusinstituutsiooni prestiiži. Üldiselt

mõjutavad ajude sissevoolu väga paljud erinevad tegurid, nende seas näiteks riigi ja konkreetse õppimiskoha kuvand, tuntus haridusmaastikul, rahvusvahelises, töövõimalused jt.

Paljud sotsiaalteadlased kasutavad tänapäeval samaaegselt termineid modernsus ja mobiilsus, väites, et kaasaegne ühiskond on liikvel olev ühiskond (ingl. k. *society on the move*), mistõttu muutub inimeste kogemus ja suhe maailmasse (Lash/Urry 1994, refereeritud Beckmann 2001). Vaadates tänapäeva ühiskonda, võib öelda, et reisimisest on kujunenud elustiil ja reisisihtkohtadest staatuse indikaatorid, mis on võrreldavad selliste kõrgelt bränditud elustiili tundemärkidega nagu autod, parfüümid, kellad ja riided (Morgan et al 2002). Sellist lähenemist võib kasutada ka ülikoolide kohta, nt õppimine Cambridge'is või Oxford'is tõepoolest näitab nii staatust kui intellektuaalsust. Lisaks viitab selline lähenemine õppesihtkohtade turundamise vajadusele ja olulisusele tänapäeva haridusmaastikul, sest konkurents on niivõrd tihe, aga teenused suhteliselt sarnased.

Eelpool väljatoodu põhjal võib öelda, et tudengi mobiilsuse kohalt on oluline mitte ainult soodustatud mobiilsuse protsess ise, vaid ka kommuniqueeritud õppimiskoha kuvand, mis muudab konkreetse koha atraktiivseks. Sellest lähtuvalt tutvustatakse järgnevalt õpisihtkoha kuvandiga seotuid mõisteid.

1.1.1. Õppesihtkoha kuvand

Käesoleva töö üheks fookuseks on Tartu kuvand õppesihtkohana välistudengite hulgas. Järgnevalt antakse ülevaate antud teemaga seotud mõistetest uuringu kontekstis –*imago* ja *reputatsioon*. Terminid „imago“ sünonüümina kasutan selles töös eestikeelset sõna „kuvand“ ning „reputatsiooni“ sünonüümina mõistet „maine“.

Uurides erinevate autorite imago ja reputatsiooni käsitlusi, võib täheldada, et piir nende mõistete vahel võib olla üsna ähmane ning tihti (sõltuvalt käsitlusest) on need terminid omavahel tihedalt seotud.

Erinevatel perioodidel on imagoteoreetikud defineerinud neid termineid erinevalt. Näiteks Boulding (1973) defineeris imagot kui inimese subjektiivset teadmust, mida inimene usub tõde

olevat ning mis juhib tema käitumist. Sarnaselt käsitleb seda ka Dowling (2001), defineerides imago kui üldist hinnangut, mis koosneb uskumuste ja tunnete komplektist, mida omab isik mingist organisatsioonist. Boorstin (1962) aga näeb indiviidi rolli aktiivsemana, st imago on sünteetiline, planeeritud ning eesmärgipäraselt loodud, et jätta teatud mulje. Grunig (1993, refereeritud Past, Vihalemm 2004:183) seletab aga, et „avalik imago ei ole mitte organisatsiooni kujutis sotsiaalses peeglis, vaid sotsiaalne produkt, mis on ainult kaudselt suhtestatud sellega, mida peaks peegeldama“.

Eesti autorite imago käsitlemisest võib tuua näiteks Aune Pasti (2007:14) definitsiooni: „imago on sihtgruppides organisatsioonist kujunenud meelepilt, mille kujunemist mõjutavad organisatsiooni käitumine ja sümbolkommunikatsioon, sihtgrupi domineerivad skeemid ja vastuvõtukeskkond. Imago on teadmine, mille järgi sihtgrupid suhtuvad organisatsiooni ja mille põhjal nad eristavad organisatsiooni teistest“. Teise Eesti autori – Talis Bachmanni (2009:170) – hinnangul on imago „teatud ettekujutuste, ootuste, kogemuste ja teadmiste kogum mingi propageeritava toote, isiku või firma kohta“.

Selle töö keskseks lähenemiseks on kognitiivne imagokäsitlus, mille järgi imago on persooni meeltes olev kujutluspilt ja tegelikkust tähistav teadmuse struktuur, mis sünnib kommunikatsiooni tulemusena (Past & Vihalemm 2004). Selline valik pärineb asjaolust, et selle käsitluse all vaadeldakse nii kommunikatsiooni kui ka sotsiaalset keskkonda, kus see kommunikatsioon toimub⁴. See on väga oluline aspekt, kuna käesoleva bakalaureuse töö üks eesmärkidest on saada teada, kuidas mõjutab Tartu kui õppimiskoha kuvandi formeerumist eelnev ja kohapealne kommunikatsioon välisüliõpilastega ning üldine ümbritsev keskkond.

Nagu kuvandil, on ka mainel ehk reputatsioonil erinevad lähenemised. Bromley (1993) toob oma raamatus „*Reputation, Image and Impression Management*“ välja Oxfordi inglise keele sõnaraamatu definitsiooni: reputatsioon on see, mida üldiselt räägitakse või usutakse isiku(te) või asja(de) kohta. Bromley (1993) enda lähenemise järgi on reputatsioon uskumuste ja arvamuste kollektiivne süsteem, mis mõjutab inimeste tegusid teiste inimeste või asjade suhtes. Dowlingu (2001) järgi on maine teatud omistatud väärtused (nagu usaldatavus, ausus, vastutus ja

⁴ „Imago on tähenduse ja teadmuse kognitiivne väli, kus kohtuvad kaks erinevat tegelikkuse märgistamise subjekti (sümbolilise või käitumusliku sõnumi saatja ja saaja), see väli asub sotsiaalses keskkonnas, mis omakorda mõjutab väljal toimuvat“ (Past 2004, refereeritud Past, Vihalemm 2004:183)

otsekoheus), mis on esile kutsutud imagost. Fombrun (1996) ütleb, et maine on organisatsiooni habras, haaramatu vara, mis olles positiivne, võib tuua organisatsioonile palju eeliseid ja privileege (nt usaldatavust, konkurentsivõimelisust, klientide, investorite ja avalikkuse toetust jne). Past (2007:12) kirjutab, et „reputatsioon on üldine hinnang, mille avalikkus annab organisatsioonile, hinnates mainet kas heaks või halvaks“.

Kuigi on näha, et maine on väga oluline aspekt, mis omistab organisatsioonile teatud positiivset või siis negatiivset (sõltuvalt hinnangust) suhtumist, on kuvandi mõiste käesoleva töö raames olulisem, kuna näitab laiemat pilti. Maine on põhimõtteliselt hea või halb hinnang ning tihti imagost tulenev, samas kui kuvand on mitmetasandiline ning hõlmab nii kommunikatsiooni sõnumi saatja ja vastuvõtja vahel kui nende hoiakuid, aga ka sotsiaalset keskkonda, milles see kommunikatsioon toimub.

Imago on kahetasandiline selles mõttes, et on olemas organisatsiooni eneseimago ning imagod, mis tekivad sihtgruppides, kes organisatsiooniga kokku puutuvad (Past 2007). Käesoleva töö kontekstis tähendaks see järgmist:

- Organisatsioonide (ehk välisüliõpilaste mobiilsusega tegelevate institutsioonide / osakonnade) kommuniqueeritud kuvand ja
- Sisemistes sihtgruppides (ehk Tartusse tulnud välisüliõpilastes) tekkinud kuvand.

Imago võib olla esmane (otsene ja vahetu kontakt) ja teisene (põhineb kuulujuttudel), sh esmane viib kõrgelt individualiseeritud muljete tekkemiseni, samas kui teisene stereotüüpsete muljeteni (Bromley 1993). Kui stereotüüpne imago on tekkinud, on seda raske muuta (Past 2007). Üldiselt on stereotüübid uskumused konkreetse grupi liikmeid iseloomustavetest tunnustest, omadustest ja käitumustest (Hilton & Hippel 1996). Transkultuurilist kommunikatsiooni silmas pidades on probleemiks see, et rahvuslikud stereotüübid on sügavalt juurdunud ning neid on raske muuta. Stereotüübid piiravad kommunikatsiooni, sest tihti muudavad sellise kommunikatsiooni stereotüüpe kinnitavaks ehk inimesed kalduvad nägema just seda käitumist, mis kinnitab nende ootust, isegi kui tegelikult selline käitumine puudub (Gudykunst 1998). Bromley (1993) arvates võib kontrollitud näost-näku kommunikatsioon olla efektiivseks viisiks stereotüüpide purustamiseks, sest see muudab inimesi teadlikumaks erinevate gruppide sarnasustest ja erinevustest ning soodustab esmase imago kujunemist.

On näha, et kuvand koosneb erinevatest osadest ning selle formeerumine sõltub paljudest aspektidest. Sama märgivad ka Dowling (2002) ja Bromley (1993), et ühel objektil/subjektile võib olla palju erinevaid imagoid ning imago võib tekkida väga erinevate nähtuste kohta. Sellisteks nähtusteks võivad olla riigi, piirkonna, linna ja konkreetsemalt õppesihtkoha kuvandid.

Riigi kuvandist rääkides nimetab Dowling (2002) järgmiseid faktoreid, mis seda kujundavad: turistid, suhtlemine inimestega, kes on juba käinud selles riigis, aga samuti riigiga seotud meedia kajastus, poliitika ja poliitilised tegelased, kultuur ja kultuuri tegelased, teadlased ja teaduslikud saavutused, sportlased ja spordisündmused, reklaam ja paljud muud tegurid. Üldisemalt öeldes moodustab riigi kuvandi ükskõik milline aspekt, mis on selle riigiga vahetult seotud ning teeb seda maailmakaardil või inimestevahelises kommunikatsioonis tuntuks.

Linna kuvandist räägib oma raamatus Bromley (1993), kelle sõnul inimese ettekujutus linnast aitab kujundada suhtumist ja reaktsiooni ehk aitab jõuda arusaamisele, kas see linn meeldib, kas tulla sinna elama, töötama, õppima jne.

Eelpool välja toodud riigi ja linna kuvandi moodustamist mõjutavad faktorid võivad olla nii positiivsed kui negatiivsed ning sõltuvalt sellest võib kujuneda ka vastav imago. Nii näiteks võivad mingisugused negatiivsed sündmused (nt terrorirünnak, katastroof jne) riigis või linnas soodustada ka negatiivse kuvandi teket ning sellega kaasneva vastava käitumuse (nt hirm, boikott jne). Seoses sellega vaadeldakse järgnevalt lähemalt positiivse kuvandi takistusi.

1.1.2. Positiivse kuvandi takistused

Tudengite mobiilsuse puhul on tegemist keeruka transkultuurilise kommunikatsiooni situatsiooniga, kus nii vastuvõtva riigi kohalikud elanikud kui ka teise riiki õppima asuvad tudengid puutuvad kokku mitmesuguste kultuuriliste erinevustega. Transkultuurilise kommunikatsiooni barjääre ning konkreetseid situatsioone, milles need avalduvad, antakse edasi mitmesuguste kanalite kaudu (nt meedia, tudengite poolt aktiivselt kasutatud sotsiaalsed võrgustikud Internetis, näost-näku suhtlus jms), mis mängib ka omakorda olulist rolli Tartu kui õppesihtkoha kuvandi kujunemisel.

Uurides näiteks meediakajastusi Tartust ja siin viibivatest välistudengitest võib leida, et see ei oma sugugi positiivset tooni. Erinevate aastate lõikes võib leida üksikuid uudislugusid välisüliõpilaste diskrimineerimisjuhtumitest ja rassistlikest rünnakutest Tartus (nt Nuka 2006, Masing 2007, Mets 2010). Vaadates blogipostitusi veebis võib leida kirjeldusi välismaalaste kokkupuudetest *skinhead*'idega (nt *Friendly policemen and skinheads* 2005). Näiteks Tartu Ülikooli Välisüliõpilastalituse koordinaatoritega suheldes tuleb välja, et ebaõiglase kohtlemise juhtumeid, mis on seotud teiste rahvuste esinejate ja konkreetsemalt välisüliõpilastega, on veelgi rohkem, lihtsalt neid eriti ei kajastata ning jutud liiguvad näost-näku (Tensing 2010).

Rahvusvaheline organisatsioon *The National Unions of Students in Europe (ESIB)*, mis representeerib üliõpilaste hariduslikke, sotsiaalseid, majanduslikke ja kultuurilisi huve Euroopas, rõhutab pidevate ja tasuta keelekursuste vajadust välismaisel õppimiskohal. Eesmärgiks on tõsta välisüliõpilaste integratsiooni kohaliku kogukonnaga ning muuta mobiilsuse mitte ainult akadeemiliselt, vaid ka kultuuriliselt meeldivaks kogemuseks, aidates kaasa mõistmisele, lugupidamisele ja tolerantsusele kultuuriliste erinevuste suhtes Euroopas (ESIB 2003). Siin tekib kohe küsimus, kas vastuvõttev pool ise on selleks kultuuriliseks kokkupuuteks valmis ning kuidas oleks võimalik luua sellist situatsiooni, et välismaalased tunneksid end hästi ja mugavalt, sest just see soodustaks positiivse kuvandi teket selles sihtgrupis.

John Berry (2006) on oma akulturatsiooni teorias toonud välja neli võimalikku viisi, kuidas enamus- ja vähemusgrupi vastastikune kultuuriline kohanemine võivad toimuda, milleks on: assimileerimine (kui indiviid ei taha säilitada oma kultuurilist identiteedi ning otsib pidevalt interaktsiooni teiste kultuuridega), eraldumine (kui indiviid väärtustab ainult oma kultuuri ning püüab vältida interaktsiooni teiste kultuuridega), integratsioon (kui tahetakse säilitada nii oma kultuuri kui saada pidev interaktsioon teiste gruppidega/kultuuridega), ja marginaliseerimine (kui ei taheta oma kultuuri säilitada ega teistega kommunikeeruda). Sellest, milline akulturatsiooni viis toimub, sõltub, millist kommunikatsiooni inimene kogeb ning sellest lähtuvalt kujuneb ka tema imago sihtkohast. Tõenäoliselt võib assimilatsioon tekitada vähemusgrupi rahulolematust ja vastupanu, mistõttu rahvustevahelisi suhteid võidakse tervikuna näha negatiivses valguses, mis soodustab ka negatiivse kuvandi teket. Eraldumine võib tekitada distantseerumist ja vähest otsest kommunikatsiooni, mistõttu võivad tekkida stereotüüpsed arusaamad, mis omakorda

soodustavad samuti negatiivse kuvandi teket. Marginaliseerimise juures on indiviid eraldunud kõikidest gruppidest, kommunikatsioon on peaaegu olematu, mistõttu võib eeldada, et see soodustab samuti negatiivse kuvandi teket. Integratsioon võib olla üks parimaid viise, kuna annab võimaluse erinevate gruppide esindajatele otsese kontakti kaudu üksteist paremini tundma õppida, mis soodustab positiivsema imago formeerumist.

Kohalike ehk vastuvõtva poolega seoses võib tuua välja kaht gruppi: vastuvõtva maa elanikke ja eksperte, kes nendevahelist (välistudengite ja kohalike) kommunikatsiooni osaliselt korraldavad. Vastuvõtva maa elanikud esindavad küllalt laia ja mitmekesist gruppi, mis eristub nt rahvuselt, kultuurilise avatuse poolest jne. Teisisõnu võib Tartus kohata nii tolerantseid inimesi kui ka *skinheade* ja lihtsalt kultuuriliselt suletuid ehk mittolerantseid inimesi. Positiivse kuvandi takistuste poolest kõige suurema probleemi pakuvad eelnimetatutest just viimased. Tolerantsuse teema aktuaalsuse on ilmekalt kokku võtnud filosoof Hans Oberdiek (2001:23): „tolerantsus on lihtsalt asendamatu, eriti siis, kui võtta arvesse, et me elame pluralistlikes, multikultuursetes ühiskondades, püüeldes olla vabad survest, vägivallast ja häbistusest⁵”. Asendamatu on see ka siis, kui tahetakse tagada erinevatele kultuuride ja rahvuste esinejatele head ja turvalist kohalviibimist ning soodustada sihtkohast positiivse mulje tekkimist. Kuigi turundusteoreetikute (Kotler et al 1993) arvates saavad sihtkohad julgustada oma elanikke olema sõbralikumad ja arvestama enam külalistega, ainult julgustusest sallimatuse probleemi lahendamiseks ei piisa, lisaks sellele võiks panustada kodanike teadvustamisse tänapäeva rahvusvahelisest situatsioonist, suurenenud välismaalaste mobiilsusest jne.

Vaadeldes teist vastuvõtvat gruppi ehk eksperte, võib öelda, et nad on kui nõ lüli, mis ühendab välisüliõpilasi ja kohalikke elanikke ning püüab esimeste kohanemist mugavamaks teha. Sellelt positsioonilt võiks nende eesmärkideks olla välistudengite suurem integreerumine kohaliku kultuuri ja ellu ning koostöö planeerimine ja läbiviimine erinevate organisatsioonidega, et parandada kujunenud kohalike elanike tolerantsega seotud situatsiooni.

Kokkuvõtvalt võib öelda, et positiivse kuvandi takistused konkreetset transkultuurilist situatsiooni silmas pidades võivad seisneda kultuurilistes erinevustes ning selle tagajärgedes, mis

⁵ “Toleration is indispensable, especially if we live in pluralist, multicultural societies seeking to be free of oppression, violence, and indignities” (Oberdiek 2001:23).

võivad avalduma käitumises, hoiakutes, kommunikatsioonis jne. Järgnevalt aga vaadeldakse viise edasitegutsemiseks ehk kohaturundamiseks.

1.1.3. Kohaturundus

Aune Past (2008:194) toob oma raamatus „*Juhtimine ja suhtekorraldus*“ välja termini imagoühiskond, seletades, et tänapäeval toimuvad firma kliendisuhed promotsiooni kultuuriväljas ehk turundussõnumid on tunginud kultuuri eri kihtidesse. Erandiks ei ole ka teaduse ja hariduse valdkond. Kuna maailmas on üle 29 000 ülikooli, mis suures osas pakuvad suhteliselt sarnaseid võimalusi, siis teaduse ja hariduse turg muutub üha konkurentsitihedamaks ja keerukamaks (Rooijen 2008). See seletab ka asjaolu, miks antud valdkonnas on üha enam hakatud kasutama erinevaid turundusstrateegiaid.

Järgnevalt antakse ülevaate antud alaga seotud põhimõistetest – *kohaturundus* ja *koha bränding*. Tuuakse näiteid sihtkohaturunduse põhimõtetest ja olulistest kontseptsioonidest ning minnakse üle konkreetsemalt õppesihtkoha turundusega seotud aspektide kirjeldamisele.

Kohaturundus hõlmab eesmärgi rahuldada sihtturu vajadusi, mille edukus peitub kodanike ja ettevõtjate rahulolus nende kogukondadega ning vastavuses külaliste ja investorite ootustele (Kotler et al 1993). Bränding on seejuures ehk kõige võimsam turundusrelv, mis aitab suurenenud toodete konkurentsiga võidelda (Morgan et al 2002). Turunduse terminites tähendab bränd unikaalset kombinatsiooni toote tunnustest ja lisatud väärtustest (Morgan et al 2002). Võib öelda, et kohaturundus on suurem ja üldisem protsess ning koha bränding on üks selle vahenditest.

Nagu eespool öeldud, kui imago on juba tekkinud (ja eriti siis, kui see on stereotüüpne imago), on seda raske muuta. Samuti on raske muuta ka riikide reputatsioone ja ehitada brände, sest see on komplitseeritud ja pikaajaline protsess, mis nõuab ausust, objektiivsust ning tarbijate soovide mõistmist (Morgan et al 2002).

Kohaturundajad (Kotler et al 1993) nimetavad kolm olulist aspekti, mis aitavad kaasa mõjusa kommuniqueeritud kohakuvandi loomiseks: reklaamlaused, visuaalsed sümbolid ning üritused ja

teised sarnased tegevused. Samuti väidetakse, et „võitja“ brändid on need, mis on rikkad emotsioonilises tähenduses, millel on suur kõnekeelne väärtus ja kõrge ootusärevus turistide jaoks, samas kui „kaotaja“ brändid omavad vähe tähendust, staatust ja emotsionaalset tõmmet (Morgan et al 2002).

Õppesihtkoha turundajad nagu ka nende kolleegid kohaturundusest, väidavad, et väga oluline on kujundada need õiged esindusmaterjalid (reklaamlaused, visuaalsed sümbolid jne), mis peavad olema kooskõlas organisatsiooni poolt kommuniqueeritud kuvandiga (Rooijen et al 2008). Lisaks sellele on olulisel kohal institutsiooni veebilehekülg, mis peab olema välistudengite jaoks asjakohane ning tulevate tudengite seas huvi äratama (Rooijen et al 2008).

Kuigi hariduse valdkonnas üha enam kasutatakse „brändi“ ja „turundamise“ mõisteid, on selliseid lähenemisi tänapäeval sageli kritiseeritud. Näiteks on ette heidetud, et tavapäraselt turunduses kasutatavad ärilised eesmärgid ja huvid pole haridusvaldkonnas alati kohased (Vincent-Lancrin 2004). Samuti tuleb ülikooli ja ülikoolilinna tutvustamisel eri sihtrühmadele arvestada, et tegemist on suhteliselt kompleksse kultuurilise kommunikatsiooni situatsiooniga. Nii näiteks on Nancy Arthur (2004) väitnud, et ülikoolilinna turunduse korral tuleb alati arvestada riskiga, et spetsiifiline kultuuriline kontekst võib osutada ebasobivaks välistudengite jaoks. Teisisõnu – kuna välistudengite õppeaeg kestab tavaliselt vähemalt ühe semestri, mis on oluliselt pikem kui tavaliselt turismi vms reis, on vaja arvestada rohkem ka kohalike elanike kultuurilise tajuga, kui ka sihtgrupi kultuuriliste erinevustega.

Lisaks eeltoodule on õppesihtkoha turundamise aspektist üks oluline tegur sihtgrupi eriline reisi eesmärk, mis antud töö kontekstis seisneb suures osas õppimises selles kõige laiemas tähenduses (sh haridust, kultuuri, traditsioone jne). Õpireisijad otsivad tavaliselt huvitavaid ja unikaalseid kohti, mis tagavad kõrget kultuurilist erinevust, mida tahetakse täielikult ise avastada ja kogeda (Pike 2008). Õige auditooriumi kaasamiseks peab õppesihtkoha kuvand olema selge ja erinev teistest sarnastest sihtkohtadest, mis võib toetuda näiteks koha ajaloole, asukohale, akadeemilistele saavutustele, vilistlaste staatusele jt (Rooijen et al 2008). Peamine on, nagu ka eespool juba öeldud, et koht kutsuks esile värvikaid emotsioone ja assotsiatsioone inimestes, keda püütakse konkreetsesse kohta meelitada. Lisaks on käsitlusi (nt Cubillo et al 2006), mis räägivad sellest, et õppesihtkoha valik tugineb suures osas viiele aspektile: personaalsed

põhjused (nt elamine teises kultuuris, keele praktiseerimine jt), riigi kuvand (riigi arengu tase, elukallidus jt), linna kuvand (turvalisus, rahvusvaheline keskkond jt), institutsiooni kuvand (ülikoolilinna atmosfäär, akadeemiline maine jt) ning programmi hinnang (rahvusvaheline tunnustamine, programmi kogu maksumus jt). Käesolevast on näha, et reisi eesmärk on välistudengite korral suhteliselt kompleksne.

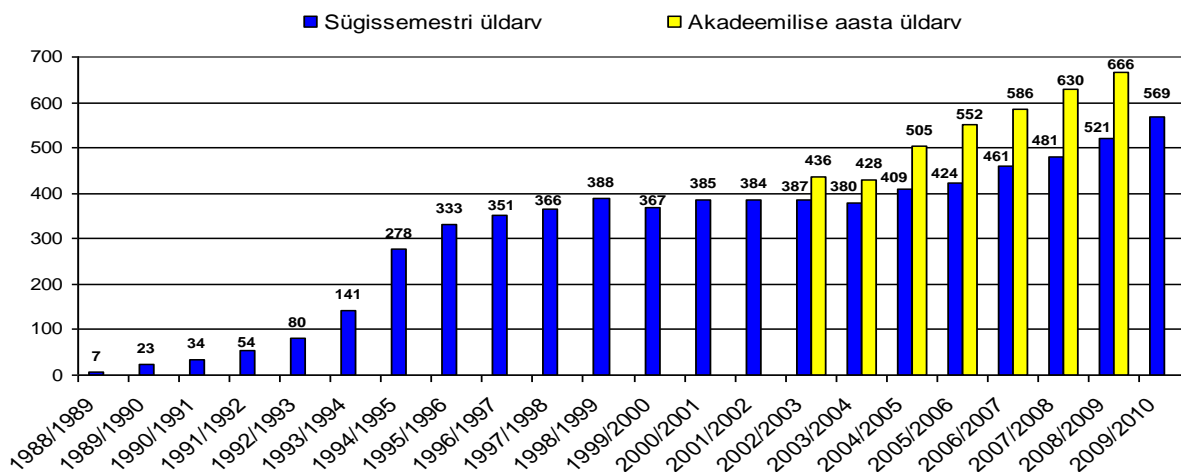
Kokkuvõtteks võib öelda, et õppesihtkoha turundamises kehtivad peaaegu samad kontseptsioonid, mis kohaturunduses. Samas on olemas teatud olulised erinevused, mida peab meeles pidama, näiteks tuleb enam arvestada sihtgruppi eesmärgi kompleksusega, mis tähendab, et valiku tegemisel arvestatakse nii kultuuriliste huvidega, majanduslike võimalustega, ülikooli atraktiivsusega jms; ning asjaoluga, et tudengid jäävad siia pikemaks ajaks kui tavaturistid. Lisaks on oluline aus, objektiivne kommunikatsioon ja sihtgruppide soovide mõistmine ning õigete reklaamlausete, visuaalsete sümbolite ja tegevuste kujundamine. Tähtis on ka rikka emotsionaalse tähenduse loomine. Ei tohi ära unustada, et õpireisijad on spetsiifiline sihtgrupp, kelle puhul on olulisel kohal kultuuriline kogemus. Kommunikatsioon õppesihtkoha turundamises peab olema toetatud õigete reklaam- ja infomaterjalide ning asjaliku veebilehega.

Järgnevalt vaadeldakse Tartut ja siin õppivate/õppinud välistudengite dünaamikat.

1.2. Tartu ja välisüliõpilased

Vaadates Tartu ülikoolide statistikat, on selgelt näha, et iga aastaga tuleb üha rohkem välisüliõpilasi. Ülikoolide lõikes on välistudengite arvu poolest esimesel kohal Tartu suurim ülikool ehk Tartu Ülikool, sellele järgnevad Eesti Maaülikool ja Balti Kaitsekolledž.

Tartu Ülikooli välisüliõpilaste statistikat (Üldine võrdlus... 2010) on võimalik jälgida juba alates 1988. aastast, mil Tartusse tuli 7 välistudengit. Kakskümmend aastat hiljem, aastal 2008 on see number kasvanud 666 välisüliõpilaseni. Samuti on andmetest näha, et alguses arenes välisüliõpilaste Tartusse õppima tuleku tendents küllaltki aeglaselt. Toimus küll kasv, kuid mitte väga intensiivne. Pöördepunktiks võib nimetada õppeaastat 1994/1995, mil võrreldes eelmise aastaga tuli 137 inimese võrra rohkem tudengeid. Järgmiste aastate jooksul kasv jälle aeglustus ning alles alates 2004/2005 toimus uus tõus ning kasv jätkub pidevalt tänaseni (Joonis 1).



Välis(külalis)üliõpilaste üldarv 1988/1989.-2009/2010. õppeaastal

Joonis 1: Välis(külalis)üliõpilaste arv 1988/1989. kuni 2009/2010. õppeaasta sügissemestrite ja aastate lõikes (absoluutarvud) (allikas: Üldine võrdlus 1988-2008)

Balti Kaitsekolledži statistikat vaadates (Facts and figures ... 2010), on näha, et õppeaastal 1999/2000 õppis seal 22 välisüliõpilast, nüüd kümme aastat hiljem on see arv kasvanud 45 välistudengini.

Eesti Maaülikooli statistikat uurides on aga näha, et õppeaastal 2007/2008 oli seal 124 (seisuga 21.01.2008) välisüliõpilast, õppeaastal 2008/2009 – 135 (seisuga 21.01.2009), aasta 2009 sügissemestriks jõudis see arv aga 154-ni (Tursk 2010).

Aastast aastasse suureneb ka erinevate rahvuste esindatus ja mitmekesisus. Kui alguses olid Tartus välisüliõpilastena esindatud eelkõige soomlased, lätlased, leedulased, venelased, sakslased jm; siis tänapäeval leidub palju üliõpilasi ka väljaspool Euroopat, näiteks Põhja- ja Lõuna-Ameerikast, Hiinast, Indiast, Iraanist jne.

Üldiselt võib öelda, et välistudengite mobiilsus Tartus suureneb mõnevõrra iga aastaga. Sellest võib järeldada, et ka kohalike elanike võimalus kokkupuudeteks eri kultuuride esindajatega suureneb aastast aastasse. Et tagada eri gruppide – kohalike elanike ja välistudengite – rahumeelset teineteise kõrval elamist, oleks vaja teada saada, mil viisil välistudengid Tartut, Eestit ja kohalikke elanikke tajuvad.

Järgnevalt antakse ülevaade Tartu kuvandi ja välisüliõpilaste varastemast uuringutest.

1.2.1. Varasemad uuringud antud teemal

Üldiselt välisüliõpilaste uuringutega üle maailma tegeleb organisatsioon *I-graduate* (International Graduate Insight Group), kes iga aasta võrdleb välistudengite poolt saadud tagasiside riikide ja ülikoolide kaupa (sh USA, UK, Austraalia, Holland jt; kokku uuritakse üle 270 institutsiooni) (*I-graduate...* 2010). Viimase *I-graduate* uuringu raames esimest korda uuriti ka Eesti ülikooli ning tulemuseks tuli, et Eestit nähakse paremaks elamis- ja õppimiskohaks kui muud Euroopat keskmiselt. Plussideks nimetati head elukeskkonda, interneti kättesaadavust, tugiteenuseid jms; miinusteks väheseid spordivõimalusi ja religioosseid tegevusi praktiseerimist võimalusi. (Jüriso 2009)

Välisvahetusüliõpilasi ja seda, kuidas nad näevad Eestit ja eestlasi, kultuurilisi sarnasusi ja erinevusi ning takistusi kontaktide loomises eestlaste ja vahetusüliõpilaste vahel, uuris oma bakalaureusetöös “Cultural distances towards Estonia and Estonians on the example of Tartu University exchange students“ Marge Taivere (2009). Uuringust selgus, et „riigi ja ülikooli poolt on veel päris palju teha, kuid märkimisväärne on see, et välistudengid tunnevad, et päris palju on nende heaks juba tehtud” (Taivere 2009:66).

Viimase kümne aasta jooksul tehtud uuringud, mis kajastavad Tartu kuvandit erinevate sihtgruppide seas, on järgmised:

- Aune Past, „Eesti linnade imago linnaelanike silmis“, magistr töö (1999). Uuringu raames vaadeldi Tartu kuvandi kooliõpilaste (eesti ja vene), linnajuhtide ja ajakirjanike seas. Tulemuseks tuli, et Tartu imago on kõigile sihtgruppidele hinnanguliselt väga positiivne; samas kriitilisema suhtumisega on eliitkooli noored ja ajakirjanikud, aga kõige positiivsema suhtumisega vene koolinoored. Linna volikogu on aga kriitilisema suhtumisega kui linnavalitsus. (Past 1999:83)
- Karl Ird, „Tartu kuvand abituriientide seas“, bakalaureusetöö (2008). Uuringust selgus, et üldiselt Tartu linna kuvand abituriientide seas on positiivne, suuremad erinevused esinesid eestlaste ja mitte-eestlaste imagonägemuse puhul, kus viimased tajusid seda negatiivsemalt (Ird 2008).

- Uko Urb, „Tallinna ja Tartu eneserepresentatsioon Euroopa kultuuripealinna kandidaadina“, magistritöö (2008). Töös täheldati visuaalse keele, kommunikatsioonikanalite ja sõnumite erinevust, mille tagajärjeks Tallinn paistis rahuliku, traditsioonilise ja suursugusena, aga Tartu aktiivse, värskelt ja omapärasena. Tallinn püüdis kommunikatsioonis mahule, samas kui Tartu sisule. (Urb 2008)
- Maarja Ojamaa, „Tartu kuvand reisisihtkohana kohalike ja välismaiste turismiekspertide seas“, bakalaureusetöö (2009). Selgus, et eksperdid kirjeldasid Tartu linna üldiselt positiivselt. Plussidena nimetati siinseid turismiobjekte, Tartu kompaktsust, atmosfääri, rohelist jne. Nõrkusteks, et linna külastamine pole turistile väga mugavaks tehtud. (Ojamaa 2009)

Sellest nimekirjast on näha, et Tartu kuvandit on analüüsitud suhteliselt palju, samas kui välisüliõpilasi kui sihtgruppi suhteliselt vähe, mis omakorda muudab käesoleva teema ehk „Tartu kuvand õppimiskohana välistudengite ja ekspertide poolt vaadatuna“ väga aktuaalseks.

Bakalaureusetöö järgmises peatükis käsitletakse põhilisi uurimisküsimusi ning antakse ülevaade valitud meetoditest.

II. Uurimisküsimused ja meetod

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärk on välja selgitada Tartu kui õppimiskoha kuvand, tuginedes nii Tartus viibivate välisüliõpilaste kui ka välisturunduse alal tegutsevate ekspertide arvamustele.

2.1. Uurimisküsimused

Tulenevalt eelnevatest empiirilistest ja teoreetilistest lähtekohtadest keskendub käesolev bakalaureusetöö järgmistele küsimustele ja vastavatele alaküsimustele:

1. Milline on välisüliõpilaste kuvand Tartust kui õppimiskohast?
 - 1.1. Kuidas/millisenä näevad välisüliõpilased Tartut?
 - 1.2. Millisenä nähakse Eestit ja eestlasi?
 - 1.3. Kuivõrd sallivaks, tolerantseks, kultuuriliselt avatuks peavad välistudengid tartlasi?
2. Mille alusel kujunes otsus tulla Eestisse õppima?
 - 2.1. Mis on kõige olulisemad kriteeriumid, miks tullakse Eestisse/Tartusse õppima?
 - 2.2. Milliseid kommunikatsioonikanaleid kasutati Tartust informatsiooni kogumiseks ja otsuse langetamiseks?
 - 2.3. Kuivõrd on välisüliõpilased rahul tehtud otsusega tulla Eestisse õppima?
3. Milline on ekspertide hinnang Tartule kui õppimiskohale?
 - 3.1. Millised on Tartu kui õppimiskoha plussid ja miinused?
 - 3.2. Kes on Tartu kui õppimiskoha kõige potentsiaalsemad sihtrühmad?
 - 3.3. Milliseid kanaleid on parem kasutada tulevate välisüliõpilaste tähelepanu äratamiseks ning efektiivsema kommunikatsiooni konstrueerimiseks?
 - 3.4. Mis annaks Tartus arendada, et muuta seda õppimiskohana veel atraktiivsemaks ja paremaks paigaks?

Esimesele kahele uurimisküsimustele aitab vastuseid leida sügisel 2009 Tartu Ülikooli, Eesti Maaülikooli ja Balti Kaitsekolledži välistudengite hulgas läbi viidud formaliseeritud ankeetküsitlus. Vastuseks kolmandale uurimisküsimusele analüüsitakse kevadel 2010 läbi viidud ekspertintervjuusid.

Uurimisküsimustele vastamiseks ja andmete kogumiseks kasutatud metodoloogiast annab ülevaate järgmine alapeatükk.

2.2. Formaliseeritud küsitlus

2.2.1. Meetod

Tartus viibivate välisüliõpilaste kuvandi Tartust kui õppimiskohast ning teiste sellega seotud aspektide välja selgitamiseks kasutati selles bakalaureusetöös formaliseeritud ankeetküsitluse meetodit. Ankeetküsitlus on kvantitatiivne andmekogumise ja analüüsimise meetod, mille käigus toimub andmete kogumine struktureeritud ja standardiseeritud küsimustiku abil, st vastajatele esitatud küsimustel on kindel sõnastus, järjestus ning etteantud vastusevariandid. Küsitluse eesmärgiks on kätte saada informatsiooni suure hulga uuritavate ehk vastajate käest, eeldades, et nad esindavad teatud konkreetset elanikkonda või selle gruppi (Aron 1970, refereeritud Berger 2000). Käesolev uuring viidi läbi Internetis veebikeskkonnas *surveymonkey.com*. Järgnevalt antakse ülevaade uuringu valimist ning andmete kogumise ja analüüsi käigust.

2.2.2. Valim

Uuringu üldkogumi moodustasid Tartu Ülikooli, Eesti Maaülikooli ja Balti Kaitsekolledži kõikide õppeastmete ja programmide välisüliõpilased (ca 768 inimest). Planeeritud valim sisaldas põhimõtteliselt kahte gruppi. Esimesse gruppi kuulusid välisüliõpilased, kes tulid Tartusse välisvahetusse või väliskülalisüliõpilastena ehk konkreetse programmi kaudu (nt ERASMUS, ülikoolide vahelised lepingud jne) ning kelle kohalolek Tartus varieerub ühest semestrist kaheni. Teise valimi gruppi kuulusid välistudengid, kes omandavad Tartus terve pakutud programmi ehk bakalaureuse-, magistri- või doktoriõppe taseme üliõpilased.

Uuringu valim koostati sellisel, et igal Tartus eelnimetatud institutsioonis õppival välisüliõpilasel oleks võrdne võimalus uuringus osaleda. Teisalt oli eesmärgiks, et uuring hõlmaks võimalikult suurt hulka välisüliõpilasi. Uuritavatega saadi kontakti sellisel, et iga

üksiku välistudengite grupi koordinaator saatis oma tudengitele e-posti teel teate küsitlusest. Uuringu läbiviijad eeldasid, et ühenduse võtmine võimalike küsitletavatega läbi koordinaatori, kellega omatakse igapäevast kokkupuudet, suurendab küsitlusele vastamise tõenäosust (võrreldes olukorraga, mil teade uuringu kohta saabuks tudengi jaoks tundmatult uurijalt).

Uuringu ankeet oli vastajatele kättesaadav Internetis. Veebiküsitluse kasuks otsustati seetõttu, et sooviti tagada kõikidele välisõpilastele suhteliselt lihtne uuringu ankeedi kättesaadavus. Uuringu läbiviija eeldas, et kõikidel välisüliõpilastel on pidev ligipääs Internetile. Samas veebikeskkonnas uuringu läbiviimine peidab endas ka teatud ohte, nagu näiteks uuringu protsessi vähene kontrollitavus ehk vastused võivad tulla pinnapealsed või ainult osa ankeete tuleb tagasi täielikult täidetud kujul (Siibak 2009). Lisaks võib uuringu reaalne valim olla teatud suunas „kallutatud”, st küsitlusele vastab vaid teatud spetsiifiline grupp välistudengeid (nt need, kellel on rohkem aega, teemast rohkem huvitatud vms). Vastajate motiveerimiseks ning veebiküsitluse usaldusväarsuse suurendamiseks oli uuringus osalejatel võimalik osaleda mitmete auhindade loosimises. Selles osalemiseks paluti vastajatel uuringu ankeedi lõppu jätta oma kontaktandmed (nt e-posti aadress või telefon).

Uuringu reaalne valim moodustus 157 välistudengist (üksikute küsimuste korral on $n < 157$, kuna konkreetsele küsimusele on jäetud vastamata), kellest 65 olid vahetus-, 11 külalisüliõpilased, 51 tasemeõppijad ning „muu” variandi märkis 12 välisüliõpilast, keda nende enda kommentaaride alusel võib liita tasemeõppijatega. Tartu Ülikoolist osales uuringus 98, Balti Kaitsekolledžist 20 ja Eesti Maaülikoolist 24 välisüliõpilast (vt ka tabel 1).

Tabel 1. Küsitluse planeeritud ja reaalne valim ülikoolide lõikes

	<i>Planeeritud valim (absoluutarv)</i>	<i>Reaalne valim (absoluutarv)</i>
Tartu Ülikool	569	98
Eesti Maaülikool	154	24
Balti Kaitsekolledž	45	20
KOKKU	768	142

Lõplik analüüs sisaldab 157 välisüliõpilase andmeid. Uuringu lõplik valim sotsiaaldemograafiliste tunnuste lõikes on esitatud tabelis 2 (Lisa 1). Tabelist ilmneb, et 54% vastajatest on mehed ning 46% naised. 35% vastajatest on 23-26 aastased, 34% on 19-22 ning 31% on 27-aastased või vanemad. Välisvahetuse vormi lõikes jagunesid vastajad järgmiselt: 47%

vastajatest olid vahetusüliõpilased, 8% külalisüliõpilased, 37% tasemeüliõpilased ning 8% märkisid variandi „muu” (lisatud kommentaaride järgi on tegemist tasemeüliõpilastega). Õppeastmete lõikes moodustas suurima grupi ehk 37% vastajatest bakalaureuse astme tudengid, mille järgnesid 15%ga doktoriõppe ja 8%ga magistritõppe tudengid. Eriala lõikes jagunesid vastajad järgmiselt: kõige rohkem vastajatest õpib keeli, kirjandust või kultuuriteadusi (20%) ning kehakultuuriteadusi (20%), samuti oli vastajate hulgas suhteliselt sageli täppisteaduste (10%) ning sotsiaalteaduste (10%) õppijaid.

2.2.3. Uuringu ankeet ja analüüs

Uuringu 15-leheküljeline ankeet sisaldas standardiseeritud ehk valikvastustega küsimusi, aga ka nn lahtiseid küsimusi, kus vastajatel oli endil vabas vormis võimalik vastused kirjutada. Uuringu ankeet sisaldas 4 peamist temaatilist plokki, mis omakorda koosnesid üksikutest küsimustest: Tartusse tulek (küsimused 1-6), Tartu ja tartlased (küsimused 7-12), varasemad rahvusvahelised kontaktid (küsimused 13-19) ning üldine informatsioon (küsimused 20-30). Esimene plokk ühendas informatsiooni ja rahulolu kajastavaid küsimusi ning oli suunatud välisüliõpilaste Eestisse/Tartusse õppima tuleku motiivide välja selgitamisele. Teine plokk oli uuringu põhiplokk, mis koosnes peamiselt küsimustest selle kohta, millisena nähakse Tartut ja tartlasi ning kui sallivana üldiselt tajutakse eestlasi. Kolmanda ploki eesmärgiks oli välja selgitada tudengite üldine valmisolek eesti kultuuriga kohanemiseks, st nende informeerituse, võõrkeelte oskuse jms tase. Uuringu ankeedi viimane osa sisaldas sotsiaal-demograafilisi jms üldandmeid uuritavate kohta.

Uuringu ankeedi tegemisel kasutati mitmeid varasemaid uuringuid. Eestlaste ja Eesti kohta võimalike levinud stereotüüpide sõnastamisel olid aluseks varasemalt Tartu Ülikooli välistudengite hulgas läbiviidud süvaintervjuides vabas vormis esitatud väited (Taivere 2009). Tudengite elamistingimustega rahulolu ning õppeasutuse valiku kriteeriumid said sõnastatud selliselt, et oleksid võrreldavad varasemate Tartu tudengkonna seas läbiviidud uuringutega (vt Välistudengite küsitlus 2008, *I-graduate* 2009). Tartu kuvandi analüüsimiseks, nii nagu näevad seda Tartus õppivad välistudengid, kasutati Aune Pasti poolt välja töötatud ning uuringus „Mina.Maailm.Meedia” kasutatud semantilise diferentsiaali meetodit (Past ja Vihalemm 2004).

Uuringu põhiplokis tolerantsuse ja võimaliku rahvusliku väärkohtlemise kokkupuudete uurimiseks kohandati varasemalt Euroopa Sotsiaaluuringus kasutatud vastavaid küsimusi (Euroopa Sotsiaaluuring 2006). Uuringu ankeet on esitatud käesoleva bakalaureusetöö lisas nr 2.

Uuringu raames koostati mõnevõrra erinev küsimustik Balti Kaitsekolledži jaoks. Kahe ankeedi erinevus seisnes selles, et Balti Kaitsekolledži ankeedi korral jäeti välja küsimused nr 3 ja 4. Esimene neist käsitles faktoreid, mis aitasid valida ülikooli või instituuti, teise küsimuse korral paluti hinnata, kui olulised olid konkreetsed faktorid Eestisse õppima tuleku otsuse tegemisel. Nimetatud küsimused jäeti Balti Kaitsekolledži tudengitele mõeldud ankeedist välja seetõttu, et selle õppeasutuse välisüliõpilased ei vali ülikooli ise, vaid neid suunatakse konkreetsesse kohta.

Internetis täidetud ankeedid salvestati ühtse andmebaasina tabelitöötlusprogrammi Ms Excel'isse, kus toimus ka hilisem andmete töötlemine ja analüüs. Käesolevas uuringus on peamiselt kasutatud ühe- ja kahemõõtmelist analüüsi. Ühemõõtmelise analüüsi korral on vaadatud konkreetset analüüsitavat tunnust (vrldl küsimus ankeedis) üksikult. Ühemõõtmelise analüüsi tulemused on esitatud absoluutarvude ja/või protsentidena, keskvärtustena ning jooniste või tabelite vormis. Mitmemõõtmelise analüüsi tegemiseks ehk kahe tunnuse omavaheliste seoste analüüsimiseks on kasutatud risttabelit. Selliselt on näiteks analüüsitud tolerantsuse hinnangu sõltuvust tudengi sotsiaaldemograafilisest taustast. Tunnustevaheliste seoste statistilise olulisuse hindamiseks on kasutatud seosekordajat Hii-ruut. Kuna see sobib empiiriliste jaotuste võrdlemiseks omavahel ja ka empiiriliste jaotuste võrdlemiseks teatava teoreetilise jaotusega, teatava teoreetilise mudeli sobitusastme hindamiseks andmete suhtes ning kahe muutuja vahelise seose iseloomustamiseks (Tooding 2007). Seoste statistilise olulisuse hindamiseks kasutati kahte olulisusenivood $p \leq 0,001$ ja $p \leq 0,01$, mis lubab seose kohta järelduse tegemisel vastavalt 1 või 10-protsendilist eksimist. Üldiselt statistiliselt olulisi seoseid ilmnes analüüsis suhteliselt vähe, arvatavasti suhteliselt väikese valimi tõttu. Seetõttu on seoseanalüüse tehtud ka suhteliselt vähe ning välja on toodud vaid need kohad, kus seosed ilmnesid.

2.3. Ekspertintervjuud

2.3.1. Meetod

Väliturunduse alal tegutsevate ekspertide Tartu kui õppimiskoha kuvandi välja selgitamiseks kasutati käesolevas töös sellist kvalitatiivset meetodit nagu ekspertintervjuud. Intervjuu on enim kasutatav ja olulisim uurimistehnika spontaansete individuaalsete arvamuste ja tõlgenduste kogumiseks. Intervjuud võib defineerida kui vestlust uurija (keegi, kes tahab teemast informatsiooni saada) ja informandi (keegi, kes oletatavasti omab informatsiooni teemast) vahel (Berger 2000).

Käesoleva uuringu läbiviimiseks kasutati semi-struktureeritud ekspertintervjuud. Erinevalt teistest intervjuutüüpidest pakuvad intervjuueeritavad siin uurijale huvi just ekspertidena teatud valdkonnas ning on kaasatud uuringusse kui teatud rühma esindajad (Meuser, Nagel 2002, refereeritud Flick 2006). Semi- ehk poolstruktureeritud intervjuu vormi kasuks otsustati, sest see võimaldab situatsiooni, kus kindlad vestlusteemad ja võtmeküsimused on eelnevalt teada, aga küsimuste järjekord ja täiendavad abiküsimused kujunevad vestluse käigus (Vihalemm 2008). Ekspertintervjuu raames olemasolev kava on väga oluline, sest see täidab suuremat suunavat ja kontrollivat funktsiooni intervjuu käigus, mis on abiks ebaproduktiivsete teemade välistamiseks (Flick 2006).

Järgnevalt antakse ülevaade uuringu valimist ning andmete kogumise ja analüüsi käigust.

2.3.2. Valim

Valimi moodustamisel lähtusin kasutatud meetodi spetsiifikast. Ekspertintervjuude puhul on tegemist valdkonna asjatundjatega või isikutega, kes puutuvad kokku paljude informantidega (Vihalemm 2008). Käesoleva uuringu valimi moodustasid Tartu Ülikooli, Eesti Maaülikooli, Tartu Linnavalitsuse ja õppimisvõimalustega välismaal tegutseva rahvusvahelise organisatsiooni Minule eksperdid. Valimisse oli spetsiaalselt kaasatud kolm eri tüüpi institutsiooni, mis bakalaureusetöö autori hinnangul peab tagama laiema pildi uurimisobjektist.

Kokku viidi läbi neli intervjuud. Ekspertintervjuude uuritavate ühendavaks jooneks oli hõivatus välisturundusesfääris. Intervjueeritavad erinesid organisatsioonide poolest ning Tartu või tudengite mobiilsusega seotuse poolest.

Ekspertintervjuud viidi läbi järgmiste isikutega:

- Svetlana Vogel – Tartu Ülikooli rahvusvahelise turunduse peaspetsialist-ekspert;
- Külli Kõrgesaar – Eesti Maaülikooli juhataja asetäitja välissuhete alal;
- Aitel Käpp – Tartu Linnavalitsuse avalike suhte osakonna maine- ja turismiteenistuse juhataja;
- Hannes Lents – õppimisvõimalustega välismaal tegutseva rahvusvahelise organisatsiooni Minule.com/Smartbrand OÜ tegevjuht.

Kõigi intervjueerivate puhul on olemas nõusolek nende nimeliseks tsiteerimiseks. Järgmiselt antakse ülevaade intervjuukavast ning kasutatud analüüsimeetodist.

2.3.3. Intervjuu kava ja analüüs

Käesoleva uuringu ekspertintervjuu kava koosnes kolmest põhilisest temaatilisest osast:

1. Tartu kui õpisihtkoht,
2. Sihtrühmad ja sõnumid,
3. Tulevik ja arengud.

Iga osa omakorda koosnes põhi- ja alaküsimustest. Esimeses osas püüti välja selgitada intervjueeritava üldist hinnangut Tartule kui õppimiskohale, selle tugevamaid ja nõrgemaid külgesid, selle kuvandit võrreldes teiste Eesti linnadega jne. Teises osas oli rõhk peamiste sihtrühmade, sõnumite ja kommunikatsioonikanalite väljaselgitamisel. Kolmas osa uuris arengusuundi ehk mida oleks veel võimalik teha, et muuta Tartut välisüliõpilastele huvipakkuvaks paigaks.

Semi-struktureeritud intervjuu eripärast tulenevalt erinesid tegelikkuses konkreetsed intervjuu küsimused sõltuvalt konkreetse eksperdi taustast. Nii oli Tartu Ülikooli, Eesti Maaülikooli ja Tartu Linnavalitsuse esindajate intervjueerimisel rõhuasetus nende institutsionaalsel kuuluvusel, st küsimused esitati eesmärgiga selgitada välja konkreetse asutuse tegevused, üldised arvamused

välitudengeid puudutava osas. Minule.com esindajalt uuriti see-eest rohkem üldisemaid tudengite mobiilsusega seotuid trende.

Võttes arvesse, et soovitatav on teha intervjuu vastaja emakeeles, viidi kolm intervjuud läbi eesti ja üks vene keeles. Esitatavad küsimused ja käsitletavat teemasid olid eesti- ja venekeelsetes intervjuudes samad. Intervjuu kavad on esitatud käesoleva bakalaureusetöö lisan nr 3.

Kõik intervjuud lindistati ja tehti sõna-sõnaline transkriptsioon. Üks intervjuueeritav (Svetlana Vogel) avaldas soovi tutvuda transkriptsiooniga. Intervjuueeritava palvel jäeti analüüsivast tekstist välja mõned faktilised ebatäpsused. Tulemuste analüüsiks loodi temaatilised koodid ning kasutati kombineeritult *cross-case* ehk vertikaalanalüüsi, mille korral vaadeldakse teatud teemat (alaprobleemi) läbi kõigi vastajate hinnangute, kõrvutades hinnanguid omavahel ja otsides neis ühisjooni ja erinevusi; ja *case-by-case* ehk horisontaalanalüüsi, mille korral analüüsitakse teksti (kogu vaatlusalust probleemistikku) vastaja tasandil, st iga vastaja vastuseid vaadeldakse läbi kogu intervjuu (Vihalemm 2008). Koodid grupeeriti ja moodustati kategooriad, mille puhul abiks olid peamised uurimus- ja alaküsimused. Analüüsitulemused on esitatud ekspertintervjuude tsitaatide kaupa. Tsitaatide lõpus on märgitud intervjuueeritava ees- ja perekonnanimi ning organisatsiooni lühend. Tulemuste esitamisel on vene keeles toimunud intervjuude tsitaadid tõlgitud eesti keelde.

Ekspertintervjuude transkriptsioonid on esitatud käesoleva bakalaureusetöö lisan nr 4.

III. Tulemused

Tulemuste analüüsis tuginen Tartu Ülikooli, Eesti Maaülikooli ja Balti Kaitsekolledži välistudengite hulgas läbi viidud formaliseeritud ankeetküsitluse ja Tartu Ülikooli, Eesti Maaülikooli, Tartu Linnavalitsuse ja organisatsiooni Minule esindajatega läbiviidud ekspertintervjuude tulemustele. Tulemused esitan suurimate plokkide järgi, mille raames vastan uurimisküsimustele ja vastavatele alaküsimustele.

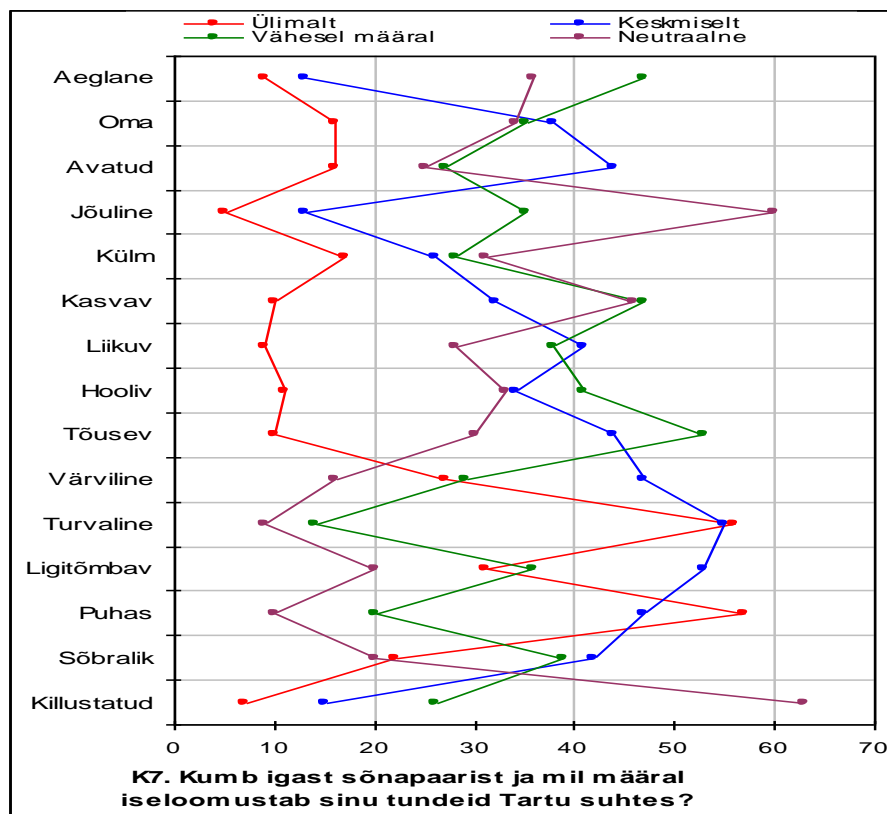
3.1. Välistudengite arvamused Tartust kui õppimiskohast

Järgnevalt esitatakse Tartu Ülikooli, Eesti Maaülikooli ja Balti Kaitsekolledži välisüliõpilaste seas läbi viidud ankeetküsitluse tulemused olulisemate teemade järgi. Küsitlust leiavad välisüliõpilaste ettekujutused Tartust ja tartlastest, hinnang tartlaste kultuurilise avatusele, Eestisse õppima tuleku kriteeriumid, rahulolu Eestis õppimise kogemusega ja kommunikatsioonikanalid.

3.1.1. Ettekujutused Tartust ja tartlastest

Saamaks üldpilti sellest, kuidas Tartu Ülikooli, Eesti Maaülikooli ja Balti Kolledži välisüliõpilased näevad ja kujutavad ette Tartut, kasutati käesolevas uuringus turunduses ja suhtekorralduses tuntud meetodi – Charles Osgoodi semantilist diferentsiaali. Seda meetodi kasutatakse tavaliselt kuvandi mõõtmiseks. Osgood jaotab semantilise diferentsiaali skaalad kolme faktorisse: hinnang, aktiivsus (dünaamilisus) ja jõud (potentsiaal) (Past & Vihalemm 2004). *Tartu ja tartlased välisüliõpilaste poolt vaadatuna* uuringus kasutati Aune Pasti poolt välja töötatud süsteemi, mis koosneb 16 polaarsest skaalast, mis on jaotatud 7 võrdseks intervalliks (Past & Vihalemm 2004). Loogika on selline, et näiteks skaalas *aeglane-kiire* väärtused 1–3 näitavad, et respondent näeb Tartut kas väga (1), keskmiselt (2) või pigem (3) aeglasena, samas kui valitud väärtuseid 5–7 viitavad sellele, et Tartut nähakse kiirena. Keskmise ehk 4 väärtus tähendab, et omatakse neutraalset positsiooni.

Joonise 2 jaoks olid välja valitud need märksõnad, mis olid kõige suurema vastasmääraga; tervet tabelit vastuste jaotumisest saab näha lisas (Lisa 5, Tabel 1). Analüüsist tuleb välja (Joonis 2), et Tartut nähakse keskmisel määral omana, avatuna, liikuvana, värvilisemana, ligitõmbavana ning sõbralikuna, vähesel määral aga aeglasena, kasvavana ja tõusvana. Huvitava aspektina tuli välja ka see, et 38% (56) vastajatest näeb Tartut väga turvalisena ning 39% (57) väga puhtana. Neutraalne positsioon võetakse *jõuline-jõuetu* ja *killustatud-ühtne* aspektides. Sellest võib järeldada, et Tartul on välisüliõpilaste poolt vaadatuna pigem positiivne kuvand.

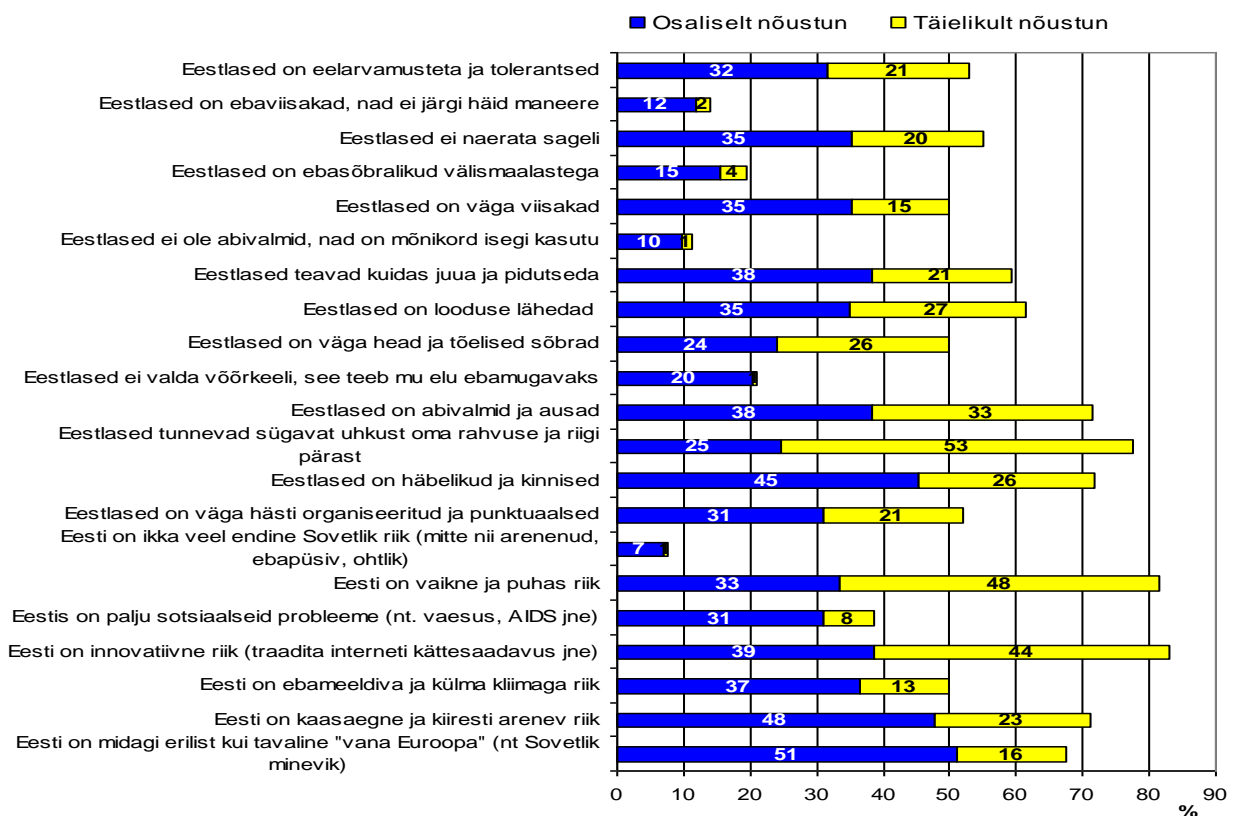


Joonis 2: Välisüliõpilaste tunded Tartu suhtes (absoluutarvud)

Vaadates semantilist diferentsiaali T-testiga (st võrreldes keskmisi) valimi alagruppide lõikes, ei ilmnenud statistiliselt olulisi erinevusi ülikooli lõikes. Võrreldes noorimat ja vanimat vanusegruppi, ilmnes, et üle 27-aastaste keskväärtnus on kõrgem *killustatud-ühtne* dimensiooni korral, st vanemad on näinud Eestit enam ühtsena, nooremad see-vastu enam killustatuna ($p=0,036$ ehk $p \leq 0,05$). Vanemad vastajad on enam pidanud Eestit võõraks ($p=0,013$), jõuetuks ($p=0,052$), liikumatuks ($p=0,02$) ja langevaks ($p=0,025$), st enam on omistatud negatiivseid omadusi (Lisa 5, Tabel 2). Selline erinevus võib olla tingitud selgemalt väljakujunenud

hoiakutest ning mõnevõrra madalamast kohanemisvalmidusest erineva kultuuriruumiga. Etnilisse vähemusgruppi kuulumise lõikes pole keskväärtused erinevad. Mehed pidasid naistega võrreldes Tartut soojemaks ($p=0,028$) ja värvilisemaks ($p=0,001$), samas ka enam killustatuks ($p=0,019$) (Lisa 5, Tabel 3).

Järgmisena esitati välisüliõpilastele terve rida väiteid Eesti ja eestlaste kohta, mis tulid välja Marge Taivere läbi viidud süvaintervjuudest TÜ välisüliõpilastega (Taivere 2009). Käesolevas uuringus paluti vastajatel hinnata, kuivõrd nad on esitatud väidetega nõus.



K8. Palun hinda väiteid Eestist ja eestlastest, kui palju sa nõustud nendega?

Joonis 3: Hinnang väidetele Eestist ja eestlastest (%)

Resultaadiks tuli see (Joonis 3), et kõige enam nõustatakse sellega, et „Eesti on innovaatiline riik“ (83%), et „Eesti on vaikne ja puhas maa“ (81%), et „eestlased tunnevad suurt uhkust oma rahva ja maa üle“ (78%), et „eestlased on abivalmid ja siirad“ (71%), et „eestlased on häbelikud ja tagasihoidlikud“ (71%), ning et „Eesti on uudne ja kiiresti arenev riik“ (71%). Peaaegu üldse ei nõustuta sellega, et „Eesti on ikka veel endine Sovetlik riik“ (nõustub ainult 7% vastajatest), et

„eestlased ei ole abivalmid ja mõnikord isegi kasutu“ (nõustub ainult 11%), ning et „eestlased on ebaviisakad ja ei järgne häid käitumisviise“ (nõustub ainult 14%). 51% vastajatest arvab, et „eestlased on eelarvamusteta ja tolerantsed“. 19% nõustub sellega, et „eestlased on ebasõbralikud välismaalastega“, mis toetab üldtrendi, et suures osas situatsioon on normaalne ja inimesed on sõbralikud ja tolerantsed, välja arvatud üksikud juhtumid. 21% toetab väidet „eestlased ei räägi võõrkeeli, see teeb mu elu ebamugavaks“.

Vastuste usaldusvääruse kontrollimiseks olid väited antud küsimuse korral esitatud selliselt, et oleksid nii positiivseid kui ka negatiivseid omadusi väljendavad iseloomustused, nagu näiteks „on viisakad“ versus „ei jälgi häid maneere“. Üldiselt analüüsist selgub, et eestlaste omaduste kohta käivad stereotüübid ja väited on sageli vastuolus, kuna tuleb välja, et nõustutakse nii positiivsete (abivalmid, viisakad, ausad) kui ka negatiivsete omadustega (häbelikud, ei naerata sageli, kinnised).

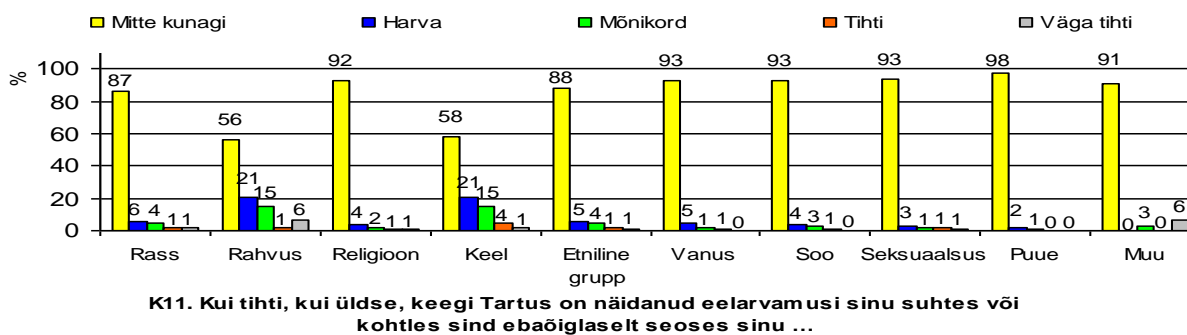
Kokkuvõtteks võib öelda, et välisüliõpilased näevad suures osas Tartut positiivseks ehk turvaliseks, puhtana, omana jne, aga samas ka aeglasena ja külmana. Inimeste suhtes esineb sarnaselt mõningane tajumuste konflikt ehk eestlaste kohta esineb nii positiivseid kui negatiivseid ettekujutusi. Eestlasi nähakse kinnistena, häbilikena ning mitte väga rõõmsatena, aga ka abivalmitena, viisakatena ja ausatena. Selline asjaolu võib tuleneda sellest, kui palju on konkreetsel välistudengil olnud kontakte eestlastega.

3.1.2. Tartlased ja tolerantsus

Selles alapeatükis tahetakse saada ettekujutust sellest, kuidas välisüliõpilased tunnevad end Tartus. Teisisõnu vaadatakse, kas vastajad on tundnud ebaõiglast kohtlemist Tartus või kas keegi on väljendanud eelarvamuslikku suhtumist seoses nende rassi, rahvuse, keele või muu omadusega. Samuti püütakse uurida, kui tolerantsed ollakse välismaalaste ja erinevate rahvuste suhtes Tartus.

Vastajatele (Joonis 4) olid esitatud sotsiaaldemograafilised ja muud tunnused, millega seoses põhimõtteliselt võidakse tajuda ebavõrdset kohtlemist. Tulemused näitasid, et enamus vastajatest märkis, et nendega pole seda kunagi juhtunud. Aga oli ka välisüliõpilasi, kes vastasid, et küll

harva, kuid siiski olid kogenud ebaõiglast kohtlemist oma rahvuse (21%), emakeele (21%), rassi (6%), etnilisuse (5%), vanuse (5%), usu (4%), soo (4%), seksuaalsuse (3%) ja puude (2%) tõttu. Lisaks oli vastajaid, kes märkisid, et on kogenud seda mõnikord oma rahvuse (15%), keele (15%) ja rassi (4%) tõttu. Ning oli ka vastajaid, kes on tundnud tihti (*tihti + väga tihti*) ebavõrdset kohtlemist oma rahvuse (7%) ja muude tunnuste (6%) tõttu. Seega kuigi esialgu tundub väärkohtlemiste protsent olevat väike, siis lähemalt vaadates selgub, et probleem, mis on seotud teiste rahvuste esindajate suhtes mittesalliva, diskrimineeriva ja mõnikord isegi rassistliku käitumisega, on olemas ja tõsine. Diskrimineerimise ja väärkohtlemise uurimine on keeruline, kuna teema on väga tundlik ehk palju sõltub ka konkreetsest indiviidist, kuna üks inimene võib lihtsalt mitte tajuda, et tema suhtes käituti ebaõiglaselt või isegi tajuda, aga mitte teadvustada, et selle põhjuseks on mingi omapärane (kultuuriline, füüsiline jne) tunnus. Teine vastupidi võib otsida ebaõiglust igas juhtumis, isegi seal, kus sellele pole põhjustki. Lisaks selle võib olla ka selline olukord, kus inimene tundis diskrimineerimist, aga ei taha seda kuidagi tunnustada.



Joonis 4: Ebavõrdne kohtlemine sotsiaaldemograafiliste ja muude tunnuste lõikes (%)

Selleks, et iga vastaja, kelle jaoks see probleem osutus oluliseks, saaks oma arvamust jagada, oli küsimuse all võimalus jätta kommentaar. Üks välistudeng märkis: „mind on ilma jäetud olulisest informatsioonist ja odavast kohalikust majutusest. Teine kirjutas: „mõnikord mind lihtsalt ignoreeritakse, kuna ma ei saa keelest aru“. Lisaks sellele, kolmas tudeng on kirjutanud: „minu mitte-valged (ingl. k. non-white) sõbrad on tajunud teatud ebamugavustunnet, seda nii ülikoolis kui ka linnas tervikuna“. Järgmine välistudeng kirjutas: „rassism, kahjuks, on probleemiks linnas, näiteks parkides. See on väga paha ning jätab paha tunde.“ Samuti märgiti: „üldiselt inimesed on siin tolerantsed“.

Viimane kommentaar selle küsimuse juures on: „*rassism on suureks probleemiks selles riigis. Mõned eestlased on väga sallimatud ning politsei lubab seda. Vaadake parki turuplatsi juures nende „Idiootidega“, kes karjuvad värviliste inimeste peale. See ei ole vastuvõetav ja näitab Eestit väga halvas valguses. Vabandust, aga see on tõsi!*“ (loetelu kõikidest kommentaaridest vt lisa 6 Q11).

Need kommentaarid näitavad, et mittetolerantse käitumise juhtumid välismaalaste suhtes Tartus on tõeline probleem, mitte ainult meedia poolt konstrueeritud negatiivne kuvand.

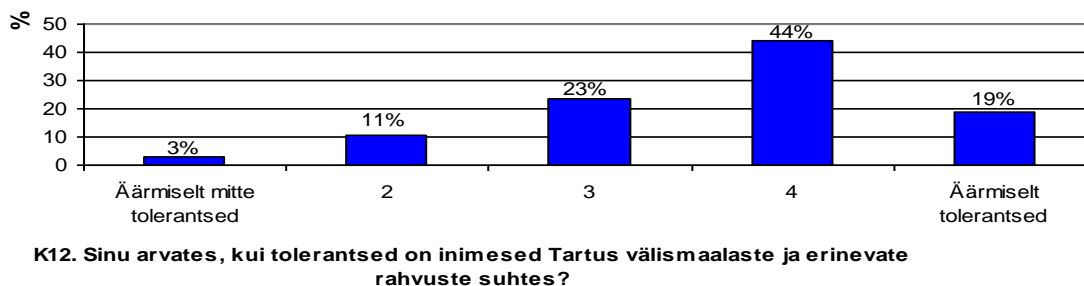
Seoseanalüüsi tegemisel tuli välja, et statistiliselt oluline seos ilmnes etnilisse vähemusgruppi kuuluvuse ja rassi alusel diskrimineerimise korral ($p=0,015$ ehk $p\leq 0,05$), st et etnilisse vähemusgruppi kuuluvad inimesed tundsid sagedamini, et neid diskrimineeriti rassi alusel, samas kui inimesed, kes ei kuulu vähemusgruppi, märkisid rohkem „mitte kunagi“ (Lisa 7, Tabel 1).

Statistiliselt oluline seos ilmnes rahvuse alusel diskrimineerimise ja selle, kui tolerantsena nähakse tartlasi, vahel ($p=0,002$ ehk $p\leq 0,01$). See tähendab, et need vastajad, kes on Tartus mingil määral kogenud ebaõiglust seoses nende rahvusega, näevad tartlasi rohkem mittetolerantsetena ning vastupidi - need, kes märkisid, et pole üldse kogenud väärkohtlemist rahvuse alusel, näevad tartlasi tolerantsetena (Lisa 7, Tabel 2).

Huvitava aspektina ilmnes seos varasema eesti keele õppimise ja keele alusel diskrimineerimise vahel ($p=0,018$ ehk $p\leq 0,05$). See tähendab, et välisüliõpilased, kes märkisid, et nad on õppinud eesti keelt enne Eestisse tulekut, märkisid ka harvem, et on kogenud väärkohtlemist keele alusel (Lisa 7, Tabel 3). Ning vastupidi tudengid, kes vastasid, et pole õppinud varem eesti keelt, märkisid rohkem, et nad on tundnud ebaõiglast kohtlemist keele alusel.

Järgnevalt vaadeldakse välistudengite üldist hinnangu Tartu inimeste tolerantsusele välismaalaste ja erinevate rahvuste suhtes (Joonis 5). Tulemused näitavad, et vastused langevad pigem skaala tolerantsust väljendavasse osasse, st viiendik (19%) on pidanud Tartu elanikke äärmiselt tolerantseteks ning 44% on valinud järgmise skaalapalli. Skaala negatiivse osa vastusevariante 1 ja 2, mis peaksid väljendama sallimatust, on valinud kokku 14% vastanutest. Need tulemused näitavad jätkuvat trendi, et suures osas nähakse inimesi pigem tolerantsetena, kuid on hulk

vastajaid, kellel on vastupidine arvamus ning kes on tõenäoliselt ka kogenud ebaõiglast kohtlemist.

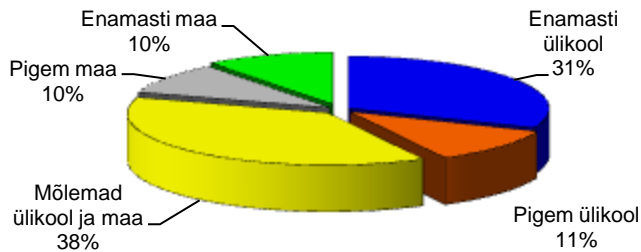


Joonis 5: Hinnang inimeste tolerantsusele välismaalaste ja erinevate rahvuste suhtes Tartus (%)

Kokkuvõtteks võib öelda, et suurem osa välisüliõpilastest on pigem rahul tartlaste suhtumisega välismaalastesse, aga peab tõdeda, et on ka peaaegu viiendik vastajatest, kes on mingil määral tundnud end Tartus ebavõrdselt või ebaõiglaselt kohelduna. Kuigi eestlasi nähakse pigem tolerantsetena, on selge, et ideaalse situatsioonini, kus inimesed on tolerantsed ning suhtuvad teineteisesse erapooletult ja õiglaselt, on veel pikk arengutee.

3.1.3. Eestisse õppima tuleku kriteeriumid

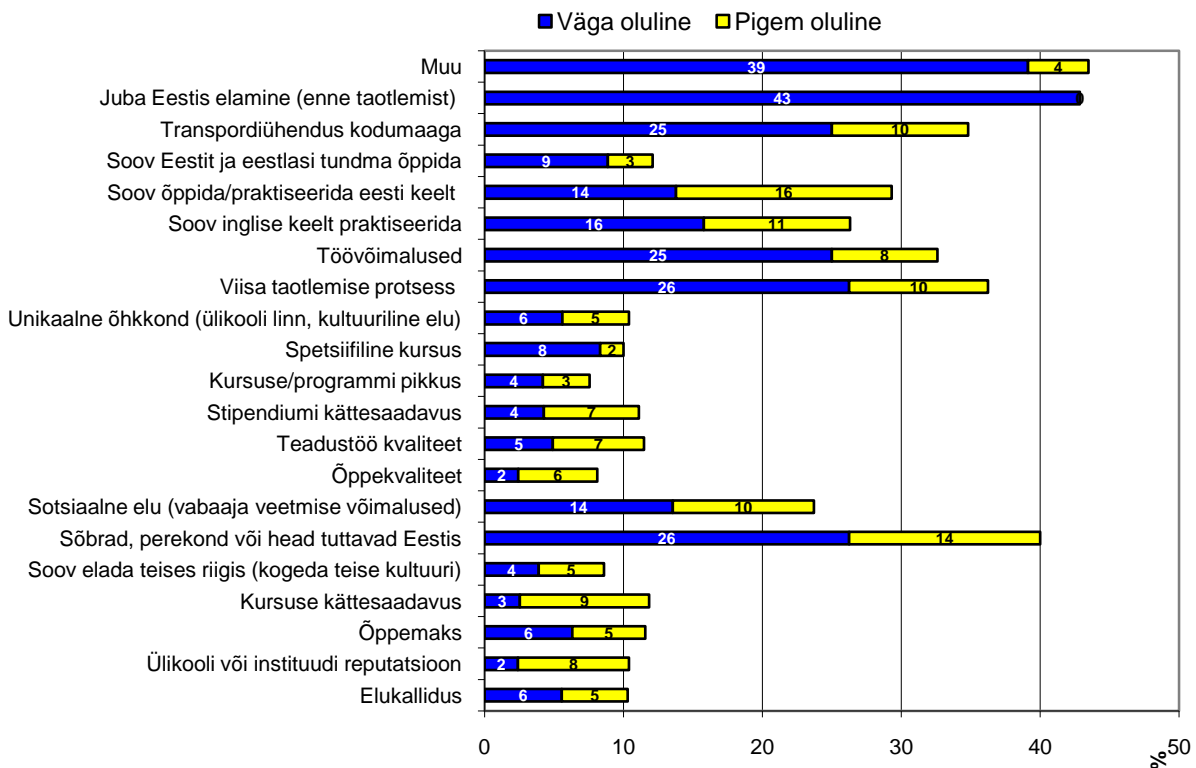
Käesolevas alapeatükis uuritakse peamisi kriteeriumeid, miks otsustati tulla just Eestisse. Selle küsimuse raames otsustati vastajatele ette anda konkreetset vastusvariandid, mis pidid näitama, kas kõige olulisemaks põhjuseks peetakse ülikooli või konkreetset instituuti või eriala, riiki või kultuuri ja inimesi või on kõik nimetatud faktorid võrdselt olulised. Tulemused näitavad (Joonis 6), et otsuse tegemisel domineerib ülikool (st pigem + enamasti) – 42% juhtudel; vaid viiendik vastajaid (20%) on kas pigem või enamasti teinud otsuse konkreetse maa järgi. Siiski ilmneb suhteliselt suur osakaal vastajatest (38%), kes otsuse tegemisel arvestasid nii konkreetse ülikooli kui ka kultuuriga. Üldiselt võib sellest järeldada, et ka vaatamata ülikooli atraktiivsusele võivad siia tulemise takistuseks olla (arvatud, kardetud) kultuurilised barjäärid.



K2. Mis oli kõige olulisem sinu otsuses, kuhu tulla õppida?

Joonis 6: Olulisem põhjus, miks tuldi Eestisse õppima (%)

Järgnevalt analüüsitakse olulisemaid kriteeriume, mis osutusid otsustavaks valikul tulla just Eestisse ja just Tartusse (Joonis 7). Kõige olulisemateks kriteeriumiteks peeti (kokku on liidetud vastuse variandid „väga oluline“ ja „pigem oluline“) juba Eestis elamist (enne taotlemist) (43%), muid põhjusi (43%), perekonda, sõpru ja heade tuttavate olemasolu Eestis (40%), (lihtsustatud) viisaprotseduure (36%), head transpordiühendust kodumaaga (35%) ning töötamisvõimalusi (33%). Sellest võib järeldada, et paljude välismaalaste jaoks oli valiku tegemisel oluline see, et nendel oli juba mingi kontakt Eesti ja eestlastega, ning samuti see, et oli loodud head eeltingimused siia tulekuks, nagu näiteks kerge viisa taotlemise protsess, transpordiühendus jms.



K4. Kui olulised olid järgmised faktorid, kui sa otsustasid tulla õppida Eestisse?

Joonis 7: Olulisemad faktorid, mis osutusid otsustavaks valikul tulla õppima Eestisse (%)

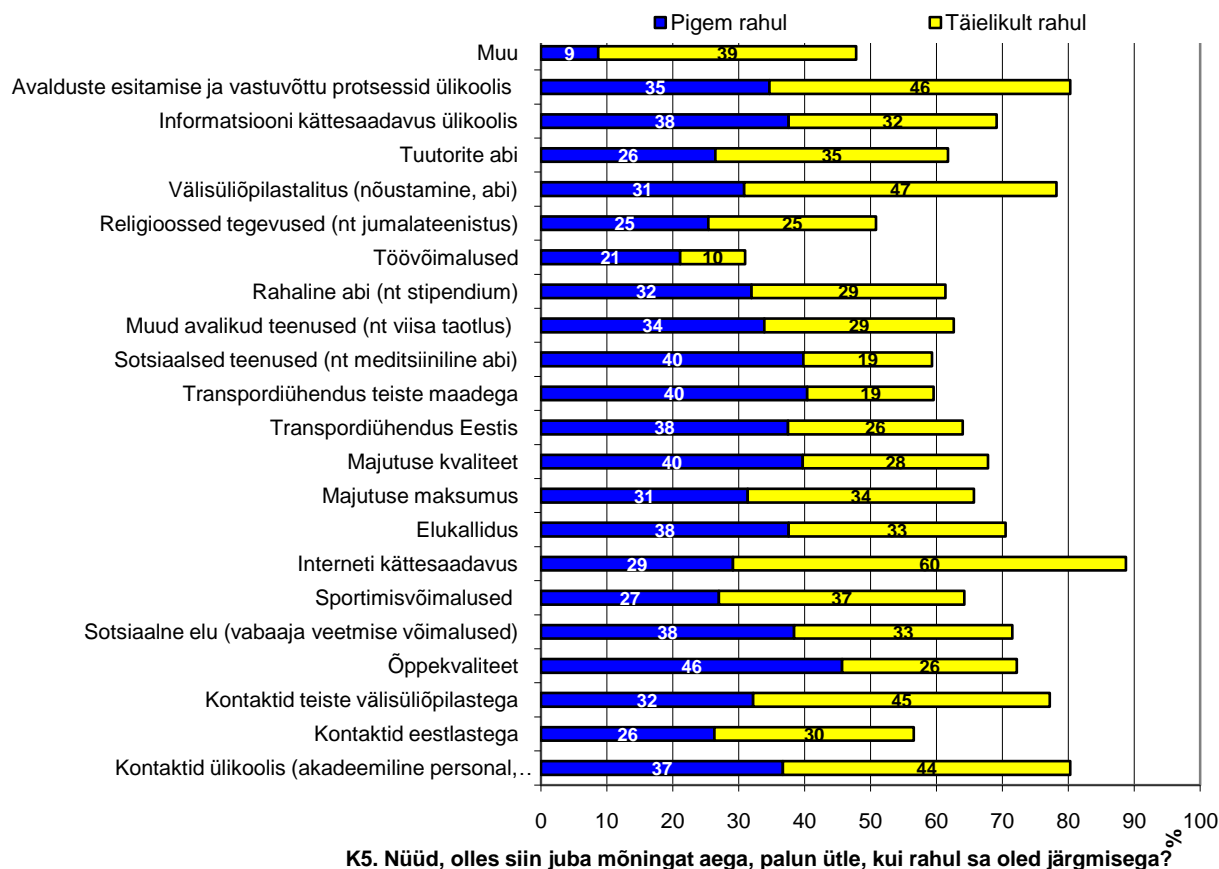
Nagu eespool näha, väga paljud valisid ka muid põhjusi (43%), mida esitatud nimekiri ei sisaldanud. Vabas vormis toodud kommentaarides olid täiendavad põhjused järgmised: *kutseõpe, kristlike tegevuste, majutuse (üheinimesetuba) kättesaadavus; riigi ja linna rahvusvaheline tase, rahvusvahelise/soome kooli ja lastele mõeldud tegevuste olemasolu ning kerge sissesaamine*. Samuti mainiti, et *see on unikaalne koht, et Tartu on väga inimestesõbralik linn, mille suurus on ideaalne, õhk on puhas ning linnal on unikaalne õhkkond* (loetelu kõikidest kommentaaridest vt lisa 6 Q4).

Kokkuvõtteks võib öelda, et enamasti oli esimeseks kriteeriumiks Eestisse tulekuks ülikool, samas kui riik ja kultuur olid ka küllaltki olulisel kohal. Olulisteks lõplikku otsust mõjutavateks kriteeriumideks osutusid juba olemasolev kontakt Eesti ja eestlastega ning nõ kerge ligipääs (transport, viisa jne). Samas kommentaarides märgiti ka linna rahvusvahelisust ning unikaalset õhkkonda.

3.1.4. Rahulolu Eestis õppimise kogemusega

Käesolevas plokkis uuritakse välisüliõpilaste rahulolu Eestis õppimise kogemusega. Lähemalt vaadeldakse rahulolu konkreetsete aspektide kaupa (nt kontaktid erinevate gruppidega, transpordiühendus jne), aga ka üldisemalt.

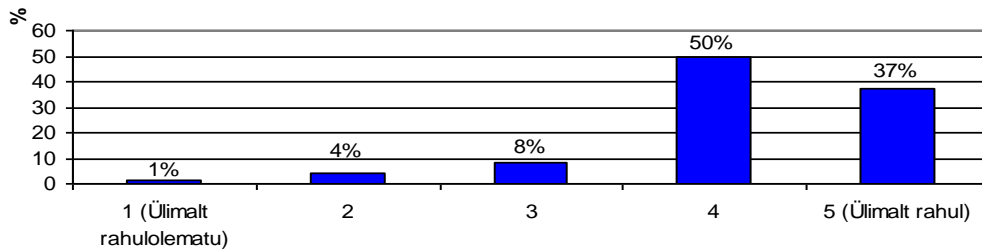
Tuli välja (Joonis 8), et väga rahul ollakse interneti kättesaadavusega (89%), kontaktidega ülikoolis (81%), erinevate dokumentatsiooni protseduuridega (81%), välisüliõpilastalituse tööga (78%) ning ka kontaktidega teiste välisüliõpilastega (77%). Paljud vastajad aga ei olnud väga rahul töötamisvõimalustega (rahul on ainult 31%), kuigi eelmises plokkis tuli välja, et see on väga oluline kriteerium, mis osutus otsustavaks valikul tulla Eestisse õppima (33%). Mõned vastajad ei olnud rahul eestlastega kontakti kättesaadavusega (kuigi rahul sellega oli 56% vastajatest). Sellest võib järeldada, et rahulolu ja rahulolematus varieerib erinevates aspektides, aga suures osas vastajad on antud faktoritega rahul.



Joonis 8: Üldine rahulolu erinevate faktoritega Tartus (%)

Jätkates selle küsimusega, 48% vastajatest märkisid, et nad on rahul millegi muuga ning vabas vormis lisatud kommentaarides tõid välja selliseid aspekte nagu *ülikooli teenused, hea keskkond, puhas ja ilus loodus, kultuurilised tegevused* (ingl.k. *activities*). Samuti kirjutati, et *kui enne tulekut kuuldi, et inimesed on siin väga külmad igapäeva elus, siis kohapeal avastati, et nad on väga abivalmid ja vajadusel isegi agarad abistama*. 26% vastajatest märkis aga, et nad ei ole rahul millegi muuga, tuues näiteks asjaolud, et *e-mailid ülikooli sees on saadetud eesti keeles ning informatsiooni välisüliõpilastele ei piisa ehk ülikoolis ei ole uudiskirju ega ajalehte inglise keeles* (Maaülikooli tudeng), *söökla on üsna kallid; kurdeti juuksurite, autorendi, pesumasinate kvaliteedile Raatuse 22 ühiselamus*. Lisaks paar korda mainiti ka, et peamine, millega ei olda rahul, on ilm (loetelu kõikidest kommentaaridest vt lisa 6 Q5).

Uurides üldisemat rahulolemist Tartus õppimise kogemusega (Joonis 9), on selgelt näha, et suures osas vastajad on sellega rahul. 87% on kas ülimalt (37%) või pigem (50%) rahul ning ainult 5% on kas üldse mitte (1%) või pigem mitte (4%) rahul.



K6. Üldiselt, kui rahul sa oled oma otsusega tulla õppida Tartusse ?

Joonis 9: Üldine rahulolu Tartuga (%)

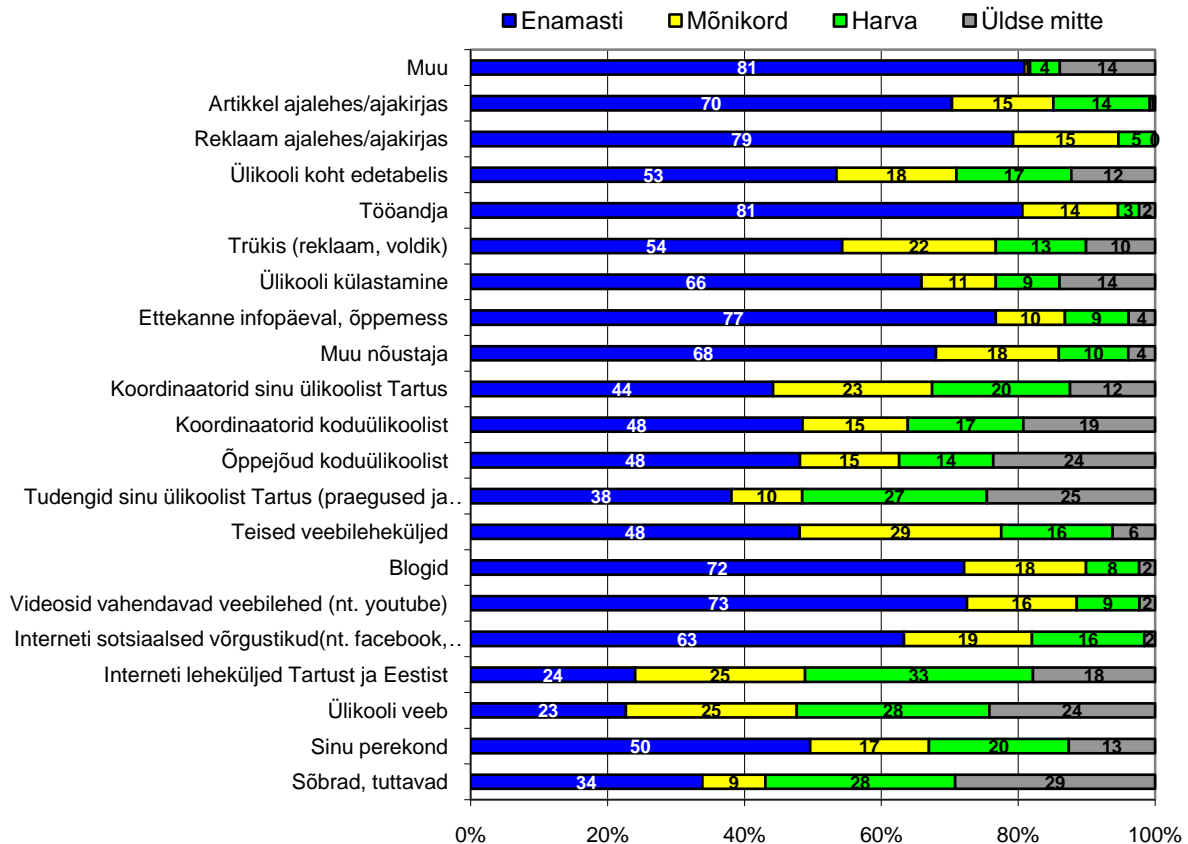
Seoseanalüüsi tegemisel tuli välja, et statistiliselt oluline seos ilmnes üldise rahulolemise enda valikuga tulla Tartusse õppima ja rahulolu kontaktidest eestlastega vahel ($p=0,005$ ehk $p \leq 0,05$, Lisa 7, Tabel 4), mis tähendab, et need tudengid, kes olid vähem rahul enda valikuga tulla Tartusse õppima, olid ka vähem rahul kontaktidega eestlastega. Ja vastupidi, need vastajad, kes olid rahul enda otsusega, olid rohkem rahul ka kontaktidega eestlastega.

Kokkuvõttes võib öelda, et suures osas vastajad on rahul oma õppimise kogemusega Tartus. Suuremat rahulolu pakub interneti kättesaadavus ja erinevad aspektid, mis olid seotud ülikooliga (kontaktid, dokumentatsioon jne), vaba aja veetmisega jne. Samas need faktorid varieeruvad olenevalt ülikoolist ja üliõpilasest. Lisaks need välistudengid, kes said rohkem kontakte eestlastega, olid ka rohkem rahul oma otsusega Tartusse tulla.

3.1.5. Kommunikatsioonikanalid

Tänapäeval on väga palju erinevaid võimalusi informatsiooni hankimiseks ja kommunikatsiooniks. Joonisel 10 on näidatud informatsiooni allikad, mida kõige rohkem kasutati Tartusse tuleku otsuse tegemisel. Kõige populaarsemateks allikateks osutusid tööandja (81%) ja muud allikad (81%), samuti olid levinud reklaam ajalehtedes ja ajakirjades (79%), presentatsioonid infopäevadel ja õppemessidel (77%), videosid vahendavad veebilehed nagu *youtube* (73%), blogid (72%) ning artiklid ajalehtedes ja ajakirjades (70%). Huvitav on asjaolu, et enamasti kasutatakse vähe ülikoolide veebilehte (23%) ning internetilehekülge Tartust ja Eestist (24%). Selline situatsioon võib anda märku, et ülikoolide veebilehtedelt on raske informatsiooni leida, või näiteks, et informatsioonist ei piisa. Teisalt näitavad tulemused ka

konkreetselt allika olulisust, st kuna otsuse tegemisel, kas tulla Tartusse õppima, mängib olulist rolli konkreetne maa ja kultuur, on ka üldine info riigi kohta olnud oluline. Saadud andmetest võib näha, milliseid kommunikatsioonikanaleid on mõttekas kasutada ülikooli ja riigi reklaamimiseks ning uute välisüliõpilaste värbamiseks.



K3. Millised alltoodud faktoritest aitasid sul valida ülikooli või instituudi?

Joonis 10: Olulisemad informatsiooni allikad, mis aitasid valida ülikooli/instituudi (%)

Lisaks oli vastajatel võimalus vabas vormis märkida allikaid, mis aitasid valida ülikooli. Näiteks märkisid vastajad: tagasiside, mis saadi Tartu-Moskva semiootika koolist; pilt Vikipedias Tartust, veebiportaal masters.com; reklaam, mis oli saadetud TÜ koordinaatori poolt koduülikooli; kursusekaaslased, kes aktiivselt esitasid dokumente, et saada välisüliõpilasteks TÜs; töökoha kliendid, kus üks töötas enne Tartusse õppima tulekut; eelnev tutvumine teaduskonnaga ja sidemed koduülikooli ja TÜ osakondade vahel. Lisaks sellele mainiti, et: siin on kergem saada õppekohta, kui koduriigis; tahe millegi uue, erineva, raske või lihtsalt

ebahariliku järele; vajadus omandada doktorikraadi (loetelu kõikidest kommentaaridest vt lisa 6 Q3).

Seoseanalüüside tegemisel infokanalite ja taustatunnuste (vanus, haridusaste) vahel ilmnes, et ülikooli kodulehte on 10% võrra enam kasutanud üle 27-aastased ($p=0,043$, seos statistiliselt oluline $p\leq 0,05$) (Lisa 7, Tabel 5). Samas on ülikooli kodulehte ligi poole võrra sagedamini kasutanud magistritudengid võrreldes bakalaureusetudengitega ($p=0,013$ ehk $p\leq 0,05$) (Lisa 7, Tabel 6). See-eest veebilehti Tartu kohta on enam uurinud noorim vanusegrupp ehk 19-22-aastased (erinevus teiste vanusgruppidega ligi 10%, $p=0,043$ ehk $p\leq 0,05$) (Lisa 7, Tabel 7). Ligi 20% võrra enam on Tartu infot uurinud bakalaureuse ja magistritudengid (Lisa 7, Tabel 8). Sellest võib järeldada, et vanemate tulijate jaoks on esikohal ülikool, nooremate jaoks mängib kohalik kultuuriline, sotsiaalne jms kogemus olulisemat rolli, mistõttu ka infootsingul ei keskenduta vaid ülikoolile.

Koduülikooli koordinaatorid osutusid üle 10% võrra sagedamini olulisteks infoallikateks bakalaureusetudengite puhul (Lisa 7, Tabel 9). See võib tuleneda asjaolust, et bakalaureusetudengid on suures osas välisvahetuse tudengid, kes põhiliselt saavad kogu informatsiooni koordinaatoritelt.

Kommunikatsioonikanalite alapeatüki kokkuvõtteks võib öelda, et populaarsemateks kanaliteks on personaalsed infoallikad (messid, infopäevad, tööandja jne) ning meedia (populaarsed interneti leheküljed, blogid, artiklid ajalehtedes ja ajakirjades, jne), siinkohal rohkem nn uus meedia ehk interneti kasutajate enda loodud sisu (ingl. k. *user-generated content*), näiteks videod, blogi postitused, arutus foorumites, Vikipeedia jne. Huvitava asjaoluna tuli välja see, et vanemate ja kõrgema õppekraadiga üliõpilaste prioriteediks õpisihtkoha valikul on ülikool, samas kui nooremate jaoks suhteliselt olulisel kohal on lisaks sellele koha kultuuriline ja sotsiaalne jms aspekt.

3.2. Ekspertide hinnang Tartule kui õppimiskohale

Järgnevalt esitatakse Tartu Ülikooli, Eesti Maaülikooli, Tartu Linnavalitsuse ja organisatsiooni Minule esindajatega läbiviidud ekspertintervjuude tulemused.

3.2.1. Tartu kui õppimiskoht

Intervjuudes erinevate organisatsioonide ekspertidega uurisin nende arvamusi Tartu kui välisüliõpilaste õppimiskoha suhtes.

Ülikoolilinna unikaalsus

Tartu Ülikooli ja Tartu Linnavalitsuse esindajate sõnul seisneb Tartu üks suur ja oluline eelis just selles, et see on ülikoolilinn. Tartut kui ülikoolilinna saab intervjueeritute arvates kasutada ka ühe olulise sõnumina välistudengitele.

/---/ Kui me esindame Tartu Ülikooli ja Tartut ... ehk linna ülikoolist, nagu ka ülikooli linnast lahutada ei saa ... see on see, mis meelitab ligi, kui me räägime sellest, miks tulla õppima Tartusse, sest Tartu on unikaalne ülikoolilinn. See on üks müüv omadus, kui me suhtleme tudengitega ... välistudengitega /---/ (Svetlana Vogel, TÜ)

/---/ Tartus ei pääse üle ega ümber sellest, et Tartu on ülikoolilinn ja see on kindlasti üks olulisemaid sõnumeid, mida me Tartut reklaamides kasutame ... on see, et tegemist on pikkade traditsioonidega ülikooli linnaga /---/ (Aitel Käpp, TLV)

Tartu Ülikooli esindaja sõnul üldiselt eristatakse turunduses ja kommunikatsioonis sihtgruppidega ülikoolilinnu, nagu nt Tartu, Cambridge jt; ja linna ülikooliga, nagu Tallinn, Berlin jt. Tartu puhul on linn ja ülikool üks jagamatu tervik ning need ülikoolilinnale iseloomulikud tunnused annavad sellele teatud unikaalsuse.

Plussid

Võrreldes Tartut teiste Eesti ja Euroopa linnadega, toovad eksperdid selle suurimate plussidena välja kohalike toodete ja teenuste soodsa hinna ja kvaliteedi suhte.

/---/ Tartu on kõige parim linn õppimise jaoks Eestis, seda nii hinna kui kvaliteedi suhtes ehk süüa Tartus on ikkagi odavam kui Tallinnas /---/ Tartus on odavam elada kui ükskõik mis tudengilinnas /---/ siin on hinna ja kvaliteedi suhe parem kui keskmiselt Euroopas. Ehk siin tore õppida, meil on kõik see tudengi elu olemas, aga palju soodsam elukalliduse, söögi, ühika ja selle kõike kvaliteedi hinna suhtes /---/ (Svetlana Vogel, TÜ)

Lisaks hinna ja kvaliteedi suhtele on intervjueeritavad välja toonud ka mitmeid teisi füüsilise keskkonna eeliseid. Nt on Tartu tugevusena mainitud renoveeritud ühiselamuid.

/---/ võrreldes Riiga meil linn on väike, samas võrreldes osade ühikatega, mida ma tean Baltimaades, on meie ühiselamud noh näevad normaalselt välja ja on korralikult renoveeritud (Külli Kõrgesaar, EMÜ)

Lisaks üldistele olme- ja elamistingimustele peeti Tartu tugevuseks ka mitmekesiseid seltsielu võimalusi. Üldisele elukvaliteedile arvatakse andvat palju juurde Eestile üldisemalt ning Tartule konkreetsemalt omane rohelus.

/---/ suhteliselt roheline /---/ ainulaadne loodus /---/ kohvikuid ja kõrtse on piisavalt /---/ (Külli Kõrgesaar, EMÜ)

Kuigi osa intervjueritavatest rõhutasid Tartu unikaalset atmosfääri ilma konkreetse kirjelduseta, anti intervjuudes ka täpseid kirjeldusi, milles selline unikaalsus seisneb.

/---/ igal sammul näed sa, et see on tudengite linn, suvisel ajal vähem, aga talvisel ajal kui paarisarv täistund kukub, siis sa näed, kuidas tänavad korraks täituvad inimestega, siis kui kell saab jälle veerand, kui hakkavad loengud pihta, siis jälle tänavad jäävad tühjaks, et seda on raske mitte märgata /---/ (Aitel Käpp, TLV)

Oluliseks peeti linna üldist vaimset keskkonda, aga ka üldist elustiili (tudengite kui elanikkonna grupi suur mobiilsus, noortele omane naudingulisus jms).

/---/ Tartu on Eesti ülikooli pealinn, kui nii võib võtta ... et see, et siin nii pikka aega kõrghariduse inimestel antud, et see loob selle linna keskkonna ikkagi /---/ aga ka inimeste suhtumises tegelikult /---/ / Tartu on heade mõtete linn, noh millest see siis koosneb on tegelikult see, et kohati on Tartu hedonistlik linn /---/ siin sa ei tunne sellist aja survet, et sul on kogu aeg kiire kiire kiire ja sa lihtsalt tunned, et sul on aega erinevate küsimuste üle järele mõelda /---/ kuna siin üks viiendik elanikkonnast on ikkagi ütleme nii öelda lähima viie aasta jooksul läbikäigul ja vahetub viie aasta perspektiivis iga üks viiendik nagu Tartu elanikkonnast, siis tänu sellele on siin ka ikkagi sellist maailmakodaniku sellist elusuhtumist kohati /---/ (Aitel Käpp, TLV)

Miinused

Tudengeid välismaale õppima saatva organisatsiooni Minule esindaja Hannes Lentsi sõnul on välisõppe valikul üks olulisi aspekte lihtne elamis- ja töökoha leidmine.

/---/ Aga mis nende [välistudengite] jaoks siis rolli mängib, ongi siis see, et sellised töötamise võimalused ... et sul oleks seal linnas kergesti elukoht leida ja töökoht! (Hannes Lents, Minule OÜ)

Tartu puhul pannakse välisüliõpilasi elama koos teiste välismaalastega ühiselamusse. Lentsi arvates selline lahkulöömine (eesti ja välismaa tudengite vahel) on negatiivne kahel põhjusel. Esiteks, välismaalased saavad vähem kokkupuuteid kohaliku kultuuriga.

/---/ mina ei poolda sellist lahkulöömist, sest et välistudeng /---/ ta tahabki saada integreerituks, ta tahabki saada osaliseks kultuurist ja kui teda niimoodi eraldi poputatakse, eraldi mingi tähelepanu

pööratakse ja ... esiteks, see nagu viib nagu sotsiaalselt teda eemale nagu sellest, mis ta tegelikult saaks, on ju /---/ (Hannes Lents, Minule OÜ)

Teiseks, kohalikud tudengid jäävad ilma rahvusvahelisest kogemusest ja eri kultuuridega kontaktist.

/---/ ja teiseks /---/ et mida rohkem oleks tegelikult, ütleme nii, välistudengid integreeritud ja võtaksid osa kõike kohalikke tudengite tegevustest ja olemistest ja ... seda rohkem saaks ülikool ka, sest seeläbi saab sellest ka eesti tudeng samamoodi /---/ tudengid, kes võiksid saada sellest rahvusvahelisest kogemustest kultuurivahelistest õppimistest midagi, nemad ei saa ju /---/ (Hannes Lents, Minule OÜ)

Töövõimalustes näeb Lents (Minule OÜ) mitte ainult majandusliku kasu, vaid üht parima viisi kohaliku kultuuriga sotsialiseerimiseks.

/---/ töövõimalus sotsialiseerumiseks selle kohalikku noh kultuuriga on üks väga hea võimalus /---/ (Hannes Lents, Minule OÜ)

Ta toob näiteks Ameerika ülikoolides laialtlevinud huvigruppide süsteemi, mis mängib olulist rolli tudengite sotsialiseerumis- ja õppeprotsessis.

Eesti ülikoolides ei ole seda, sellist traditsiooni, noh Ameerikas on see, et väljaspool seda ülikooli /---/ et seal sa võid tegeleda absoluutselt kõigega, sul on seal nagu nii palju neid huvigruppe ja nad tegelevad oma asjadega. Ja tegelikult, see on üks osa õppeprotsessist, on ju. Ja ka sotsialiseerumis võimalus /---/ (Hannes Lents, Minule OÜ)

Tartu situatsioonis, kus huvigruppide traditsioon ei ole nii tugev, võib selle alternatiiviks olla töökoht.

Samas jällegi, kus seda traditsiooni nii väga ei ole, kus kooli tegevus piirdub, ma ei tea mingi spordiklubiga või millisuguste üksikute tudengiklubidega ... rahvatantsu klubiga Tartu Ülikoolis või mis iganes /---/ et siis ikkagi töökoht on selline hea sotsialiseerumise viis (Hannes Lents, Minule OÜ)

Tartu Linnavalitsuse Aitel Käpa sõnul on Tartus väga vähe selliseid töökohti, kus inimene saaks osaliselt või spetsiaalset haridust või kogemust omamata töötada.

/---/ nõ esimesi töökohti, kui sa lõpetad kooli ära või sa kooli kõrvalt lähed tööle eks ju siis sa ei otsi arvatavasti täiskohaga tööd ja siis sa ei otsi endale eks ole sellist väga vastutusrikast tööd selliseid nõ töökohti kuhu sa ilma kogemusega saad minna, selliseid esimesi töökohti neid on Tartus võrreldes Tallinnaga väga vähe /---/ (Aitel Käpp, TLV)

Põhjust, miks Tartus on tudengite jaoks niivõrd vähe töökohtasid, näeb Lents (Minule OÜ) Eesti riigi poliitikas, mis ei soodusta selliste töökohtade teket ja vastupidi raskendab seda maksude kaudu. Ta toob näiteks Lääne-Euroopat, kus tudengitöökohad on spetsiaalselt loodud ja maksu soodustustega toetatud.

/---/ valitsus ei soodusta, vaid kehtestab makse ja lollakaid süsteeme /---/ Lääne-Euroopa ju kõik teenindus sfäär elab praktiliselt nagu tudengi töökohtadel ... et mis iganes linnas kui seal ülikool on, oodetakse ikka kohvikutesse tudengeid ja muidugi riigid on teinud maksu soodustusi tudengi palkamiseks, sellise osatöötamisele. Ja meil maksu soodustuse asemele tehti maksu tõstmine /---/ (Hannes Lents, Minule OÜ)

Eesti Maaülikooli esindaja Külli Kõrgesaare sõnul on osa nende välisüliõpilastest varem töötanud nt Botaanikaaias ja teenindussektoris.

/---/ meie tudengid, osad on töötanud Botaanikaaias, on töötanud ka kõrtsis nõudepesijana ja ettekandjana. (Küllil Kõrgesaar, EMÜ)

Aga tänapäeva majanduse seisu tõttu on töötamisvõimalused piiratud.

/---/ vaevalt, et see töö leidmine on praegusel hetkel lihtne. (Küllil Kõrgesaar, EMÜ)

Lisaks sellele tekib keeleline probleem.

/---/ On nii, et nad [asutused] võib olla oleks nõus isegi tudengit võtma, aga kui nad kuulevad, et on inglisekeelne, siis öeldakse „et järsku ikkagi ei saadaks seekord ja järgmine kord võtaksime kaks eestlast“ /---/ (Küllil Kõrgesaar, EMÜ)

Lentsi (Minule OÜ) sõnul võiks linnavalitsus või selle ettevõtlusega tegelev osakond palju ära teha selles osas, et julgustada oma ettevõtjaid võtma tudengeid osalise ajaga tööle. Tartu Linnavalitsuse esindaja sõnul on kohaliku omavalitsuse jaoks üks olulisemaid aspekte, et võimalikult palju inimesi töötaksid ja oleksid elanikuks registreeritud, sest nende maksutulud laekuvad kohaliku omavalitsuse kassasse. See tähendab, et sellest situatsioonist, kus välistudengitel oleks loodud/pakutud töövõimalused, võidaksid mõlemad osapooled. Samuti peaks mainima, et see ei ole ainult välistudengite spetsiifiline probleem, vaid see puudutab ka eesti tudengeid.

Miinuste koha pealt nimetati veel Tartu asukohta ning tagasihoidlikke transpordivõimalusi ehk selle eemalolemist suurtest lennujaamadest ja sadamatest, mistõttu Tartusse saabumine on nt Tallinnaga võrreldes ajaliselt kulukam.

/---/ välistudengite jaoks, kui sa juba tuled Ameerikast ja 10 tunnise lennu juurde pead liitma veel 3 tundi selleks ülesõiduks, et see raskendab olukorda /---/ samamoodi, kui tahetakse reisida Eestist teiste Euroopa riikidesse /---/ (Svetlana Vogel, TÜ)

Tartu kui õppimiskoha teemat kokkuvõttes võib öelda, et intervjuueritavate arvates seisneb Tartu üks suurimaid eeliseid selle ülikoolilinna staatuses. Ülikool annab linnale tervikuna teatud unikaalsuse – tegemist on sobiva suurusega, unikaalse (vaimse) atmosfääriga roheline ja noorte

linnaga. Ekspertide hinnangul väljenduvadki suurimad plussid linna üldises eripäras ning pakutud teenuste hinna ja kvaliteedi suhtes. Oluliste miinustena nähakse aga välisüliõpilaste vähest integreeritust kohalikku kultuuri, mille põhjuseks nimetatakse kohalike ja välistudengite elamiskohtade eraldamist ning töövõimaluste vähesust. Probleemiks tunnistatakse ka linna suhteliselt tagasihoidlikke transpordivõimalusi välisriikidega.

3.2.2. Sihtrühmad ja sõnumid

Ekspertintervjuudest selgus, et erinevad organisatsioonid määravad oma peamisi sihtrühmi erinevalt, vähemalt tuginedes asutuste esindajatega läbiviidud intervjuudele. Järgnevalt vaadeldakse lähemalt erinevaid sihtgrupe, kommunikatsioonikanaleid ja nende efektiivsust, ning antakse ülevaade peamistest sõnumitest, mida sihtgruppidele edastatakse. Tulemused esitatakse *case-by-case* ehk horisontaalanalüüsi abil, mis annab võimaluse analüüsida nimetatud teemasid konkreetsete intervjuude/organisatsioonide lõikes.

Tartu Ülikool

Tartu Ülikooli esindaja Svetlana Vogeli sõnul on olulisteks sihtrühmadeks naaberriigid nagu Soome, Läti ja Venemaa (selle lääneosa – Peterburg, Moskva, Novgorod).

*/---/ Soome traditsiooniliselt saadab oma tudengeid ... Eesti on tuntud, naaberriik, asub lähedal /---/
(Svetlana Vogel, TÜ)*

Lisaks nendele on TÜ prioriteetideks Türgi, Hiina ja USA (selle idarannik). Türgit eristatakse eraldi sihtrühmana selle mobiilse ja maksevõimelise tudengkonna tõttu. Lisaks on mõned türgi tudengid Eestis käinud ning on juba jõudnud jagada oma positiivset kogemust.

/---/ Türgi. Sest seal on suur ja mobiilne tudengite elanikkond, nende majandus on nüüdseks juba kasvanud, ehk tihtipeale ei vaja nad toetust, et tulla. Nüüdseks Türgi on Erasmus Exchange liige ning paljud on juba Eestis ära käinud ja nüüd jagavad oma kogemuse seal. (Svetlana Vogel, TÜ)

Ameerika on oluliseks sihtgrupiks eelkõige lühiajaliste ja suveprogrammide korral.

/---/ Ameerika, meie semestri- ja suveprogrammide jaoks on väga hea turg. (Svetlana Vogel, TÜ)

Hiina tudengites kui sihtgrupis nähakse võimalust etnilise mitmekesisuse suurendamiseks.

Samuti püüame saada tudengeid Hiinast, muidu näeb meie ülikool liiga euroopalik välja. (Svetlana Vogel, TÜ)

Samuti hoitakse sidet Saksamaaga, kuna selle riigiga on juba pikaajalised kontaktid.

Saksamaaga on meil ammused sidemed. (Svetlana Vogel, TÜ)

Teisalt eristab ülikool selgelt sihtrühmi õppima tulemise ajaperioodi järgi. Ülikooli puhul eristatakse lühiajalisi (Erasmus, ülikoolide vahelised lepingud jne) ja tasemeõppe välisüliõpilasi. Vogeli sõnul on need mõlemad grupid väga olulised, kuigi ülikool tahaks rohkem saada tasemeõppijaid. Tasemeõppe tudengid on olulised pikaajalises perspektiivis.

/---/ tavalised tudengid ehk tasemeõppe tudengid, nad on siin kauem ning nendest saab värvata edasise õppejaoks tudengeid, noh näiteks kui nad on magistraatuuris võib hankida neid tudengeid doktorantuuri. (Svetlana Vogel, TÜ)

Lühikeseks ajaks tulevad tudengid on olulised, sest nad reklaamivad Tartu Ülikooli oma kodumaal ja koduülikoolis.

/---/ nad [välisvahetustudengid] on nagu info edasi levitajad /---/ (Svetlana Vogel, TÜ)

Vaadates kommunikatsioonikanaleid, on Vogeli sõnul kõige olulisemal kohal Internet, kuna see avaldab väga palju erinevaid võimalusi potentsiaalse sihtrühmaga kontakteerumiseks. Palju kasutatakse näost-näku kommunikatsiooni, seda just välismessidel käies; tehakse otsepostitusi listidesse või saadetakse materjale ka tavapostiga. Internetikanalitest kasutatakse *Google Advertising*'ut, mis on seotud temaatilise otsinguga (esimeseks otsingutulemuseks on just TÜ). Lisaks sellele kasutatakse ka Interneti suhtlusvõrgustikke nagu *Facebook* ja *Twitter*, praegu kaalutletakse ka vene portaali *Vkontakte* kasutamist.

Kõige efektiivsemaks kommunikatsioonikanaliks on Vogeli arvates mitte mingi konkreetne kanal või kampaania tegur, vaid nende kanalite ja tegurite kompleks.

Kommunikatsioon sihtgruppidega toimub peamiselt inglise keeles. Samas kuna sihtgruppideks ei ole ainult noored inimesed, vaid samuti nende vanemad, kes ei pruugi inglise keelt osata, siis selle jaoks tehakse spetsiaalselt tõlgitud materjale.

/---/ tudengid ei ole üksi, kes otsustavad, kus õppida /---/ vanemad on ka väga oluline grupp, aga nemad ei pruugi inglise keelest aru saada /---/ (Svetlana Vogel, TÜ)

Tartu Ülikooli informatsioon on kättesaadav vene, läti, türgi ja hiina keeles.

Peamine sõnum, mida edastatakse sihtgruppidele, on see et 2009. aasta tulemuste alusel kuulub Tartu Ülikool 600 maailma parima ülikooli hulka. Sihtrühmast sõltuvalt rõhutakse

kommunikatsioonis samuti linna unikaalsust ja odavust, võrreldes näiteks UKga; või (nt vanemate puhul) linna turvalisust ja seda, et 2004. aastal sai Tartu UNESCO lastesõbraliku linna tiitli.

Eesti Maaülikool

Eesti Maaülikool näeb oma peamiste sihtgruppidenäe kõikidest Euroopa riikidest tulevaid tudengeid. Oluline rõhuasetus on lähiriikidel, nagu nt Soome, Venemaa, Läti, Leedu ja Ukraina, kuna nendes riikides on Nõukogude ajast veel säilinud positiivne kuvand Tartust kui õppimiskohast.

/---/ Muidugi hea meelega me tõmbaksime ära osad tudengid ka siit oma lähiumbruskonnast Lätist, Leedust, Venemaalt, Ukrainast /---/ kus on veel säilinud siuke teadmine Tartust kui heast õppe, õppimise kohast /---/ (Külli Kõrgesaar, EMÜ)

Lisaks eeltoodud riikidele on sõnumid suunatud veel Türgi ja vähemal määral Hiina tudengitele. Kuna ülikoolis on ainult üks ingliskeelne õppekava, siis ülikooli turustamine ei ole praegu väga aktiivne.

Välisvahetuse ja kraadiõppe kontekstis väärtustatakse mõlemat tüüpi välisüliõpilasi. Kõrgesaare sõnul on kraadiõppe osas rohkem tähtis üliõpilaste arv, samas kui välisvahetuse osas eri riikide esindatus.

/---/ kraadiõppe on rahulikum noh selles mõttes, et kui üliõpilane tuleb, ta tuleb kaheks aastaks, ta tuleb neljaks aastaks või tuleb kuueks aastaks /---/ üliõpilaste arv nagu noh siuke tähtis /---/ vahetustudengid need on natuke hetkelisemad /---/ riigid, kust nad tulevad, et nad on väga erinevad, et nad toovad nagu teistmoodi teadmised ja teistmoodi nagu kogemust juurde ... nii et tahame mõlemaid /---/ (Külli Kõrgesaar, EMÜ)

Kommunikatsioon kohalviibivate ja potentsiaalsete välistudengitega toimub peamiselt e-posti teel. Lisaks sellele on ülikooli informatsioon kättesaadav erinevates Internetiportaalides, nagu nt SmartEstonia, üle-euroopalistes portaalides, mis koondavad kõiki Euroopa magistriprogramme, ning erinevates võrgustikes (nt Euroopa Põllumajandusülikoolide võrgustik, Põhja-Baltimaade võrgustik jne). Maaülikoolil on ka oma lehekülj Facebook'is, kus jagatakse informatsiooni erinevatest üritustest; kommunikatsioon toimub seal suures osas eesti keeles, kuigi aeg-ajalt tekkivad ka ingliskeelsed postitused. Teiste reklaamkanalite seas kasutatakse ajalehte, televisiooni, materjali prospekte ning organiseeritakse kohtumisi koolidega.

Kõige efektiivsema kanalina tunnustab Kõrgesaar korralikku kodulehekülge, sest sealt algab kogu järgmine kommunikatsioon.

/---/ korralik kodulehekülg on alustus. Ja siis on e no siit juba edasi läheb, kuidas see info levib, kas ta levib siis suust suhu, kas ta levib noh Facebookis, kas ta levib vanaemalt lapselapsele noh kuidas iganes /---/ (Küllli Kõrgesaar, EMÜ)

Kommunikatsioon sihtgruppidega toimub peamiselt inglise keeles, kuigi on mõned materjalid ka soome ja vene keeltes, varem oli lisaks sellele veel saksa keeles. Kõrgesaare arvates on arusaadav, et parem oleks minna riiki selle kohaliku keelega, aga probleem seisneb ülikooli võimalustes.

/---/ tegelikult, selge on see, et igale maale on mõttekas minna tema enda keelega. Kõige parem oleks minna, aga noh lihtsalt sõltub sellest palju on siukest kapositeeti ehk lihtsalt momendil on nagu natuke rohkem kokku tõmmatud need asjad /---/ (Küllli Kõrgesaar, EMÜ)

Peamiseks sõnumiks, mida sihtgruppidele edastatakse, on Kõrgesaare sõnul see, et selles koolis, selles linnas, sellel maal on hea õppida. Lisaks sellele rõhutatakse ainulaadset ja rikkumata loodust. Omadussõnadest kasutatakse selliseid sõnu nagu elamisväärtus, looduslähedane, sõbralik, paindlik, põhjamaiselt karge jne.

Tartu linnavalitsus

Aitel Käpa sõnul oleks Tartu kohaliku omavalitsuse perspektiivist kõige kasulikum saada Tartusse võimalikult palju töötavaid inimesi ehk siis pikaks ajaks Tartusse elama või töötama tulevaid välismaalasi.

Kõige stabiilsema tulubaasi tekitavad eks ole muidugi need, kes tulevad Tartusse tööle ... välisüliõpilased aitavad ülal pidada ja teenindusasutused (Aitel Käpp, TLV)

Teiseks sihtgrupiks oleksid turistid, kes tulevad Tartusse päevaks või paariks.

/---/ Turistid jätavad siin kindlasti /---/ ühe päeva kohta siia kõige rohkem raha maha, see on selge. (Aitel Käpp, TLV)

Samas on Linnavalitsuse jaoks need mõlemad grupid olulised ja kasulikud.

/---/ näiteks kohalik omavalitsuse silmis me saame kasu siin noh kõikidest nende sihtgruppidest, aga et me ei eelista ühtegi teisele /---/ (Aitel Käpp, TLV)

Vaadates sihtgruppe riikide kaupa, siis oluline roll on transpordiühenduse olemasolul, mida rõhutasid ka eelnevalt analüüsitud eksperdid. Kui linna on raske kohale saada, ei ole kasu ka

reklaamist. Sellepärast lähtutakse oma sihtgruppide valikul transpordiühenduste olemasolust konkreetse riigiga.

/---/ kui inimesel ei ole siia mugav tulla, siis sa võid inimestele reklaamida Tartut nii palju kui sa tahad, inimesed ikka ei tule /---/ transpordiühenduste olemasolu on kindlasti üks oluline kriteerium sihtgruppi valikul /---/ (Aitel Käpp, TLV)

Praegu on Tartu Linnavalitsuse kõige potentsiaalsemad sihtgrupid Läti, Soome, Rootsi ja Venemaa.

Kommunikatsioonis nende sihtgruppidega rõhutatakse seda, et tegemist on pikkade traditsioonidega ülikoolilinnaga, aga lisaks sellele tuuakse välja ka üldist linnakeskkonda, et siin on Eesti vanim teater, mänguasjamuuseum, varsti saab valmis Ahhaa-keskus jms.

Kommunikatsioonikanalite valik on väga lai, Käpa sõnul kasutatakse nii välireklaami kui Interneti suhtlusvõrgustikke (*Facebook, Twitter*) ning väga vähesel määral ka tele- ja raadioreklaame. Kõige efektiivsem kommunikatsioonikanal on Käpa arvates töö ajakirjanike ja reisikorraldajatega. Reisikorraldajate kaudu püütakse saada rohkem turiste, see seisneb selles, et reisikorraldaja käib Tartus ära ja koostab reisipaketi. Töö ajakirjanikega hõlmab peaaegu sama kontseptsiooni - ajakirjanik tuleb kohale ja kirjutab artikli, mis jõuab erinevatesse maailma paikadesse, erinevate sihtgruppideni, mille kaudu suureneb Tartu tuntus maailmas.

Kommunikatsioon sihtrühmadega toimub selles keeles, mis riigiga tegemist on.

Õppimisvõimalustega välismaal tegeleva organisatsiooni pilk Tartule kui õppimiskohale ja üldiselt ülikoolide väliturundusele

Hannes Lentsi sõnul on väga suur huvi Eesti vastu lätlastel. Neil on Eestist suhteliselt positiivne kuvand, Eesti suunas vaadatakse hea pilguga, nõ alt ülesse kui hea eeskuju suunas.

/---/ Läti messil kui me käisime, siis meie poole pöördus viis noort, kes laksust ütlesid, et nad tahavad Eestis õppida. Kui arvestada seda, et teistel messidel või kus iganes ei ole tulnud kuskilt sellist nagu huvi /---/ (Hannes Lents, Minule OÜ)

Lentsi sõnul võib tegelikult sihtrühmaks olla mistahes riik, kellel on positiivne kuvand Eestist juba olemas. Siiski soovitab Lents olla ettevaatlik selliste riikidega, kust potentsiaalne tulijate arv võib olla väga suur ja kust igal juhul saadakse inimesi, nagu näiteks Hiina ja võib-olla ka Türgi. Lentsi sõnul on paljud koolid seda teed läinud, on vastu võtnud hiinlasi ning saanud oma kasumi.

Eksperti hinnangul ei pruugi see aga hästi mõjuda kooli mainele ja õppekvaliteedile. Lents toob näite ka sellest, et paljud Taani kolledžid on Aasia turu välistanud, kuna on mõistetud, et see võib alla tõmmata õppekvaliteeti. See põhineb hiina tudengite madalast inglise keele tasemest ja õpimotivatsioonist.

/---/ väga madal keele oskus, nad paljudel juhtudel ei ole üldse motiveeritud mitte õppima tulema, vaid pääsema Euroopa Liitu ja vhiit ... nad kaovadki ära ja ongi korras. /---/ pikka perspektiivi silmas pidades see ei ole nagu mõistlik /---/ Mina kui ma peaksin kandideerima välismaa ülikooli tehes teadliku valikut, mina vaataks, kas seal on palju hiinlasi või ei ole! Ausalt! Ma väga kohe vaataks. Et kui nad on seal oma eraldi grupis, on ju, siis OK, las olla, et see mind ei puuduta. Aga kui nad on mu pool grupi on hiinlased, kes keelt ei oska, siis minu jaoks maha visatud raha /---/ (Hannes Lents, Minule OÜ)

Teine sihtkoht on Türgi, mille puhul Lents samuti väljendab kahtlust, kuna tegemist on suhteliselt tundmatu turu ja õppimiskultuuriga. Seal, kus on vähe pakkumisi välisülikoolide osas, on konkurents samuti väiksem ehk seal on kergem nõ „löögile“ pääseda. Aga mõtlema peab pikaajalist perspektiivi silmas pidades, sest õppimisprotsess sõltub konkreetsetest inimestest, kes koos osalevad selles õppeprotsessis.

/---/ See võib ka olla Türgi case /---/ Kui keele oskus on madal, et siis see mõjutab õppeprotsessi oluliselt. Ja ma ütlen, ma ei oska öelda, mis see Türgi puhul nagu tähendab, ma ei tea, milline on Türgi selline nagu õppimise kultuur, kui tuleviku arvestades me võtame täiesti teise kultuuri, ma mõtlen nagu ülikooli sisse, sinna kursuse sisse /---/ et sa ei saa välistada teiste kultuure seal ... et OK, keskendume õppimisele ... ei! see õppimisprotsess ei ole absoluutselt mõjutatud sellest, mis sellel kursusel, kes seal koos on /---/ (Hannes Lents, Minule OÜ)

Huvitav asjaolu tuli välja sellest, et teised intervjuueeritavad ei näe Hiinas ja Türgis nii suurt ohtu ning leiavad vastupidiselt, et nende sihtgruppide tulek oleks väga positiivne, kuna lisaks mitmekesisust Tartus kujunenud rahvusvahelisele profiilile.

Rääkides kommunikatsioonikanalitest, pakub Lents välja neli võimalikku ülikooli, linna või üldisemalt riigi turustamise strateegiat. Esimene on turustada riiki tervikuna, st strateegia, mida kasutavad nt Soome, Holland, USA jt. Selle strateegia eelis seisneb selles, et see aitab konkreetset riiki tuua maailmakaardile. Teiseks võimaluseks on muuta kandideerimisprotsess kõikidesse ülikoolidesse väga kergeks . Sellist strateegiat kasutab nt UK ja mõnda aega proovis ka Soome. UKs see toimib, sest UK ei vaja üldse iseenda reklaamimist, sest ta on niigi tuntud haridusmaastikul; Soomes aga ainult kandideerimissüsteemist ei piisanud. Sellise strateegia miinus ongi see, et see ei ole piisav, kui riik iseend ei müü. Kolmandaks toob Lents välja ühe praegu maailmas väga populaarse turundusetrendi, mis seisneb koostöös agentidega.

Kontseptsioon on lihtne – otsitakse erinevatesse riikidesse endale esindaja, kes tegeleb kohapeal tudengite värbamisega. Miinuseks on, et see on suunatud numbrite suurenemisele, mitte aga kvaliteedile. Ning agentide motivatsiooniks on ainult kasumisaamine.

/---/ ma olen kuulnud erinevatest juhtumistest nendest agentidest, kes suruvadki inimesed oma partnerkoolidesse, sest nende jaoks on see papp /---/ rahale orienteeritud motivatsioonis on nagu suur miinus just. Et see saab selliseks ... rahavabrikuks /---/ (Hannes Lents, Minule OÜ)

Lents lisab, et nendel agentidel ei piisa ka kompetentsi ja professionaalsust.

/---/ agentide maastik on selline lai ja nagu kirju ... enamuse juhtudelt on tegemist selliste, kas väga noorte inimestega, kes näevad siin mingisugust teenimist võimalust, niisuguste keeltekoolidega, kes näevad võimalust teenida selle pealt jne ... et see nagu, olgem ausalt, see ei ole professionaalne /---/ (Hannes Lents, Minule OÜ)

Neljandaks pakub Lents välja koostöö konsultantidega, kes teavad palju erinevate riikide kõrgharidusvõimalustest, kellel on olemas oma koolide võrgustik, kes varustab neid informatsiooniga. Põhimõte seisneb selles, et konsultant varustab potentsiaalse tudengi informatsiooniga erinevatest võimalustest, eri koolide plussidest ja miinustest jne, ning sellise konsultatsiooni tagajärjena saab ülikool endale motiveeritud tudengi, kes on teinud teadliku valiku.

Lentsi sõnul võivad koolid kasutada enda reklaamimist sihtriikides, aga see on väga kallis. Interneti suhtlusvõrgustike suhtes pakub Lents, et see on juba eelmine generatsioon, kuna see keskkond on juba risustatud ning inimesed distantseeruvad sellest. Tulevik võib olla Google'i uues kontseptsioonis, mis pakub uue otsingumootori, mis näitab tulemusi erinevatest sotsiaalkeskondadest ehk mida sinu sõbrad või sõprade sõbrad on kas kommenteerinud, „meeldinud“ (ingl. k. *like*) vms.

Kommunikatsiooni sõnumite kohalt pakub Lents välja esialgu teha selgeks oma konkurentsieelis. Selle välja selgitamiseks võib näiteks küsida välisüliõpilaste käest, mis neile tundub, mille poolest Eesti on kuulus või Tartu puhul küsida kohalike elanike käest, miks nende arvates on Tartus hea olla vms.

Lents lisab, et tegelikult mängib ülikooli valikul suurt rolli ka sisseastumise protsess ja just see, kuidas potentsiaalse tudengiga suheldakse, nt kas vastatakse tema küsimustele, kui kiiresti ta saab vastuse jne. Ehk ka tavaliste ja lihtsate võtetega saab kallutada valikut enda poole.

Sihtrühmade ja sõnumite teema kokkuvõttena võib öelda, et suures osas nende organisatsioonide sihtrühmad ja sõnumid sarnanevad. Esimene fookus on lähiriikidel (nt Soome, Läti, Venemaa), kellel on juba olemas teadmine ja ettekujutus Eestist. Edasi sihtrühmade osas ilmusid teatud erinevused institutsioonide lõikes, nt Tartu Linnavalitsuse sihtrühmaks on veel Rootsi. Ülikoolide ja organisatsiooni Minule esindajate vahel aga ilmusid eriarvamused seoses Türgi ja Hiina kui sihtgruppidega. Üldiselt pidasid kõik eksperdid sihtgruppide määramise oluliseks eeltingimuseks transpordiühendust. Edastatavates sõnumites põhimõtteliselt rõhutatakse ülikoolilinna staatust ja sellega kaasnevat eelistusi. Kommunikatsioonikanalite osas on kõige populaarsem Internet, kuigi kasutatakse ka teisi kanaleid ja turundusstrateegiaid.

3.2.3. Tulevik ja arengud

Käesoleva ploki eesmärgiks oli uurida ekspertide käest, mida nende arvates oleks vaja teha, et muuta Tartut kui õppimiskohta veel atraktiivsemaks ja sobilikumaks paigaks välisüliõpilaste jaoks.

Turundamine

Ekspertintervjuude käigus selgus, et Eesti ja Tartu kui õppimiskoha turundamine välisurgudel on raskendatud, kuna Eesti on väike ja sageli laias maailmas tundmatu riik.

/---/ Eesti kui õppimiskoht tänapäeval ei ole veel eriti tuntud. Hariduse välisurgudel tegutseva riigina Eesti sai võrdlemisi hiljuti, see praktika toimub alles mõned aastad /---/ kuna riik on nii väike, siis naaberriikidest kaugemale ei tea meist keegi (Svetlana Vogel, TÜ)

/---/ Tartut on raske turustada /---/ et ta on niivõrd väike ja meil ei ole midagi noh midagi sellist, mida välismaal väga palju teatakse (Küllli Kõrgesaar, EMÜ)

Kui Eestit aga teatakse, siis tihti seostatakse seda post-sovetliku Ida-Euroopa riigiga, mis omab pigem negatiivset alatooni.

/---/ seal kus teatakse, see ikka veel assotsieerub endise nõukogude liiduga, ehk oodetakse, et siin on selline Ida-Euroopa /---/ (Svetlana Vogel, TÜ)

Või siis teatakse väga vähe või mõned üksikud faktid.

/---/ peale Estonia hukku ja meie maa nime, siis Tartuga nagu ei seostata suurt midagi /---/ (Küllli Kõrgesaar, EMÜ)

Lents pakub välja uurida välismaalastelt, mille poolest nende arvates Eesti kuulus on ning sealt alustada turundusstrateegia loomist. Tema sõnul määratlevad välismaalased Eestit kui IT-riiki.

/---/ aga mille poolest Eesti kuulus on, mis need välistudengid vastavad /---/ et siis nad ikkagi räägivad sellest e-eestist. (Hannes Lents, Minule OÜ)

Tema hinnangul, kui inimesed on juba teadlikud sellest, et Eesti on selline e-riik, siis oleks vaja lihtsalt välja mõelda huvitavaid IT õppimise programme, kuna neid oleks ka lihtne turundada, sest oleks kindel põhjus, miks IT eriala õppida just Eestis.

/---/ kui nüüd inimesed teavad, et see on see IT riik ja kui me saame näidata seda, mida me oleme teinud /---/ sellel on oma taust, miks seda Eestis õpetatakse, et siis on ju kohe põhjus olemas, OK, et kui ma tahan seda õppida, et siis ma tõenäoliselt peaks Eestisse minema. (Hannes Lents, Minule OÜ)

Eesti riiki kui sihtkohta turundatakse üldisemalt Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse (EAS) kampaania *Welcome to Estonia* raames, milles Eestit esitakse positiivse, muutuva ja üllatava riigina. Tartu Ülikooli esindaja arvates on see kampaania väga hea, kuna suurendab teadlikkust ja loob positiivse pildi Eestist.

/---/ väga palju abi on Enterprise Estonia [EAS] üle-eestilise kampaaniast, mis edutab Eestit kui positively transforming, positively surprising [positiivselt muutuv, positiivselt üllatav] /---/ (Svetlana Vogel, TÜ)

Tartu Linnavalitsuse esindaja sõnul on EASi kampaania fookus rohkem Eesti looduse ja Tallinna linna peal.

/---/ kui praegu vaadata, kuidas EAS reklaamib Eestit, siis ... mis asi on Eesti /---/ Eesti on ilus loodus ja Tallinna Vana linn, Eesti ei ole Tartu /---/ (Aitel Käpp, TLV)

Lisaks üldisele Eesti riigi turunduskampaaniale tutvustatakse eraldi Eesti kõrgharidust, mis toimub *Study in Estonia* brändi all, mille raames toimub ülikoolidevaheline koostöö ja Eesti esindamine välismessidel. Selle peamiseks tugevuseks peetakse Eesti nähtavuse suurendamist maailma kõrgharidusmaastikul.

/---/ on nagu üldine üle-eestiline turustus- ja turundusstrateegia väljatöötatud ja käivad ülikoolid koos ennast tutvustamas igas ... igal pool messidel /---/ (Küllil Kõrgesaar, EMÜ)
/---/ turustada Eestit tervikuna /---/ messidel käia seal ... study in Estonia ... et ta toob ütleme nii Eesti kõrghariduse kaardile küll /---/ (Hannes Lents, Minule OÜ)

Tuleb välja, et muutmaks Tartut kui õppimiskohta veelgi atraktiivsemaks sihtkohaks välistudengite jaoks, peaks esialgu tegema Tartu rohkem nähtavaks ja tuntumaks haridusmaastikul.

Sallivus

Jätkates Tartu kui välistudengite õppimiskoha veelgi sobilikumaks paigaks muutmisega, oleks Eesti Maaülikooli esindaja sõnul kõigepealt vaja muuta kohalike elanike suhtumist välismaalastesse ehk teisisõnu arendada sallivust. Tartus on olnud teatud probleemseid situatsioone, mis tulenesid mõnede siin tegutsevate gruppide (nt skinheadid) ja välistudengite konfliktidest. Käesolev situatsioon nõuab lahendust, mis Kõrgesaare arvates seisneks inimeste kasvatamises ja kaasamises.

/---/ ega seda väljastpoolt lahendada tegelikult ju ei saa. Ja mis, mis mõttes, et me keelame siis ära kõik skinhead'id või?! Et see on pikaajaline protsess ja see nõuab kasvatamist, seda tuleb hakata tegema mastmadalast /---/ Aga no sallivus, võiks olla küll selline võtmesõna siin siukeste kohtade peal /---/ (Külli Kõrgesaar, EMÜ)

Sarnasel arvamusel on Tartu Ülikooli esindaja, kelle sõnul on tänapäeval Tartus suhtelist vähe etniliselt ja rassiliselt kohalikest erinevaid inimesi, aga tuleviku perspektiivis nende arv võib suurened. Sellega arvestades oleks vaja kohalikke elanikke „ette valmistada“. Ta lisas, et töö selles suunas juba käib, ja tõi näiteks „Tolerantse Tartu“ projekti.

/---/ meil on vähe inimesi, kes erineks meist etniliselt, näiteks inimesi tumeda naha või aasia näojoontega, sellepärast Tartu juba teeb esimesi samme, et elanikud suhteks teiste etniliste juurtega inimestesse adekvaatsemalt ... selle jaoks tehti sellist kampaaniat nagu „Tolerantne Tartu“ /---/ (Svetlana Vogel, TÜ)

Tartu Linnavalitsuse esindaja ei näe aga välismaalaste ja kohalike vahel toimunud konfliktides väga suurt probleemi, sest need on tema hinnangul vaid üksikud juhtumid, mis statistiliselt vaadates juhtuvad igal pool. Tema arvates ei ole probleem sallivuses, vaid selles, et nende juhtumite tagajärjel kujuneb Tartust negatiivne pilt, mis võib tekitada probleeme Tartu kui õppimiskoha turundamisel välismaal.

/---/ et kui jälle käib meedia uudistest läbi mingisugune lugu sellest, et keegi välistudengitest on kohalike Tartu elanike käest, olgu need siis millist maailma vaadet /---/ peksta saanud. Ja ma olen aru saanud, et ka Tartu Ülikool tegelikult näeb seda tõsise probleemi nende jaoks, sest kuuldus, et sellest, et Tartus välismaalased peksta saavad kuhugi ka juba piiri taha levinud. Aga samas jällegi vaadates nagu statistiliselt sa näed kui tihti seda juhtub, siis ma ei ütleks, et see oleks Tartu puhul, mingisuguseks suureks probleemiks. Sest seda juhtub, aga kui vaadata näiteks ... noh ükskõik millise teise linna, ülikooli linna, kas või mingisugust statistikat, siis seda juhtub seal täpselt sama moodi, aga lihtsalt siin on millegi pärast need üksikud juhtumid, mis on toimunud, on loonud mingisuguse kuvandi sellest, et Tartu on väga välismaalaste vaenulik linn /---/ (Aitel Käpp, TLV)

Sallimatuse küsimustes eri ekspertide arvamused lahknesid. Ühed nägid selles päris tõsist probleemi, teised aga mitte, seletades, et see on statistiliselt tavaline olukord.

Koostöö ja üldine tulevik

Ekspertidid on ühel meelel erinevate organisatsioonide koostöö osas. Nimelt oleks vaja korraldada rohkem koostööd nii ülikoolidevahelisel tasandil kui ka suurendada koostöö linnavalitsuse ja erinevate ettevõtetega.

/---/ on nagu tark kui linn teeb ülikooliga koostööd /---/ (Hannes Lents, Minule OÜ)

/---/ kaasata rohkem oma tegemistesse erinevaid osapooli, kes ka välismaalastega tööd teevad Tartusse kutsumisel, et teha rohkem koostööd ülikooliga, teha rohkem koostööd Tartu ettevõtetega /---/ (Aitel Käpp, TLV)

/---/ ülikoolidevaheline koostöö, noh mingi määral toimub üks ole. Toimub ka ülikoolide ja Linnavalitsusega ... võib olla võiks olla mõni kohapeal tugevam /---/ (Küllli Kõrgesaar, EMÜ)

Eesti Maaülikooli esindaja sõnul on nende ülikooli üks esmavajadusi samuti ESNi (*Erasmus Student Network*) Tartu võrgustikuga liitumine.

/---/no ja me ei ole ju ESNi liige, näiteks see on asi mida me võiksime olla /---/ (Küllli Kõrgesaar, EMÜ)

Ülikoolide esindajate sõnul seisnevad lisaks organisatsioonide vahelisele koostööle prioriteetsed tuleviku suunad ka uute ingliskeelsete programmide ja teenuste arendamises.

/---/ Tudengite jaoks on kõige olulisem see, mida õppida. Sellepärast Tartu Ülikool peaks arendama rohkem programme, sest tänapäeval meil on ainult üks bakalaureuse programm. (Svetlana Vogel, TÜ)

/---/ Rohkem võiks olla inglisekeelseid asju /---/ (Küllli Kõrgesaar, EMÜ)

Tartu Linnavalitsuse esindaja sõnul oleks oluline parandada kohati tekkinud negatiivset pilti Tartust kui välistudengite suhtes ohtlikust linnast.

/---/ et välistudengit Tartus peksa saavad, siis seda kuvandit parandada viimasel aastal üks mõte, et oleks võinud teha Lätis reklaami kampaania, kus on üks mustanahaline ja skinhead plakati peal suudlemas, see oleks nagu selline tore sõnum, mida nagu edastada, aga jäigi mõte tasandile /---/ (Aitel Käpp, TLV)

Organisatsiooni Minule esindaja arvates jääb Tartus puudu sellest tõelisest multikultuursusest ja rahvusvahelisest atmosfäärist, mille lahendus võiks olla välisüliõpilaste intensiivsemas integreerumises kohalikku ellu ja kultuuri.

/---/ Kui just need üliõpilased oleks ka omavahel rohkem integreeritud, et siis ta oleks rahvusvaheline üliõpilastelinn. Et praegu ta on selline kodu keskne üliõpilaselinn. Et siis linn sellist rahvusvahelist segunemist nagu toetaks, jah. Kas siis nende töökohtadena või mingite muude initsiatiividena, kus

need välismaalased oleksid nagu kohati isegi eelistatud kohalike ees, et need oleksid rohkem nagu kohalikega seotud /---/ (Hannes Lents, Minule OÜ)

Kõikide organisatsioonide esindajate arvates välisüliõpilaste arv Tartus kindlasti suureneb, sest statistiliselt see suureneb iga aasta, samuti on selle eesmärgi nimel väga palju tööd tehtud ja ressursse kasutatud.

/---/ Muidugi suureneb. See põhimõtteliselt suureneb iga aastaga /---/ ning kui tekib veel rohkem programme, siis muidugi ... me kõik väga palju töötame selle nimel, väga palju pingutame, panustame palju raha sellesse, et see lihtsalt peab suurenema /---/ (Svetlana Vogel, TÜ)

Lisaks sellele nimetati ka üldiselt tudengite mobiilsuse suurenemist, kuna tänapäeval on selleks loodud head võimalused.

/---/ tudengite mobiilsus on tehtud nagu lihtsamaks ja need programmid on ühtlastatud ja on võimalik kergesti liikuda ja kergesti saada /---/ (Hannes Lents, Minule OÜ)

Tuleviku ja arengu teemade kokkuvõtteks võib öelda, et üks kõige suurem ja aeganõudvam protsess, millega Tartu ja Eesti peavad kõrgharidusmaastikul hakkama saama, on riigi ja ülikoolide tuntuse suurendamine. Lisaks sellele tuli välja, et Tartus on veel palju arenguruumi erinevate koostööprojektide arendamiseks ülikoolide, linnavalitsuse ja teiste organisatsioonide vahel, seda nii sallivuse ja kultuurilise avatuse edendamiseks kui ka uute programmide väljatöötamiseks.

IV. Järeldused ja diskussioon

Käesoleva bakalaureusetöö järelduste ja diskussiooni peatükk on jagatud neljaks alapeatükiks. Järelduste alapeatüki eesmärgiks on vastata uurimisküsimustele. Diskussiooni alapeatükis arutletakse üldiselt töö eesmärgi üle ning pannakse võrdlevalt kahe uuringu tulemused laiemasse teoreetilisse konteksti. Kriitika alapeatükis vaadeldakse uurimismeetodi ja uuringu nõrku kohti. Soovituste alapeatükis antakse praktilisi nõuandeid Tartu kui õppimiskohta turundamiseks ja positiivse kuvandi soodustamiseks välisüliõpilaste poolt vaadates.

4.1. Järeldused

Teoreetilistest lähtekohadest on selge, et imago on kahetasandiline ehk on olemas organisatsiooni eneseimago ning imagod, mis tekivad sihtgruppides, kes organisatsiooniga kokku puutuvad (Past 2007). Käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks oli välja selgitada, milline on tekkinud kuvand Tartusse tulnud välisüliõpilaste seas ning välisüliõpilaste mobiilsusega kokkupuutuvate organisatsioonide kommuniqueeritud kuvand Tartust kui õppimiskohast.

Järgnevalt esitatakse läbiviidud uuringu järeldused nendest kahest grupist ja uuringuküsimustest lähtuvalt.

4.1.1. Tartu kuvand õppimiskohana välistudengite poolt vaadatuna

1. Milline on välisüliõpilaste kuvand Tartust kui õppimiskohast?

1.1. Kuidas/millisenä näevad välisüliõpilased Tartut?

Käesolevas uuringus viidi läbi formaliseeritud küsitlus Tartus õppivate välistudengitega. Ühe meetodina kasutatud semantilise diferentsiaali tulemusena tuli välja, et välisüliõpilased näevad suures osas Tartut positiivses valguses, linna tajutakse turvalise, puhta, oma, avatu, liikuva, värvilise, ligitõmbava ning sõbralikuna. Suhteliselt negatiivse tunnuseks esineb ainult Tartu nägemine aeglase ja külmana. Selget seisukohta ei ilmne *jõuline-jõuetu* ja *killustatud-ühtne*

dimensioonidest. Samas esinesid teatud erinevused vastajate taustatunnuste (nt vanus, soo) lõikes - vanemad vastajad on omistanud enam negatiivseid omadusi (nt võõras, liikumatu jt), nooremad see-eest positiivsemaid (nt oma, jõuline jt). Võttes arvesse, et imago on subjektiivne teadmine (Boulding 1956), mille kujunemist mõjutavad organisatsiooni käitumine ja sümbolkommunikatsioon (Past 2007), võib järeldada, et palju sõltub nii inimese enda eripärast kui saadud kommunikatsioonist. Lisaks sellele on oluline ka keskkond, kus see kommunikatsioon toimus (Past & Vihalemm 2004). Sellest võib järeldada, et nooremate positiivsuse taga võib olla see, et neil on vähem varasemaid kultuurilisi kogemusi. Lisaks sellele nooremad vastajad esindavad suures osas välisvahetustudengeid, millest tuleneb, et nende õppimiskogemused on ajaliselt lühemad, mistõttu puuduvad ka eelarvamused tundmatu ülikooli ja kultuuri suhtes.

1.2. Millisena nähakse Eestit ja eestlasi?

Tõdetakse, et Eesti on innovaatiline ja kiiresti arenev riik. Eestlasi aga peetakse abivalmiks, siiraks, aga samuti ka kinniseks, häbelikuks ja tagasihoidlikuks rahvaks. Lükatakse tagasi väiteid sellest, et Eesti on ikka veel endine Sovetlik riik ning et eestlased on ebaviisakad ja ei järgi häid maneere. Samas tuli kommentaaridest välja, et oli ka teatud grupp vastajaid, kes tulid Eestisse just teatud post-sovetliku eksootikat otsima. Sarnane tulemus tuli ka varasematest uuringutest (vt Taivere 2009), kust selgus, et üheks tuleku põhjuseks oli tõepoolest saada kogemust endisest Nõukogude Liidu riigist, mis praegu areneb väga kiiresti. Nagu näha tulemustest, suur osa vastajatest arvab, et eestlased on eelarvamusteta ja tolerantset. Siiski on osa vastajatest, kes nõustub ka sellega, et eestlased on välismaalaste suhtes ebasõbralikud. Siit on näha, et eestlasi tajutakse nii positiivselt kui negatiivselt. Sellest võib järeldada, et kuvand sõltub sellest, kui palju ja millist kontakti eestlastega saadi, sest mõned arvamused võivad pärineda pigem stereotüüpselt kujutlemisest, samas kui teised otse positiivse või negatiivse kokkupuute tagajärjest.

1.3. Kuivõrd sallivaks, tolerantseks, kultuuriliselt avatuks peavad välistudengid tartlasi?

Kultuurilise avatuse ja sallivuse poolest selgus, et eestlasi ning konkreetsemalt tartlasi nähakse pigem tolerantsetena. Samas küllalt suur osa vastajate viitab kommentaaridest sellele, et aeg-ajalt toimuvad ka Tartus ebaõiglase / mittetolerantse kohtlemise juhtumid. Selliste juhtumite esinemist kinnitavad ka välisüliõpilastalituse esindajad (Tensing 2010) ning mõned meedias kajastatud juhtumid (nt Mets 2010). Eelmistest uuringutest selgus (Taivere 2009), et *skin-headid*

olid üheks aspektiks, mida kardeti enne Tartusse tulekut. Samast uuringust (Taivere 2009) tuli välja, et välistudengite arvates on olemas erinevus tavaliste kohalike elanike vahel ning inimeste, kes on huvitatud välistudengitest, nagu nt ESNi (*Erasmus Student Network*) liikmed, endised Erasmuse tudengid. Selline situatsioon võib viidata sellele, et suures osas on tartlased suhteliselt kultuuriliselt suletud. Võib eeldada, et suures osas suhtlevad välistudengid Tartus just inimestega, kes on nendest huvitatud, mis omakorda võib soodustada ka üleüldist positiivsemat kuvandit eestlastest.

Kokkuvõtteks võib järeldada, et välisüliõpilastel on suhteliselt positiivne kuvand Tartust kui õppimiskohast. Samas vähesel määral, aga kehtivad sellised negatiivsed aspektid, nagu näiteks Tartu nägemine külmana jms, vastuoluline tolerantsuse kogemine jt, mis teooriast lähtuvalt võivad saada positiivse kuvandi takistuseks. Käesoleva uuringu kontekstis üheks aspektiks, mis võis mõjutada imago kujunemist konkreetsest kohast, on kontakti hulk erinevate gruppide esindajatega kohapeal. Käesolevale tööle eelnenud seminaritööst (Reili 2010) ilmses, et kõige enam ja kõige tihedamini suhtlevad välistudengid teiste välismaalastega. Eestlastest üliõpilaste ja sõprade-tuttavatega suheldakse tunduvalt vähem. See võib olla tingitud asjaolust, et välisüliõpilased elavad Tartus suhteliselt eraldatuna teistest (eesti) tudengitest; põhjus võib peituda ka kohalike tudengite üleüldises motivatsiooni vähesuses luua uusi tutvusi (mh ka välismaalastega).

2. Mille alusel kujuneb otsus tulla Eestisse õppima?

2.1. Mis on kõige olulisemad kriteeriumid, miks tullakse Eestisse/Tartusse õppima?

Eestisse/Tartusse tuleku põhjustest nimetati esiteks konkreetset ülikooli, samas riik ja kohalik kultuur omavad samuti olulist kohta. Tulemuste analüüsis välja toodud seoseanalüüsi põhjal võib järeldada, et vanemate (nt doktoritudengid) välistudengite jaoks oli olulisemal kohal just ülikool, samas noorematel (bakalaureuse- ja magistritudengid) kohalik kultuur ja sotsiaalne elu. Läbiviidud välisvahetustudengite (sh Erasmus) uuringust (Taivere 2009) selgus, et ka selle grupi jaoks on olulisemal kohal konkreetne riik, kultuur ja sotsiaalne elu. Selline tulemus on suhteliselt oodatav, sest on eeldatav, et vahetusüliõpilaste ja kohati bakalaureusetudengite prioriteediks ei ole ainult õppimine, vaid ka sotsialiseerimine; magistri- ja doktoritudengid see-eest on rohkem tõsised hariduse ja teaduse suhtes.

Konkreetsimateks Tartusse tuleku valikukriteeriumiteks nimetati juba olemasolevat kontakti Eesti ja eestlastega ning nõ kergelt ligipääsu (transport, viisad jne). Kommentaarides lisati, et linn on rahvusvaheline ning omab unikaalset õhkkonda, mis osutus samuti üheks tuleku kriteeriumiks. Olulise aspektina ilmnis, et kolmandik vastajatest märkis tuleku kriteeriumiks töötamisvõimalusi. Aga hiljem rahulolu hindamisel märkis üle poole vastajatest, et nad ei ole töövõimalustega rahul. Sellised tulemused näitavad, et see on tõepoolest üks probleemne koht, mida oleks vaja parandada.

2.2. Milliseid kommunikatsioonikanaleid kasutati Tartust informatsiooni kogumiseks ja otsuse langetamiseks?

Populaarsemateks kommunikatsioonikanaliteks, mida kasutati õppesihtkoha valikul, osutusid nõ personaalsed Tartu kui sihtkoha tutvustused (messid, tööandja jne) ning meedia (populaarsed Interneti leheküljed nagu *Youtube* jt, sotsiaalsed võrgustikud nagu *Facebook* jt, blogid, artiklid ajalehtedes ja ajakirjades, jne). Eelmistest uuringutest (Taivere 2009) selgus, et olulisteks infoallikateks oli suures osas Internet (sh *Vikipeedia*, *Visittartu*, ülikoolide veebid, *Google*, *Facebook* jt) ja näost-näku kommunikatsiooni (sh koordinaatoreid). Samas käesolevas uuringus võrreldes eelmistega uue aspektina tuli see, et olulisel kohal on sellised personaalsed allikad nagu messid, infopäevad, tutvused Eestis jms. Lisaks suhteliselt palju rõhuti ka ajakirjade ja – lehtede olulisust. Selline tulemus on seletatav sellega, et eelmises uuringus vaadeldi ainult välisvahetustudengeid, käesolevas aga kõiki (sh ka tasemeõppijaid). Sellest võib järeldada, et välisvahetustudengid otsivad rohkem informatsiooni ise (Internet jt) või kasutades kodu või välisülikooli koordinaatoreid, samas kui tasemeõppijad valivad erinevate ürituste (messid jt) ning reklaammaterjalide (infotrükised jt) kaudu.

2.3. Kuivõrd on välisüliõpilased rahul tehtud otsusega tulla Eestisse õppima?

Jätkates rahulolu küsimusega, selgus uuringust, et suures osas on välisüliõpilased rahul Tartuga ning oma otsusega tulla siia õppima. Tuli välja, et suuremat rahulolu pakub Interneti kättesaadavus ja erinevad aspektid, mis on seotud ülikooliga (kontaktid, dokumentatsioon jne), vabaaja veetmisega jms. Üldist rahulolu kinnitab ka asjaolu, et töö autori poolt koostatud seminaritöö analüüsi tulemused näitavad, et suur osa vastajatest oleks kaalutlenud Tartusse tagasi

tulekut ning hea meelega soovitaksid seda kohta ka teistele tudengitele (Reili 2010). Sellest võib järeldada, et välisõliõpilased on tõepoolest rahul tehtud otsusega tulla Eestisse õppima.

Kokkuvõtvalt võib järeldada, et otsus tulla Eestisse õppima kujuneb erinevatest faktoritest, mille olulisus varieerub sihtgruppide lõikes ning sõltub saadud kommunikatsioonist. Peamised kriteeriumid on ülikool, riik, kultuur ja sotsiaalne elu. Teisesed, aga samuti olulised on erinevad aspektid nagu kontaktid Eestis, kerge viisataotlus jms. Vajalik informatsioon otsuse langetamiseks saadakse personaalsetest kontaktidest (messid, koordinaatorid jms) ning teistest infoallikatest (Internet, meedia jms). Asjaolu, et välisõliõpilased on suures osas oma kogemusega rahul, annab põhjust järeldada, et üldiselt toimub aus ja tasakaalustatud kommunikatsioon sihtgruppiga nii enne Tartusse saabumist kui kogu siinviibimisel.

4.1.2. Ekspertide hinnang Tartule kui õppimiskohale

3. Milline on ekspertide hinnang Tartule kui õppimiskohale?

3.1. Millised on Tartu kui õppimiskoha plussid ja miinused?

Ekspertide arvates seisneb Tartu üks suur ja oluline eelis just selles, et see on ülikoolilinn. Tartu suurimate plussidena tõid eksperdid välja järgmisi aspekte: kohalike toodete ja teenuste soodne hinna ja kvaliteedi suhe, füüsiline keskkond (ilus loodus, renoveeritud ühiselamud), mitmekesine seltsielu, unikaalne atmosfäär ja vaimne keskkond. Üldkujul tulid need samad aspektid välja nii käesolevast välistudengite küsitlusest kui eelnevatest uuringutest (Taivere 2009).

Miinustena nimetasid eksperdid Tartu asukohta ehk selle kaugust suurimatest sadamatest, lennujaamadest jms ning sellest tulenevalt tagasihoidlikke transpordivõimalusi, mistõttu Tartusse tulemine on ajaliselt kulukam võrreldes nt Tallinnaga. Samuti mõned eksperdid lisasid, et miinusteks võib olla väike hulk välistudengitele mõeldud töökohti ning välisõliõpilaste suhteliselt nõrk integreeritus kohaliku ellu ja kultuuri. Tartu välistudengeid küsitledes tuli välja, et nemad suures osas ei näinud probleemi Tartu asukohas ja transpordiühenduses ning vastupidiselt olid sellega suhtelist rahul. Ka teistest uuringutest (nt Taivere 2009) tuli välja, et mõned välistudengid isegi kiitsid transpordiühendust teiste riikidega. Muidugi siin tuleb ette

asjaolu, et ühed on juba siin olevad tudengid ning teiste all võib vaadelda potentsiaalseid välistudengeid, kelle jaoks transpordiprobleem võib tõepoolest esineda. Probleemseks kohaks käesolevas uuringus jäi tõepoolest välistudengite suhteline isoleeritus kohalikest. Huvitav asjaolu tuli sellest, et varasemas uuringus (Taivere 2009) välistudengid küll tõdesid isoleeritust, aga ei näinud selles suurt probleemi.

3.2. Kes on Tartu kui õppimiskoha kõige potentsiaalsemad sihtrühmad?

Vaadates Tartut kui õppimiskohta, võiks sihtgruppe jagada kolmeks: naaber- ehk lähiriigid, Euroopa riigid üldiselt ja üksikud geograafiliselt kaugemal asuvad riigid, nagu Türgi, Hiina, USA. Need sihtgruppid eristuvad selle poolest, kas Eesti on seal juba tuntud riik või Tartust kui õppimiskohast on positiivne kuvand olemas, või selle riigiga on hea transpordiühendus, või lihtsalt vaadeldav riik omab suuremat potentsiaali ehk seal on suur mobiilne tudengkond. Samas eri ekspertide arvamused lahknesid mõnede turgude otstarbekuse osas. Nii näiteks mõne eksperdi sõnul ei pruugi Türgi ja Hiina olla perspektiivikad, kuna tihti sealsete tudengite inglise keele tase ja õpimotivatsioon ei ole piisavalt hea, et osaleda teiste tudengitega võrdselt õppimisprotsessis. Mõeldes siin kuvandi peale, võib järeldada, et sellest, millised tudengid ja kui edukalt osalevad õppeprotsessis ehk milliseid tulemusi (teadustöö, uuringud jne) nemad produtseerivad, sellest sõltub ka välispilt ülikoolist. Ei tohi ära unustada, et õpisihtkoha nii kommunikeeritud kuvandi jaoks on väga olulisel kohal akadeemilised saavutused ja vilistlaste staatus (Rooijen 2008). Sellest võib järeldada, et ülikoolid peavad väga hoolikalt valima oma sihtgruppe.

3.3. Milliseid kanaleid on parem kasutada tulevate välisüliõpilaste tähelepanu äratamiseks ning efektiivsema kommunikatsiooni konstrueerimiseks?

Kommunikatsioonikanalite poolest pidasid kõik eksperdid väga efektiivseks Internetti. Samuti kasutatakse ka teisi kanaleid, nende seas näost-näku kommunikatsiooni, osalemist messidel, otsepostitusi, välireklaami, trükimaterjale jne. Kõik need kanalid olid populaarseteks infoallikateks ka Tartu välistudengite jaoks, millest võib järeldada, et need on tõepoolest head kanalid sihtrühmadega kommunikeerimiseks. Samas selle aspekti juures on olulised just konkreetsed allikad, mida tudengid kasutavad, käesolevas küsitluses nimetati selliseid portaale nagu *Vikipeedia*, *masters.com*, *Youtube*, erinevad blogid. Eelmistes uuringutes (Taivere 2009) nimetati lisaks: *Visittartu*, *Visitestonia*, *GooglePicture*, *Facebook*, *Myspace*, ülikooli koduleht. Konkreetsete portaalide tundmine on oluline, sest muidu Internet on piirideta ning informatsiooni

panemine kuhugi, kus su sihtgrupp ei liigu, ei ole produktiivne. Samas erinevaid portaale tuleb kogu aeg juurde, mistõttu on oluline olla kogu aeg toimuvaga kursis. Lisaks eelpool nimetatule töid eksperdid välja ka erinevaid kommunikatsioonistrateegiaid, nagu nt töö ajakirjanikega, riigi turustamine tervikuna, koostöö välisagentide või konsultantidega jms.

Rääkides kommunikatsioonist, on oluline üle vaadata ka sihtgruppidele edastatavad sõnumid. Nendest nimetasid eksperdid näiteks järgnevaid: tegemist on pikkade traditsioonidega ülikoolilinnaga, et selles koolis, selles linnas, sellel maal on hea õppida (EMÜ); et ülikool kuulub 600 maailma parima ülikooli hulka (TÜ) jne. Lisaks rõhutatakse sõltuvalt auditooriumist unikaalsust, odavust, turvalisust, sõbralikkust jne. Võib järeldada, et sõnumi osas on mõttekas küsida otse välistudengitelt, miks nende arvates Eestis ja konkreetselt Tartus on hea õppida. Käesolevas uuringus seda otseselt ei uuritud, aga vaadeldi rahulolemist erinevate aspektidega ning nõustumist esitatud väitega, kust selgus, et Eestit nähakse innovaatilise riigina, rahul ollakse Interneti kättesaadavusega, rahvusvaheliste kontaktidega jms. Varasemates uuringutes (Taivere 2009) nimetati Tartut kultuuri ja hariduse pealinnaks; meenutati, et Skype on Eestist; kiideti ööelu Tartus. Seega võib ka selliseid aspekte kasutada kommunikatsioonis sihtgruppidega. Palju sõltub konkreetselt sihtrühmast - tervet õppeperioodi otsivatele tudengitele võib tõepoolest kommunikeerida ülikooli staatusest, samas lühiajalistele ehk vahetustudengitele võib mainida ka sotsiaalset elu, konkreetse eriala otsivate tudengitele võib seletada, miks seda õppida just Tartus jne.

Üldiselt kommunikatsiooni ja turundamise aspektist on ekspertide hinnangul nõrgaks kohaks see, et Eesti ei ole veel laias maailmas väga tuntud riik. Kuigi on olemas kampaaniad (nagu *Welcome to Estonia, Study in Estonia*), mille abil püütakse riigi ja ülikoolide tuntust suurendada, läheb ekspertide hinnangul aega, enne kui Eestil ja Tartul kui õppimiskohal moodustub positiivne kuvand ning tekib kindel positsioon haridusmaastikul. Samas võib seda soodustada populaarsemates Interneti keskkondades, väljaannetes, messidel nähtavus ja uute strateegiate kasutamine.

3.4. Mis annaks Tartus arendada, et muuta seda õppimiskohana veel atraktiivsemaks ja paremaks paigaks?

Arengusuundadest Eesti riigi ja hariduse turundamise ja kommunikatsiooni kõrvale nimetasid eksperdid vajadust panustada kohalike elanike integreerumisse rahvusvahelisse keskkonda, sallivuse edendamist, koostöö suurendamist jne. Käesolevast välistudengite küsitlusest tuli välja, et välistudengite jaoks oli probleemiks vähene kontaktide kättesaadavus eestlastega ning töövõimalused. Varasemast uuringust (Taivere 2009) tõdeti, et ülikool võiks rohkem panustada reklaami ja turustamisse potentsiaalsetele välisvahetusstudengitele. Sellest võib järeldada, et Tartut muutmisel õppimiskohana veel atraktiivsemaks ja paremaks paigaks oleks vaja lähtuda nendest välistudengite poolt välja öeldud probleemidest ning sealt liikuda edasi uute inglisekeelsete programmide loomisega jms. Samas võib rohkem planeerida kommunikatsiooni lühiajaliste sihtgruppidega (sh Erasmus, ülikoolide vahelised lepingud jne), sest praegu suures osas kommunikatsioon toimub ainult kodu- ja vastuvõtva ülikooli koordinaatorite kaudu. Ette heideti (Taivere 2009) seda, et esimesed sageli ei oma piisavalt informatsiooni (nt reklaammaterjale vms).

4.2. Diskussioon

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks oli kohalolevate välistudengite ja ekspertide kuvandi Tartust kui õppimiskohast väljaselgitamine ning sellest lähtuvalt tulemuste kombineerimine probleemsete ning eeliste kohtade leidmiseks, et muuta kommunikatsiooni paremaks ja õppesihtkoht atraktiivsemaks. Eesmärgi täitmiseks sai püstitatud uurimisküsimused, millele eelpool sai vastatud. Järgnevalt vaadeldakse uuringust selgunud peamisi probleemseid ja eeliseid ning arutletakse nende võimaliku lahenduse või ärakasutamise võimaluste üle.

Nii käesolevast välistudengite küsitlusest kui ekspertintervjuudest kui ka varasemast Taivere (2009) uuringust selgus, et välisüliõpilased Tartus on suhteliselt eraldatud kohalikest tudengitest. Näiteks on osa vastajatest kurtnud, et välisüliõpilasi pannakse elama eraldatuna kohalikest, samuti kurdeti, et mõned kursused on ainult välisüliõpilaste jaoks jms. Vaadeldes konkreetselt majutuse probleemi, on näha, et see on suhteliselt raske olukord, sest üheltpoolt, kui välismaalased elavad ühes kohas, moodustub teatud rahvusvaheline atmosfäär, mis pakub osalejatele eri kultuuride tundma õppimist. Teiselt poolt kui välistudengid ei tööta ega osale teistmoodi aktiivselt kohalikus elus (nt huvigrupid, spordiklubi vms), elamine koos kohalikega

soodustaks rohkem integreeritust ja sotsialiseerimist. Eesti tudengite perspektiivist elamine koos välismaalasega pakuks omapärast kultuurilist kogemust. Samas varasema uuringu ekspertintervjuust kohaliku koordinaatoriga (Taivere 2009) selgus, et välismaalasi ei panda koos kohalike tudengitega, sest suures osas tuleb välja, et kohalikud tudengid võtavad võrreldes välistudengitega elu ja õppimist tõsisemalt. Läbiviidud analüüside põhjal võib öelda, et üldistada, et kõik välistudengid on peoloomad ning tulid siia ainult lõbutsemiseks, on samuti viga. Võib-olla välisvahetustudengid tõepoolest suhtuvad õppesse natukene lödvemalt, aga see on ka erinev iga konkreetse välistudengi puhul. Selle situatsiooni üheks võimalikuks lahenduseks on näiteks spetsiaalse portaali loomine, kust oleks võimalik üürikohta leida või olemasolevate kinnisvara portaalide jagamist, samas viimastes võib osutada probleemiks, et need on eestikeelsed. Üldiselt enda välisõppekogemusest ma võin öelda, et teistes riikides (nt Holland, USA) püütakse vastupidi nõ segada kohalikke ja välismaalasi, mis omakorda soodustab ja suurendab kultuuridevahelist kommunikatsiooni ja rahvusvahelise atmosfääri kujunemist. Sageli on raske leida kontakti kohalike tudengitega, sest nendel on oma rutiinne elu (võrreldes välisüliõpilastega, nt ülikool-kodu-töö-oma sõpradega väljaskäimine vms), kuhu on raske niisama nõ „sisse trügida“, mida aga kergendab ühine tegevus, olgu see kooselamine, -õppimine, -töötamine vms.

Töötamisvõimalused on järgmine aspekt, mis tuli välja nii välistudengite küsitlusest kui ekspertintervjuudest. Töövõimalused oli oluliseks valikut soodustavaks kriteeriumiks, kuigi reaalsete pakutavate võimalustega ei jäänud kohapeal rahule. Tõepoolest, tänapäeval ei ole Tartus piisavalt välistudengitele suunatud töövõimalusi. Ekspertide sõnul seisneb probleem selles, et valitsus ei toeta selliste töökohtade teket. Samas see võiks olla kahepoolselt kasulik, nt avalikes teenindusasutustes välismaalaste nägemine (nt ettekandjatena, mis muidugi võib eeldada teatud eesti keele oskust) võib mõjuda ka „harivana“ linlaste jaoks, sest muidu võib-olla ei satuta niivõrd kokku välismaalastega. Võrreldes seda situatsiooni Euroopa selliste multikultuursete riikidega, nagu näiteks Holland, on näha, et seal on olemas isegi spetsiaalsed bürood, mis otsivad töövõimalusi spetsiaalselt välisüliõpilaste jaoks. Meil ei ole välistudengeid veel nii palju, et luua terve büroo, aga ülikool koostöös linnavalitsuse ja erinevate ettevõtetega võiks küll moodustada ning pakkuda selliseid töökohti.

Käesolevast välistudengite küsitlusest ning ka varasematest uuringutest (Taivere 2009) selgus, et suur osa vastajatest ei ole rahul kontaktide kättesaadavuse eestlastega. See veelkord kinnitab ja

tõestab vajadust suurema välistudengite kohaliku kogukonda integreerumise järele. Oluline selle juures on ka see, et seoseanalüüsides ilmnes, et need tudengid, kes olid rahulolematud enda valikuga tulla Eestisse, olid ka rohkem rahulolematud kontaktidega eestlastega, ja vastupidi. Siit on näha, et välisõppe ajal kontakt vastuvõtva kultuuri esindajatega mängib väga olulist rolli ning võib öelda, et kujundab suures osas ka lõplikku hinnangut õppimiskohale ja saadud kogemusele. Tulles siinkohal tagasi Berry (2006) akulturatsiooni teooria juurde, võib öelda, et just integratsioon on parim viis kultuuridevahelise kommunikatsiooni protsessis, sest see soodustab otsest kontakti erinevate kultuuride esinejate vahel, mis omakorda viib reaalsete (mitte stereotüüpsete) faktide väljaselgitamisele ning selle kaudu reaalse ehk pigem positiivse kuvandi kujunemisele. Peab tõdema, et majutuse jagamine või töötamine kohalikega võiks tõepoolest soodustada integratsiooni protsessi. Praeguses olukorras toimub lähtuvalt Berry (2006) teooriast eraldumine, mis on pigem negatiivne protsess, sest võib soodustada stereotüüpset imago formeerumist.

Järgmiseks aspektiks, mis tuli välja nii välisüliõpilaste küsitlusest kui ekspertintervjuudest, on kohalike elanike tolerantsus erinevate kultuuride esinejate suhtes. Üldiselt on sallimatuse, diskrimineerimise, rassismi ja teiste ebavõrdse ja ebaõiglase kohtlemise ilminguid uuritud igal pool maailmas, aga nagu näha, probleem eksisteerib ikka veel. 100% toimivat ja kiiret lahendust sellele pole veel leitud. Samas võiks lahendus peituda pikaajalises perspektiivis ning alguse saada perekonnast ehk kasvatuses. Nagu kirjutab Hans Oberdiek (2001), on raske kasvatada lapsi nägema head selles, mis meile tundub imeliku või solvavana, aga samas jõupingutus on seda väärt, sest siis tolerantsus ei jää raskestimõistetavaks ja vastumeelseks. Kuidas siis suurendada täiskasvanute motivatsiooni probleemi lahenduseks? Anu Masso (2008) doktoritööst võib leida, et Eesti ühiskond on sisemiselt eristunud kultuurilise avatuse poolest ning seda võiks parandada, näiteks pikaajaliste investeeringutega võõrkeelte õpetamise ning haridusse. Ülikoolide esindajate sõnul oleks vaja valmistada inimesed ette ning kaasata rohkem probleemi lahendamisse. Esimesi kindlaid samme selles suunas alustati juba eelmisel aastal, kui alustati „Tolerantse Tartu eestkostevõrgustiku“ projektiga. Praeguseks on see projekt lõppenud, mille tulemuseks on näiteks see, et lepiti kokku tihedama koostöö läbiviimises ülikooli ja linnavalituse vahel. Näiteks tegi abilinnapea Jüri Sasi ettepaneku taastata maavalitsuses iganädalased koosolekud, teemaks nädala kuritegevuse ülevaade ning võimalike ennetustegevuste

planeerimine (nt et vältida rassistlikke vägivaldajuhtumeid). Samuti sõlmiti konverentsil koostööleping mitmete organisatsioonide vahel.

Lisaks sellele võib teha koostööd ka koolidega. Praeguseks mingi töö selles suunas juba käib, et politsei käib koolides rääkimas, mõnikord võetakse kaasa ka välismaalasi jms. Aga rohkem kasu oleks veel sellest, kui erinevate rahvuste esindajad saaksid teha koolis temaatilisi tunde, kus räägitaks oma kultuurist, traditsioonidest jms. Sest niimoodi õpiksid kohalikud inimesed juba koolipingist tundma teistest rahvusest inimesi.

Samas selline hea esialgne suund probleemi lahendamiseks on juba eelpool väljatoodud välistudengite integreerumise viis kohalikku ühiskonda töövõimaluste ja elamiskohtade kaudu. Nimelt, kui välistudengid töötaksid või elaksid koos teiste eesti tudengitega, siis kohalikel oleks samamoodi rohkem kontakti teiste kultuuride esindajatega, mille kaudu toimuks nende kahe grupi suurem teineteisest tundma õppimine, mis Tartu puhul soodustaks üldist tolerantsuse taset ning tõstaks üldist linna rahvusvahelist staatust.

Eelpool toodud on probleemsed kohad, mis esinevad Tartus ning nõuavad lahendust, et muuta Tartut kui õppimiskohta veelgi paremaks ja atraktiivsemaks. Teine aspekt uuringu kontekstis on see, et on kaks erinevat asja – juba siin olevate tudengite kuvand ning teisalt turunduslik aspekt, mis pole enam mõeldud neile tudengitele, kes on juba siin, vaid tulevastele. Tõepoolest suures osas siia tulnud tudengid omasid mingit eelnevat kontakti või kokkupuudet Eestiga või eesti kultuuriga. Siin muutub oluliseks küsimus, kuidas turundada Eestit neile, kes Eestist midagi ei tea ning igasugused kontaktid puuduvad? Vastus peitub kommunikatsioonis ja selleks kasutatavates allikates. Vaadeldes välistudengi profiili, on see küllalt noor inimene, mobiilne, sotsiaalselt aktiivne jms (Reili 2010); ehk sellest võib eeldada, et need inimesed võivad kasutada sarnaseid kommunikatsioonikanaleid informatsiooni hankimiseks.

Kommunikatsioonikanalitest kinnitasid nii välisüliõpilased kui eksperdid suures osas Interneti, personaalsete kontaktide ning muude laialt levinud allikate (sh meediat, infotrukiseid jms) kasutamist. Selle koha pealt võib öelda, et ühelt poolt on väga positiivne, et ülikoolid käivad ajaga kaasas ning kasutavad palju ka nn uut meediat ehk levitavad informatsiooni erinevate Interneti ressursside kaudu. Samas Internet muutub üha enam informatsiooni ja

turundussõnumitega üleküllastatuks. Situatsiooni väljapääsuna on kaks teed, esiteks luua kasutajasõbralikke kodulehti (süsteematiseeritud, kerge leida vajalikku ja olulist infot) ning teisalt personaalsus ehk võiks jagada teiste üliõpilaste arvamusi oma institutsioonist. Näiteks on näha, et küllalt populaarne inforessurss on blogid ning võib eeldada, et on osa välisüliõpilasi, kes siin olles kirjutab enda seiklustest oma blogis. Ning seda võib kasutada ära, näiteks õpingutest tagasisidet korjates uurida välistudengitelt ka seda, et kas nad on pidanud mingit blogit vms ning kui jah, kas ülikool võiks jagada seda teistele tulevatele tudengitele. Ka varasemas uuringus (Taivere 2009) töid intervjueritavad välja, et enne otsuse tegemist meeldiks neile lugeda blogi, mis on kirjutatud nende kaasmaalaste poolt.

Üldiselt läbiviidud analüüside põhjal tundub, et ülikoolid võiksid panustada rohkem „koostöösse“ olemasolevate välisüliõpilastega, et saada endale uusi. Esiteks saab nendelt uurida kõiki nõrku kohti ehk mida annaks veel parandada nii kommunikatsioonis kui üldises situatsioonis. Teiseks kannavad nad teadmise ja sõnumi edasi ehk ka need inimesed, kes veel ei tea, saavad teada, et on olemas selline koht nagu Tartu jne. Lisaks sellele võiks neid kaasata uute välistudengite nõustamisse, sest kes oskab paremini vastata kõikidele küsimustele seoses elamisega võõras riigis kui see inimene, kes on seda juba ära teinud. Selleks võiks lihtsalt olemasolevate tudengite käest küsida, kas nad on nõus jagada oma kontakti ning vajadusel vastama mõnele küsimusele. Tulles tagasi teooria juurde, siis juba Dowling (2002) nimetas faktoreid, mis soodustavad riigi kuvandi teket, mille seas on turistid, suhtlemine inimestega, kes on juba käinud selles riigis, aga samuti riigiga seotud meedia kajastus, poliitika jms. Sellest suhtlemisest inimestega, kes on juba käinud/elanud/õppinud selles riigis, saaks tulevane tudeng palju olulist informatsiooni ehk ta õpiks kui nii võib öelda teiste vigadest ehk ta oleks tulles rohkem valmis, teades võimalikke probleeme, mis omakorda, kui need probleemid isegi tekkivad, ei jätaks nii negatiivse jälje võrreldes sellega, kui see juhtuks ootamatult, mis üldkokkuvõttes soodustaks positiivse kuvandi kujunemist.

Vaadeldes lisaks kommunikatsioonikanalitele kommunikatsioonisõnumeid, mõne eksperdi sõnul ei kasutata praegu turunduses kogu võimaliku potentsiaali. See seisneb selles, et käesolevas läbiviidud välistudengite küsitluses ja ekspertintervjuus, aga ka varasemates uuringutes (nt Taivere 2009) selgus, et Eestit tõepoolest nähakse kui e-riiki. Mis tähendab, et võib-olla on mõttekas vaadelda, milliseid programme IT valdkonnast meie ülikoolid saavad pakkuda ning

ehitada kommunikatsiooni ka sellest aspektist lähtudes. On teada, et „võitja“ brändid on need, mis on rikkad emotsionaalses tähenduses ning kutsuvad esile teatud assotsiatsioone (Morgan et al 2002). Ning kui Eestist on juba olemas selline tugev kuvand, siis võib-olla ei ole vaja leiutada midagi uut ja teadmatut, vaid kasutada ära seda, mis on juba olemas.

Maailmas on üle 29 000 ülikooli. Praegu kasutatud sõnumid on liiga üldised selleks, et läbi murda niivõrd tihedas konkurents. Olgem ausad, iga ülikooli või ülikoolilinna kohta võib öelda, et see on unikaalne ja oma traditsioonidega. Odavus, kvaliteet ja turvalisus on küll ülikooliti kõikuv aspekt, aga me ei saa öelda, et Tartu on kõige odavam ja turvalisem maailmas. Suhteliselt tugev aspekt on tõepoolest see, et ülikool on 600 parima seas, mis kaudselt võib viidata selle akadeemilistele saavutustele või vilistlaste staatusele, mis Rooijen'i (2008) hinnangul on näiteks üheks oluliseks faktoriks, millele võiks toetuda õppesihtkoha kommunikeeritud kuvand.

Muidugi iga ülikool on väga spetsiifiline, oma nägemuste ja arusaamadega teadusest, oma traditsioonidega. Nii Tartu Ülikool on akadeemiline, samas kui Eesti Maaülikool on rohkem praktilistele teadmistele suunatud. Selline teatud eripära on muidugi hea, kuna aitab sihtgruppidele enda soovist lähtuvalt valida kõige sobilikuma ülikooli. Samas läbiviidud analüüside põhjal tundub, et tänapäeva ülepaisatud konkurentsiga turul võidab see, kes julgeb olla avatum, ausam, paindlikum ja loovam võrreldes teiste sarnaste institutsioonidega. Ehk mida siin tahetakse öelda, on see, et traditsioonilisus on hea ja vajalik, aga mõnikord see võib põhjustada suhteliselt aeglast muutumist ja uuenduste vastuvõtmist. See puudutab ka eeltoodud IT kuvandit, kuna sellise akadeemilise ülikooli jaoks võiks see olla natukene riskantne valik, sest IT valdkond ei ole selline traditsiooniline teaduseharu. Samas läbiviidud analüüside põhjal tundub, et Tartu ja üldiselt Eesti ülikoolid võiks kaalutleda ka sellist võimalust.

4.3. Kriitika uurimismeetodile ja uuringule

Tartu kuvandi õppimiskohana välistudengite ja ekspertide poolt vaadatuna väljaselgitamiseks kasutati kaht meetodit – formaliseeritud ankeetküsitlust ja ekspertintervjuusid. Võib öelda, et mõlemad meetodid olid õigustatud antud uuringu kontekstist, sest võimaldasid saada suhteliselt laia ja põhjaliku pildi teemast. Ankeetküsitluse kohta võib üldiselt öelda, et uuringu reaalse valim osutus suhteliselt väikseks (157 võrreldes planeerituga – 768). Üheks suhteliselt väikese

valimi puuduseks on piirangud tunnustevaheliste seoste analüüsimisel. Nii näiteks oli antud töö analüüsi tegemisel raske analüüsida Tartu kui õppimiskoha kuvandit üksikute päritoluriikide lõikes (seoseanalüüs eeldas riikide jagamist gruppidesse). Teisalt oli antud valimi korral tegemist siiski statistiliselt arvestatava grupiga, tänu millele antud töö eesmärkide täitmiseks ning uurimisküsimustele vastamiseks oli tegemist arvuliselt piisava valimi suurusega.

Samuti hõlmas antud uuring Tartus juba õppivaid välistudengeid, kellel olid sageli juba eelnevalt mingid kontaktid Tartu või tartlastega, Eesti või eestlastega. Edasiste uuringute planeerimisel tasuks keskenduda ka potentsiaalsetele välistudengitele, uurimaks turundussõnumite võimalikku vastuvõttu (nt ekspertide poolt väljavalitud sihtriikide teatud hulga tudengite hulgas).

Ekspertintervjuude ühe võimaliku kriitikana võib nimetada intervjuueeritavate arvu, st veelgi täielikuma pildi saamiseks oleks olnud vaja läbi viia intervjuud mitte ainult välisturundusekspertidega, vaid ka koordinaatoritega, kes kohapeal kõige rohkem välisüliõpilastega suhtlevad.

Töö suhteliselt piiratud mahu tõttu ei uuritud selliseid aspekte nagu ülikoolide ja linna välisturundusstrateegiad, turunduses kasutatavaid info- ja reklaammaterjale jt, mis üldiselt oleksid väga huvitavad ja olulised aspektid analüüsimiseks, sest see annaks võimaluse terviklikuma pildi saamiseks. Kuna praegu võib kriitikaks pidada seda, et kuidas võib võrrelda kohalolevate välistudengite kuvandit ja turundusliku aspekti, mis puudutab tulevasi tudengeid. Siis kasutatavad strateegiad ja tulevastele tudengitele saadetavad materjalid võrreldes praeguse analüüsiga moodustaksid lõplikuma pildi uurimusest.

4.4. Praktilised soovitused Tartu kui õppimiskohta turundamiseks ja positiivse kuvandi soodustamiseks välisüliõpilaste poolt vaadates

Käesoleva uurimustöö rakenduslikuks väljundiks on praktilised soovitused, mis võiksid soodustada Tartu kui õppimiskoha positiivsema kuvandi teket ning aidata selle turundamist. Sellest lähtuvalt suurendada kommunikatsiooni efektiivsust ja Tartu kui õppimiskoha

atraktiivsust välisüliõpilaste jaoks. Soovitused võivad olla kasulikud ülikoolide, linna administratsiooni ja tudengite mobiilsusega tegelevate organisatsioonide jaoks.

Teoriast, välisüliõpilaste küsitlusest ja ekspertintervjuudest saadud informatsioonist lähtuvalt on järgnevalt esitatud ettepanekud ja soovitused:

- Korraldada ausat, objektiivset kommunikatsiooni ning mõista sihtgruppide soove, tuginedes praeguste välisüliõpilaste soovidele, sest just nendelt võib uurida Tartu kui õppimiskoha suuremaid eeliseid, probleemseid kohti ning potentsiaalseid arengusuundi.
- Kujundada kommuniqueeritud kuvandi selge konkurentsieelis ja tugev emotsionaalne tähendus, pidades silmas eristatavust teistest sarnastest institutsioonidest.
- Valida sihtgruppide lõikes sobivad reklaam- ja infomaterjalid. Oluline oleks eristada sihtgruppe nii õppeastme kui ka päritolu kultuuri alusel.
- Konstrueerida asjakohast ja kasutajasõbralikku kodulehekülge. Samuti pidada meeles trükimeediat ehk reklaame ja artikleid ajalehtedes ja –kirjades, sest see on ikka veel populaarne infoallikas välisõppesihtkoha valikul.
- Teostada suuremat koostööd erinevate organisatsioonide ja institutsioonidega, mille tagajärjeks oleks suurem välistudengite ja kohalike elanike integreeritus transkultuurilisse kommunikatsiooni (sh töövõimaluste, erinevate ürituste, ühenduste jms loomine).
- Ja veel kord – integreerida välisüliõpilasi nii palju kui võimalik kohalikku ellu, sest see on suures osas üks põhieesmärkidest, kui otsustakse välisõppe kasuks.
- Teostada suuremat koostööd olemasolevate ja äsja lõpetanute välisüliõpilastega, mis võiks väljenduda nende arvamuste enda kogemusest Tartus avalikult esindamises ning tulevate välistudengite nõustamises.
- Panustada kohalikku kogukonna tolerantsuse edendamisse ehk soodustada elanike haridust rahvusvahelisest situatsioonist, kaasata neid erinevatesse sellega seotud projektidesse, valmista neid ette erinevate kultuuride esindajate tulekuks.
- Proovida uusi turundusstrateegiaid, samas olla ettevaatlik ning pidada silmas, et kvaliteet on olulisem kui kogus. Sellega on ka seotud vajadus valida ettevaatlikumalt sihtrühmasid ja partnereid (sh agente, konsultante jms).

Kokkuvõtte

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks oli välja selgitada, milline võiks olla Tartu kui õppimiskoha kuvand välisüliõpilaste ja ekspertide poolt vaadatuna. Töös keskenduti nii organisatsiooni poolt kommuniqueeritud kui ka sihtgruppides tekkinud kuvanditele. Lisaks sellele pöörati tähelepanu välisõppele eelnenud ja kohapealsele kommunikatsioonile.

Töö teoreetilises osas käsitleti tudengite mobiilsuse, kuvandi tekkimise ja kohaturundusega seotuid käsitlusi ning lisaks anti ülevaade tudengite mobiilsuse trendidest Tartus ja sellel alal varem korraldatud uuringutest.

Töö praktiline osa seisnes välistudengite seas läbi viidud ankeetküsitluse ja ekspertintervjuude tulemuste analüüsist ja nende tulemuste võrdlemisest teoreetilise taustaga. Sellest lähtuvalt leidsid käesolevas uuringus vastuse järgmised uurimusküsimused:

1. Milline on välisüliõpilaste kuvand Tartust kui õppimiskohast?
2. Mis soodustas välistudengite kuvandi Tartust kui õppimiskohast teket?
3. Milline on ekspertide hinnang Tartule kui õppimiskohale?

Selgus, et suures osas on välistudengitel suhteliselt positiivne kuvand Tartust kui õppimiskohast. Linna tajutakse turvalise, puhta ja omana, samas kui Eestit nähakse innovaatilise, kiiresti areneva riigina ning eestlasi abivalmide ja siirastena. Nõrgad kohad tulid välja aga sellest, et mõned vastajatest on kogenud ebaõiglast või mittetolerantset kohtlemist, teised kurtsid eestlastega kontaktide kättesaadavuse, töövõimaluste nappuse või kohalikest eraldumise üle.

Ekspertide rõhutasid suures osas Tartu kui ülikoolilinna staatust ja sellega kaasnevaid eeliseid, kuid pidid tõdema, et linnas on probleem sallimatuse, välistudengite jaoks väheste töövõimaluste ning tagasihoidliku transpordiühendusega. Arengusuundadeks pakuti Eesti aktiivsemat turustamist haridusmaastikul, koostöö suurendamist erinevate organisatsioonide vahel, uute inglisekeelsete programmide loomist ning kohaliku kogukonda kaasamist ja ettevalmistamist suurenenud rahvusvahelise mobiilsuse situatsioonis.

Bakalaureusetöö lõppu on lisatud praktilised soovitused, mis võiksid soodustata Tartust kui õppimiskohast positiivsema kuvandi teket, selle turustamist aidata ehk suurendada kommunikatsiooni efektiivsust ja õppimiskoha atraktiivsust välisüliõpilaste jaoks.

Tulevikus oleks huvitav uurida ka konkreetseid turundusmaterjale ja strateegiaid, mis on praegu organisatsioonidel kasutusel. Samuti välisõppeturunduse teema kohaselt oleks huvitav ja oluline uurida Eesti hariduse välisturul „müüva“ brändi „*Study in Estonia*“ tugevusi, nõrkusi ja muid aspekte.

Summary

The Image of Tartu as a Study Destination According to International Students and Experts

The aim of the current bachelor's thesis was to investigate the image of Tartu as a study destination. The research was based on the international students' survey and experts' interviews.

The theoretical part explained fundamental concepts such as student mobility, image formation and destination marketing. In addition, the review of previous researches in the field and recent trends in students' mobility in Tartu were shown.

In the practical part, the survey of international students and interviews with experts were conducted. The results and theoretical background were analysed and compared. The present study investigated the following questions:

1. What is the image of Tartu as a study destination according to international students?
2. What predisposed the formation of the image of Tartu as a study destination?
3. How do experts evaluate Tartu as a study destination?

The results of the research revealed that the image of Tartu as a study destination is relatively positive. The town is perceived as safe, clean and own; Estonia is seen as an innovative and fast developing country; the Estonians are known as helpful and honest people. However, some respondents felt prejudice or unfair treatment towards them. International students also complained about the separation of the locals and poor job opportunities.

Experts in large pointed out the *University City's* status and its advantages. They have also admitted that Tartu got its problems in face of intolerance, small amount of jobs for international students and moderate transport connection with other countries. The future development is seen in the better promotion of Estonia on educational market, the enlargement of cooperation between different organisations; the increase of number of new programmes in English, and the improvement of locals' understandings towards the situation of growing student mobility.

In the end of the bachelor's thesis, practical guidelines for improvement of the image of Tartu as a study destination were suggested. These should enlarge the effectiveness of communication and attractiveness of the destination for international students.

The further research should investigate the marketing materials and strategies used in the international marketing of Tartu as a study destination. The educational organisations might be also interested in the studies on strengths, opportunities and weaknesses of the brand "Study in Estonia" under what the whole Estonian education is internationally marketed today.

Kasutatud kirjandus

- Arthur, N. (2004). *Counseling international students: clients from around the world*. New York: Plenum Publishers.
- Bachmann, T. (2009). *Reklaamipsühholoogia*. Tallinn: Ilo.
- Beckmann, J. (2001). *Heavy traffic : Paradoxes of a modernity mobility nexus*. URL (kasutatud marts 2010) <http://www.trg.dk/transportraadet/pup/NT/NT-01-03.pdf#page=27>.
- Berger, A. A. (2000). *Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches*. USA: Sage Publications, Inc.
- Berry, J. W. (2006). Contexts of acculturation. Sam, D. L. & J. W. Berry (ed.) *Acculturation Psychology*. United Kingdom: Cambridge University Press.
- Boorstin, D. (1962). *The Image: or, what happened to the American dream*. USA: New York Atheneum.
- Boulding, K. (1973). *The Image. Knowledge in Life and Society*. USA: University of Michigan Press, Ann Arbor (orig 1956).
- Bromley, D. B. (1993). *Reputation, Image and Impression Management*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Cubillo, J. M. & J. Sanchez & J. Cervino. (2006). International students' decision-making process. *International Journal of Educational Management*, 20(2):101-115.
- Dowling, G. (2001). *Creating Corporate Reputations. Identity, Image and Performance*. Oxford: Oxford University Press.
- ESIB – The National Unions of Students in Europe. (2003). *Student Bologna Surveys : Strengths and weaknesses, social dimension, mobility, student involvement, degree structures, credit systems*. ESIB.
- Facts and Figures. *Balti Kaitsekolledži kodulehekül*, URL (kasutatud jaanuar 2010) <http://www.bdcoll.ee/?id=45>.
- Flick, U. (2006). *An introduction to qualitative research*. Sage Publications.
- Fombrun, C. J. (1996). *Reputation. Realizing Value from the Corporate Image*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.

- Friendly policemen and skinheads.* (2005), URL (kasutatud mai 2010) <http://members.virtualtourist.com/m/9d023/6488c/>.
- Gudykunst, B. W. (1998). *Bridging differences: Effective intergroup communication*. USA: Sage Publications, Inc.
- Gürüz, K. (2008). *Higher education and international student mobility in the global knowledge economy*. USA: State University of New York Press.
- Hannam, K. & M. Sheller & J. Urry. (2006). Editorial: Mobilities, immobilities and moorings. *Mobilities*, 1(1):1-22.
- Hilton, J. L. & W. von Hippel (1996). Stereotypes. Darley J. M. et al (toim.). *Annual review of psychology*. Volume 47. Palo Alto: Annual Reviews Inc, 237-271.
- I-graduate* kodulehekül, URL (kasutatud mai 2010) http://www.i-graduate.org/services/student_barometer.html.
- Ird, K. (2008). *Tartu kuvand abiturientide seas*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.
- Jüriso, K. (2009). Uuring: välistudengid hindavad Eestit elamis- ja õpikohana. *EER Uudised Online*, 27.11.2009, URL (kasutatud mai 2010) <http://uudised.err.ee/index.php?06186099>.
- Kotler, P. & D. H. Haider & I. Rein. (1993). *Marketing places : attracting investment, industry, and tourism to cities, states, and nations*. USA: The Free Press.
- Masing, K. (2007) Mustanahaline välistudeng langes Tartus kallaletungi ohvriks. *Eesti Päevaleht Online*, 13.09.2007, URL (kasutatud mai 2010) <http://www.epl.ee/artikkel/399952>.
- Masso, A. (2008). *Constitution of personal social space in a transition society*. Tartu: Tartu University press.
- Mets, R. (2010). Kohalikud noorukid peksid Tartus välismaalast. *Postimees Online*, 09.03.2010, URL (kasutatud mai 2010) <http://www.tartupostimees.ee/?id=234879>.
- Milhouse, V. H. & M. K. Asante & P. O. Nwosu. (2001). *Transcultural realities: interdisciplinary perspectives on cross-cultural communication*. Thousand Oaks: Sage.
- Morgan, N. & A. Pritchard & R. Pride. (2002). *Destination branding : creating the unique destination proposition*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Murakas, R. (2007). *Teadlaste mobiilsus Eestis ja seda mõjutavad tegurid : kokkuvõtte uurimusest*. Tartu: Sihtasutus Archimedes.

- Nuka, B. (2006). Kamerunlane langes Tartus rassistliku rünnaku ohvriks. *EER Uudised Online*, 28.08.2006, URL (kasutatud mai 2010) <http://uudised.err.ee/index.php?0564091>.
- Oberdiek, H. (2001). *Tolerance : between forbearance and acceptance*. USA: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Ojamaa, M. (2009). *Tartu kuvand reisisihtkohana kohalike ja välismaiste turismiekspertide seas*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.
- Past, A. & P. Vihalemm. (2004). Euroopa Liidu imago Eestis enne ja pärast euroreferendumit. Kalmus V. et al (toim.). *Eesti elavik 21. Sajandi algul: ülevaade uurimuse Mina. Maailm. Meedia tulemustest*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 183-196.
- Past, A. (1999). *Eesti linnade imago linnaelanike silmis*. Magistritöö. Tartu Ülikool, Ajakirjanduse osakond.
- Past, A. (2007). *Mainekujundus ettevõtluses ja poliitikas*. Äripäeva Kirjastuse AS.
- Past, A. (2008). *Juhtimine ja suhtekorraldus*. Tallinn: Pegasus.
- Pike, S. (2008). *Destination marketing. An integrated marketing communication approach*. Butterworth-Heinemann.
- Reili, O. (2010). *Tartu ja tartlased välistudengite poolt vaadatuna*. Seminaritöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.
- Rooijen, M. (2008). *EAIE Professional Development Series for International Educators 3: Marketing your institution internationally*. Amsterdam: European Association for International Education.
- Siibak, A. (2009). *Teadustöö alused*. Käsikirjaline loengukonspekt. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.
- Taivere, M. (2009). *Cultural distances towards Estonia and Estonians on the example of Tartu University exchange students*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.
- Tensing, Ü. (2010). *Vestlus Tartu Ülikooli välisõppekoordinaatoriga väärkohtlemise teemal*. Tartu, 9. aprill.
- Tooding, L.-M. (2007). *Andmete analüüs ja tõlgendamine sotsiaalteadustes*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.

- Tremblay, K. (2002). Student mobility between and towards OECD countries: a comparative analysis. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). *International mobility of the highly skilled*. OECD, 39-67.
- Tursk, E. (2010). *Vestlus Eesti Maaülikooli koordinaatoriga välistudengite arvust EMÜs*. Tartu, 21. jaanuar.
- Üldine võrdlus 1988-2008. *Tartu Ülikooli kodulehekülg*, URL (kasutatud jaanuar 2010) <http://www.ut.ee/orb.aw/class=file/action=preview/id=44005/uldinevordlus1988-2008.pdf>.
- Urb, U. (2008). *Tallinna ja Tartu eneserepresentatsioon Euroopa kultuuripealinna kandidaadina*. Magistritöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.
- Vihalemm, T. (2008). *Meedia ja kommunikatsiooni uurimismeetodid*. Käsikirjaline loengukonspekt. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.
- Vincent-Lancrin, S. (2004). Cross-border education: an overview. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). *Internationalisation and trade in higher education: opportunities and challenges*. OECD, 17-37.
- Welch, W. (1999). Transculturality - the puzzling form of cultures today. Featherstone, M. & S. Lash (ed.). *Spaces of Culture: City, Nation, World*. London: Sage, 194-213.

Lisad

Lisa 1. Tabel 2. Valimi iseloomustus sotsiaaldemograafiliste tunnuste ja õppe tausta lõikes*

		Arv	%
Vastaja sugu	Mees	76	54
	Naine	66	46
Vanus	19-22	48	34
	23-26	49	35
	27 ja vanem	44	31
Ülikool	Tartu Ülikool	98	69
	Eesti Maailikool	24	17
	Balti Kaitsekolledž	20	14
Välisõpingute vorm	Vahetusprogramm	65	47
	Külalistudeng	11	8
	Tasemeõppe tudeng	51	37
	Muu	12	8
Õppetase	Bakalaureus	51	37
	Magister	12	8
	Doktor	21	15
Eriala	Majandusteadus	9	7
	Täppisteadused (Matemaatika, Informaatika jne)	14	10
	Keeled, Kirjandus ja Kultuuriteadused	27	20
	Õigusteadus	8	6
	Arstiteadus	6	4
	Loodusteadus (Bioloogia, Geograafia)	9	7
	Filosoofia	9	7
	Sotsiaalteadus	14	10
	Kehakultuuriteadus	27	20
	Kaitseväeteadus	8	6
	Maateadus (Veterinaaria jne)	6	4

* Üksikute küsimuste korral on n<157, kuna konkreetsele küsimusele on jäetud vastamata.

Lisa 2. Küsitluse ankeet

„Perception of Tartu” Survey of International Students

Dear student,

Through this survey, we hope to hear from you about how you perceive Tartu, how accessible contact is with other international students and locals, and what your main sources are for information about the university, Tartu and Estonia.

The survey is part of the “Tolerant Tartu Advocacy Network” project, led by the *Domus Dorpatensis* foundation, in cooperation with the University of Tartu. The project aims to develop a model of Tartu as a city of tolerance where people enjoy living together, regardless of their race, ethnicity, religious beliefs or other personal characteristics.

We will randomly select 3 students among the respondents to the survey to receive prizes. The main prize is a Vanemuine Theatre gift card for the value of 500 kroons. The other prizes will be announced when we draw the winners.

Answering the questions is easy. The survey consists entirely of multiple-choice questions, so you just need to choose the most appropriate answer to reflect your own thoughts and opinions. Please read the survey questions carefully. We ask you to answer the questions honestly, according to your own beliefs and views. There are no right or wrong answers. All answers will remain anonymous. The results will be analyzed in a generalized way; no answer will be related to a particular person.

As the survey will be given to students of various higher education institutions in Tartu, please just ignore any question that does not seem applicable to you (the “Coming to Tartu” section in particular).

Answering the survey may take up to 15-20 minutes.

Thank you for your time and attention!

If you have any questions, please do not hesitate to contact:

Olga Reili oreili@ut.ee (+372) 53 91 54 51

or

Ülle Tensing ülle.tensing@ut.ee (+372) 73 7 5150

Coming to Tartu

1. Was Estonia your first choice for international education?

- Yes 1
 No 2

2. Which was most important in your decision of where to study?

- Mostly the university (e.g. institute or department) 1
 Rather the university than the country 2
 Both university and country 3
 Rather the country (e.g. the culture, people, country) 4
 Mostly the country 5

3. Which of the following factors helped you to choose your university or institute? Please cross one most appropriate variant in every single row!

	Mostly	Sometimes	Seldom	Not at all
Friends, acquaintances	4	3	2	1
Your family (<i>parents, relatives, brothers-sisters</i>)	4	3	2	1
University website (<i>of your home university</i>)	4	3	2	1
Websites about Tartu and Estonia	4	3	2	1
Other websites	4	3	2	1
Internet communication networks (<i>e.g. facebook, orkut etc</i>)	4	3	2	1
Video-sharing websites (youtube)	4	3	2	1
Blogs	4	3	2	1
Students of your university in Tartu (<i>current and former</i>)	4	3	2	1
Teacher at home university (<i>professor, lecturer</i>)	4	3	2	1
Coordinators at home university	4	3	2	1
Coordinators at your university in Tartu	4	3	2	1
Other advisor (<i>career advisor, agent</i>)	4	3	2	1
Presentation at <i>information day</i> , education fair	4	3	2	1
Visit to the university where you study now	4	3	2	1
Print material (<i>advertisement, brochure</i>)	4	3	2	1
Employer	4	3	2	1
University rankings	4	3	2	1
Advertisement in newspapers/magazines	4	3	2	1
Articles in newspapers/magazines	4	3	2	1
Other (<i>please specify</i>)	4	3	2	1

4. Please indicate, how important were the following factors when you decided to study in Estonia?

	Very important	Rather important	Neither important nor unimportant	Rather not important	Not at all important	Doesn't apply to me
Cost of living	5	4	3	2	1	0
Reputation of university or institute	5	4	3	2	1	0
Cost of study (<i>study fee</i>)	5	4	3	2	1	0

Course availability	5	4	3	2	1	0
Desire to live in another country (<i>experience a foreign culture</i>)	5	4	3	2	1	0
Friends, family or good acquaintances in Estonia	5	4	3	2	1	0
Social life (<i>free time activities</i>)	5	4	3	2	1	0
Teaching quality	5	4	3	2	1	0
Research quality	5	4	3	2	1	0
Availability of scholarship	5	4	3	2	1	0
Course/program length	5	4	3	2	1	0
Specific course	5	4	3	2	1	0
Unique atmosphere (<i>university city, cultural life</i>)	5	4	3	2	1	0
VISA process	5	4	3	2	1	0
Work opportunities	5	4	3	2	1	0
Wish to practice English	5	4	3	2	1	0
Wish to learn/practice Estonian	5	4	3	2	1	0
Wish to get to know Estonia and Estonians	5	4	3	2	1	0
Transport connections with my home country	5	4	3	2	1	0
Already living in Estonia (<i>before application</i>)	5	4	3	2	1	0
Other (<i>please specify</i>)	5	4	3	2	1	0
.....						

5. Now, after having been here in Tartu already for some time, please say how satisfied you are with the following?

	Completely dissatisfied 1	2	3	4	Completely satisfied 5	Does not apply to me 0
Contacts at university (Interaction with <i>academic staff, administrative units, co-students etc</i>)	1	2	3	4	5	0
Contacts with Estonians	1	2	3	4	5	0
Contacts with other international students	1	2	3	4	5	0
Quality of studies (e.g. <i>courses/research</i>)	1	2	3	4	5	0
Social life (<i>opportunities for spending free time</i>)	1	2	3	4	5	0
Sport facilities	1	2	3	4	5	0
Internet access	1	2	3	4	5	0
Living cost	1	2	3	4	5	0

Accommodation cost	1	2	3	4	5	0
Accommodation quality	1	2	3	4	5	0
Transport connections inside Estonia	1	2	3	4	5	0
Transport connections with other countries	1	2	3	4	5	0
Social service (e.g. medical aid)	1	2	3	4	5	0
Other public services (e.g. visa application)	1	2	3	4	5	0
Financial support (e.g. scholarships)	1	2	3	4	5	0
Job opportunities	1	2	3	4	5	0
Religious activities (e.g. worship facilities)	1	2	3	4	5	0
International office (advice and help)	1	2	3	4	5	0
Tutors help	1	2	3	4	5	0
Information availability in the university (where you study right now in Estonia)	1	2	3	4	5	0
Application and admission processes in the university (where you study right now in Estonia)	1	2	3	4	5	0
Other (please specify)	1	2	3	4	5	0

6. How satisfied are you with your decision to come to study in Tartu in general so far?

Extremely
dissatisfied

Extremely
satisfied

1

2

3

4

5

Tartu and its Inhabitants

7. Which word from the pair and to what extent describes your feelings the most about Tartu?

Please cross in every single row one the most appropriate variant that describes your feelings toward Tartu! Three left side columns apply to the left side adjectives and three right side columns apply to the right side adjectives.

	Extremely	Average	Slightly	Neutral	Slightly	Average	Extremely	
Fast	1	2	3	4	5	6	7	Slow
Own	1	2	3	4	5	6	7	Alien
Open	1	2	3	4	5	6	7	Closed
Powerless	1	2	3	4	5	6	7	Powerful
Warm	1	2	3	4	5	6	7	Cold
Diminishing	1	2	3	4	5	6	7	Growing
Mobile	1	2	3	4	5	6	7	Static
Regardless	1	2	3	4	5	6	7	Caring
Rising	1	2	3	4	5	6	7	Falling
Colorful	1	2	3	4	5	6	7	Colorless
Safe	1	2	3	4	5	6	7	Unsafe
Repulsive	1	2	3	4	5	6	7	Attractive
Clean	1	2	3	4	5	6	7	Dirty

Unfriendly	1	2	3	4	5	6	7	Friendly
Fragmentary	1	2	3	4	5	6	7	Uniform

8. Please evaluate the statements about Estonia and Estonians below; to what extent do you agree with these statements?

	Totally disagree	Partly disagree	Neither agree nor disagree	Partly agree	Totally agree
Estonia is something different than the usual "old Europe" (e.g. <i>Soviet past</i>)	1	2	3	4	5
Estonia is a modern and fast developing country	1	2	3	4	5
Estonia is a country with unpleasant and cold climate	1	2	3	4	5
Estonia is an innovative country (<i>availability of wireless Internet etc</i>)	1	2	3	4	5
Estonia has a lot of social problems (e.g. <i>poverty, AIDS etc</i>)	1	2	3	4	5
Estonia is a quiet and clean country	1	2	3	4	5
Estonia is still a former Soviet country (<i>not so well developed, unstable, unsafe</i>)	1	2	3	4	5
Estonians are very well organized and punctual	1	2	3	4	5
Estonians are shy and reserved	1	2	3	4	5
Estonians feel deep pride of their nation and country	1	2	3	4	5
Estonians are helpful and honest	1	2	3	4	5
Estonians do not speak foreign languages, that makes my life inconvenient	1	2	3	4	5
Estonians are very good and true friends	1	2	3	4	5
Estonians are close to nature	1	2	3	4	5
Estonians know how to drink and party	1	2	3	4	5
Estonians are not helpful, they are sometimes even useless	1	2	3	4	5
Estonians are very well mannered	1	2	3	4	5
Estonians are unfriendly with foreigners	1	2	3	4	5
Estonians don't smile often	1	2	3	4	5
Estonians are impolite, do not follow good manners	1	2	3	4	5
Estonians are open-minded and tolerant	1	2	3	4	5

9. Compared to other people of your age, how often do you generally meet with friends, acquaintances, or work colleagues? Please cross only one, most appropriate variant below.

- Much less than most 1
- Less than most 2
- About the same 3
- More than most 4
- Much more than most 5

14. What languages do you know and on what level? Please cross one most appropriate answer in every single row!

	Absolutely don't know	Understand a little, but don't speak	Understand and speak a little	Understand, speak and write	Fluent	Native language
English	1	2	3	4	5	6
Finnish	1	2	3	4	5	6
Russian	1	2	3	4	5	6
German	1	2	3	4	5	6
French	1	2	3	4	5	6
Italian	1	2	3	4	5	6
Spanish	1	2	3	4	5	6
Portuguese	1	2	3	4	5	6
Chinese	1	2	3	4	5	6
Estonian	1	2	3	4	5	6
Other (Please specify)	1	2	3	4	5	6

15. Have you studied Estonian before coming to Estonia?

Yes 1
No 2

16. Do you study Estonian right now during your study period?

Yes, I take an Estonian course 1
Yes, I study, but only by myself 2
I started taking a course, but stopped 3
No 4

17. How well are you informed about the following (via newsletters, lists, newspapers, websites or any other sources)

	Very well informed, I get to know all information that is significant for me	Quite well, enough	Quite badly, not enough informed	Very badly, not enough informed at all	Don't want to know anything about it
Your university in Tartu (where you study right now)	5	4	3	2	1
Tartu city	5	4	3	2	1
Estonia in general	5	4	3	2	1
Your home country	5	4	3	2	1
European Union	5	4	3	2	1
World in general	5	4	3	2	1

18. If you had any opportunities available, would you consider returning to Estonia for living or studying purposes?

- | | |
|----------------|---|
| Definitely yes | 1 |
| Rather yes | 2 |
| Rather no | 3 |
| Definitely no | 4 |
| Don't know | 5 |

19. Would you recommend applying to study in Tartu to other students (e.g. University of Tartu, Estonian University of Life Sciences, Baltic Defence College etc)?

- | | |
|--|---|
| I would recommend people to apply | 1 |
| I would neither recommend nor discourage people to apply | 2 |
| I would discourage people from applying | 3 |

General Information

20. I am

- | | |
|--------------------------|---|
| An exchange student | 1 |
| A visiting student | 2 |
| A degree seeking student | 3 |
| Other | 4 |

21. On what level of your studies are you right now?

- | | |
|------------------|---|
| Bachelor studies | 1 |
| Master studies | 2 |
| PhD studies | 3 |

22. Where are you in your course of study?

- | | |
|--------------------------------|---|
| In the beginning of my studies | 1 |
| In the middle of my studies | 2 |
| In the end of my studies | 3 |

23. Gender

- | | |
|--------|---|
| Male | 1 |
| Female | 2 |

24. How old are you?

..... years old.

25. Where are you from? Please write in.

26. Do you think you belong to an ethnic minority group in your country?

- | | |
|------------|---|
| Yes | 1 |
| No | 2 |
| Don't know | 3 |

27. What is the main subject field of your studies in Tartu? Please indicate one most appropriate variant!

Economics	1
Educational Sciences	2
Exact sciences (Mathematics, Informatics, Physics, Chemistry)	3
Languages, Literature and Cultural Sciences	4
Law	5
Medicine	6
Nature Sciences (Biology, Geography)	7
Philosophy	8
Religion	9
Social Sciences	10
Sport Sciences	11
Military Education	12
Life Sciences (Veterinary, Forestry etc)	13

28. Where do you study in Tartu?

University of Tartu	1
Estonian University of Life Sciences	2
Baltic Defence College	3

29. If you wish to participate in the lottery, please leave a contact information (*phone or email*), so we can inform you, if you win it: _____

30. Can we use your contacts for contacting you for further studies on this topic?

Yes	1
No	2

So you are done! Thank you for your help!

If you have any comments about the survey, questions etc. Do not hesitate to leave a comment here:

Lisa 3. Intervjuu kavad

Eestikeelne intervjuu kava

Tartu kui õpisihtkoht

1. Kuidas üldiselt hindate Tartut kui õppimiskohta välistudengite jaoks?
 - Millised omadussõnad võiksid Tartut kõige paremini iseloomustada?
 - Milline on Tartu kui õpisihtkoha kuvand (maine) võrreldes teiste Eesti linnadega (nt Tallinnaga)? Teiste Balti jms riikidega või ülikoolidega? Üldiselt välisturul?
 - Teie arvates, kuidas võiksid näha Tartut siia tulevad tudengid?
 - Mis on Tartu / Teie ülikooli / EMÜ (*sõltuvalt intervjuueeritavast*) kõige tugevamad küljed/nõrgemad küljed võrreldes teiste Eesti ülikoolidega? Teiste riikide ülikoolidega? Teiste ülikoolidega Tartus?
 - Kuivõrd atraktiivne õppesihtkoht on Teie arvates üldiselt Eesti? Miks? Tooge näiteid! Kuivõrd atraktiivne õppesihtkoht on Tartu? Mis põhjustel? Tooge näiteid!

Sihtrühmad ja sõnumid

1. Kes on Tartu kui õpisihtkoha jaoks kõige potentsiaalsemad sihtrühmad? Kes on Teie Ülikooli jaoks kõige potentsiaalsemad sihtrühmad? LV jaoks –turistid vs pikaajalised (välistudengis, välisõppejõud, töötajad)
 - Millise riigi tudengid on kõige potentsiaalsem sihtgrupp? Miks?
 - Mis kriteeriumite järgi valitakse sihtrühma? Kuidas toimub sihtrühma valik?
 - Mis on ülikooli prioriteet – välisvahetused või kraadiõppe välisüliõpilased? Miks?
 - Kes võiks olla tüüpiline tudeng, kes tuleb Tartusse õppima? Palun kirjeldage (*abiküsimused – Mida ta õpib? Mis soost on? Millisest riigist pärit? Kirjeldage tema õpimotivatsiooni*)?
2. Kuidas toimub kommunikatsioon nende sihtrühmadega?
 - Milliseid kanaleid Te kasutate kommunikatsiooniks välissihtrühmadega (mh välistudengitega)?
 - Milliseid Interneti-kanaleid kasutate? Kas te kasutate ka Interneti suhtlusvõrgustikke, nt facebook, twitter jne? Kui jah, siis kuidas? Milliseid? Kirjeldage palun oma kogemust! Kas Teie arvates, see on efektiivne? Miks?
 - Milliseid muid reklaami kanaleid kasutatakse?
 - Mis on Teie arvates, kõige efektiivsem kanal välisüliõpilaste hankimiseks? Miks? Mis on kõige vähem efektiivsem? Mis põhjustel?
 - Mis keeles toimub kommunikatsioon? Kas olete kaalunud ka teisi variante?
3. Mis on peamine sõnum, mida sihtrühmadele edastatakse?
 - Mida kõige rohkem rõhutakse kommunikatsioonis sihtrühmadega?
 - Kas välisvahetuse ja kraadiõppe sihtgruppiga kommunikatsioon erineb? Kui jah, kuidas? *LV – kas lühiajaliste ja pikaajaliste sihtgruppidega komm. erineb?*
 - Millise sõnumiga Tartut kui ülikoolilinna tutvustatakse?
 - Milliseid põhilisi omadussõnu Te kasutate kommunikatsioonis välismaa sihtgruppidega? Milliseid sõnu Te tavaliselt kasutate kui kirjeldate/reklaamate TÜ/Tartu/EMÜ?

Tulevik ja arengud

1. Mida annaks Tartus arendada, et see oleks välistudengitele õppimiskohana sobilikum paik?
 - Kas situatsiooni peaks lahendama ülikooli, linna või riigi tasandil? Miks?
 - Mida peaks tegema Teie asutus?
 - Mida Teie arvates peaks tegema ülikoolid?

- Mida võiks teha Tartu linnavalitsus?
 - Millised organisatsioonid võiksid rohkem koostööd tegema? Miks? Milles see koostöö võiks seisneda?
 - Mida oleks vaja arendada kõigepealt, et Tartust saaks välistudengitele õppimiskohana sobilikum paik?
2. Mida ise olete teinud, et see oleks välistudengitele õpisihtkohana sobilikum paik?
- Kas olete arutlenud seda teemat nt oma osakonna siseselt, välisüliõpilastalitusega, ülikooli juhtkonnaga, Tartu linnavalitsusega? Kui jah, mis on need arengusuunad?
 - Kellega olete teinud koostööd? Millised on üldised arengusuunad?
 - Millistele välistudengite grupile võiks eelkõige keskenduda?
 - Kas 5 aasta perspektiivis Tartusse tulla soovivate välistudengite arv pigem kasvab või kahaneb? Miks?
 - Kas tuleviku perspektiivis suureneb välisvahetuste või kraadiõppe välistudengite arv? Miks?
 - Mida Teie arvates on vaja muuta, et parandada kommunikatsiooni? Eesti / Tartu / Tartu ülikoolide kuvandit?

Venekeelne intervjuu kava

Тарту как университетский город

1. Как бы вы оценили Тарту как университетский город для иностранных студентов?
- Какие прилагательные могли бы лучше всего охарактеризовать Тарту?
 - Какой имидж/репутация у Тарту как у студенческого города по сравнению с другими городами Эстонии (например, с Таллинном)? С другими Балтийскими и др. странами или университетами? В общем, на международном рынке?
 - По вашему мнению, как видят Тарту приезжие иностранные студенты?
 - Какие самые сильные/ слабые стороны имеет Тарту/**Тартуский Университет** по сравнению с другими Эстонскими университетами? С университетами других стран? С другими университетами в Тарту?
 - Насколько привлекательна Эстония как место для обучения? Почему? Приведите примеры!
 - Насколько привлекателен город Тарту как место для обучения? По каким причинам? Приведите примеры!

Целевые группы и сообщения (послания)

1. Кто является самой потенциальной целевой группой для Тарту как студенческого города?
- Студенты, какой страны самая потенциальная целевая группа?
 - Исходя, из каких критериев выбирается целевая группа?
 - Кто является приоритетной группой для университета - студенты по обмену или студенты, приезжающие на полный срок обучения? Почему?
 - Какой мог бы быть типичным студент, кто приехал обучаться в Тарту? Опишите! Что он учит? Какого пола он? Из какой страны? Его мотивация к обучению?
2. Как происходит коммуникация (общение) с иностранной целевой группой (с иностранными студентами)?
- Какие интернет каналы вы используете? Используете ли вы социальные сети, например ... и тд? Если да, то как? Какие? Опишите свой опыт? По вашему мнению, это эффективно? Почему?
 - Какие другие рекламные каналы вы используете?
 - Какой канал, по вашему мнению, самый эффективный для привлечения иностранных студентов? Почему? Какой наименее эффективный? По каким причинам?
 - На каком языке происходит коммуникация (общение)? Вы думали о других вариантах?

3. Какое самое главное послание передается иностранным студентам?

- На что больше всего делается упор в коммуникации с этой целевой группой?
- Отличается ли коммуникация со студентами по обмену и студентами на полный срок обучения? Если да, то как?
- С каким слоганом преподносят Тарту как университетский город?
- Какие основные прилагательные вы используете в коммуникации с иностранными целевыми группами? Какие слова вы используете, когда описываете/рекламируете ТУ/Тарту?

Будущее и развития

1. Что надо начать развивать, что бы Тарту стал более подходящим местом обучения для иностранных студентов?

- Должны ли принимать участие в решении этой проблемы университет, город или государство? Почему?
- Что должен предпринять университет?
- Что могла бы сделать горуправа?
- Какие организации могли бы больше взаимодействовать? Почему? В чем могло бы быть это взаимодействие?
- Что требуется развивать в первую очередь, что бы Тарту стал более подходящим местом обучения для иностранных студентов?

2. Что вы сами уже сделали для того, что бы Тарту стал более подходящим местом обучения для иностранных студентов?

- Обсуждали ли вы эту тему, например в своем отделе, с отделом по иностранным студентам, с университетской администрацией, с Тартуской горуправой? Если да, то какие развития?
- С кем вы делали совместную работу? Какие развития?
- На какую группу иностранных студентов надо сосредоточиться в первую очередь?
- В перспективе 5 лет, возрастет или понизиться число иностранных студентов, которые хотят приехать учиться в Тарту?
- В будущем возрастет количество студентов по обмену или на полный срок? Почему?
- По вашему мнению, что надо изменить, что бы исправить коммуникацию? Имидж Эстонии/ Тарту / ТУ

Lisa 4. Intervjuude transkriptsioonid

Svetlana Vogeli intervjuu transkriptsioon

Как бы вы оценили Тарту как университетский город для иностранных студентов?

Очень студенческий город. А в действительности то, что Тарту студенческий город, что уникальная атмосфера, что везде можно ходить пешком, что студентов больше 20% населения, является одним из как бы selling points если по-английски говорить, когда мы представляем Тартуский университет и Тарту. Другими словами город от университета как и университет от города отделить нельзя ... и это один из как бы пунктов привлечения. Т.е. когда мы говорим о том, почему нужно учиться в Тарту, то Тарту это уникальный университетский город. Это один из selling points, когда общаемся со студентами иностранными.

Ааа очень хорошо. А какие например, прилагательные могли ... ну вот вы используете, когда ... вот именно о Тарту или о Тартуском университете, когда говорите?

Ну по-английски, тогда говорим...

Да

Unique, compact, walkable, lively, young, то есть уникальный, компактный, везде можно ходить пешком почти, очень много молодежи и студенческой жизни.

Мхм!

То есть это не все прилагательные, не все можно в прилагательных...

Ну да!

Уникальный... уникальный, университетский европейский город.

Мхмм ... А как вы считаете, какой имидж у Тарту, ну как у студенческого города по сравнению с другими городами Эстонии?

Если с точки зрения экспертов а смотреть, ... то для себя мы описываем, что есть города с университетами, как Таллинн, допустим, или Берлин, и есть университетские города, как Тарту, Кембридж, Оксфорд, где университеты это главное, что есть в городе и все вокруг него. То есть мы в такой категории. Мы - университетский город, а не город с университетом.

Мхм, а по сравнению ... вот например, с Кембриджем... хе-хе

Не сравнивайте!

Ну нет, ну да, ну с другим вот университетским городом ... какие вот у Тарту есть плюсы, например?

Ну дальше в экономику уходит, в Тарту по-прежнему жить доступнее по цене, чем в каком-то любом университетском городе в старой Европе. Есть такая Британская организация *I-graduate*, они проводят исследования среди студентов иностранных по всей Европе, Австралии, ну всему миру практически. И Эстония в прошлом году тоже исследовалась. и нас сравнивали с Европой, в основном там Великобритания была, несколько университетов из Дании, Нидерландов. По соотношению цены и качества, Тарту выглядел лучше ... то есть у нас соотношение цены и качества лучше, чем в среднем по Европе. Учиться у нас классно, у нас вот эта вся студенческая жизнь присутствует, но и при этом более доступно по цене с точки зрения проживания, питания, общежития и качества этого всего. Другими словами - качество по более доступной цене, чем если бы они учились где-то в старой Европе, особенно в Великобритании если говорить. И это важно, для студентов важно, т.е. на сколько студенческий рубль можно «растянуть».

Мхм, а по сравнению, например, с такими городами как столица, как Таллинн... Таллиннский университет?

Если говорить об Эстонии, то в Тарту по-прежнему учиться лучше, чем где-либо в Эстонии. То есть, нет лучшего места в Эстонии для образования, чем Тарту. Не только с точки зрения, что это самый лучший университет в Эстонии, но и с точки зрения, вот этой самой атмосферы. И цена тоже, она все еще остается ниже, то есть поесть в Тарту все равно дешевле, чем в Таллинне.

Да.

Общежитие примерно столько же стоит, но в Таллинне ты где-то там будешь (далеко от центра)... Зависит от университета, но если в Таллинском Техническом например, то это отдельный кампус, то там до города еще надо добираться, а в Тарту все можно обойти пешком. В целом если брать, то Тарту самый лучший город для образования в Эстонии по качеству и по цене.

А какие же минусы или слабые стороны?

Минусы, слабые стороны ... Ну во-первых, отдаленность от того же Таллинна. То есть не всегда можно прилететь в Тарту или не всегда это дешевле, чем если бы ты приземлился в Таллинне. Для иностранных студентов это важно, то есть когда ты уже прилетел из Америки, то тебе к 10 часовому перелету, еще надо 3 часа добавить. Этот переезд немножко усложняет. Даже если путешествовать внутри Европы находясь в Эстонии на обучении, нужно всегда ехать в Таллинн. Вот эта вот отдаленность, которая сейчас постепенно улучшается ... аэропорт открыли. Пусть там не всегда самолет удобен, не всегда это дешевле, чем лететь из Таллинна. Вот это, является таким минусом. А так отличное место!

Соглашусь, соглашусь! Мм.. так, а как вот вообще, ну если смотреть международный рынок, вот как ... на сколько привлекательна Эстония как место образования?

Эстония как место образования в принципе пока не известна. Эстония как страна, которая продвигает свое образование на международном рынке, этой практике всего несколько лет. Может быть 4 года назад, 4 максимум 5 лет назад, когда Эстония стала активно продвигать себя как destination, как ...

Место...

Место образования для иностранных студентов. И поскольку страна маленькая и никто дальше ближайших соседей о нас не знает. Даже в Европе, чем дальше к югу, тем меньше о нас знают. То есть, это в принципе один из ... как он называется по-русски...

Ну можно по-английски...

Один из блоков что ли. Вот этот блок нам еще нужно преодолеть. Нас не знают, страну не знают, и в принципе там где знают, она еще по-прежнему очень часто ассоциируется с бывшим Советским Союзом, т.е. есть ожидание, что тут все еще Восточная Европа. Нам очень помогает общая эстонская кампания Welcome to Estonia, которую делает Enterprise Estonia., когда Эстония продвигается как „positively transforming, positively surprising”, но на это тоже уйдут годы. Для Эстонии как страны для образования, потребуется несколько лет, чтобы последовать успешному примеру Нидерландов

Ну тогда перейдем к следующему уровню... Кто является целевой группой для Тарту как студенческого города или для Тартуского университета?

Ну тогда для университета, потому что я не знаю как для Тарту...

Ну да!

Для привлечения студентов, если говорить, то мы, конечно, в самые главные страны выбираем ближайших соседей - это Финляндия, Россия, и то не вся Россия, а Западная часть России, Петербург, частично Москва и...

Псков?

Новгород. Псков, ну так, не очень. Петербург самое активное направление. Финляндия традиционно всегда любит посылать своих студентов - всем известно, соседи, близко. И дальше чуть-чуть у нас, в первую категорию интенсивности попадает ... ставим мы себе в приоритеты такую необычную страну как Турция, потому что очень большое мобильное студенческое население, экономика достаточно уже подтянулась, то есть не обязательно всегда нужна стипендия, иногда люди могут платить. Они (Турция) недавно стали частью Erasmus Exchange, теперь уже есть люди, которые получили опыт в Эстонии, вернулись и рассказывают. Турция до сих пор пытается войти в Евросоюз, и как только войдет, это еще все визовые ограничения снимет. Студенты из Турции уже сейчас получают привилегированные условия в отличии ... не буду объяснять. То есть вот Турция попадает. Еще попадает, не удивляйтесь, Америка. Для наших семестровых и летних программ это очень хороший рынок, но опять же не вся Америка, а Восточная, Северо-Восточное побережье. И из Китая мы пытаемся приобрести студентов, потому

что у нас сейчас очень такой европейский получился университет ... студентов из Азии скажем так, мало. Если набирать студентов из Азии, то это - Китай. Ну и еще парочка других стран ... Германия, просто потому что уже очень давние связи с Германией, это у нас уже второй приоритет ... И так, Финляндия, Россия, Латвия, Германия, Турция, Америка и Китай ... по разным причинам, и к ним разные подходы...

Мм.. интересно.. Ммм какой же вопрос следующий задать..

Ну задавайте какие есть!

Ну а кто является самой приоритетной группой для университета - студенты по обмену или же студенты, которые приезжают на полный срок образования?

Аа.. и та и другая важны по-разному. Конечно, мы всегда хотим больше студентов, которые учатся на получение степени, потому что, они здесь дольше, из них мы можем завербовать ... если допустим они в магистратуре, мы можем завербовать студентов в докторантуру, что очень важно так как там исследования проходят. А студенты по обмену тоже важны, потому что они являются такими как бы послами ... все позитивно удивлены как хорошо в Тарту, в Эстонии. Они являются такими "разносчиками заразы"...

Хе-хе-хе

Конечно наша главная цель это приобретение студентов, которые учатся на степень, но студенты по обмену очень важны, потому что ... рекламируют нас ... и из их числа мы тоже можем вербовать студентов на получение степени.

Мхм.. это хорошо...

Сегодня у нас примерно половина и половина, то есть примерно 300 и 300 тех и других, то есть, по значимости они практически одинаковые. Чего бы мы больше хотели? Студентов на степень...

А какой мог бы быть типичный студент, который приехал обучаться в Тарту?

Типичный студент будет европеец, скорее всего женского пола, магистрант.

Мм.. как интересно... А почему?

Статистика такая. То есть, вот так сегодня выглядит наш студент... более 60% студентов женского пола, то есть если типичный, то скорее всего девушка молодая. Поскольку основная масса студентов сейчас из Европы, то европейка. И, наконец, основной фокус сегодня на магистрантах, так как у нас нет полностью программ на английском языке на бакалавриате, поэтому у нас в основном учатся магистранты. Магистрантов больше. А уж если совсем типичный студент, то из Европы, по обмену, но все равно девушка...

Ну так всегда..

Ну они мобильнее...

Странно это все..

Ну у нас еще инженерных специальностей нет на английском языке..

А ну да..

У нас в основном soft sciences..

А как вообще происходит коммуникация, ну общение с иностранной целевой группой, ну с иностранными студентами?

С потенциальными иностранными студентами или с иностранными студентами?

Потенциальными...

Потенциальными студентами... с потенциальными студентами мы общаемся по-разному. Интернету -- очень важная роль, там задействованы различные специализированные порталы, которые продвигают программы обучения, будь то семестр или на получение степени, их масса. Там нужно размещать информацию, на английском языке. Google Advertising, то есть когда тематический поиск идет, выскакивает реклама нашего университета. А один-на-один или face-to-face communication осуществляется через выставки образования, которые в тех же самых целевых странах происходят, куда мы ездим. Примерно в год 10 выставок, которые мы посещаем самостоятельно, плюс в составе Эстонской выставки. Прямую рассылку делаем. Общаемся и пытаемся завербовать студентов из тех, которые здесь уже находятся, которые на лето приезжают

или по обмену. По почте все еще отправляем информацию иногда. Но интернет самый глобальный ресурс.

Но а вот например, раз интернет настолько глобальный, используете ли вы, вот социальные связи... Twitter, Facebook?

Не настолько, всегда можно сделать больше. Есть Facebook у Тартуского университета, страница, как она называется групп фан... фан групп..

Да, да..

Сделана летом прошлого года, то есть через это пытаемся ... Всем потенциальным студентам предлагается присоединиться к Facebook'у, что бы они смотрели, что происходит в университете, что студенты говорят... Или когда мы проводим какое-то мероприятие, ну допустим вот в Латвии проводили день Тартуского университета, то мы использовали самый популярный "Facebook" Латвии (draugiem называется), для размещения рекламы. По-разному пользуемся. Седующим шагом будет, наверное, Российский Вконтакте, решаем сейчас открывать нам или нет, но на сколько у нас хватит ресурсов. Кстати, вы являетесь членом Тартуского коммунити?

Конечно! Главный фанат! ... Ну по вашему мнению, это эффективно?

Эффективно ... каждый отдельный элемент рекламной кампании не всегда, как бы однозначно эффективный. Чаще всего это целый набор инструментов, которые работают вместе. То есть, да, абсолютно, сегодня у Тартуского университета около 3-х или почти 4 тысячи фанатов которые постоянно как бы находятся на связи с университетом, получают новости, выстраивается определенный имидж университета. Но эффективность можно мерить по-разному ... не то чтобы с помощью Facebook'a завербовалось 5 новых студентов - эффективность немножко другая, то есть она по-разному измеряется...

Ну а какая, по вашему мнению, самая эффективная для привлечения иностранных студентов?

Интернет! Интернет - у него много может быть разных лиц, но Интернет является самым важным каналом... По-разному можно в Интернете работать.. Интернет позволяет .. как бы сказать ... генерировать запросы, не обязательно теперь всегда везде ездить, а через интернет можно дойти до тех же целевых аудиторий ...

Ну как я поняла коммуникация в основном на английском, иногда на русском... еще какие-нибудь языки?

Стараемся на ключевые страны, в которые часто ездим, больше рекламируем, издавать простой информационный листок на языке той страны... есть на русском, на латвийском.. на турецком,... на китайском... то есть страны, которые в первую категорию входят. И эта же информация идет (в этом же объеме)... на нашем сайте. Так, в принципе, в основном коммуникация идет на английском языке, на местных языках печатаем только. Студент, не всегда единственный, кто принимает решение о том, где он будет учиться, родители тоже очень важная категория и они все говорят на английском языке...

Ну да...

Поэтому, допустим в России, в Китае, это очень важно, и еще очень помогает нашему вебсайту «вылезать» во всех поисковых системах... если люди ищут на своем языке, там на первой странице он и «выскакивает».

Вы упомянули родителей... а как вот "достучаться до" родителей, например?

"Достучаться" до родителей... акценты в рекламных материалах делаются другие ... есть такие ключевые моменты, которые важны для родителей - это безопасность, стоимость, доступность. Для России, для Финляндии... важно, особенно теперь это будет важным, когда будет больше программ бакалавриата, потому что люди совсем молодые, после школы.. 17-18 лет, и для родителей важно, поэтому мы включаем ... безопасный студенческий город, по оценкам UNESCO 2004 года - это child friendly, то есть дружелюбный по отношению к детям. Небольшой, везде можно дойти пешком. Для России важно также, что близко к России, всегда можно сесть на автобус и приехать домой. Такие ключевые моменты мы включаем особенно, когда пишем рекламные статьи.

Так, а какое самое ... вот в коммуникации... какое самое главное послание или сообщение передается вот иностранным студентам?

По итогам 2009 года Тартуский университет вошел в число 600 лучших университетов мира – это, пожалуй, самое главное послание, которое мы хотим сообщить. Потом к этому еще добавляется как раз уникальность самого города, доступность не только проживания и питания, но и если не получил стипендию, то все равно учиться дешевле, чем допустим, в Великобритании. То есть один из лучших университетов мира, плюс доступность по цене и отличное качество! И университетский город!

Мхм... отличается ли чем-нибудь коммуникация со студентами по обмену ... вот студенты по обмену и которые на степень, отличается ли эта коммуникация?

Да, абсолютно! Студенты, которые по обмену ... опять перспективно говорю...

Ну да

Те, которые по обмену, они приедут из наших университетов партнеров, и коммуникация осуществляется с университетами партнерами, и плюс еще со студентами, которые уже здесь по обмену. Когда они едут обратно мы просим ... «рассказывайте друзьям!»..... то есть мы им пишем, когда они уже уехали, когда уже провели свой семестр и уехали обратно. Примерное сообщение «если вы классно время в Тарту провели, то расскажите другу». Таким вот образом, а в основном, через университеты партнеры, где действуют координаторы, которые так же как и наш университет поощряет студентов ехать учиться за границу, так и они делают. В этом случае, с ними общаться проще, так как каналы очень конкретные, очень accessible. Те студенты, которые на степень, опять же, мы должны сузить географию, нужно выбрать страны из большого количества. Там больше денег требуется, требуется больше ресурсов, потому что они как бы по всему миру находятся и... и надо выбирать куда и как...

Интересно...

Поэтому в этом случае - выставки, интернет и другие разные каналы...

А как насчет слогана... лозунга?

У Тартуского университета нет слогана. Поэтому мы пользуемся вот этими ключевыми посланиями: в числе 600-та лучших университетов, уникальный университетский город.

Мхм... Ну поговорим тогда о будущем... о развитиях... как вам кажется, что нужно начать развивать, что бы Тарту стал еще более подходящим... еще более лучшим местом для обучения для иностранных студентов?

Самое главное для студентов - это чему учиться, поэтому Тартускому университету придется развивать больше программ. На сегодня, у нас только один бакалавриат на английском, вот с этого года начинается, и семь программ магистратуры, плюс еще совместные программы. Чем больше программ, тем больше студентов. А так в принципе, когда станет больше студентов, тогда и инфраструктура должна будет подтягиваться, так как у нас опять начнет не хватать человеческих ресурсов, что бы обслуживать этих студентов, могут начаться проблемы с общежитиями. Если например, с завтрашнего дня у нас будет не 600 студентов, а 1200. Но есть всему своя очередность, и мы еще не там, поэтому пока нет этих проблем. А так в принципе, чем больше программ, тем больше студентов. То есть если мы хотим что бы их было больше, то нужно развиваться.

А .. например, может что-то должна предпринять горуправа... города?

Горуправа уже предпринимает шаги, то есть ... если по Тарту ходить, то как вы можете заметить, у нас очень европейский город, у нас очень мало людей которые ... отличаются от нас этнически, допустим, с темной кожей или с азиатским лицом, поэтому Тарту уже предпринимает шаги для того, что бы Тарту стал ...и чтобы жители Тарту воспринимали адекватно приток людей с другими этническими корнями, поэтому есть такая кампания - Толерантный Тарту. Это очень важно.

Ахха... Так, а как вам кажется, могли бы может какие-нибудь организации больше взаимодействовать друг с другом?

Ох.. затрудняюсь на это ответить, всегда можно, так сразу не ответишь. Надо подумать... Всегда можно что-то лучше сделать.

Хорошо!

Есть организация ESN, они очень много взаимодействуют с университетом. То есть в реальной жизни вся студенческая жизнь им «делегирована». Уже много сделано, поэтому Тарту и является таким успешным студенческим городом. И с городом тоже кооперация есть. Вот... что сделать можно?! Наверняка что-то можно, но сейчас не приходит нечего конкретного в голову.

Но как вам кажется, вы сами уже что-нибудь сделали ... общались с какими-нибудь... ну разными... отделами в университете, там?

Привлечение иностранных студентов, это такое общее дело. То есть мы общаемся со всеми отделами, которые связаны каким-то образом с обучением и обслуживанием международных студентов. Поэтому мы взаимодействуем с отделом коммуникации, мы взаимодействуем с отделом международных студентов, много взаимодействуем с факультетами, потому что там программы сами происходят. То есть как бы это не дело одного отдела, это дело всего университета!

Ну и как вот эта вот коммуникация ... вообще ... легко дается?

Вы знаете да, регулярно, допустим каждый семестр, встречаемся, обсуждаем, что будет происходить, какие результаты прошлого семестра. Периодически по электронной почте люди получают информацию, и когда какие-то проблемы. То есть ... с некоторыми отделами общаемся почти каждый день. Так что стараемся!

Хорошо! А пример у вас есть какой-нибудь... там совместной работы?

Ну планы международного продвижения ... как, откуда и когда будем вербовать студентов международных. Они всегда готовятся и обсуждаются в кооперации с менеджерами программ и с отделом международных студентов, которые обслуживают студентов. Это такое совместное усилие. То есть мы разрабатываем проект плана, потом менеджеры и другие отделы дают свой input, и таким образом мы получаем уже тот конечный план, который наш отдел координирует и как бы выполняет в жизнь. Но все равно он выполняется в координации, в сотрудничестве, в кооперации с другими отделами. Потому что здесь у нас всего 2 сотрудника, которые непосредственно связаны с вербовкой студентов. Сами понимаете, двумя человеками этого не сделать ...

То есть в Тарту вот есть.. arengiplaan.. или arengukava специальная, которая нацелена, да?

Есть, оперативный план, который на год, и есть трехлетний план продвижения международных программ.

Мм.. В перспективе 5 лет, возрастет или понизится число иностранных студентов, по вашему мнению?

Обязательно возрастет! Оно в принципе возрастает каждый год, то есть у нас нет предпосылок для того, что бы оно понизилось. И если еще побольше программ будет, то действительно будет. И мы очень много работаем, .. то есть столько усилий тратится, денег что бы их было больше, что оно просто должно возрасти!

И как вы думаете будет больше по обмену или на степень?

Теперь будет, думаю, что по обмену уже критическая масса достигнута... их может быть чуть-чуть больше, чем 300, чем сегодня есть. А программ международных становится больше, вот этот сегмент будет возрастать, и их доля увеличится.

И последний вопрос... по вашему мнению, что надо изменить, что бы исправить ... ну имидж Эстонии ... имидж Тарту ... всего?

Не то что бы изменить, а нужно подготовиться, что много лет очень много людей во всей Эстонии, в разных организациях будут объединять усилия на то, что бы этот имидж создать.

Ну вот, наверное, все! Спасибо!

Пожалуйста!

Если у вас что-то есть добавить?

Нет, если что-то еще понадобится, то звоните...

Спасибо!

Külli Kõrgesaare intervjuu transkriptsioon

Kuidas te üldiselt hindate Tartut kui õppimist kohta, mida on ta teie jaoks?

Üldiselt või?

Jah

No ma arvan, et on üks paremaid mida on pakkuda. Jah. Et siuke ... ta on suhteliselt kompaktne, suhteliselt siuke e lihtsasti tähendab lihtne liigelda ... selles mõttes, et asjad ei asu üksteisest väga kaugel, siis isegi kui meie tudengid elavad teie ühiselamus, siis ... Raatuse tänaval, mida nad aeg ajalt teevad. Noh meil on veel eritigi kompaktne, selles osas, kui me võtame siin, et siis ka sealt ei olegi eriti raske siia pääseda. Siis, noh on piisavalt nagu üritusi nende jaoks, on teatrid, kino, spordisaalid, kõik asjad on nagu olemas. Et no selles osas ma arvan, et ta peaks olema suhteliselt siuke normaalne koht kus elada. Oleneb muidugi tudengist, kes kust tuleb, sest kui mõni on ikkagi pärit väga rahva rohke kohast, siis ma arvan, siin on väga vaikne.

Nii aga siis teie arvates, milline on Tartu kui õppesihikoha kuvand võrreldes teiste Eesti linnadega?

Mmh ... hmm hmm ...

No näiteks Tallinaga?

No, jah, no Tallinn on suurem, Tallinn on kiirem ... Tallinn on natuke rohkem suurlinnalikum, kui Tartu. Tavaliselt, jah, võib olla noorte jaoks, Tallinn on nagu huvitavam. Ka selles osas ja ta on hmhmm Europale rohkem on nagu lahti, arvestades, et seal on sadam ja lennujaam, noh ja et selles mõttes on Tartu nagu natuke ei ole nii heas olukorras kui Tallinn.

Aga näiteks teiste Balti riikidega ja Balti ülikoolidega?

Eem Balti ülikoolidega? Oleneb nüüd jälle millistega ... et noo Balti pealinnaks peetakse üldiselt Riiat, nii et e noh selles osas noh võrreldes Riiaga meil linn on väike, e samas võrreldes osade ühikatega, mida ma tean Balti maades on meie ühiselamut noh näevad normaalselt välja ja on korralikult renoveeritud. Meil on olnud probleeme sellega, et me oleme saatnud oma tudengeid Lätti ja Leedu ja siis nad on olnud nagu suhteliselt häiritud sellistest ühiselamutest, mida nad on seal kohanud. Noh ... samas, ma ei oska öelda ... no eks ma kujutan ette, et seal võib ka olla täpselt sama asi, et üks asi on olla pealinnas, kas siis Riias või, või Vilniuses ja teine asi on, näiteks põllumajandus ülikoolis, mis asub pealinnast väljast Elgavas hoopis, mis on hoopis väike siuke Elva suurune linn, et nad ongi siukesed erinevad.

Aga nagu üldiselt välisturul?

No jah, muidugi üldiselt välisturul nagu Tartut on raskem turustada, selle pärast et ta on niivõrd väike ja meil ei ole midagi noh midagi sellist, mida välismaal väga palju teatakse. Peale Estonia hukku ja meie maa nime eks ole, e siis Tartuga nagu ei seostata suurt midagi, nii et selles mõttes on Tartut raskem turustada, muidugi ...

Teie arvates, kuidas võiksid näha Tartut siia tulevad tudengid?

Ha-ha-ha No on raske küsimus, ma ei oska nagu asetada ennast nende kingadesse väga, aga nii palju kui ma olen kuulnud ja mida nad on siin arvanud ... mm suhteliselt roheline e no ma mõtlen parkide ja siuke nüüd siis nad ütlevad, et me Emajõgi ei kasuta eriti, et me võiksime rohkem nagu sealt kasu saada ... siis ... meie tudengid enamasti elavad kuskil kesklinna piirkonnas, kui nad elavad, nii et nad sinna magalatesse sinna väga ei sattu, e noh kohvikuid ja kõrtse on piisavalt, selle üle puudust ka ei kaeba ... no ma ei oskagi öelda

Aga mis on Eesti Maaülikooli kõige tugevamad küljed võrreldes teiste Eesti ülikoolidega?

Maaülikooli omad?

Mmh

Vot siin võib olla see et ... me oleme natukene nagu nišiülikool, selles mõttes siin siiski on asju mida teistes ülikoolides ei õpetata nagu veterinaaria, metsandus, e noh põllumajandus ... mm et noh selles mõttes me nagu erinevate natuke teistest. Siis meie ülikool on suhteliselt väike, suhteliselt paindlik, suhteliselt üliõpilase sõbralik, ee siis viimasel ajal, on hakatud meil siin välja töötama ka roheline ülikooli kontseptsiooni, nii et ta on ka suhteliselt roheline, püüdes siin kasutada muru katuseid ja püüdes sulatada neid hooneid siia. Ja meil on suhteliselt ühtne kámpus võrreldes ka jälle ... noh siukene servas, suhteliselt

välja kujunenud, suhteliselt hästi haljastatud, suhteliselt hea kohapeal, arvestades jõe ja plaaži lähedust ja muid selliseid asju ... nii et selles mõttes, ma arvan, võib olla midagi sellist ...

Aga näiteks nõrgemad?

Ee nõrgemad küljed ... nõrgemad küljed, võib olla on meie siuke ... mm see, et väga palju ei teata millega ülikool praegu tegeleb, et üsna palju on asjad kinni, sellest arvatakse, et tegu on noh ainult sellistega põllumajandus asjadega tegeleva ülikooliga, et ei ole nagu ... et me võib olla ei ole suutnud väga hästi oma siukest kuvandit välja poole välja näidata

Aga kuivõrd atraktiivne õppesihtkoht on üldiselt Eesti, teie arvates?

Ee ... on ja ei ole ... mm on selline raske küsimus ... siin tundub see, et nagu vaadata neid küsitlusi, mis on tehtud, siis enamasti üliõpilased sattuvad siia e nendest kohtadest, kus üliõpilased, kes on juba nagu käinud. Kui hakkab levima mingisugune teadmine, selle kohta e mis Eesti on, kas ta on, mis ta on, mida siin õppida saab, et nagu selline suust suhu informatsiooni levikuga tundub, et on üsna palju asju ... tähendab siin mõni aeg tagasi, kui asi oli uudne ja me Euroopa Liidu astusime, siis ma arvan oli ka rida selliseid no inimesi, kes tahtsid tulla vaatama, mis asi see on ... See Eesti ja mis siin toimub ... e siis üks asi, mis on atraktiivne üsna paljudele on Venemaa lähedus. Ja kui nad siin käivad, siis nad kasutavad nagu juhust selleks, et püüda käia ka, näiteks kas Peterburis ja Moskvast ja on huvitatud ekskursioonist või vähemalt korra käimisest Venemaale. Nii et see on ka nagu üks selline asi mis pakub huvi. Aga ... kui hea ta on nüüd siis ... ja kuidas ... ei oska öelda ... ma tean seda ka, et noh, et meil praegu püütakse ju ... on nagu üldine üle-eestiline turustus- ja turundusstrateegia väljatöötatud ... ja käivad ülikoolid koos ennast tutvustamas igas... igal pool messidel, nii et ma arvan, et see ka hakkab pikka peale tooma ...

Hm ... Kuivõrd atraktiivne on siis just Tartu kui sihtkoht?

Noh ma ei oska seda ka öelda ... see on ... see on jälle see täpselt sama asi, üks ole ... et no selge on see, et Tartu Ülikool oma pikka ajalooga, noh kui keegi jõuab juba nii kaugele, et ta on Eesti peale väljamõelnud, siis nagu peaks ... ülikool on sellest ajast saadik siin olemas olnud, siis siis ma arvan, et noh see on ka nagu üks selline koht et ... no nagu öeldud, et tegu on siukse suhteliselt väikse kohaga, et mitte väga suurt, noh ei ole, ei ole New York, ei ole Pariis, ei ole, ei ole siukesed asjad ... no minu arust päris armas koht

Rääkime siis siht rühmadest et ee no vot see Tartu kui õppesihtkoht, kes on kõige potentsiaalsemat sihtrühmad siin nagu välitstudengitest nagu mm ...

Lühiajalised või pikajalised?

Ee mõlemad

Mõlemad ... Lühiaja või tähendab pikaajalised on kindlasti soomlased ja noh neid meil minu teada, on kõige rohkem nii Tartu Ülikoolis, kui meil siin ee noh Tartu Ülikoolis arsti meil veterinaariat. Nii et meil on mingisugune saja kahekümne ringi vast pealt, et ja no jah saja kahekümne - kolmekümne vahel soome tudengeid veterinaariat õppimas siin. Nii et noh ... nii selline asi on, aga see on rohkem kinni ma arvan, selles Soome riigi poliitikas, et ta ei võtta aastas rohkem veterinaariat õppima kui kahekümne viit tudengit eks. Jah, et see arv on suhteliselt väike, mis nad vastu võttavad. Ja kuna siin on järgmine lähim koht, kus õpetakse kaheksakümmend kilomeetrit ja vanasti ka oli odavam, nüüd järjest meil siin hind tõuseb ... siis aga noh ühesõnaga, lähedus on nagu järgmine koht ja suhteliselt ... kuna õppekavad on akrediteeritud ja nad on saanud ka rahvusvahelise tunnustuse, et nad on üleval e Rahvusvahelise Veterinaaride Liidu koduleheküljel siis ... siis ma arvan, et see on siuke atraktiivne koht. Nagu üks on lähedus ja teine on ka see, et õppekava on suht korralik, et on nagu akrediteeritud. Aga siis mis edasi puutub, siis kui vadata kuidas meil tudengid nagu lühiajalised või vahetustudengeid sisse tulevad ee ... siis arvan, Lõuna-Euroopa on viimasel ajal suhteliselt aktiivne, kes oma tudengeid siia saadab, näiteks Hispaania, Portugal, et sealt nagu tuleb rahvast siia ... siis noh Tsehhist, Lätist, Leedust noh viimasel ajal on hakanud ka tudengeid tulema noh ütleme ka mujalt. Meil on siin Kolumbiast ja Hiinast, ja Iraagist, ja kui ma nüüd ei valeta ... ja Kosovost, näiteks, jah ja sellistest naljakates kohtadest, aga no mille alusel nad valivad ausalt öeldes me ei ole teinud uuringud ...

Aha ... Aga kuidas te valite seda sihtrühma, kas teil on see mingi ee arengukava?

Jah, just, just strateegia

Jah, et kes on nagu teie arvates Maailmikooli sihtrühm, kes seal sees kirjas on?

No et seal on tegelikult sees nii öelda terve Euroopa, selles osas, et noh me ei saagi teda väiksemaks teha. Muidugi hea meelega me tõmbaksime ära osad tudengid ka siit oma lähi ümbruskonnast Lätist, Leedust, Venemaalt, Ukrainast, ütleme endisest Liidu maadest, kus on veel säilinud siuke teadmine Tartust, kui heast õppe no õppimise kohast. Aga noh ... siukest ütleme seda endist Nõukogude liidu oleme nagu püüdnud pidanud, aga ka näiteks Türgit võib olla, ee Hiinat võib olla vähem ei ole praegu sinna suund väga töötanud, sest meil ei ole väga palju praegu pakkuda. Meil on ainult üks inglise keelne õppekava ja tänu sellele noh me ei olegi väga püüdnud nagu ennast turustada ... väljaspool.

Aga ... kes on siis ülikooli prioriteet, kas siis välisvahetused või siis kraadiõppe?

No ma arvan, et mõlemad tegelikult

Miks?

Miks või?

Miks ühed ...

Ja miks teised? Selles mõttes, et kraadiõppe on rahulikum noh selles mõttes, et kui üliõpilane tuleb, ta tuleb kaheks aastaks, ta tuleb neljaks aastaks või tuleb kuueks aastaks üks ole, kaks pluss neli et või ... või kolm pluss kaks pluss üks ole, viieks aastaks e ja on ... veterinaarias kuueks aastaks, et ja üliõpilaste arv nagu noh siuke tähtis ... aga noh teine asi, on see et vahetustudengid need on natuke hetkelisemad, aga samas arvestades jälle seda, et noh nende see e riiki noh riigid, kust nad tulevad, et nad on väga erinevad, et nad toovad nagu teistmoodi teadmised ja teistmoodi nagu kogemust juurde ... nii et ... tahame mõlemaid!

Okei, aga kes siis võiks olla tüüpiline tudeng, kes tuleb Eesti Maaülikooli?

Eesti Maaülikooli ... noh praegu arvestades seda õppekava, mis meil pakkuda on või ütleme siis ... nad on enamasti on maastikuga, ühesõnaga maastikuga ja keskkonnaga seotud tudengeid, et meil see õppekava, mis meil on ee keskkonnaalane, nii et ja muidugi tegelikult ei saa öelda, et ka metsandus on see, mis tõmbab ligi. No viimasel ajal kui vaadata neid trende, mis on olnud siis on põhilised on no kesk, no lühiajalised need vahetused on keskkonnaüliõpilased ja metsandusüliõpilased. Üsna palju on siukest ee praktikat, kes tahavad tulla ee no ütleme suviste praktikale. Meil on üsna palju on metsanduses suviseid praktikaid, mis katab mingeid kaks kuud näiteks. Nii et nad kolavad mööda metsi ja määravad taimi ja puid ja muid siukest asju ... ee ja kuna meil on veterinaaria kliinik ... on päris korralikult varustatud, siis viimasel ajal on ka üsna palju e siin just lähiriikidest tudengeid, kes tulevad veterinaaria praktikale ... et neid on nagu. Ja siis ütleme doktoriõppe tudengeid meil on, nii et kuulutatakse välja ... tehakse kõige pealt juhendajate konkurss, siis valitakse kõige pealt juhendajad ja teemad ja siis need kuulutatakse välja ja siis noh ühesõnaga, siis tulevad nagu huvilised tudengid nagu nende peale.

Aga kui näiteks tüüpiline tudeng, et ta õpiks näiteks ...?

Jaa ...

Mida? Mida ta õpiks, mis soost ta oleks, mis rügist ja mis oleks tema õppimise motivatsiooniks? Kui me koostame sellise tüüpilise tudengi, lihtsalt nagu mida pakuksite? Nagu, kas on näiteks rohkem naisi või mehi, kes tulevad ...

Ee kui me räägime veterinaariast, siis oleks ta arvatavasti naistudeng e Soomest, enamasti midagi juba õppinud, mitte päris koolipingist, e suhteliselt hästi motiveeritud, valmis õppima e selline. Kui ta oleks Erasemus tudeng, siis viimasel ajal tundub mulle, et ta oleks e noormees, sest meil on praegu sisse tulevaid poisse nagu rohkem kui tüdrukuid olnud, e ta oleks ka siis Hispaaniast või Portugalist, aga noh mitte ainult no eee ... siin nüüd juba hakkab minema raskeks, sest et siin on nii üht kui teist ... on selliseid seltskondi, kes on nagu motiveeritud ja on selliseid, kes e noh peab ka pidu ... suuremal hulgal ...

Okei! Aga kuidas toimub see kommunikatsioon nende sihtrühmade, nagu milliseid kanaleid te kasutate?

Ee millal nüüd enne kui nad tulevad, kui nad siin on?

Jah, näiteks enne esialgu.

Enne no esialgu emailitsi.

Aga kust nad üldse saavad teada, et vot on olemas selline Maaülikool Tartus?

Mm... Kes seda teab .. he-he ... no ma loodan ikka, et m üks osa on see, et nagu on sõlmitud ette mingisuguseid hulk lepinguid ja tavaliselt on neid lepinguid üleval, no nende ülikoolide kodulehekülgedele peal ikka kuhu nad lähevad. Et see on nagu üks võimalus. Siis on see võimalus, et on olemas ee näiteks ... no hea küll Smart Estonia portaaliks võiks olla üht-teist olema, siis on olemas siukesed üle-euroopalised portaalid, mis kondavad ee no näiteks ingliskeelseid magistri programme näiteks, seal üks info on olemas ... siis on olemas selline asi nagu Mugon võrgustik, kus ma tean, et on olemas info meie kohta üleval. Siis on olemas noh teatud võrgustikud ütleme siin Põhja-Baltimaade võrgustik, põllumajandus ülikoolide võrgustik, siis on olemas p.....nimeline võrgustik, siis on olemas Euroopa põllumajandus ülikoolide võrgustik, IKKA välissuhete võrgustik ja ROIKA ... nii et noh siukesed enamasti, ma arvan, et selliste võrgustiku kaudu liigub see siuke info. Noh suuremas osas, noh ma mõtlen sellises mõttes, et et ... siis üks me oleme püüdnud saata laiali mingit informatsiooni oma ülikooli kohta nendesse koolidesse, millega meil on lepingud olemas, nii et ... aga kust nad seda teada saavad täpsemalt, seda võib nende käest küsida.

Agas milliseid Interneti kanalitest, miiliseid te kasutate? Noh neid võrgustike ...

No neid võrgustike ... siis edasi võib olla sõltub siin natukene võib olla ... näiteks, Soome tudengid on tavaliselt nüüd viimased kaks aastat, näiteks ma tean nagu, on olnud noh meililistidel, siis nad on olnud Facebookis ... on olnud üleval.

Kas te kasutate facebooki ka?

Jah ... ülikooli tähendab mhn ja on olemas küll Maaülikooli e see facebooki lehekülg ja page, aga see on enam vähem seal ongi veterinaaria tudengite see ee ... päris nii ei ole (Hüüab teine kolleeg) Päris nii ei ole et seda eestikeelsedjah ja tema paneb sinna ega suuremaid üritusi ja infot nagu eesti keeles sinna lehte. Mhm aga võõrkeel no võõrkeelne

(Kolleeg) on jah aegajalt ... me oma tudengid panevad

Mhm seda küll, ma tunnen neid. Küll aga Twitteris? Twitteris ... Twitteris minu teada meid ei ole?

(Kolleeg) Ee ... vist mingi põhi on tehtud aga sinna nii regulaarne ... ei panda praegu ...

Agas need suhtlusvõrgustikud ... kas on nende kasutamine ka efektiivne?

Vot mina olen see vana inimene ... he-he ... aga noorteseas mulle tundub küll olevat efektiivne.

Agas milliseid muid reklaami kanaleid te kasutate?

Ajalehte, raadiot, vahel telekat, kui on võimalik. Siis me mõtleme mingeid teatatud materjale prospekte, et selliseid paberkanalid ... siis ... messe ... kohtumisi koolidega, võib olla ... valitsustega ... siukesi asju.

Agas teie arvates mis on siis kõige efektiivsem kanal, et tudengeid saada?

Ee ma siiski arvan, et korralik kodulehekülg ... on alustus. Ja siis on e no siit juba edasi läheb, kuidas see info levib, kas ta levib siis suust suhu, kas ta levib noh Facebookis, kas ta levib ... vanaemalt lapselapsele ... noh kuidas iganes.

Agas kõige vähem efektiivne?

Noh tänapäeva põlvkonnale ... ma kujutan ette, et vaevalt nad ajalehte ja kaamera oluliselt vaatavad

Okei, aga mis keeles toimub see kommunikatsioon?

No siin on praegu vähemalt eesti-inglise ... õpiti soome ... osad on vene. Meil on osa prospekte noh eesti, inglise, vene, midagi on soome keeles ka ja vanasti oli ka saksakeeles, aga nüüd on saksakeel nagu välja jäänud.

Kas Saksamaa ka siis nagu langes välja juba?

Ei, ta ei ole väljalangenud. Ei saa öelda, et väljalangenud, aga nüüd ... noh lihtsalt, noh ei ole nagu olnud ... praegu. Noh tegelikult, selge on see, et igale maale on mõttekas minna tema enda keelega. Kõige parem oleks minna, aga noh lihtsalt sõltub sellest palju on siukest kapositeeti ehk lihtsalt momendil on nagu natuke rohkem kokku tõmmatud need asjad. Jaa no siis tundus nagu, et noh mingi selline ... ilma selleta ei saa, kui Venemaa poole püüda minna siis ... siis on venekeel, no Soomet me peaks nii kui nii hoidma tänu oma veterinaaria tudengitele, no et need on nagu siukesed lihtsalt ilma milleta me praegu ei saa.

Agas mis on siis see peamine sõnum, mida sihtrühmadele edastatakse?

Peamine sõnum ... see et selles koolis ja selles linnas, sellel maal on hea õppida!

Et siis rõhutatakse sellist ikka ...

Noh me oleme nii väike, et ... noh siis ikka, ikka rõhutame seda ... seda, et meil on ainulaadne loodus, meil on väga palju siukesi erinevaid asju väga lühikese maa peal, mida saab vaadata. Üsna palju rikkumata loodust, noh see meil peaks ... nagu ... see olema meie eesmärk ka ... et peaks kaua vastu meil see ... keskkond ... elamisväärsena.

Aga kas kommunikatsioon välisvahetuse ja kraadiõppe tudengitega, kuidagi erineb või see on praegu see sama?

Ee ma arvan, et see on peaaegu noh ikkagi sarnane ... siin ei ole ... ei ole suurt erinevust.

Millise sõnumiga Tartut kui ülikoolilinna tutvustatakse kui selline sõnum on olemas?

No ikkagi, noh see sama et aastast ikkagi 1630 olev ülikool, vana ülikoolilinn, traditsioonidega ülikoolilinn ... ikka ... aga samas nooruslik, jah.

Noh ma nüüd küsin põhilisi omadussõnu ... vot kui te kirjeldate või kommunikeerite sihtrühmaga ... noh milliseid omadussõnu te kasutate?

Meil selles olukorras loosungis on sellised sõnad nagu elamisväärne ja igikestev ... ja Eestimaa elamisväärne ja igikestev ... meie loosung ning need kaks siis kõige pealt.

Võib olla midagi veel?

Midagi veel ... noh ja see oleneb jälle mida, üks ole. Aga noh nagu siin sai öeldud looduslähedane, sõbralik, paindlik, põhjamaiselt karge ja nii edasi ...

Okei! Nii aga räägime natukene tulevikust ...

Nii ...

Et mida annaks Tartus arendada, et see oleks veelgi sobilikum paik välistudengitele?

No arendada?

Jah!

Mm ... sallivust!

Ohh ... sallivus jaa ... Aga seda situatsiooni noh, kes peab lahendama, kas ülikoolid või linn või riik ... mis tasandil lahendada?

Ega seda niimoodi mhhmhm ... ega seda väljastpoolt lahendada tegelikult ju ei saa. Ja mis, mis mõttes, et me keelame siis ära kõik skinhead'id või ... et ... see on pikaajaline protsess ja see nõuab kasvatamist, seda tuleb hakata tegema mastmadalast, nii et see ei ole midagi ... selline asi mida saab nii sama. Aga no sallivus, võiks olla küll selline võtmesõna siin siukeste kohtade peal.

Aga võib olla veel midagi sellist?

Bürokraatia meil kogu aeg väheneb, vähe haaval selles osas ... on nagu osad protsessid, on suhteliselt lihtsaks tehtud ... meil ei ole väga keeruline asju ajada, suhteliselt lihtne võrreldes mõni teise maaga. Suhteliselt lihtne on avada pankarvet ja suhteliselt lihtsalt lihtne on interneti igasuguseid internetiga seotuid küsimused ei võtta kahte nädalat aega enne kui saad interneti aadressi või parooli ... või midagi muud sellist. Ühika kohti ka jätkub, vähemalt tulevikus jätkub ... noh kui vaadata nagu seda, selle seisukoha pealt mh et mis tabaks nagu esimesed asjad e rahulolu ... alati muidugi võiks õppekvaliteeti edendada. Rohkem võiks olla inglisekeelseid asju ... vähemalt meil siin ... konkreetselt kui mõelda selle peale ja siuke noh õpitugi on nagu olemas ... ka see võiks alati parem olla ... tutorite tegevus võiks olla aktiivsem mm no ja me ei ole ju ESNi liige noh näiteks see on asi mida me võiksime olla.

Aga ma tegin näiteks uuringu nende välistudengite seas, kus osalesid nii Eesti Maaülikooli kui Tartu Ülikooli ja Balti Kaitsekolledži tudengid. Ja siis tuli välja, et põhimõtteliselt nad ei ole väga rahul töövõimalustega, et võib olla te oskaksite kuidagi kommenteerida?

Töövõimalustega ... mis ma saan ... see töövõimalustega õppimise ajal või pärast õpinguid?

Õppimise ajal ... ma arvan ... et selliseid nagu noh lühiajalisi?

Noh et selles mõttes et kõrtsi nõudepesijaks?

Noh kas või! Miks mitte!

Jah, aga kui praegu võtta seda milline aeg meil praegu on, et meil on endal ... palju meil oli nii viisi töötü?

Palju!

Mmh Siis on selge, et noh vaevalt, et see töö leidmine on praegusel hetkel lihtne. Aga ma tean, et meie tudengid, osad on töötanud, on töötanud Botaanika aias, on töötanud, töötanud ka kõrtsis nõudepesijana ... ja ettekandjana paaris kohas, aga no ühe sõnaga ... siin muidugi üks kitsas koht on see, et kui linnas inimesed ... räägivad ütleme noh, kui me mõtleme näiteks see, et neil tuleks tudengeid ... me peaksime saatma neid farmi noh tööle ... noh mis oleks tegelikult nende praktika üks ole, siis seal tekib ka keele noh probleem juurde ... noh mitte ainult siin maal, võib ka tegelikult linnas osades asutustes. On nii et nad võib olla oleks nõus isegi tudengit võtma, aga kui nad kuulevad, et on inglisekeelne, siis öeldakse, et järsku ikkagi ei saadaks seekord ja järgmine kord võtaksime kaks eestlast ...

Aga vot et ... no üldiselt, et muuta Tartut sobilikumaks paigaks, millised organisatsioonid võiksid teha koostööd teie arvates?

No praegust, näiteks ülikoolidevaheline koostöö, noh mingi määral toimub üks ole. Toimub ka ülikoolide ja Linnavalitsusega ... võib olla võiks olla mõni kohapeal tugevam, aga ta on olemas, ütleme nii niimoodi ...

Aga saate tuua mingeid näiteid sellest koostööst?

No kas või siin kavatakse lähiajal vist järgmine nädal kirjutada alla siuke ühine memorandum säilivuse kohapealt näiteks. Et heatahtavaldusena ülikoolid ja siis Linnavalitsus ... et noh et ma arvan, nüüd on siin veel igasuguseid sellised ... aga noh ma ütlen, siin võiks olla ütleme e selliseid no ... aga see ka nüüd viimasel ajal nagu ikkagi rohkem ... juba see, et näiteks on professorite klubi või noh et see info nagu jõuab meile ka sisse ja meie professorid on nagu seal liikmed ... või teadlased või ... või kes iganes ... et need ... et selline noh koostöö kuna see linn on nii väike, et siis noh ta võiks olla olemas ja võiks olla parem ...

Nii aga ... kas olete ise ka teinud midagi, et Tartust või Eesti Maaülikoolist saaks veel parem koht?

He-he ... Ma loodan, et minu igapäevanetöögi ... see mis ma teen selles osas ...

Kas näiteks te teete mingeid koosolekuid, kus arutletakse mingeid probleeme välistudengitega ... nagu ülikooli tasandil, osakonnade tasandil ... midagi sellist?

Noh üht-teist on olnud jah.

Ja kas saate tuua mingeid näiteid? Mingi probleem või midagi sellist?

Mis probleem ... noh siin on olnud üks ahistamise probleem näiteks, olnud väike siukene ... siis noh enamasti me püüame oma välistudengeid kaasata ... kui meil on mingisugused inglisekeelsed üritused, selle kohta info üles panna ja seda infot edastada. Kui see vähegi võimalik on siis me oleme arutanud õppekorraldusspetsialistidega, kuidas noh ühesõnaga nende hinded jõuaksid õigel ajal õigete kohtadesse, ÕISI näiteks, nii et nad oma paberit võimalikult varakult kätte saaksid ... et selliseid asju on olnud ... Nii et siis ... Eks ma olen ära kuulanud neid probleeme, mis meil on olnud, näiteks ühiselamus ... kui keegi siin ... kui on olnud teaduskondades ja instituutides probleeme ...

Okei. Aga vaatame perspektiive, et näiteks, kas viieaasta perspektiivis e nende välistudengite arv, kes tahavad tulla Tartusse või tulevad just Tartusse, kas nende arv pigem suureneb või väheneb?

Noh ma arvan et pigem suureneb ...

Miks?

Miks või ... sellepärast, et kui me mõtleme praegu Erasmuse programmi, näiteks e siis nad tahavad jõuda kolmanda miljoni tudengini, mis tähendab seda, et see arv peab tõusma. Sellepärast, et see arv ei ole praegu nii suur, me oleme kuskil kahe juures alles, nii et seda ... aga noh see kõik jälle sõltub sellest, kas meil on mida pakkuda neile! Et kui meil on mida pakkuda ... meil on pakkuda praktika kohti, meil on pakkuda e huvitavaid õppekavu, mida nad saavad jälgida ... siis ma arvan, see arv tõuseb. Ma loodan vähemalt.

Ja siis ... kas tuleviku perspektiivis suureneb siis välisvahetuse või kraadiõppe välistudengite arv, teie arvates?

Loodaks, et mõlemad. Sellepärast, et arvestades praegust demograafilist seisust ja seda langust, mis meid ees ootab, siis oleks nagu hea, kui tegelikult on mõlemad. Ja üks meil ju kõik töötavad ka selles suunas.

No ja siis eelviimane küsimus, mida teie arvates, oleks vaja muuta või parandada selles kommunikatsioonis välistudengitega? Nii enne kui nad tulevad, kui juba siin olles.

No enne kui nad tulevad, meie koduleht tahaks kõbimist, see on selge ... siis ... hea oleks kaasata tuutoreid juba enne, kui nad tulevad, tegelikult. Et meil nad võtavad selle asja, siis kui nad tulevad, aga võiks olla juba ka enne seda. Et see on selline asi, mida võiks edasi arendada. Siis ee .. mis on nüüd mõeldud, aga milleni me veel ei ole jõudnud on see, et ... välistudengite arvamused ... nii meie omade, kes on väljas käinud, kui nende omalt, kes meil sees on ... et nad võiksid olla tegelikult ... need raportid võiksid olla kätte saadavad. Või vähemalt mingisugune hulk sellest infost võiks olla kergelt kätte saadav. Mis teeks asja nagu värvikamaks ja ... tegelikult annaks ka sellist informatsiooni, noh ... siin keskselt ei ole. Ja mida meile aeg ajalt tuldi ka ütleva, vaid jagatakse ka tudengid omavahel. Näiteks selline asi võiks olla ... noh ma ei oska öelda ... vaatame, ma ei oska öelda, ma ei ole jälginud, mis meil Facebookis, kuidas on ... ja kuidas inglisekeelne see asi on. Vaatame mis sellest saab ja kuidas see töötama hakkab. Tahaks seda ka ülal pidada, et jälle kuni midagi uut tuleb ...

Okei. Ja siis viimane küsimus, mida teie arvates, oleks vaja muuta, et parandada Eesti Maaülikooli kuvandi?

Ohh... See on ... see on väga raske küsimus. Selleks on teine osakond ... avalikesuhete osakond.

Aga teie arvates, just nagu mõeldes välistudengite peale?

Mõeldes välistudengite peale ... noh siis oleks tore kui meil oleks Nobeli preemia lauriaat, näiteks! Eesti peale ... Äkki ta saaks niimoodi ette lükata ... aga paraku ei ole. Isegi Nokiaga on raske siin ... Aga ... noh järelikult tuleks vaadata seda, et ülikool oleks positiivselt ... vot just nimelt igasugustes sellistes kohtades, nagu kas või Facebook ... või siis et see positiivne info leeviks nendes teistes ... ütleva portaalides. EU Masters programmes või ... või siin kus iganes. Et see info oleks kaasaegne, kättesaadav, võimalikult adekvaatne. Jah ...

Aga okei, ma tänan teid!

Aitel Käpa intervjuu transkriptsioon

Kuidas üldiselt Te hinnate Tartu kui õppimiskoha välistudengite jaoks?

....

Noh lihtsalt, kuidas Teile tundub selles mõttes?

(Paus) Mina puutun võib olla eelkõige välistudengite teemaga konkreetsemalt kokku sellisel juhul, kui esinevad mingit probleemid, mis tähendab siis seda, et kui jälle käib meedia uudistest läbi mingisugune lugu sellest, et keegi välistudengitest on kohalike Tartu elanike käest olgu need siis millist maailma vaadet ja ka iganes kere peksta saanud, ja ma olen aru saanud, et ka Tartu ülikool tegelikult näeb seda ... tõsise probleemi nende jaoks, sest kuuldus ,et sellest, et Tartus välismaalased peksta saavad kuhugi ka juba piiri taha levinud. Aga samas jällegi vaadates nagu statistiliselt sa näed kui tihti seda juhtub, siis ma ei ütleks, et see oleks Tartu puhul, mingisuguseks suureks probleemiks. Sest seda juhtub, aga kui vaadata näiteks ... noh ükskõik millise teise linna, ülikooli linna, kas või mingisugust statistikat, siis seda juhtub seal täpselt sama moodi, aga lihtsalt siin on millegi pärast need üksikud juhtumid, mis on toimunud on loonud mingisuguse kuvandi sellest, et Tartu on väga välismaalaste vaenulik linn.

Noh vot siis ma küsin järgmisena näiteks millised omadussõnad Te võiksite kasutada kui Te taha.. noh.. nüü.. parem niimoodi .. millised omadussõnad võiksid Tartut kõige paremini iseloomustada, noh Teie jaoks?

(Paus) Minu arust on Tartu sloganisse on väga hästi kokku võetud, et Tartu on heade mõtete linn ... noh millest see siis koosneb on tegelikult see, ... et kohati on Tartu hedonistlik linn, mis tähendab selline, et on milline.. nautlejate jaoks linn, aga see tulenebki sellest, et siin sa ei tunne sellist aja survet, sul on kogu aeg kiire kiire kiire ja sa lihtsalt tunned et sul on aega erinevate küsimuste üle järele mõelda ... Kuidas ma veel iseloomustaksin siin Tartut ... Väike armas linn (naerab) kohati, noh siin tegelikult tendentsid on mõlemad esindatud, üks on selline väike kodanlik ... suhtumine erinevatesse asjadesse, ka see peegeldub siin kohati, aga samas kuna siin üks viiendik elanikkonnast on ikkagi ütleva nii öelda lähima viie aasta jooksul läbi käigul ja vahetub viie aasta perspektiivis iga üks viiendik nagu Tartu elanikkonnast, siis tänu sellele on siin ka ikkagi sellist maailmakodaniku sellist elusuhtumist kohati, et...

Milline on siis see Tartu, kui õpisihtkoha kuvand võrreldes teiste eesti linnadega näiteks?

Tartu on Eesti ülikooli linn, kui Eestis paljud linnad tahavad mingisuguse aja hetkel või millegagi seoses võtta endale mingisugust pealinna staatust, pealinna nimetust, siis Tartu on Eesti ülikooli pealinn, kui nii võib võtta ... et see et siin nii pikka aega kõrghariduse inimestel antud, et see loob selle linna keskkonna ikkagi, noh, ka linna keskkonnas aga ka inimeste suhtumises tegelikult ... see minu nägemuses täitsa peegeldub, et, noh, näiteks meil ei oleks nii palju välikohvikuid ja lõõgastusasutusi saja tuhande elanikuga linnas, see ei ole tegelikult, noh, võttel mingisugune võrdlev näide kusagilt muult, mujalt ... noh siin peaks tegelikult ikkagi võtta postsovetliku riigi, et nii väikeses linnas nii palju kõrtse kohvikuid neid meil ei oleks nii palju, kui meil ei oleks siin ülikooli. No jah sellest et see on ülikool sellest saavad ka tegelikult kohalikud elanikud, et tublisti kasu ... sest need on see et üks viiendik elanikkonnast on väga aktiivselt sellisele sotsiaalsele elule orienteeritud, et...

Noh, aga näiteks Tallinaga noh vot selles mõttes, noh Tallinnas on ju ka ülikool...

Tallinnas on mitmeid ülikoole, kõrgkoole ... ja tudengite arv, peast ei tea võib olla isegi suurem, kui Tartus.

Ma ka pole kindel ausalt öeldes, aga võib olla..

Aga Tallinnas lihtsalt see kaob ära kogu selle ülejäänud, nõ majanduskeskuse melu sisse, et jah, seal see ei torka nii ... silma, Tartus nõtsa on igal sammul näed sa, et see on tudengite linn, suvisel ajal vähem, aga talvisel ajal kui paarisarv täistund kukub, siis sa näed kuidas tänavad korraks täituvad inimestega, siis kui kell saab jälle veerand, kui hakkavad loengud pihta, siis jälle tänavad jäävad tühjaks, et seda on raske mitte märgata. Aga Tallinas ... Tallinnas ei paista niimodi silma lihtsalt, et..

Ok, aga siis Teie arvates, kuidas võiksid näha, noh siia tulevad Tartut, noh need tudengid kes siia tulevad, kuidas nad võiksid näha Tartut?

(Paus) Kuidas nad võiksid näha Tartut?

Noh näiteks mmm, noh ma ei tea, millisena, vot Te rääkisite, et jah, meedia kujundab, kas Teile tundub, et kui tudeng on siin kas ta näeb seda, mingit vaenlikust või midagi sellist või siis vastupidi?

Kui tudeng on siin, siis ma arvan, et suuremas ajast puutub ta kokku väga sõbralikku suhtumisega sellesse, et välistudengid ... et ta pigem tunnetab seda, et ta on siin vägagi teretulnud. Eee ... aga täpselt need üksikud, üksikud negatiivsed kogemused, et võivad selle ... siin veedetud aja iga välistudengi jaoks ka ära rikkuda.

Noh ma küsin siis veel ühe küsimuse, näiteks, et kuidas Teile tundub, mis on Tartu kõige tugevamad küljed võrreldes teiste Eesti linnadega?

Mis aspektis neid võtta?

Noh erinevates võib.

Tartul on ... kui me võtame nüüd selles valguses, et ka kohaliku omavalitsuse kohapealt, näiteks, et kohaliku omavalitsuse jaoks on üks selle kõige olulisem see, et võimalikult paljud inimesed töötaksid selles samas kohas ja oleksid ka siia elanikuks registreeritud, et nende maksutulud laekuks üks ole kohaliku omavalitsuse kassase. Siis kõik need ülejäänud tegevused üks ole ongi tegelikult kaudsed tegevused, et inimesi, ... inimesi siia tööle saada ja jätta ja see maksutulu kätte saada ... mmm.. selles valguses on Tartu eristub ka väga konkreetset selle poolest, et ... ma ei ole ka lõppuni veendunud selles, aga ma pakuksin, et avaliku sektori töökohtade arv on protsentuaalselt kõigest töökohtadest mis linnas eksisteerivad ... siis see protsent on Tartu linnas teiste Eesti linnadega võrreldes kõige kõrgem, siis meil on üks ole haridusteadusministeerium ja Tartu ülikool, kus on juba üks ole kolm tuhat kolm tuhat viis töötajat, siis meil on ülikooli kliinikum, kus on veel teine sama palju kolm, kolm pool tuhat töötajat, siis meil on ok, üldhariduskoole on meil natuke rohkem, kui võib olla muudes maakonna keskustes üks, et siin on ka mõned riiklikud koolid ja siia tullakse ka kooli üks ole ümberkaudsetest maakondadest mmm ... linnavalitsus on meil noh see on igas, igas linnas olemas, meil on riigikohus, on ravimiamet ... mõned üksikud väiksemad institutsioonid veel ... ja ühesõnaga kohaliku omavalitsuse seisukohalt on see stabiilne tulubaas ... on kindlasti üks olulisi ... olulisi aspekte, mis eristab Tartut teistest Eesti linnadest.

Aga teie vot hakkasite rääkima töökohtadest, kas Teil on võib olla teada või Te teate, et kas välistudengitele pakutakse vot mingi töö, mis oleks spetsiaalselt nagu mingi lüliajaline, aga spetsiaalselt suunatud?

Ei ole selle valdkonnaga kokku puutunud ...

Et ei oska siis öelda?

Agas välistudengitele on praegu siis peaks kuidagi mõtlema, mis tööd võiksid välistudengit Tartu linnas teha, siis ainuke, mille peale ma tulen on teenindamissektor, üks siis täpselt sama moodi kõik need kohvikud, restoranid, hotellid ... Tartu probleem mis me hiljuti rääkisime võib olla see ei ole probleem, see ei olegi probleem, see on lihtsalt eripära, äkki on Uppsala kolleegidega nii et mis on siis Uppsalal ja Tartul vastandudes pealinnale, siis Uppsala Stockholmile ja Tartu siis Tallinnale, mis on nagu Tartul ja Uppsalal ühisel joonel, üks on see, mis väga hea välja tuli on see et, näesimesi töökohti, kui sa lõpetad kooli ära või sa kooli kõrvalt lähed tööle üks ju siis sa ei otsi arvatavasti täiskohaga tööd ja siis sa ei otsi endale üks ole sellist väga vastutusrikast tööd selliseid näes töökohti kuhu sa ilma kogemuseta saad minna, sellist esimesi töökohti neid on Tartus võrreldes Tallinnaga väga vähe, samamoodi tuli Uppsalal kolleegide jutust välja, et Uppsalas on täpselt sama probleem, et esimesi töökohti Uppsalas ei ole, aga Stockholmis neid on väga palju. Et see on kindlasti ka üks Tartu eripära, siin Tartus ... töökohtade kohapealt keda ikkagi otsitakse on juba mingit kogunenud spetsialistid, et sellise ... esimest töökoha siin ilmselt ei leia ja ainuke koht oleks ka välistudengitele ma pakun teenindussektor, aga siin muidugi tuleb keelekõpsimuse mängu.

Ok, siin küsin, kui atraktiivne õpikoht on teie arvates Tartu?

Kui ma paneks ennast välistudengi rolli, kes otsib endale, kas siis üheks semestriks, üheks aastaks või terveks õpingu perioodiks mingit välisülikooli kuhu minna, siis mis on targem, mida ma siis kaalun on see, et eksisteerivad ülikoolide edetabelid, et ma vaatan selle järgi kui hea ülikooliga on tegemist ... siis teine, mida ma vaatan on see, et millised, millised ... millised võimalusi minu koduülikool üldse pakub kellega on partnerilepingut, millise stipendiume pakkumisi on, teine asi on kindlasti see, mille järgi ma vaatan. Ja ... arvatavasti ma hindan ka seda, hindaksin ka seda, milline on selline üldine ... palju mul konkreetselt läheb raha vaja, et ühes linnas ära elada, et ... Eesti ei ole võib olla enam nii kõige odavam sihtkoht üks ole ... selleks et siia pikemaks ajaks tudengina tulla, et noh, toiduained poes maksavad kohati rohkem kui Saksamaal, siis noh ... tegelikult muidugi mingisugused elamiskohad ja majutus, see on kõvasti odavam, kui näiteks Saksamaal. Aga jah, need oleks võib olla need kolm aspekti, mida mina kaaluksin. Kaaluksin stipendiumipakkumised, ülikoolikvaliteet, milline haridus see üldse on ja see kas ma saan seal nende rahaliste vahenditega hakkama, mis mul on.

Ja nende kolme aspekti puhul Tartu on atraktiivne või pigem?

Ma arvan, et Tartu ülikoolil on väga palju teine tööd sellega et tal oleks võimalikult paljud välisülikoolidega mingisuguseid partnerilepinguid, ees haridusekvaliteeti ma ei oska kommenteerida, seda ma ei ole kunagi vaadelnud, kus see Tartu ülikool selles edetabelis asub ja kas ta võiks nagu haridusekvaliteedilt olla ... olla atraktiivne, seda ma ei oska öelda, aga selline üldine hakkama saamine, elu kallidus Tartu linnas on minu arust talutav ...

Noh ok, aga kes on Tartu jaoks on kõige potentsiaalsemad sihtrühmad, siin ma mõtleks nagu näiteks, kas need turistid kes tulevad nagu väiksemaks perioodiks või mingid välisüliõpilased või välisõppejõusid või noh need välismaalased kes tulevad nagu pikemaks perioodiks, et nagu kas te oskate sellest rääkida veel võib olla?

Üks selline suurem eesmärk võiks olla, et ... tuleks ... ok, kõige suurem eesmärk on ikkagi kohaliku omavalitsuse seisukohast see, et siin oleks võimalikult palju töötavaid inimesi ehk siis pikaks ajaks siia elama ja töötama tulev välismaalane on kõige kasulik. Aga need on tegelikult kõik erinevad sihtrühmad, kellega tuleb nagu ka erinevad tööd teha ja et prioriteet ma nagu paika panna selles olles ei oskakski. Turistid jätavad siin kindlasti kes tulevad siia päevaks, kaheks, kolmeks või nädalaks jätavad kindlasti keskmiselt ühe päeva kohta siia kõige rohkem raha maha, see on selge. Kõige stabiilsema tulubaasi tekitavad üks ole muidugi need, kes tulevad Tartusse tööle ... välisüliõpilased aitavad ülal pidada ja teenindusasutused ... näiteks kohalik omavalitsuse silmis me saame kasu siin noh kõikidest nende sihtgruppidest aga et me ei eelista ühtegi teisele.

Ok, a kuidas see kommunikatsioon toimub kas Te teete midagi selleks, et seda sihtrühma siia kutsuda nagu siia saada?

Mina konkreetselt oma töö valdkonna kohapealt puutun kõige rohkem kokku siis turistidega ... ehk siis Tartu linn ... turistide siia meelitamiseks noh koos EASiga kuulutab iga aasta suurus järgus ... 5 kuni 7 miljonit krooni, selleks et siia turiste meelitada.

Ja selles kommunikatsioonis nagu midagi kasutakse noh need sõnad nooh näiteks nagu omadussõnad ma mõtlen, noh kuidas luuakse seda kuvandit Tartust?

Noh Tartus ei pääse üle ka ümber sellest, et Tartu on ülikooli linn ja see on kindlasti üks olulisemaid sõnumeid mida me Tartut reklaamides kasutame ... on see et tegemist on pikkade traditsioonidega ülikooli linnaga. Et see on kindlasti üks asi mida me rõhutame, aga ... me ei saa tähelepanuta jätta ka kõike muud siin ümber ringi näiteks lätlaste jaoks on väga atraktiivne see, et meil on mänguasjamuuseum mille siia lihtsalt lähedale tulla ja viimasel ajaks ongi hakatud väga palju käima peredega just lätlased on hakanud käima. Tulevad kahjuks ainult üheks päevaks, mis tähendab seda, et siia ööbima ei jää sõidavad õhtul tagasi aga mänguasja muuseum oma külaliste arvus on sellest nagu võidab kõvasti, sest teine samalaadne üks ole lastele noh mänguasja muuseumi laadne muuseum asub siis Rootsis üks ole on see ... Lindkrenimaa oleks nagu järgmine lähim sihtpunkt üks ole selles vallas. Ei saa muidugi tähelepanemata jätta aga ka sellist üldist linna keskkonda, et siin ongi meil on ka teater üks ole Eesti vanim teater. Kvaliteet on selline nagu ta on just, et ... siin on väga häid asju aga on mõned asjad ikka ei kannu üldse kriitikat. Ehk selle kallal tehakse kogu aeg tööd, et ta parem oleks. Et jah ... siin nagu ülikool on üks sõnumitest aga kvaliteedist mitte ainukene ta ei ole ka, tegelikult ta on natuke rohkem olulisem kui võib olla mingi teatri rõhutamine või üldise linna keskkonda rõhutamine, et jah, et võib olla kõige ... jah, kõige lihtsamini ja kõige lühemalt see Tartu linna tutvustades ühes lauses siis sealt kindlasti ühes lauses ei piisa see ... see ei puudu see et tegemist on ülikooli linnaga jah.

A mis rügist on nagu noh noh vot need turistid?

Kõige rohkem turiste meil Soomest läbi aastate oli nii olnud tegemist on mõne teisega soomlastega kui need kes seal Tallinnas olemas käivad, et see situatsioon on nagu teistsugune. Aga soomlased on esimesed, siis majutuse turistide järgi siis on sakslased teisel kohal siis ... tulevad juba lätlased, rootslased sinna järgi aga need kes siia ühepäevaliselt käivad on nagu seal on ka ikkagi kõike tegelikult on soomlased esikohal, aga teises kohas on lätlased ja siis juba sakslased on tegelikult kaugemal.

Et nagu?

Lähiriigid ja ... Venemaa ka.

Ja mis on need kriteeriumid nagu välissihtrühma valikul, nagu lähedus või?

Sellel aastal, näiteks noh meie jaoks välissihtrühma valikul väga olulisel kohal ... see et meil oleks lennutranspordi ühendus selle koha pealt. Ehk siis see et oleks siia mugav ka tulla inimesel sellest ... et kui inimesel ei ole siia mugav tulla siis sa võid inimestele reklaamida Tartut nii palju kui sa tahad inimesed ikka ei tule, et transpordiühendused panevad kindlasti reaalse noh transpordiühenduste olemasolu on kindlasti üks oluline kriteerium sihtgruppi valikul, nii et ... ja ka lähedus, tehakse tööd eelkõige ... palju tehakse tööd nende sissetöötatud turgudega ja üritatakse leida neid uusi nüantse, et need sisse töötatud turgudele rohkem inimesi Tartusse tuua. Aga teiselt poolt uute turgude valikul uue turu valik on tegelikult Tartu jaoks üksinda käibki tegelikult kohati üle jõu ikkagi, et Tartu on nii väike linn ja mida sa viise miljoni krooniga teed, kui sa lähed Jaapani turule minna, et ... viis miljonit krooni turul võrreldes rahaga Jaapani turul ei ole mitte midagi. Osta üheks päevaks mingisuguse keskväljakul ühe bännari, aga ... paljudki tuleb lähtuda ikkagi ühe asja tegemistest siin ... jah ... jah, teine valik on siis see, et kui tekivad uued transporti ühendused nagu eelmisel aastal tekkisid lennuliinid.

Ok, aga sissetöötatud turud olid siis mis maad?

Soome, Venemaa, Läti, Saksamaa, Rootsi - nendega tehakse iga aastaselt pidevalt tööd.

Ok. Kes võiks olla tüüpiline turist kes tuleb Tartusse?

Me üritame seda kriteeriumi aina laiendada, nii et see aina keerulisemaks läheb, et me ootaksime siia ühte tüüpi turiste ... aga kultuurihuviline ja mis siin ... siis Tartus nagu kellele siin Tartus kõige rohkem pakkuda on tegelikult selline kes oskab hinnata ajalugu, võib olla keskmisel kõrgemal haritud, keskmisest kõrgemal haritud ... oskab hinnata arhitektuuri, ilusat linnakeskkonda, ... ajalugu, jah.. Aga noh, üks me proovime laiendada seda valikut ka, et ... et siia tuleksid peredega puhkama noh selleks heaks argumendiks on mänguasja muuseum, AHHA keskus ... lätlaste jaoks tegelikult on ka Aura keskus

üsnagi atraktiivne, nädalavahetusel on tihti lugu see et sa eesti keelt ei kuulagi, kuulad ainult läti keelt, ... aga siis tullakse tihti lugu ainult üheks päevaks meie eesmärk on kõige võimalikult kauaks neid inimesi siia kutsuda, aga selleks et nad siia võimalikult pikaks ajaks jääksid, siis peab olema ka muid tegevusi eks ole, mis saaks ilusal linnakeskkonnale pakkuda ja siis noh eks me siin Tartus on ka mingisuguseid aktiivse puhkuse aja veetmise võimalusi olemas ... et neid me ei jätta tähelepanuta, aga jah ma arvan et nii et kui me eraldi inimestele ... ei ütleks, mida nad Tartust arvama peavad siis inimesed kes siia tuleksid niisama aimu igasuguse turundustööd oleksid pigem need kes siin teevad ajalugu ja kultuuri.

Aga kuidas toimub see kommunikatsioon noh sihtgruppidega, nagu mis kanali te kasutate?

Väga erinevaid.

Noh näiteks.

Välireklaami. Eelmisel aastal oli näiteks Riias sai kõvasti väljareklaami kasutanud. Ka Peterburi metroos nüüd aasta lõpus olid välireklaamid Tartu kohta väljas. Siis erinevaid interneti keskkondasid. Ka erinevaid sotsiaalseid keskkonda ja võrgustikke Facebooki ja Twitterit.

Ja kuidas seda näiteks need Facebooki ja Twitterit noh nagu kuidas see toimub, nende kasutamine, selles mõttes?

Praegu sellel hetkel Tartu linna Facebook ja Tartu linna Twitter eelkõige ikkagi mõeldud noh mitte ainult tartlastele aga ikkagi ka Eesti elanikkonnale, et me kajastume ikkagi seal eelkõige selliseid linnaga seotud mingisuguseid igapäevased teemasid, aga ... mis me siin suvisteks Rootsi kampaaniaks, mis meil plaanis on ... noh erinevad Rootsi mingisuguseid webi ajakirjade sellist vahendusel, need, reklaammänge teha, ... sellist et konkreetselt üks selline välismaalastele mõeldud keskkond, kujundada ja seda nagu reklaamima hakata.

Ok, aga millised veel reklaami kanaleid?

Raadioreklaami me kasutame väga vähe välisturgudel Soomes oleme kasutanud varasemalt, aga ja telereklaami ka üsna vähe tegelikult.

Siis on välireklaam ja internet?

Välireklaam ja internet on ikkagi põhilised. Noh muidugi mingisuguseid messid ja sellised tööreisikorraldajatega mingi seminaride pressi reiseid korraldamine Tartus, et see on ka saaks muidugi..

Ja mis on Teie arvates kõige efektiivsem viis?

Minu isiklik arvamus ... on et kõige efektiivsem viis on töö ajakirjanike ja reisikorraldajatega, et see on kohe kindlasti kõige tulemuslikum ... jah.

Jah see töötaks nagu... (paus – helistas telefon ...) Nii siis, mis on kõige efektiivsem ja siis miks?

Miks on efektiivne?

Jah, jah, miks?

Kui reisikorraldaja ikkagi näeb, et tegemist on torema sihtkohaga, siis ta liidab seda oma reisipaktidesse ja pakub paljud inimesed ikkagi ostavad, planeerivad oma reisi koos reisibürooga, nii et üks sellise korraldaja käib siin, paneb Tartu kohta ühe reisi paketti kokku, kulu selle peale et seda reisikorraldaja siin võõrustada ja talle näidata kõike need atraktsioone, mis siin saab tarbida, et kulu selle peale ... siiski suhteliselt väike, aga selle ühe paketti kaudu ... on prognoosimatu muidugi, kui palju inimesi siis tuleb aga see jõuab nagu väga väga paljude inimesteni. No jah, ajakirjanikega on sama moodi. Ajakirjanikega on see et üks ajakirjanik kirjutab ühe artikli siis see artikkel jõuab siin oli ühes India väljaandes artikkel Tartust terve esilehe täis suur lugu. Ajakirjanikule, kes seda kirjutas, talle väga meeldis Tartus, et väga positiivses võtmes artikkel Tartust. India kontekstis see jõudis ... kõigepealt see jõudis paber kujul viiesaja tuhande inimeste postkasti pluss siis interneti vahendusel veel vähemalt kahe miljoni inimeseni. Muidugi siin oli eelmisel aastal käisid ka mingid Hiina ja Korea ajakirjanikud ja India ajakirjanikud ka, et Hiina, India, Korea need numbrid on ikka sellest tavaeuroopaliku arusaamaga reklaamis on hoopis natukene teised. (paus, telefon helises ...)

Ma siin vaatasin neid plakateid, et kui vana siis on teie sihtgrupp?

Kõik vanused. Me oleme liigitanud need kolm need suuremasse gruppi, ehk siis üks on lastega pered, teine on noored, kes tulevad siia ... lõbusalt aega veeta, pidutsema võib olla, ja ... ka siis just aktiivselt aega veetma mingisuguseid spordi võimalusi, mis iganes kasutama, ja kolmandaks on senjoorid, ehk siis

juba pensionil jäänud inimesed, kes ka tegelikult reisivad päris palju. Need on nagu sellised meie määratlused kolmest sihtgrupist ... suuremast sihtgrupist.

Ok, aga tagasi kommunikatsiooni kanalitesse, mis kommunikatsiooni kanal on kõige vähem efektiivsem, mida te kasutate aga see nagu ei ole väga efektiivne?

Vot ma ei oskagi öelda.

No vot praegu kui vaadata lihtsalt näiteks internet või need paber väljaanded näiteks või see välisreklaam, noh näiteks vaatame et kolm nendest kõige vähem efektiivsem teie aruselt?

Mida me ka aeg ajalt kasutame teatud kohtades on ajalehe reklaam, seda pean mina kõige vähem efektiivseks ehk ... just mis tähendab päevalehes ja siis igapäev ilmuvas lehes olnud reklaami ..., et see on minu nägemuses kõige vähem efektiivne. See on inimesel laual ... ainult ühe päeva, nii siis tegelikult tund aega päeva jooksul, kui ta vaatab selle lehe läbi ja kuna reklaami ja kõike on seal lehes väga palju siis ta libiseb seal silmad üle aga ka suure tõenäosusega ta ühtegi konkreetset reklaami sealt ei märka, kui ta just midagi väga konkreetset ei otsi.

Ok, aga mis keeles toimub see kommunikatsioon? Nagu sihtgruppidega?

Me proovime ikka täna selles keeles, mis riigiga tegemist on. Venemaal ikka vene keeles ja Läti läti keeles ja Rootsis rootsi keeles ja Saksamaa saksa keeles, Soomes soome keeles.

Ja internetis?

Kui me kasutame mingisuguseid sihtriigi kohalikke interneti väljaandeid siis ikkagi selles keeles mida seal räägitakse, aga sellel aastal me nüüd olemegi väljakutse eest, mida me siis teeme oma oma Facebooki kontoga, kas me seda tahame puhtalt ainult rootsikeelseks muuta mida me arvatavasti ei taha, nii et siis on seal me hakkame kasutama suure tõenäosusega ainult inglise keelt.

OK, ja siis mis on see peamine sõnum, mida edastatakse sihtgrupile?

Võib siin oleneda ka sihtgrupist. Kohalikule eestlasele me ütleme et Tartus näeme, selle pärast et ... tule Tartusse ja sa kohtad siin väga paljud väga paljude ... sõprade ja tuttavatega endiste ülikooli kaaslastega kellega iganes Tartu on väga hea koht ka näiteks lihtsalt sõprade seltskonnaga kokku tulemise kokku leppimiseks, seda me üritame väljendada sõnumiga Tartus näeme.

Nii, aga selliseid välismaalastele suunatud sõnumid?

Tartu on eelkõige Tartu on heade mõtete linn, et ... kõik kes siia tulevad on vägagi tere tulnud siin on väga palju teha aga need konkreedsed sõnumid nüüd meil varieeruvad. Kuigi tavaliselt mitte ei varieeru sihtturgudele lõikes vaid varieerub sihtgruppide lõikes, kui näiteks eelmine aasta ütlesime lätlastele, läti senjooridele, et kirk pole kustunud ... kirk on Tartus, näiteks noortele me ütlesime, mis ütlesime noortele? Lastega perele igatahes me ütlesime et lapsepõlv pole lõppenud, lapsepõlv on Tartus. Mis me noortele ütlesime? Mis see kolmas oli? Noorus pole hukkas, noorus on Tartus. Need sõnumid me kasutasime eelmisel aastal, kasutamegi ka osaliselt sellel aastal teistel välisturgudel aga need muutuvad iga paari aasta pärast.

Jah mida kõige rohkem rõhutakse selles kommunikatsioonis?

Noh ... me üritame rõhutada sellele, et Tartus on mõtet tulla pikemaks ajaks, kui ainult üheks päevaks, see on nagu ... see mida me tahame saavutada, ja see on see mida me ka üritame siis kõikide nende sõnumitega välja jõuda, et Tartus on piisavalt palju tegemist, et siin veeta vähemalt kaks päeva, kolm päeva.

Aga kas on eraldi nagi mingi noh selline strateegia selleks, et saada siia vot neid pikemaks ajaks või mitte nagu üks kaks päev nagu kuuks, nagu tööle, nagu õppima vot just nagu selles linnavalitsuse aspektist, nagu poolt?

Üks valdkond mis meil suhteliselt värskest päevakorraline millel ikka me väga aktiivselt ei ole siiani tegelenud on saada siia inimesi tööle, aga nüüd just seoses ühe tartu firmaga, kes otsibki endale välismaalt töötajaid siis nendega meil on plaanis selline koostöö kampaania ... et just nagu inimesi välismaalt siia tööle saada, aga mina vot meie ikkagi tegeleme just nende turistidega, ... välisüliõpilaste siia kutsuda millega sellega reeglina tegeleb ikkagi ainult ülikool. Et lihtsalt meie linna poolt kaasame ka ülikooli erinevatesse ... , kutsume neid messidele kaasa või vähemalt jagame Tartu ülikooli materjaale seal.

Aga vot räägime arengust natukene, mida teile tundub Tartus on vaja areneda, et see oleks veelgi parem koht?

Njaa ... mis võiks olla Tartus, et see oleks veel parem koht? Me mõtleme ka erinevate valdkondade peale, et tööalaselt siis võiks olla Tartus, rohkem töötajaid oleks, et inimesed rohkem Tartus töötaks, siis ... siia kuuluks ära mingisugune või siis ka mitu ... kas üks või üks suurem või siis mitu väiksemat sellist tarka tootmisettevõtet, võiks olla meil lisaks küll, kui me mõtleme turistide peale ... et turistide jaoks et linna paremaks teha siis valmimas mõned suured atraktsioonid - AHHA keskus ja mänguasjamuuseumil on seal näiteks uus maja valmis ongi praktiliselt valmis ja ... lodjakoda ehk ehitatakse millalgi suuremalt ja uhkemalt valmis et selle koha pealt on küll mõte, turistide kohapealt on minu mõte ... ka alati liigume seda suunda, et kas kusagil on ka ees need piirid et kui palju Tartu linn turiste välja kannatab ... milline see piir on, et kui meil need atraktsioonid on olemas, atraktsioonid väga hästi tööle asuvad, siis tõesti tuleb ikka kaks korda rohkem turiste kui siin praegu ... käib kas meil praegu on sada kolmkümmend tuhat ööbivad turisti, siis kui ütleks et meil on kaks sada viiskümmend ööbivad turisti, et kas see võiks olla juba Tartu linna taluvuse piir, ... ei tohi ka ära unustada seda, et kohalik elanik tahab siin elada, et noh kui Tallinnas seda räägivad vana linna kohta, ei taha suvisel ajal Tallinna vana linna minna, sest ei mahu seal liikuma, kõik on turismigruppe täis, et ... põhimõtteliselt tallinlase jaoks Tallinna Vana linn ongi oma funktsiooni kaotanud. Et turistide kohapealt ma ei oskagi siis öelda ... jah..

Aga kui näiteks seda vaadates seda noh selliseid aspekte nagu turvalisus, või näiteks noh jällegi see sõbralikkus, see... no mingit selliseid aspekteid?

Tahaks näha väga mingisugust konkreetset faktide põhjal analüüsi, mis Tartus situatsioon on turvalisusega halb. Et ütleme tuhat elaniku kohta toimub ... vägivalda tegusid Tartus ma pakun väga vähe võrreldes Tallinaga või võrreldes Narvaga või võrreldes Pärnuga. Ma iseenesest ei leia et see faktilisest probleem on. Meie probleem on lihtsalt see, et sellest on loodud teatud kuvand Tartu kohta.

See on jah, tõepoolest ... Aga mida enamat saaks või võiks teha linnavalitsus ... nagu vot turismi kohapealt, et rohkem tuleks, et...noh iseenesest?

Mida saaks teha enamat? Rohkem turundust, aga see nõuab rohkem raha.

Et siis kas mingi näiteks koostöö ... suurem koostöö nagu riigiga, et saaks seda rohkem raha, kas see on üldse võimalik?

Et kindlasti, mida praegusel hetkel saaks ära teha ilma lisa rahalisi vahendite kuulumata on tõesti koostöö arendamine EASiga näiteks, sest ... kui praegu vaadata kuidas EAS reklaamib Eestit, siis...mis asi on Eesti, välismaalasele vaatad reklaami järgi, mis asi on Eesti, ... Eesti on ilus loodus ja Tallinna Vana linn, Eesti ei ole Tartu. See on üks valdkond mida saaks, mida saab praegusel hetkel ... linnavalitsus oma poolt teha, et lihtsalt sellesse EASe kommunikatsiooni oleks rohkem kaasatud seda, et ka Tartu on olemas ja et Tartusse on mõtet tulla.

Kas praegu mingi noh koostöö toimub EASiga?

Toimub erinevates erinevate arengukava erinevad arengudokumentide välja töötamisel ... teeme ikkagi alati kas või linnavalitsuse või siis linnavalitsuse mõni all asutus ka alati kaasatud, aga seda tööd tuleb järjepidevalt ja rohkem vist teha, et ...

Kas Te ise olete ka koostööd teinud EASiga või?

Põgusalt ... selles suhtes, et näiteks konverentsiturismi valdkond on meil jagatud otseselt sihtasutus Tartumaa turismile. Mina küll siin ... oma töökoha järgi kuuluga sihtasutuse nõukogusse, aga otseselt tähendab see seda, et otseselt ei asi ikka koostööd mina ei tee küll, kogu ka välisturundus on tegelikult meil delegeeritud siin sihtasutus Tartumaa turismile, nii et üksikud ... turundus tegevused, mis ka siis tegelikult linnavalitsuse siis meie osakonna õlale langevad, et need on pigem sellised täiendavad tegevused, et...

Näiteks?

Et eelmisel aastal taotlesime ka meie osakonnaga EASilt turundus toetust, aga selle eesmärk oli just see et oli üks on siiaani väga tore meede, kust saab turundustoetus taotlema, agaülapiir ja sihtasutus Tartumaa turism Tartu reklaamimiseks lihtsalt taotleski selle üle piiri juba täis aga et saada Tartu turundamiseks rohkem raha siis teise institutsioonina linnavalitsuse avaliku ...esitas see projekti millega me siis katsime Läti turu, et Läti turu oli siis eelmisel aastal meie osakonna riigirahaga ... Jah turunduse kohapealt ka siseturistidele mõeldud kampaania mis tegelikult olnud nüüd viimased aastat kogu aeg siis

.... Näiteks me üritame seda vastavalt töö ja aja ja raha ressursidele vastavalt siis nagu jagada, need koostööd.

Ok...A Teil on mingi arengukava nagu selles mõttes ka, linnavalitsuses?

Turismivaldkonna peal?

Jah

Jah, on Tartu linna turismi arengukava.

Noh, mida võiks parandada kommunikatsioonis välissihtgruppidega?

Mis parandada? ... Ma arvan, et parandada annaks seda, et kaasata rohkem oma tegemistesse erinevaid osapooli, kes ka välismaalastega tööd teevad Tartusse kutsumisel, et teha rohkem koostööd ülikooliga, teha rohkem koostööd Tartu ettevõtetega, kes ka välismaalt endale tööjõu otsivad, et see on kindlasti valdkond, kus annab üht ja teist ära teha.

Kas ülikooliga praegu on mingi koostöö?

On, eks me ikka nendega räägime ... kõik oma turundusplaanid, et iga aasta nagu käime läbi, mis meil nagu kavas on, aga jah praegusel hetkel oleme käsitlenud need valdkonda nii erinevalt, et välistudengites on ülikooli eririda, siis turistid, siis linnavalitsuse rida, me oleme sealt sellise jäiga piiri tegelikult tõmmanud, nii et... Aga me kooskõlastame ja räägime omavahel üksikuid tegevusi läbi küll kogu aeg..

Ok, a näiteks, mida saaks teha, et Tartu kuvandit parandada, noh või teha seda veelgi atraktiivsemaks?

Kui me jõuame siis tagasi jälle juttu algusesse, selle juurde, et välistudengit Tartus peksa saavad, siis seda kuvandit parandada viimasel aastal üks mõte, et ... oleks võinud teha Lätis reklaami kampaania, kus on üks mustanahaline ja skinhead plakati peal suudlemas, see oleks nagu selline tore sõnum, mida nagu edastada, aga ... ok oli jäigi mõte tasandile äkki äge .. Noh nii ei oskagi öelda, tuleb leida uusi häid tarku lahendusi välja, et näiteks see kuvand olev ka kohati ajas muutuv, kommunikatsiooni keel aga kommunikatsiooni kanalid on ka ajas muutuvad, nii et põhimõtteliselt üritada ajaga kaasas käia, siin muud ei ole ...

Noh, aga ok, aitäh!

Hannes Lentsi intervjuu transkriptsioon

Mu küsimused on väga Tartu spetsiifilised, sellepärast sa võid lihtsalt esialgu ... natukene üldisemalt rääkida ... ma arvan ... ja siis, kui midagi ma lihtsalt küsin ...

Ma mõtlen lihtsalt, et kui rääkida sellest ... jah, et kui ... no mina oskan seda öelda, et kuidas nagu tegelikult inimesed oma õppesihthohta valivad ja tegelikult see algabki väga üldisest ja läheb väga konkreetsemaks. Jaa... jaa, kas või need konsultatsioonid, et need algavad sellest, et kõigepealt püüame selgeks saada mis, millised on selle inimese vajadused ja võimalused. Sest, esiteks sõltubki riigi valik ... nagu me räägime, et tegelikult täpselt nii ongi, et kõik need riigid on omavahel konkurents ja ... noh, juba tükk aega olnud haridusmaastikul. Ma arvan, et see konkurents üha enam seotus sellega, et ... et see ... tudengite mobiilsus on tehtud nagu lihtsamaks ja ... ja need süs... ja need programmid on ühtlastatud ja on võimalik kergesti liikuda ja kergesti saada ... ikkagi ... kraad... nagu mis iganes riigis Euroopas eks ... et siis need riigid on üha enam omavahel konkurents. Ja nüüd ongi, et kui tudeng tuleb meie juurde siis meie e kõigepealt ongi ... vaja selgitada tema vajadused, tema võimalused ja siis hakata nagu vaatama, et milline ... esiteks, milline riik vastaks tema vajadustele ja võimalustele. Ja need riike saab eristada näiteks, lihtsam eristus on see, kas seal haridus on tasuta, tasuline, väga palju peab maksma või vähe peab maksma. Et ikkagi see tasu on üks osa, mis välistab kohe mingisugused riigid, on ju. Kui sul rahaliselt võimalik ei ole, siis sa näiteks Ameerikas õppida ei saa, Austraalias õppida ei saa, Kanadas õppida ei saa ... noh mitte midagi seal parata ei ole. Kui sul vähemasti võimalik ei ole see ja siis need jäävad kohe kõrvale. Ja siis vaadatakse edasi ... nagu üldiselt Euroopa mõistes on need õppe teenustasud ... või jah, õppetasud suhteliselt noh, ikkagi võrreldavad, eks ju. Et seal Kesk-Euroopas ja Lääne-Euroopas, noh mingisugune Hispaania, Hollandis ... seal on tasud kahekümne tuhande krooni kanti aasta, eks ju ... Inglismaal selgelt nagu kõrgem selgelt eks ju. Ja kui me võtame sinna veel Eesti

nagu tasude ... võtame just see, mis on kehtestatud just välisüliõpilastele, et ... siis Inglismaa tasu on suht kõrge, seal on 3200 naela aastas, Eestis oli siin keskmine ... 3 000 eurot või?

Vist ... ma pole isegi kursis ...

Jah, vist ... midagi 3 000 eurot ... ja 3000 eurot on selgem rohkem kui näiteks Hollandis või Hispaanias, eks ju. Et vaadata seda, et teine osa, see rahaline pool ongi, et kellega sa rahaliselt konkureerid. Ja selle rahalise konkureerimise üks aspekt veel on ... on need õppe ... ikkagi selle ... selle raha või selle ... õppeteenus tasu katmise võimalused. Kui sul Inglismaal on 3 200 naela, aga sul on võimalus võtta õppelaenu ja õppelaenu tingimused on head eks ju, siis 3 200 naela ... siis selle osatähtsus kohe langeb selle valiku juures ... ja sa mõtledki, näed, OK 3200 naela, aga ma lähen ju sinna õppima, võtan õppelaenu ja siis pärast nagu maksan tagasi, eks ... või Hollandis on ... saab õppetoetust küsida ... seal ... ja jällegi on abiks selle õppelaenu või selle õppemaksu maksmisel, vähemalt elamiskulude katmisel. Et selle finants osa puhul, ongi see üks asi, palju see maksab reaalselt, teine asi on kuidas on võimalik seda katta. Ma väga ... ei hinda või selles mõttes arvan, et olulist rolli ei mängi tegelikult nende ... scholarships ... nagu ...

Toetus?

Jah, jah ... aga sellised nagu ... ühekordsed ja mingid kindlale ... näiteks, mingi kindla programmi puhul makstavad või ühele inimesele aastas, on ju, terve kursuse peale. Et üks kõik kui palju neid võimalusi on, siis tegelikult, kui tudeng sellega arvestama ei saa ... sest see on valikuline, seda saab ainult üks inimene võib olla kursuse peale ... ja noh ... ja ütleme sellest, näiteks ei sõltu tema nagu valik ... see on põhimõtteliselt nagu ... et OK, noh hea on võida see loterii või ei võida, eks ju ... vahet ei ole. Aga ta ei saa sellepeale nagu lootma jääda ja sellest tingitud on selle põhjal otsustaja. Nii ... noh ... rahaline osa on selline kerge pluss miinus vaatad kui palju maksab ja kuidas seda katta. Aga teine, nagu selline valik ... enam ei ole keel, selle pärast, et ütleme, et kui ikkagi enamus riikidest pakutakse inglise keelseid programme ka ... või siis noh ... kes tahab saksa keeles õppida, tõenäoliselt vaatab sinna Saksamaale või ta tahabki konkreetses keeles õppida noh seal Hispaanias ... nad lähevad konkreetsesse riiki. Aga üldisel juhul, kui tegemist ikka inglise keelse haridusega, siis jah ... et see ... me oleme muidugi ka ise selle jaoks väga palju tööd teinud, et just selgitada, et õppe toimub igal pool inglise keeles ja et see, et sina lähed oma inglise keelt nii õelda harjutama, sellepärast ei ole mõtet minna, kuskile Inglismaale õppima. Et kui õppetöö toimub inglise keeles siis IGA:L juhul su keel pareneb on ju. Mille peale peaks mõtlema, on võib olla see, et on võimalik saada teine võõrkeel noh et sõltub su inglise keelest ... kui sa õpid inglise keeles, õpid Hollandis näiteks, sul on võimalik saada ka hollandi keel selgeks, on ju. Et see keelel ... ja mõnda see paneb mõtlema küll, et see keeleline aspekt, et OK. Aga näiteks Eesti puhul, ma ei tea kui oluliseks peetakse just seda, et sa saad nüüd just eesti keele ka selgeks! He-he-he ... aga see keele aspekt ei ole nii suure tähtsusega. Kolmas valiku puhul hakkab nüüd rolli mängimagi haridus. Ma ei oska teda panna prioriteetsuse järjekorda, et see olegi iga inimese jaoks ... see prioriteetne järjekord erinev. Haridus ja siis juba minnakse konkreetselt sellise ... vaadeldakse koole, et mis kooliga tegemist on, mida seal pakutakse, millised on tingimused ja tegelikult seda linna vaadeldakse alles ... siis kui tekkib see moment ... nagu ütleme ... see moment, et mitu head kooli ... kõrvuti ... et seda sama eriala saab õppida mitmes erinevas koolis, no näiteks kas või ongi ... ütleme Eesti puhul, saab õppida Tallinna Ülikoolis, saab õppida Tartu ülikoolis ... või kusagil väiksemates kolledžites ... ja vot siis hakkab linn rolli mängima ... siis nad vaatavad, et OK, et ... kas ma tahan ... õppida suuremas linnas või tahan õppida väiksemas linnas ... tahan õppida tudengilinnas või ei ... et siis hakatakse vaatame neid linne. Kui ei suudeta kohe seda kooli ära valima. Ja linna puhul mängib rolli loomulikult see ... ütleme ... hmm hmm ... ütleme, need noored, kes üldiselt sellisest Kesk-Ida-Euroopa riikidest nende puhul on millegi pärast selline ... nad tahavad nagu .. esimese laksuga kohe ikkagi pealinna ... tahavad suurde linna kuskile ja sinna möllu sisse ... et näiteks eesti tudengite puhul, kes lähevad Lääne-Euroopasse, siis nende jaoks on OK ka selline ... noh Tartu suurune, selline tudengilinn, nad ei kaevu, ei otsi seda, nagu nime ... nagu Kopenhaagen või mingisugune Amsterdam või nii edasi. Aga ikkagi neist Rumeenia, Bulgaaria ... on sellised noh ka Leedu ... on sellised, kus ikkagi vaadetakse väga palju selliseid nimesid ... vaadetakse kooli nime, kui seal see on linna nimi, nagu Tartu University ... „aa OK! Kõlab hästi!“ ... või Tallinn University ... või .. või kui seal sees on veel Business sees, nagu Tartu Business ma ei tea kolledž või mis

iganes ... et need nagu mõjuvad. Aga mul on nagu raske öelda, kui palju võib selline ... rolli mängida sinna Lääne-Euroopast tulles, et kas nad otsivad pigem sellist suur ... Eestis nad nii kui nii ei saa suurt linna on ju, ha-ha-ha et selles mõttes neil ei olegi nagu valikut ... et see Tallinn on nende jaoks nagu väike linn, kui nad tulevad sealt Lääne-Euroopast või kuskilt suur riigist ... selles mõttes, ma usun, et nende jaoks ... nagu Tartu ja Tallinn on võrdne. Aga mis nende jaoks siis rolli mängib on ongi siis see, et sellised töötamise võimalused ... et sul oleks seal linnas kergesti elukoht leida ... ja töökoht! Neid kaks asja. Ja isegi ... ma mõtlen, isegi kui ... see inimene ei pea oma ... ütleme nii, ära elamiseks tööd tegema, siis ikkagi töö võimalus sotsialiseerumiseks selle kohalikku ... noh kultuuriga ... on üks väga hea võimalus. Noh ütleme ... jällegi Eesti ülikoolides ei ole seda, sellist traditsiooni ... noh Ameerikas on see, et väljaspool seda ülikooli, nagu seda ... ülikooli õppe protsessi, on hästi palju selliseid klubisid ja igasuguseid muid tegevusi ... põhimõtteliselt, seal ei ole töötamine .. nagu Ameerikas kooli kõrvalt ... vähemalt mõned tudengid on meile teada andnud ... või öelnud, et see on nagu ajaraiskamine või sa jääd nii paljust ilma, sellest ülikooli elust ... et seal sa võid tegeleda absoluutselt kõigeaga, sul on seal nagu nii palju neid huvigruppe ja nad tegelevad oma asjadega ... ja tegelikult see on üks osa õppe protsessist, on ju. Ja ka sotsialiseerumise võimalus ... et seal ... nagu ... et ütleme nii, seda sotsialiseerumist võib katta teiste tegevustega, mitte tööga. Samas jällegi, kus seda traditsiooni nii väga ei ole, kus ... kus kooli tegevus piirdub ... ma ei tea mingi spordiklubiga või millisuguste üksikute tudengiklubidega ... rahvatantsu klubiga Tartu Ülikoolis või mis iganes, kui see on selline üsna piiratud, eks ju ... et siis ikkagi töökoht on selline hea sotsialiseerumise viis ja ma mõtlen, et .. jah, kui valida endale linna, kui vaadata neid töökohti ... töökoha võimalusi ... ma ei tea, miks Eestis ei ... ütleme, valitsus ei soodusta, vaid kehtestab makse ja lollakaid süsteeme, aga ... miks Eesti tööandjad ei ole läinud seda teed, et luua nagu palju ehk rohkem tudengi töökohti ... ning miks riik ei soodusta seda ... et põhimõtteliselt ainus võimalus tudengil tööd leida on mingi täiskohaga tööle minna ja siis punnitada seal töö tehes ... et ütleme Lääne-Euroopa ju kõik teenindus sfäär elab praktiliselt nagu tudengi töökohtadel ... et mis iganes linnas kui seal ülikool on, oodetakse ikka kohvikutesse tudengeid ja ... muidugi riigid on teinud maksu soodustusi ... tudengi palkamiseks, sellise osa töötamisele ... ja meil maksu soodustuse asemele tehti maksu tõstmine ...

He-he-he no jah, nagu ikka ...

No ma mõtlen, näiteks linnavalitsus või see ettevõtetus ... mingisugune keha seal linnas, saaks tegelikult palju ära teha selles osas, et julgustada oma ettevõtjaid, kes seal piirkonnas on võtma osaajaga selliseid tudengeid tööle ... ja see oleks juba linnal selline üldine strateegia ... et kui nad tahavad saada tunnustatud ka rahvusvahelisel tasandil, näiteks tudengi linnaks või ülikooliks ... et see on üks võimalik tee. Noh elukoht ka, et ... igas riigis ei ole see nii kerge seda elukohta ja ... ma ei tea kuidas Tartus on, on ju ... et siin ... nende uute ühiselamustega, nendega on palju vaeva näidut, eks ju?

No jah, selles mõttes, ma arvan ...

Kohti on?!

Kohti on! Aga samas Tartus on see probleem, et neid välistudengeid ... neid pannakse ühte kohta kõik ...

Aaa ... jaa ... jaa ... See on nagu see Tiigi ühiselamu või kus?

See oli Raatuse nüüd ...

Aa ... sest varem oli vaata, seal Tiigi tänaval, väike ühiselamu, mis oli praktiliselt ainus euroremonditud eks ju ... ja teised olid kõik sellised „tondi lossid“ ja siis välistudengid pandi kõik sinna euroremonditud ühiselamusse on ju ja siis nad olid kõik seal koos! He-he ... Ei noh selles mõttes ... mina ei poolda sellist lahku lõomist, sest et välistudeng, kui ta siia tuleb ... just ta tahabki saada integreerituks, ta tahabki saada osaliseks kultuurist, on ju ... ja kui teda niimoodi eraldi poputatakse, eraldi mingi tähelepanu pööratakse ja ... esiteks, see nagu viib ... nagu sotsiaalselt teda eemale nagu sellest, mis ta tegelikult saaks, on ju ... ja teiseks, see, minu meelest, ülikool ... nii palju jääb saamatuks sellest ... et mida rohkem oleks tegelikult ... ütleme nii ... välistudengid integreeritud ja võtaksid osa kõike kohalikke tudengite tegevustest ja olemistest ja ... seda rohkem saaks ülikool ka, sest seeläbi saab sellest ka eesti tudeng samamoodi on ju ... aga nüüd puutuvad kokku ainult teatud inimesed nende välisüliõpilastega, tõenäoliselt need, kes on nii öelda määratud ... hoolitsevad nende eest eks ju. Ja teised tudengid, kes

võiksid saada sellest rahvusvahelisest kogemustest kultuurivahelistest õppimistest midagi ... nemad ei saa ju, on ju ... et sellepärast küll, kui nad veel eraldi ühikatesse ka panna või eraldi ühikasse paned ... et see nagu, minu meelest on üldse totrus ... et ta ei tule enam ... ma küsisin ka vaata sealt Studying in Estonia ... et sellelt network'ilt ma küsisin ka, eks ju ... et mida te välistudengitele pakute ja tegelikult nad vist seda pakuvadki ... „me pakume esmaklassilist teenust“ või „teenindust“ on ju ... et OK, see on nagu oluline, aga minu meelest, sellise teenindusega ... teenusega ... tegelikult rebitakse ta ära siit nagu sellest kohalikust keskkonnast ja ta tegelikult ei saa seda ... ja see minu meelest, on selline, jah, et sul on selline esmaklassiline support ... ja kui sul on seda abi vaja, siis sa saad seda ... see on nagu hea, sest ikkagi kui sa lähed võõraste riiki, siis ... mida rohkem sul on võimalust abi nagu saada, seda kindlam sa tunned ja see ... võib olla see mängib ka rolli otsuse tegemisel. Kuigi ma ütlen järgi, et Tartu ülikooli ma kahtlen, et see mängib rolli ... siis see support on üks asi ... tõepoolest ma ei tea kuidas seal nende välistudengite eest hoolt kantakse seal ... aga juba see märk on ... me pakume esmaklassiteenust ... juba see on märk ... et OK, sellel on oma hind, ütleme nii ... et jaa ... et see elamine või see linna nagu valik ... eks ju ... ja siis tuleme tagasi selle kooli valiku juurde ... et ma ütlesin, et see linn valitakse tõenäoliselt siis, kui on tegemist nagu sarnaste koolidega ja sarnaste erialadega ja ... ja tekib valiku küsimus, et kuhu minna? Et siis hakatakse linna vaatama ... igal juhul vaadetakse linna, on ju ... aga üldiselt vaadeldakse seda kooli enim, kui nagu linna ... ja riiki enim kooli ... nüüd kui kooli valitakse siis, millest nagu lähtutakse ... siin minnakse natukene tagasi ... võib olla riigi tasandile ... ja ikkagi kui minna natukene sügavamale õppe protsessi sisse, et milline on selline hariduskultuur selles nagu riigis, on ju ... et kuidas põhimõtteliselt kõrgharidust seal antakse, milline see kõrgharidus on ... sest see on nagu erinev erinevates riikides ... ja noh ega see ... ega turunduses sa ei saa turundada midagi, mida sul ei ole, on ju ... et peab lähtuma ikkagi sellest, mis sul olemas on ja rõhutama seda, mis on su kliendi jaoks oluline, sellest mis sul olemas on ... aga sa ei saa pakkuda seda, mida sul ei ole ja sellepärast, näiteks ... minu meelest Eesti haridus ... kõrgharidus ... on ... väga akadeemiline, väga teoreetiline, väga teaduslik, selline ... üldine kuvand Eesti kõrgharidusest ja ega midagi pole teha ... selles mõttes, et tuleb siis seda turundada, on ju ... samas ... ja siin on ka erinev ... inimesed on ju erinevad ... isegi meie praktikas on olnud, et noh näiteks Taanis ... mis puudutab jällegi kolledži haridust, kolledži kõrgharidust ... see on väga praktiline, see on väga praktilise suunaga ... aga siiski ülikoolides ma näen nagu rohkem neid praktilisi suunitlusi kui Eesti ülikoolides ... ja võrdlus ongi see, et .. me ka, kui me oleme siin Eestis ja turundame need Lääne-Euroopa ülikoole või vastupidi turundada Eesti koole Euroopas ... ega ei saa öelda, et üks haridus on parem või halvem kui teine, on ju ... mis alusel sa seda ütled, et see ... ja me ei kipugi seda ütleva ... et mis ma saan öelda, ongi see, et haridus on erinev erinevates riikides. Et pööratakse erinevatele asjadele tähelepanu, õppeprotsess on erinevalt ülesehitatud, meetoodika on erinev eks ... ja siin ikkagi on ... see sõltub sellisest riigi hariduskultuurist või sellisest ajaloost ... ja Tartu Ülikoolist on tulnud väga nimekaid teadureid, professoreid välja, on ju, just seda ... et see ongi teaduspärane ülikool ja akadeemiline ülikool ... et siis see mängib nagu rolli, et kas kumb, mida nagu noored ootavad, mida oodetakse ... et kas oodetakse üht või teist ... et kas oodetakse pigem sellist rakendusliku suunda või pigem teadusliku suunda ... ja kui see märksõna on nii öelda teadus, on ju, et siis ma arvan, et Tartu Ülikool on nagu ka, nagu öeldakse ... et tuua välja seal neid nimekaid tegelasi sealt ajaloost ja noh ... see on nagu teadus, eks ju ... ja noh entusiastid, kes sellega tegelevad ... et jah, ülikooli valikul sõltub muidugi, kui minna tagasi riigi tasandile, on ju ... et siis kui vaadeldakse ülikoole, vaadeldakse OK, kuidas see õppimine käib, minnakse korraks riigi tasandile tagasi, siis vaadeldakse, kuidas hariduskultuur üldse on, on ju ... sest et ikkagi ... OK, loomulikult, ütleme riigi piires on need rakenduslikud koolid ja on akadeemilised koolid ja teaduslikud sellised distsipliinid, aga ... ikkagi! Ütleme niimoodi, et mingisugune üldkuvand on teatud nagu riikides selles ... või on erinevates riikides selle hariduse osas ja üldiselt minnakse sinna üldkuvandi suunas ... täpselt ongi, et kui selline Taani haridus on silmapaistnud oma rakenduse osas, siis minnakse sinna seda otsima ka. Kui Eesti on selline teaduslik, siis tullakse otsima sellist teadlikust poolt ... ja ülikooli osas .. yep ... no siis vaadeldakse seda, et see nagu suht ... ma ütlen, et lõpuks ikkagi lähtutaksegi sellest konkreetsest ülikoolist ja sellest ... valitakse ikkagi see ülikool ... et kui lõpuks peab see pilt olema kooskõlas, et see ülikool ... mida ülikool pakub ... kooskõlas ... ja mida ... kuidas kuvandit luuakse riigist, on ju ... ja ma ütlen, see linna

osa on nagu plussiks või miinuseks, siis sõltuvalt ... ja kui neile siis jääb silm sinna Tartu Ülikooli peale või mingi konkreetse kooli peale, siis ... ega siis ei olegi midagi, siis nad nagu on vaikselt ära otsustanud juba, et ma kandideerin sinna, sinna kooli ... ja nüüd ... ja tudengi puhul on niimoodi, et kui nad kandideerivad, siis nad tegelikult ... siis nad võivad ju tegelikult kandideerida kuhu iganes paralleelselt ... ja nii ongi ... eks nad kandideerivadki ... kandideerivad kodus, kandideerivad välismaal ... ja isegi kui nad on otsustanud kandideerida sinna, sinna, sinna ... siis ütleme see ... see lõplik otsus ikkagi kujuneb üsna lõps ... et mis ma siis lõpuks teen .. üldjuhul kujuneb välja siis, kui on ... üldjuhul kui vastus erinevatest koolides käes ... sul on mingisugune valik ja siis sa nagu otsustad ... nii et tegelikult ülikooli valiku puhul mängib rolli ka see application protsess või ... või see vahepealne osa ... et kuidas temaga suheldakse, kui kiiresti ta vastuse saab, kui korrektsed need vastused on jne ... kui korrektne see suhtlemine on ... sest see kõik nagu kallutab sinna konkreetse ülikooli poole, on ju, et see ... see ülikool, kes nagu ... võtab application'i vastu ja annab sulle vastuse viie kuu pärast, on ju ... ja kellega vahetult mingi suhtlust ei ole, mitte midagi ei ole ... siis see on nagu suur miinus .. et samal ajal kui sul on võtta ülikool, kes kenasti sinuga suhtleb, saadab lisa informatsiooni, ... ma ei tea, võib olla helistab isegi ... mis iganes, ja tegeleb sinuga, et siis see ... see kallutab seda valikut just sinna suunas ... nii et selles osas, sellel perioodil, on ülikoolil ikka palju ära teha ... ja sinna kusjuures ... sõltuvalt sellest milline see ülikool on ... selliste lihtsate võtetega, tegelikult, saab seda poolehoidu konkreetse ülikooli ... nagu kallutada ... nagu lihtsate võtetega ... ja kui see valiku osa on käes, ja otsustatakse ... et siis ... siis nagu minnaksegi. Ja hakkab juba rolli mängima see, kas see mis välja reklaamiti vastab nagu tegelikkusele, et kas see on nagu reaalsus ... sest ausalt öeldes, sellega võib väga palju kahju teha kool endale ... kui see mida ta reklaamib, ei ole see ... ütleme siis niimoodi, et ... jah, kui tudengil lastakse arvata midagi muud ja siis ... ootuse ja tegelikkuse konflikt ... et sellest ... noh see võib ... ütleme, kui see on väga-väga suur ... siis sellest või paha ... väike pahandus tekkida ... ja ma mõtlen, et tänapäeval sellises Interneti maailmas, kus informatsioon liigub äärmiselt kiiresti, siis liigub ka see sõna ... see word of mouth liigub hästi kiiresti ... on ju ... et ... ja kui sinna kooli kohta käib mingisugused sellised kõlakahad, mitu kõlakahad, on ju ... kus see ei vasta tegelikkusele, mis reklaamiti, siis see võib suureks maine kahjuks osutada ... et siin lähiajaloo on erinevad näited ... seal ühe kooli õpilane pani youtube'i ülesse, kuidas see kool on bullshit, kuidas loengud jäävad ära, seda ei teatata ja ... tudutudutudu ... aga saad aru, üks klipp youtube'is ja woah ... seda tuhanded inimesed, kes nagu otsivad välismaa õppimise võimalusi, eks ju ... ja see jääb sinna ... et selles mõttes see ... on võimalik palju kahju teha. Aga kui see vastab tegelikkusele ja kui isegi ületab nagu ootused, et see on jällegi selline ... maine puust, et see ... et näiteks, meie partnerkoolidest, kellega me oleme pikemat koostööd teinud, siis Weltsis asuv „aiviferdi“(?) ülikool ... on muidugi ka üldiselt tudengi rahulolu osas UK's nagu koguaeg seal esiviisikus, on ju ... viies-kolmas koht ... see aasta vist sai ka esimese koha ... ja tudengid kinnitavadki seda ... kõik eesti tudengid, kes sinna läinud õppima ... nad nagu igal juhul soovivad seda, ütlevad ,et see on nii tudengi sõbralik kool jne, jne ... et ... ja kui sul ongi seal UK's valida sajad ülikoolid, eks ju, siis loomulikult ... kui muidu sa peaksid nii tegema valikuid, siis kui sa kuuled selliseid häid sõnumeid kooli kohta, et see igal juhul paneb sind uurima seda lisaks, et kas seal on midagi sinu jaoks ... ja see toob aastast aastasse rohkem tudengeid veel ... aga jah, ... muidugi ... ütleme ... Tartu Ülikooli poole või selle Maaülikooli ... et seal ... ma arvan, et see on pigem nagu Eesti üldise kuvandi ... kuvandi küsimus ... et kuidas Eestit üldiselt reklaamitakse ... mida reklaamitakse ... ma näen nagu seda, et ... meil selline nagu fookus puudub ... ütleme, kui isegi tehakse koostööd seal Study in Estonia raames, ülikoolide omavahel, on ju ... et sellise turundusliku koostöö ... aga samas puudub ikkagi, minu meelest, selline ... sisuline, strateegiline ... koostöö ülikoolide või kuidagi selline riigi poolne ... sättimine v ... ei, ma mõtlen, et praegu näiteks selle peale, et kui ... ma ei tea, seda võiks küsida ka välistudengite käest, eks ju ... et mille poolest Eesti kuulus on, on ju ... räägitakse palju siin Eesti Nokiast ja mida iganes, eks ju ... aga mille poolest Eesti kuulus on ... mis need välistudengid vastavad ... sest kui sa räägid välismaalasega üldse, noh ... mis ei ole vähem oluline ... et siis nad ikkagi räägivad sellest e-eestist, on ju ...

Jah, jah! Skype'ist jne ...

Jah, jaa ... kõik see infotehnoloogiline pool ja nad räägivad sellest ... jah, teil saab seda teha, teil saab too teha jne ... ja kui tõele au anda ja vaadates ega me ei ole suur IT riik tegelikult, on ju ... et mis meie riigi puhul on nagu erinev teistest suurtest IT riikidest nagu ... ma ei tea .. India, mis iganes ... et erinev on see, et meie ... need asjad mis me teeme IT valdkonnas, need leiavad ka rakenduse. Nagu reaalselt, nagu ... kas riigi tasandil, ettevõtete tasandil või jõuavad suurde maailma, eks ju ... et see, mida tehakse, see saab nagu tegelikkuseks ja saab nagu osaks inimeste elus. Et see on erinev. Et meil ei ole rohkem programmeerijaid, näiteks kui .. noh mõtleme Indias näiteks, on ju ... et seal ... meil ei ole rohkem IT ajusid, aga just see pool kuidas ... kuidas viilida, lakkeredada kõike seda IT power'it, on ju .. kuidas sellest tehagi ... kuidas teha inimeste elu lihtsamaks kõike neid rakendades ... et see on minu arust, see mis on nagu eriline ... nii, kui nüüd inimesed teavad, et see on see IT riik, eks ju ... ja kui me saame näidata seda, mida me oleme teinud ... siis tegelikult ütleme välismaalaste jaoks, siis sihtpunktina nagu ... kõrghariduse sihtpunktina ... seal peaks olema valikus just tähelepanu pööratud just nendele erialadele, mille pooldest see riik kuulus on, on ju ... et kui me mõtleme, näiteks et minnakse sotsiaaltööd õppima ... ja sul on terve maailm avatud, on ju ... või näiteks, pedagoogikat, haridust ... mida iganes ... sul on terve maailm avatud, eks ju, siis mis riigid sulle kohe meelde tulevad, on ju ... on kohe ... noh, Ameerika, Soome, näiteks, on ju ... nad on tuntud selle pooldest kõrghariduses ... need riigid üldiselt on tuntud selle ... selle ütlemise distsipliini viljenemises ... kui sa mõtled siin äri peale, eks ju ... siis sa mõtled, OK võiks minna Rootsi õppima, näiteks ... ja kui sa mõtled, jah ... et riikidel on märgid küljes, mis eriala on sinna nagu mõtet minna õppima ... noh tõelauas siis ma ei tuleks õppima rahvusvahelist äri Eestisse ... minu arust ei olegi mõtet pakkuda sellist eriala ... et esiteks, äri on ju, OK, noh ma arvan, et me oleme äris kõvad sama nagu kõik teised ... he-he ... riigid, siin ei ole midagi nagu silmapaistvat, on ju ... et ... ja teiseks on see rahvusvaheline ... oleme ausad, kui rahvusvaheline, multikultuurne riik meil on, on ju ... et millist rahvusvahelist nagu äri sa saad siin nagu õpetama, on ju ... et jah, ta võib kõlada hästi, aga sellist peaga inimest ... ausalt öeldes ... kui inimene peab veel maksma selle hariduse eest, et kui palju ... see peab olema inimene, kes teeb teadlikult ... ma lähen sinna riiki õppima seda, selle pärast ... et siis miks ma lähen Eestisse õppima rahvusvahelist ärijuhtimist?! Noh ma mõtlen, ütlemine ... et kui ma peaksin minema õppima näiteks ma ei tea ... mingisuguseid huvitavaid programme välja mõtlema ... just see, näiteks haldusjuhtimine infotehnoloogilises keskkonnas või midagi sellist ... mingisuguseid selliseid erialasid, kus on see IT pool nagu sees ... samas on näidatud, et on näha kohe ... selline rakenduslik pool ... ja sellel on oma taust, miks seda Eestis õpetatakse, et siis on ju kohe põhjus olemas, OK, et kui ma tahan seda õppida, et siis ma tõenäoliselt peaks Eestisse minema ... sest seal on ... kõige kiiremini asjad võetakse omaks, kõige kiiremini need leiavad rakenduse, on ju, sealt on tulnud suured asjad, on ju ... et ... selles osas ma jällegi näen, et koostööd on vaja riigi tasandil, ülikoolide tasandil ... sellist fookust ... seal tegelikult ütlemine, selle ... see fookuse ... et seda võib olla natukene kardetakse ... ma ei tea miks, on ju ... ja kas kardetakse, seda ma ka ei tea ... aga igal juhul, kui valikute tegemisel on see aspekt alati, et mingi valikut tehes saab midagi välistada kohe ... valides ühte, sa tegelikult ju jätad kõrvale teise ... ja ikkagi fookuse sättimises või ütlemine siis ... Eesti kuvandi loomises kui teatud mingisuguse IT ... kuidagi ITega seotud erialade osas ... et sa ei oska siis välistada kõik need teised, kes võiks nagu Eestisse tulla õppima mingeid teisi erialasid ... samas mina ütlen jällegi, et see niimoodi ei ole, sest see fookus äratas tähelepanu, isegi kui inimene ei ole huvitatud ... ütlemine sellest konkreetsest mingisugusest programmist, mis on selle fookuse keskmes ... siis ta teeb Eestit ikkagi tuntuks kui sellist rahvusvahelist kõrgharidust pakkuv riik ... mis tähendab, kui ma sellest konkreetsest asjast ei ole huvitatud, siis ma hakkam sealts edasi otsima ja siis tegelikult ma jõuan nende teiste programmide juurde ... noh mis ei ole võib seotud selle konkreetsest fookusega ... aga ... jah, pakkudes sellist roosat mannat, kus on sul seal igasuguseid asju, et ... see on siuke suur info mull, mis tegelikult ei paku just kui mitte midagi, on ju ... või ütlemine sellisel pakkumisel puudub selge konkurentsi eelis ... teiste riikide osas ja teiste ülikoolide. Ja ma ei tea Tartu Ülikoolil ei olegi siuke ... ülikool ... mida saab nagu seostada rakendusliku poolega ja väga sellise IT poolega, eks ju. Vähemalt mul endalgi olles siin Eestis ei ole sellist kuvandit Tartu Ülikoolist, et pigem on Tartu Ülikooli kuvand väga traditsioonilised erialad, distsipliinid ... filosoofia, filoloogia jne eks ju ... et väga traditsiooniline, eks ju ... et siis ... noh ikkagi ... et see traditsioonilise puhul, ma ei tea kui palju suudab Tartu Ülikool konkurentsi eelist

endale ... noh tekitada või välja näidata. Et võib olla Tartu Ülikool, kui ta ajab seda välissuunda eraldi, siis ... peaks selle peale mõtlema, et noh natukene panna oma need erialad erinevatesse korvidesse, et ... arendada seda programmi töö osas seda milles Eesti kuulus on. Jah. Aga seda ... et tõesti see konkurents nagu tegelikult on niivõrd suur ... nagu nende ülikoolide vahel. Et ... abiks on isegi see, kui ülikool suudab oma konkurentsi eelise, mida ta arvab olevat, nagu selgelt välja öelda, sest paljud ülikoolid ei suuda, nad ei suuda seda. Ja kui sa hakkad võrdlema neid ülikoole, üks suudab välja öelda, teine ei suuda ... noh siis, kui see konkurentsi eelis mida nad välja ütlevad sulle sobib, noh siis, sa lähed selle ülikooli peale. Et ... see ei ole keeruline, selles mõttes, et ma kujutan ette, et mingisugused arengukavad ja strateegiad seal ... ülikoolis ringlevad, on ju, ja viisaastakuplaanid jne he-he-he

He-he-he ...

Lõpp kokkuvõttes ... ja ongi hirmus hea ... hea on kui ta jõuab tegevusse ka. Ja hea on see, kui selle keskmes ikkagi on see tudeng, kes seal ülikoolis on. Sest ma ütlen, et see ei ole nii keeruline ... sest lõppkokkuvõttes ootab ülikool endale tudengeid ja lõppkokkuvõttes need tudengid on hästi tavalised inimesed ja teevad omad valikud nii nagu teisedki inimesed. Ja ... ja selles mõttes ei tasu minna liiga filosoofiliseks nende plaanide osas, on ju. Et .. ja väga, ütleme, keeruliselt oma sõnastuseid üles ehitada, et tõenäoliselt see komme akadeemilises seltskonnas on. Siis ... jah ... tänapäeval jah ... et see valik ... ikkagi tugineb nagu lihtsatele asjadele ja ... lihtsatel sõnastustel ... ja lihtsatel pakkumistel. Seda peaks mõtlema nii Tartu Ülikool, kui nagu Tartu linn. Ja Tartu linna puhul, jah, on abiks seegi kui nad välja toovad, miks inimesed siin elavad. Miks nad Tallinnas või kuskil mujal? Ei noh ma lihtsalt .. kohanud sellist .. noh soovi ikkagi nagu Tartus elama asuda ja ... need inimesed kolinud Tallinnast Tartusse ja selles on oma võlu ... ja miks mitte seda välja tuua. Et mida need kohalikud elanikud arvavad, miks on Tartus parem kui näiteks Tallinnas või kuskil mujal, eks ju. Aga samas jah, need välismaalastele see Eesti on ikkagi nii väike, et ei ole mingit vahet. Paljudel juhtudel nad peavad tööle ja kooli sõitma ... Tallinnast Tartusse nii öelda ... ja ei ole mingit probleemi, eks ju.

Aga vot sa räägid, et nii palju, et nii suur konkurents ja kõik see, aga see et ... kuidas siis paremini, mida sa soovitaks ülikoolile, et paremini reklaami end, näiteks? Mis kanaleid kasutada või midagi sellist ...

Mhmhmm... noh vaadates seda, mis kanaleid nagu ... kasutatakse ... noh vot erinevad riigid on läinud erinevaid teid pidi. Üks selline traditsiooniline, mille peale kohe mõeldakse, mida on teinud ka Eesti ja Tartu Ülikool ... on see, et turundada Eestit tervikuna. Seda teeb nagu selline ... noh Soome püüab seda teha, eks ju ... noh Holland näiteks teeb ... Study in Holland, on ju ... Education USA, ka üks selline tsentraalne ettevõtmine, mis nagu üldiselt USA haridust promob. ... hetkel ei tulegi kohe laksust ette, mis veel. Aga see on nagu üks võimalus, eks ju. Et turundada ... et mingi keskne organisatsioon nüüd pakub, turundab, siis seda riiki tervikuna. Et ... ma ei tea kui palju ... selles mõttes, et see toob ikkagi riigi kaardile, küll. Et kui ... ma kujutan ette, et kui messidel käia seal ... study in Estonia ... et ta toob ütleme nii ... Eesti kõrghariduse kaardile küll. Aga mitte nagu otsustavalt. Ma usun, et mitte otsustavalt. Teine võimalus on siis ... no teine võimalus on selline, mida kasutab näiteks UK. Et ... ta nagu ei peagi väga promoma ennast, on ju ... et seal ... ütleme ühe sõnaga, et seal Inglismaal ... ja nad ei promo ja neil ei olegi ... ütleme mingit tsentraalset sellist ei figu... vist ... ütleme Briti kantsel nagu vahel enne tegi ... eks ju ... ikkagi juhtis seda tähe... hariduse tähelepanu seal UKs, aga nüüd enam ei ole ... Eestis ei ole Briti kantsli ülesanne enam, on ju, ja erinevates teistes riikides ... et nagu Venemaal võib olla on jah, see Briti kantsel tegeleb sellega jne. aga mis nagu UK puhul siis oli, kuna ta otsustas ära, et teda nagu ei ole vaja promoda ... see inglisekeelne haridus UKs ise ennast promob, siis nad lihtsalt tegid selle nagu ... selle kandideerimise sinna koolidesse hästi lihtsaks, on ju. See UK süsteem, see online süsteem läbi mille saab välismaa või ... saab nagu kõikidesse UK ülikoolidesse kandideerima. Et hästi nagu ... minu meelest hästi loogiline ja siukene ... strateegiline samm, on ju. Et ... näed ei ole vaja promoda, et ... teine peale promomist ... tahab inimene kandideerida ja siis järelikult teine samm, mis ma pean tegema on tegema seda kandideerimist äärmiselt lihtsaks. Ja ma keskendungi sellele, mitte promole, vaid sellele, et see kandideerimisprotsess oleks lihtne ja ... ta on lihtne. Ja UKs see on ennast igati ära õigustanud ja ta on lihtne. Samas ma ei ... ma ütlen, et see ei saa, minu arust, otsustavaks sellise riikide puhul ... mis ei müü ennast ise. Et ütleme nii, Soomes on ka ületüldine kandideerimissüsteem, eks ju, eem.. see ei ole piisav ...

see et sa saab online kandideerida või ... või ühtses süsteemis kandideerida, tegelikult see ei ole piisav, kui see riik iseend nagu ei müü. Ja siis kolmas tee siis on näiteks, seesama, mis ... mida kasutavad väga paljud UK koolid, tegelikult ... väga paljud ... Hollandi need ... universities of applied sciences, Taani kolledžid, akadeemiad ... ja üha enam ka mujal maailmas ka ... on see nii öelda, agentide koostöö, on ju. Noh üldiselt see ei meeldi mulle, see agendi mõiste ja mulle ei meeldi see kontseptsioon, mida nagu ajatakse, olgu see, et ma ise tegelen selles, aga mulle ei meeldi see, selles mõttes, et ma ei näeks, et see toimiks teistmoodi. Et ... aga igal juhul praegu, nagu reaalsus on see, et on selline agentide koostöö, mis tähendab siis, et vaadatakse erinevatesse riikidesse endale esindajat, kes siis peaks sulle tooma tudengeid. Ja ... tegema nagu selle raha eest, mille nad saavad aasta hiljem, tegema selle raha eest turundust, konsultatsiooni ja veel sada kümme asja, on ju. Et ... nii ... aga ... tegelikkuses on see, et vaadataks neid agente, siis see agentide maastik on selline lai ja nagu kirju ... enamus juhtudel on tegemist selliste ... kas väga noorte inimestega, kes näevad siin mingisugust teenimist võimalust, on ju ... niisuguste keeltekoolidega, kes näevad võimalust teenida selle pealt jne ... et see nagu ... olgem ausalt, see ei ole professionaalne ... nagu need teenuse pakkujad ei ole, paha tihti, ma ei räägi kõigi eest, eks ju, et seal on kindlasti professionaalseid ... pakkujaid, aga ei ole väga professionaalne. Ja ... noh eeldada seda, et sa maksad seal ... ma ei tea, mingisugune 500 eurot näo pealt, eks ju ... aasta hiljem, ütleme ülikool maksab 500 eurot näo pealt aasta hiljem ja et see agent, keda ta palkab teeb kõik need kuulutused ennem ise ära ja investeerib hullult pappi sinna, on ju ... ja siis see on nagu ... see on utopia.

Jah, natukene naiivne ...

See on väga naiivne! Ja tegelikult, jah, see on niimoodi nagu ... ei toetuks ... aga! Et kusjuures, see on nagu need, kes ajavad oma raha tagasi, nemad niimoodi teevadki, et ... ma olen kuulnud erinevatest juhtumistest nendest agentidest, kes suruvadki inimesed oma partnerkoolidesse, on ju, sest nende jaoks on see papp, on ju. Ja miks ma peaksin nagu teisi ... noh kuskile mujale neid suunama. Meie seda teed ei ole läinud. Et me ikkagi ... ei suru mitte kuskile, et see on ikkagi nii, et kui inimesel on ikkagi huvi sinna kanti kandideerida ja ta leiab, et see on tema jaoks õigustatud valik, siis ... OK, jah, palun. Aga see on üks koostöö vorm ... ma näen siin oma plusse ja ma näen siin oma miinuseid. Ma näen neid miinuseid just selles kuidas praegu see olukord toimib või ... või kuidas see ajaloos on olnud ja miks praegu see turg on just niimoodi ... et selles ... selles nagu lihtsakoerisuses ja sellises väga ... rahale orienteeritud nagu motivatsioonis on nagu suur miinus just. Et see saab selliseks ... rahavabrikuks. Ja noh ... ütleme, et sellel on oma ... või näiteks sellelt ka aja jooksul näha, et ... siin, kui see lahti läks, tekkisid esimesed agendid ka Läti, näiteks ... et siis ... siis müüdi näiteks seda Taani kõrgharidust kui tasuta haridust ja see meelitas ligi hirmus palju õppimist mitte tõsiselt võetavaid selliseid inimesi, on ju. Ja siis oli Taani kolledžid selliseid ... madala laugulisi leedukate täis, eks ju. Kes nägid nagu võimalust põgeneda, on ju, sealt Leedust. Ja see on see miinus. Et kui sind motiveerib ainult raha, siis sa saadad üks kõik kelle. Ja kuna kooli ikkagi motiveerib see keda ta saab, siis paljudel juhtudel on selliseid mõõndusi, nagu „OK see keele tase ei ole nii hea, aga OK, võtame ta sisse“, on ju ... et see ... ja see muidugi viib alla kogu kursust, kogu kooli jne. Et ma näen selles miinust. Mis ma näeksin võib olla ... ma mõtlen ... selle poolest me olemegi teist teed läinud, ma ei näe seda ... see ... see ... ütleme, lühiajaliselt see võib tulu tuua koolidele, kui agentidele jne, aga ma ei näe selles pikaegset perspektiivi. Et selles mõttes see ei ole õigetel alustel ja sellepärast ma ei näe selles pikaegset perspektiivi. Mida meie siin nüüd oleme teinud, on pigem see, et me ajame seda rida, et saada väga heaks ... kõrghariduse konsultandiks, mis puudutab välismaal kõrgharidust. Ehk siis et on olemas üks konsultant siin Eestis, kes teab väga paljudest teistest riikidest õigemini kõrgharidustest. Tal on oma koolide network ... noh koostöö network, eks ju, kes varustab teda koguaeg selle informatsiooniga, et tal see know-how informatsioon on olemas. Ja nüüd meil on võimalus nagu pakkuda erinevaid nagu riike, koole. Vastavalt sellele nagu mida me teame, mis on ühe riigi eelis ja teise kooli miinus jne. Et põhimõtteliselt jah, on see konsultatsiooni pool, on ju, ja ... noh ja sel puhul ongi, et ma lihtsalt pean teadma, mis on ühe riigi eelis, mis on selle teise riigi eelis, mis on selle kooli eelis, mis on teise kooli eelis ... mis on selle ühe linna, teise linna eelis ... ja lõpuks ma ei tee valikut, teeb see, kes õppima läheb, on ju. Ja ta saab lihtsalt teha seda valiku, omades kogudes selle informatsiooni ja tema valik on teadlik, ta on motiveeritud, et ... ta on motiveeritud, ta on teinud teadliku valiku, tema ootused on õiged, ei teki seal sellist ootuste konflikti ja ... kool saab motiveeritud tudengi ja

kool on rahul, kool näeb, et vot meie kaudu tulevad kvaliteetsed tudengid, eks ju, ja ta panustab ka rohkem meise, eks ju, ja teeb paremat koostööd meiega, rahalist, sisulist, mis iganes, eks ju. Ja see läbi see asi kasvab, on ju, ja lõppkokkuvõttes ... ja lõppkokkuvõttes meie nagu käibed suurenevad, ja lõppkokkuvõttes sealt tuleb see kasum ka ühel või teisel moel, eks ju, kui ... kui on tegemist äri ettevõttega, on ju. Aga jah, et ... sellepärast see motiveeritus rahast ja sel juhul on võimalus läheneda sellele objektiivselt; sa pakud ikkagi õiget asja ja sa saad õige asja eest. Et see on nagu see ... jah, kolmas viis. Ütleme, et mina näeksin seda neljandat viisi ... see selline mitte agendi, vaid selline konsultanti ... konsultantide võrgustik. Et sul on olemas selles riigis olemas ... noh praegu koolid eeldavad seda, et kui nemad maksavad nii öelda peapealt, eks ju, et järelikult see agent on teadlik nende koolist ... ja on KA teadlik nende koolist jne. Et see teadlikus on hea sellel, ja ta just nagu saaks head teenust pakkuda sellele. Aga ma ütlen seal see raha maitse on suus ikkagi. Et see nagu rikub seda ikkagi seda pilti. Ja millised võimalused siis veel on ... ja siis on loomulikult võimalus koolidel ise otse ennast nagu reklaamida kuskil ... riikides. Noh uskumatu kallis asi!

On jah?

Noo loomulikult! Kui sa peaksid ennast tõsiselt kuskil riigides üksiku koolina ... mis kool, mis eriala, mis tahes teine ettevõtte, toode, eks ju. Kui näiteks Tartu Ülikool end Türgis reklaamib, see on nagu miljardid, mitmed miljardid, mida ta tuleb sinna investeerida, et natukene kuskil silma jääks, eks ju. Et see on nagu ka üks võimalus, aga see ei ole kindlasti, see võimalus. Sest ikkagi väga paljuski loeb see word-of-mouth ja seda sa ei osta mingi raha eest.

Aga noh praegu kõik need Facebookid ja Twitterid, ja need fanpage'd, mis ei ole enam ka fanpage'd ...

Et jaa, jaa, jaa ... noh see Facebook, see on teine teema, aga see on ka juba surnud teema juba. Et see on nagu eelmine generatsioon. On tulemas uued Facebookid asemele. Ja ehk see ongi niimoodi, kahtlemata ... kahjuks see nii ongi, et ega need Facebook rikuvad kogu see ... kogu see turundus, mis seal ümber käib, kogu see müük, mis seal ümber käib ... ja kogu see selline ... noh ta nagu risustab seda keskkonda, eks ju. Ja, ja interneti keskkonna puhul on see nagu suur pluss, et kui sa siin Eestis elad ... tavakeskkonnas, siis reklaam ka risustab seda kõike, on ju, ja siis sul ongi võimalus lihtsalt välja lülitada end siit ... raadioreklaamist, telereklaamist ... ei kuula, ei vaata ... ei pane tähele. Aga sul ei ole võimalust riigist ära kolida, siis Interneti puhul on see, et kui sulle see keskkond enam ei meeldi siis pluh lähed lihtsalt minema sealt ja ongi kõik, on ju. He-he-he. Et selles osas nende keskkondadega niimoodi juhtubki, küll aga et see ... ütleme Interneti puhul see mida mu sõber arvab, ütleb, see hakkab olema üha tähtsamal kohal. Eks siis Google pakub välja uue platvormi, mis võimaldaks otsida, mis võimaldaks otsida tegelikult ... kui sa paned selle sõna otsingu sisse, nagu Cyprus, siis ta esimese valikuna annab sulle tegelikult erinevatest sotsiaalkeskkondadest, need mida sinu sõbrad või sinu sõprade sõbrad on, kas kommenteerinud, pannud mingeid staatuseid, kus see sõna Cyprus sees, mis annab sulle võimaluse nagu saada selle koha kohta ... usaldusväärset informatsiooni, on ju. Et selles mõttes see word-of-mouth omab suur tähtsust ja ilm selgelt ... noh sest sõbra arvamus ei ole kuidagi ostetav, ainult nagu kogemusega, on ju. Et .. ja see teeb seda nii usaldusväärseks, on ju. Ja kui sinu sõber on jäänud hea teeninduse osaliseks, siis see ei ole midagi ostetavat, et ta sulle müüb seda teenust. Vaid läbi selle hea kogemuse, müüb sulle seda head teenust, ja selles mõttes selle tähtsus suureneb, mis tõttu ma ütlen, et ei ole mõtet panna mingi viis miljonit Türki reklaami, on ju, sest jah, ta teeb nagu nähtavaks sind ja kõik jne ... ning võib olla kuidagi kaudset pidi äärmiselt suure ringiga võib sulle tagasi tulla ... et jah, ta teeb sind nähtavaks nagu mõned seiklejad nii öelda tulevad sinu kooli õppima, need seiklejad saavad hea kogemuse, lähevad Türki tagasi ja siis promovad su ülikooli oma hea sõnadega. Aga näed see sai alguse mingi viie miljoni reklaamikampaaniast, aga see on nii suur ring, eks ju, et ... et kas see nagu väärt on?! Et pigem ma lähekski .. et kui oleks valida praeguses situatsioonis, siis ma vaataks endale väga hea selle agendi või selle agentuuri, kes mind esitab seal riigis. Ja ... kes ei ole nagu huvitatud mahtudest, vaid kvaliteedist. Sest oodata, et Tartusse tulevad mahud ... ha-ha

Ha-ha-ha

Või mingid suured numbrid, see on nagu mõttetu, on ju. Et selle tõttu ei ole mõtetki panustada koostösse mõne agendi, kes ajab nende mahte taga ja kelle juurde tuleb inimene, ta viskab nagu application vormi

ette ja ütleb täida ära ja ma saadan ära ... süüvimata selle inimesse, sellise kas inimene ja kool üldse match'ivad .. et saadame avalduse ja vaatame, mis saab. Et jah, kuna ikkagi ei ole mõtet seda mahtu Tartu Ülikooli nagu ajada taha, siis ma ajaks tagasi kvaliteeti. Ja OK, jah ütleme kümnest tuhandest võib olla kaks tuleb sinna kvaliteeti ja siis võib tuua, aga näed, et mul peavad need kümme tuhat olema, aga ei pea olemas olema, et ... kui agent jõuab just nendeni, kes võiksid olla huvitatud, on ju, Tartu Ülikoolist, siis ma ei peagi jõudma kümme ... no ma ütlen, et meie suund on ju ... me võtsime teise suuna, et kui varem oli niimoodi, et tõesti me võtsime vastu mingi tuhandeid avaldusi, eks ju, mis tõi meile tohutult palju tööd, on ju, ja seal mingid pooled visku kohe välja, sest nad ei jõudnud lõpuni, siis võib olla poolest pool võeti vastu, ja siis oligi, et võib olla üks neljandik oli kasuliku tööd. Siis nüüd ma ikka olen selgelt ajanud mööda teist teed. Me otsime inimesi, kes on selgelt huvitatud välismaa õppimisest, kellel on potentsiaali ja töötame nendega, et ... ja noh ongi näha, et tõenäoliselt, ütleme see sisse saamise protsent meie inimeste vahel on tohutult palju suurem võrreldes sellega, mis meil oli eelm... ennem oli, eks ju, selle tuhande peale. Siis nüüd meil on jah, väiksemad numbrid, aga jah, need kes on need on väga head, motiveeritud ja me saame kindel olla, et neid võetakse vastu koolis ja nad saavad seal koolis hakkama, ja need on head tudengid, jah. Ja olime läinud seda teed pidi. Ja ma arvan, et Tartu Ülikoolile sobiks pigem selline, nagu näiteks, selline koostöö partner, kes nagu sihib seda rida. Sest see selgelt ei ole selline mainstream ülikool.

AGA kui räägiks sihtrühmadest. Mis sulle tundub, mis maalased võiksid olla see sihtrühm Eesti jaoks? Noh ka Tartu jaoks.

Mmm... Ma olin äärmiselt üllatunud ... AGA üsna arvestatav huvi on näiteks meie lähinaabril Lätil Eesti vastu. Et ma olin üllatunud, aga lätlastel on hea kuvand Eestist. Neil on Eestist hea kuvand, nad vaatavad Eestile sellise hea pilguga nagu alt ülesse, kui hea eeskuju peale. Ja Läti noored on näiteks jah ... Läti messil kui me käisime, siis meie poole pöördus viis noort, kes laksust ütlesid, et nad tahavad Eestis õppida. Kui arvestada seda, et teistel messidel või kus iganes ei ole tulnud kuskilt sellist nagu huvi. Et siis Eesti oli üks ja ... noh tegelikult ma arvan, et see võib olla üks kõik milline, nagu Euroopa riik, kui sellese Euroopa riigile pakutakse just seda mis pilt meil Eestis on. Et teoreetiliselt on nagu sihtgrupp tegelikult mistahes riik, kellel on mingisugune pilt, positiivne kuvand Eestist juba olemas. Või kui seda haridust pakutakse ka nagu ... just seda mis kuvand on, on ju. Ma mäletan siis, kui Eesti Euroopa Liitu nagu astus, siis tegelikult Lääne-Euroopast tuli ikka Eestisse, sest alguses oli ikka positiivne kuvand Eestist nagu arenenud riigist ja selline võrdväärne. Et selles mõttes sõltub sellest, mida sa pakud, kui sa pakud, seda mida oodetakse, siis on sisuliselt ... iga sihtgrupp sihtgrupp. Ma oleksin ettevaatlik ... siukeste kiusatuste riikide osas. Kiusatuse riigid on sellised riigid, kus on hästi suured mahud ja kust igal juhul saadakse inimesi, noh näiteks, Hiina, no näiteks ... Aasia, seal ... et paljud koolid lähevad sellega alt, et saadetakse gruppi hiinlasi kooli ära .. ja noh näed ohh meil on kurat kümme raha nagu vhiit garanteeritud. Aga mida see teeb selle kooliga, selle kooli mainega, selle kooli õppekvaliteediga ... et sellega peab olema ÄÄRMISELT ettevaatlik! Ja ma mõtlen, et näiteks Taani ... paljud Taani kolledžit on enda jaoks välistanud selle turu, sellepärast, et nad näevad, kui alla see tõmbad õppekvaliteedi. Need inimesed ... väga madal keele oskus ... nendel on väga madal keele oskus, on ju, nad paljudel juhtudel ei ole üldse motiveeritud mitte õppima tulema, vaid pääsema Euroopa Liitu ja vhiit ... nad kaovadki ära ja ongi korras, on ju. Ja nende riikide osas ma oleksin küll tegelikult ikkagi ettevaatlik. Et kuigi kiusatud on jälle lähme Hiina, lähme Hiina ... pikka perspektiivi silmas pidades see ei ole nagu mõistlik. Ja ma tean, et Türgi vist on Eestis üks nagu sihtrühm. Türgi on jah, nagu natukene tundmatu turg. Et nagu hariduse maastikul seda nagu väga ei tea, selles mõttes, et kuidas need kogemused on, kui ma oma partneritega räägin, siis palju ei ole kogemusi seal Türgi turuga. Vot selles mõttes see on selline risky business, et see võib nagu õnnestuda ja võib nagu mitte õnnestuda. Samas noh kui seal on pakkumisi vähe välisülikoolide osas, siis seal on ka konkurents väiksem, ehk siis seal on nagu parem löögile pääseda, aga jah, ma ei soovita ühelgi ülikoolil ... ülikool ei ole ju lühiajaline business, on ju. Et see on ju sadu aastaid eksisteerinud ja ... loodetavasti eksisteerivad ülikoolid sadu aastaid edasi veel, seetõttu peaks olema ikkagi pikem perspektiiv silm ees, mitte nagu lühike perspektiiv, et kiirelt saad oma rahakott, eelarve, tururida täis ja korras, eks ju. Ma ütlen, et kui inimeste teadlikus välismaa õppimisest iga ... aastaga nagu suureneb, on ju, erinevates riikides ja mida teadlikumad on inimesed, seda teadlikumalt nad teevad oma

valikut. Mina kui ma peaksin kandideerima välismaa ülikooli tehes teadliku valikut, mina vaataks, kas seal on palju hiinlasi või ei ole! Ausalt! Ma väga kohe vaataks. Et kui nad on seal oma eraldi grupis, on ju, siis OK, las olla, et see mind ei puuduta. Aga kui nad on mu pool grupi on hiinlased, kes keelt ei oska, siis minu jaoks maha visatud raha. See võib ka olla Türgi case, ütleme, et selles mõttes ma ei tea ... keele oskus on nagu suur ... suur argument. Kui keele oskus on madal, et siis see mõjutab õppeprotsessi oluliselt. Ja ma ütlen, ma ei oska öelda, mis see Türgi puhul nagu tähendab, ma ei tea, milline on Türgi selline nagu õppimise kultuur, kui nagu ... kui tuleviku arvestades me võtame täiesti teise kultuuri, ma mõtlen nagu ülikooli sisse, sinna kursuse sisse ... ja, ja ... noh see mis juhtuma hakkab on igal teisel sellisel kultuuridevahelisel kogemusel ... või sellisel atmosfääril ... eks ju, et sa ei saa välistada teiste kultuure seal ... et OK, keskendumise õppimisele ... ei! see õppimisprotsess ei ole absoluutselt mõjutatud sellest, mis sellel kursusel, kes seal koos on ... et tralalla ... selles osas ma nagu ei tea ... kuidas ... kuidas see ... see on nagu huvitav vaadata, mis seal, kuidas nagu välja mängib. Jah, nii palju siis nendest turgudest. Ahh... Ma ei näe ... ma ei näe nagu ... muidugi mõistlik on eks ju alustada teatud turgudest ja liikuda edasi ... et mõistlik on jah, alustada võib olla ühe turuga ja vaadata, kuidas nagu läheb, aga üldiselt ... noh minu meelest ... on see üsna nagu võrdne, kust sul tudengid on. Selle pärast, et sa pakud ikkagi mingit asja, konkreetset asja ja selle konkreetse asjaga on konkreetset ostjad, kliendid, IGAS riigis. Selles mõttes, et igas riigis, et mõnes riigis võib olla see konsultatsioon võib olla nagu suurem ... teises riigis väiksem, aga kindlasti igas riigis olemas. Mõnes riigis on lihtsalt raskemini kätele jõuda, mõnes riigis kergem.

Viimaseks ma küsiks, et nagu mis soovitus sa annaksid nagu Tartule kui ülikoolilinnale, et parandada seda mis on?

Ma ei tea, kas see on tingitud minust või ... et see ei ole ütleme sellest ... nagu valdkonnast tingitud, aga minu soovitus on see, et mängida ... teha nagu oma asja. Et mitte nagu minna seda populaarset teed ... seda teed, mis ... mis võib olla kohe hästi müüb. Sest ma ütlen, et see minu jaoks, see linn ja, ja ülikool on pikk ... pikka aja ... pikka perspektiiviga ... peaks vaatama pikkema perspektiiviga ... peaks vaatama kuhu pikema perspektiiviga tahetakse jõuda. Ja teha nagu seda asja. Et see et ... et Tartu Ülikool on ... teaduspõhine ja akadeemiline ja seal on traditsioonilised distsipliinid ja ... seal tehaksegi teadust. Et siis nii see ongi ja minu meelest, nii see võiks olla. Ja minnagi nagu seda teed, et reklaamida seda, kui ... no jah pakkuda seda kui ... kui sellist ja ... ma mõtlen, et ... see mis on praegu miinus Tartu Ülikooli puhul, et see ikkagi ... rahvusvaheline ... et see jääb puudu sellest rahvusvahelisust, sellest multikultuursusest ja sellisest rahvusvahelisest atmosfäärist. Aga see saab tulevikus olema ... see on MUST iga asja juures. Et sa võid olla väga hea, nagu mingi sugune teaduspõhine ülikool, aga kui sul ei ole väliskompetentsi sees, kui sul ei ole väliskompetentsi vahetust, siis ... see on suur miinus. Sest et teised ülikoolid pakuvad väga head teadust ja rahvusvahelist kompetentsi. Ja kui sul rahvusvahelist kompetentsi ei ole, siis ... noh ma ütlen, et see on nagu MUST ja selletõttu võib Tartu, Tartu Ülikool, selgelt nagu kaotada. Samas ma leian, et seal on potentsiaal olemas, sellepärast, et tehakse koostööd teiste ülikoolidega paljuski ... ma tean, et on väga palju doktorante, kes tegelikult Tartus ... välisdoktorante, kes teevad oma doktorit Tartus, on ju. Et miks mitte ära kasutada seda potentsiaali, mis on nagu olemas on. Ja, ja kaasata nad rohkem sinna õppeprotsessi. Ja jumal ees, mitte püüda lagus hoida neid välismaalased ja eestlased ... noh see on küll, täitsa ... nagu täitsa mööda tegelikult! Et see ... välismaalased ei ootagi, et nad lähevad teise riiki ja on seal täitsa oma ette, et see on suur miinus välismaalastele. Et see on nagu jah, soovitus. Aga ... aga võib olla jah, selles mõttes on nagu tark kui linn teeb ülikooliga koostööd. Et selline ... kuigi ma mõtlen, et minu meelest nagu linnas on kõik sellised ülikoolile oma ... või õpilastelinnal on sellised omad tunnused olemas ja ta on nagu üliõpilaste linn. Kui just need üliõpilased oleks ka omavahel rohkem integreeritud, et siis ta oleks rahvusvaheline üliõpilastelinn. Et praegu ta on selline kodu keskne üliõpilastelinn. Et siis linn sellist rahvusvahelist ... segunemist nagu toetaks, jah. Kas siis nende töökohtadena või mingite muude initsiatiividena ... kus need välismaalased oleksid nagu ... kohati isegi eelistatud ... kohalike ees ... et need oleksid rohkem nagu kohalikega seotud. See on võib olla soovitus. Ja koostöö partnerid valida jah, enda ... selle järgi ... mis suunda sa nagu vajad ... et kui sa mahtusid vajad, siis jah, palun võta need mahud, aga ajad kvaliteeti siis peaks valima kvaliteetse koostöö partneri ... Jah, sellised soovitus.

Väga suur tänu sulle!

Lisa 5. Semantilise diferentsiaali tulemused

Tabel 1. Tartu kuvand välisüliõpilaste seas (* protsendid)

	Väga hästi	Kesk-miselt	Vähesel määral	Ei seda ega teist	Vähesel määral	Kesk-miselt	Väga hästi	
Kiire	4	12	12	25	32	9	6	Aeglane
Oma	11	26	24	23	9	5	1	Võõras
Avatud	11	30	19	17	12	8	3	Suletud
Jõetu	1	6	15	42	24	9	3	Jõuline
Soe	8	11	12	21	19	18	12	Külm
Kahanev	0	4	3	32	32	22	7	Kasvav
Liikuv	6	28	26	19	13	6	1	Seisev
Hoolimatu	2	7	10	23	28	23	8	Hooliv
Tõusev	7	30	37	21	3	2	0	Langev
Värviline	19	32	20	11	11	6	1	Hall
Turvaline	38	38	10	6	5	3	1	Ohtlik
Tõrjuv	0	1	3	14	25	36	21	Ligitõmbav
Puhas	39	32	14	7	4	3	1	Määratud
Ebasõbralik	1	7	7	14	27	29	15	Sõbralik
Killustatud	5	10	18	43	12	8	3	Ühtne

Tabel 2. Tartu kuvand nooremate ja vanemate välistudengite seas

	Vanus	Keskmine	Erinevus neutraalsest keskpunktist	Standart hälve
Kiire	19-22	4,46	0,21	1,46
	27-	4,28	0,22	1,44
Oma	19-22	2,85	0,19	1,34
	27-	3,60	0,23	1,48
Avatud	19-22	3,21	0,26	1,81
	27-	3,51	0,20	1,33
Jõetu	19-22	4,45	0,16	1,10
	27-	4,02	0,14	0,94
Soe	19-22	4,54	0,23	1,61
	27-	4,20	0,28	1,86
Kahanev	19-22	4,76	0,15	1,05
	27-	4,77	0,19	1,27
Liikuv	19-22	2,96	0,18	1,27
	27-	3,64	0,22	1,46
Hoolimatu	19-22	4,67	0,20	1,39
	27-	4,57	0,22	1,49
Tõusev	19-22	2,71	0,13	0,92
	27-	3,21	0,18	1,17
Värviline	19-22	2,85	0,23	1,57
	27-	3,27	0,23	1,55
Turvaline	19-22	1,96	0,18	1,22
	27-	2,50	0,24	1,58
Tõrjuv	19-22	5,77	0,15	1,04
	27-	5,39	0,14	0,92
Puhas	19-22	2,02	0,19	1,35
	27-	2,40	0,21	1,37
Ebasõbralik	19-22	4,94	0,22	1,51
	27-	4,95	0,21	1,41
Killustatud	19-22	3,48	0,20	1,38
	27-	4,09	0,21	1,36

Tabel 3. Tartu kuvan mees- ja naissoost välistudengite seas

	Soo	Keskmine	Erinevus neutraalsest keskpunktist	Standart hälve
Kiire	Mees	4,20	0,19	1,63
	Naine	4,23	0,16	1,29
Oma	Mees	3,24	0,17	1,46
	Naine	2,98	0,17	1,35
Avatud	Mees	3,31	0,18	1,59
	Naine	3,18	0,20	1,60
Jõetu	Mees	4,21	0,14	1,18
	Naine	4,29	0,14	1,16
Soe	Mees	4,63	0,20	1,76
	Naine	3,98	0,21	1,71
Kahanev	Mees	4,87	0,13	1,16
	Naine	4,91	0,13	1,08
Liikuv	Mees	3,43	0,17	1,46
	Naine	3,11	0,16	1,27
Hoolimatu	Mees	4,75	0,16	1,38
	Naine	4,58	0,18	1,47
Tõusev	Mees	2,91	0,14	1,20
	Naine	2,85	0,10	0,85
Värviline	Mees	3,25	0,18	1,52
	Naine	2,41	0,17	1,40
Turvaline	Mees	2,12	0,17	1,44
	Naine	2,17	0,15	1,22
Tõrjuv	Mees	5,47	0,13	1,11
	Naine	5,71	0,13	1,02
Puhas	Mees	2,24	0,16	1,41
	Naine	2,05	0,15	1,22
Ebasõbralik	Mees	4,87	0,17	1,46
	Naine	5,20	0,18	1,47
Killustatud	Mees	4,08	0,16	1,40
	Naine	3,56	0,15	1,19

Lisa 6. Ankeetküsitlusest selgunud kommentaarid

Q11: How often, if at all, has anyone in Tartu shown prejudice against you or treated you unfairly because of...

Access to important information and cheap local housing

Most of Estonians don't know anything about China, so they almost don't know how to treat me, but at least they are polite:)

I interpret the question as "negative". But I experienced positive discrimination because of my nationality and language.

Dont have other

Regarding language. Usually the first question is "do you speak Estonian" and when I don't they'll usually return to speaking Estonian in front of me, even though they can speak English. I understand it is Estonia and Estonian is spoken, and I am here to learn Estonian, but it is quite rude to speak when people can't understand you. The Dutch don't do this, nor should Estonians. It's very rude.

Sometimes I have been ignored because I was not able to understand the language.

Regarding tolerance of Estonians I would be more happy to see their own folk dealing more tolerant under themselves (meaning the Russian-Estonian-relationship). And even there was a discussion about the accommodation of the students in the hostel of the Ratusse tn., circumstances are still waiting to be

changed. I would be glad to see that this nation is overcoming its own handicaps in its communication. There is no use of developing big numbers and title oneself innovative, if the apple is rotting from the inside.

Have had non-white friends who have complained of some discomfort, partly within the university partly in the town

Racism is unfortunately a matter in town due to this outlaws inside the parks! This is very bad and gives a bad feeling...

In general people here are tolerant

They knew we were strangers and followed us (security guards) in stores, shopping mall etc... associate this answer with Nationality above

Racism is a big problem in this country. Some Estonians are very intolerant and the police tolerates this. See Park next to market place with tis "Idiots" shouting at colored people. This is unacceptable and gives a very bad light on all Estonia. Sorry but true!

Q4: Please indicate, how important were the following factors when you decided to study in Estonia?

vocational training

It is a unique place.

availability of foreigners in the land, christian activities and accomodation i.e. single room for me alone same than above.

The International Level of the city and country

International/ finnish school and lots of activities for my kids

VISA applications is very difficult for foreigners aoutside Europe.

I moved to Estonia before going to Uni, so my high-school teachers ...

It was easy to get in (othervice than to Finland)

Few Asian bacause I'm Japanese.

Tartu is a very human-friendly town, it's size is perfect, it's air is clean, it is green and has a unique atmosphere.

expectations and reasons for coming here to Estonia are very complex to estimate or even measure over only these questions.

Q4: Please indicate, how important were the following factors when you decided to study in Estonia?

vocational training

It is a unique place.

availability of foreigners in the land, christian activities and accomodation i.e. single room for me alone same than above.

The International Level of the city and country

International/ finnish school and lots of activities for my kids

VISA applications is very difficult for foreigners aoutside Europe.

I moved to Estonia before going to Uni, so my high-school teachers ...

It was easy to get in (othervice than to Finland)

Few Asian bacause I'm Japanese.

Tartu is a very human-friendly town, it's size is perfect, it's air is clean, it is green and has a unique atmosphere.

expectations and reasons for coming here to Estonia are very complex to estimate or even measure over only these questions.

Question 3: Which of the following factors helped you to choose your university or institute?

The referance that I had about Tartu-Moscow school of semiotics.

the fact that I could study in Estonian and in Estonia. Couldn't wish for more.

Picture in Wikipedia about the town

My own option

internet sites like masters.com.

My personal quest for what is new, different, difficult, or simply uncomun. I believe that this kind of things make you matured

International Activities

Easier to get a study place than in home country

Ma tulin siis elama

Dont have other

I really wanted to study the Estonian language. Many of my friends are Estonian and I had fun with them here.

My home university has the contract with University of Tartu and UT sent to my coordinator the advertisement and, so I sed yes, why not. and now I'm very contented with my chose.

I had to become a PhD student. This was the only possibility to ensure my future life and working place, as I have imigtared to Estonia and got married to Estonian. I was forced to become a student by life situation.

couse-mates who were actively filling out the forms for becoming exchange students at the Universitu of Taru

Academic research led me to Tartu U.

I already had a plan ready in mind when I choose Tartu, which was that I would like to learn Estonian as well as possible. It was mostly the passion for the language, the people and the culture that motivated my choice.

clients of the company I have worked for before I started my PhD-studies here.

Knowledge of department, former links between home department and Tartu

Lisa 7. Ankeetküsitluse tulemuste seoseanalüüsid

Tabel 1. Rassi alusel väärkohtlemise kogemine etnilisse vähemusgruppi kuulumise lõikes

		Kogenud väärkohtlemist rassilise kuulumise alusel				
		Mitte kunagi	Harva	Mõnikord	Tihti	Väga tihti
Kuulub etnilisse vähemusgruppi	Jah	7%	13%	0%	50%	0%
	Ei	91%	62%	100%	50%	100%

* Statistiliselt oluline seos ($p=0,015$ ehk $p<0,05$)

Tabel 2. Rahvuse alusel väärkohtlemise kogemine ja kui tolerantsed on inimesed Tartus välismaalaste ja erinevate rahvuste suhtes.

		12. Kui tolerantsed on inimesed Tartus välismaalaste ja erinevate rahvuste suhtes?				
		Äärmiselt mitte tolerantsed	2	3	4	Äärmiselt tolerantsed
11.2. Kui tihti, kui üldse, keegi Tartus on näidanud eelarvamusi sinu suhtes või kohtles sind ebaõiglaselt seoses sinu ... - Rahvus	Ma ei tea	0%	0%	33%	67%	0%
	Mitte kunagi	3%	5%	19%	42%	31%
	Harva	0%	10%	28%	59%	3%
	Mõnikord	5%	19%	38%	33%	5%
	Tihti	0%	100%	0%	0%	0%
	Väga tihti	11%	22%	11%	44%	11%

* Statistiliselt oluline seos ($p=0,002$ ehk $p\leq 0,01$)

Tabel 3. Keele alusel väärkohtlemise kogemine ja varasem eesti keele õppimine.

		15. Kas sa oled õppinud eesti keelt enne Eestisse tulekut?	
		Jah	Ei
11.2. Kui tihti, kui üldse, keegi Tartus on näidanud eelarvamusi sinu suhtes või kohtles sind ebaõiglaselt seoses sinu ... - Keel	Ma ei tea	0%	100%
	Mitte kunagi	14%	86%
	Harva	7%	93%
	Mõnikord	33%	67%
	Tihti	50%	50%
	Väga tihti	50%	50%

* Statistiliselt oluline seos ($p=0,018$ ehk $p\leq 0,05$)

Tabel 4. Üldine rahulolu valikuga tulla õppima Tartusse ja rahulolu kontaktidest eestlastega.

		5.2. Nüüd, olles siin juba mõningat aega, palun ütle, kui rahul sa oled järgmisega? – Kontaktid eestlastega				
		Täielikult rahulolematu	Pigem rahulolematu	Ei rahul, ega rahulolematu	Pigem rahul	Täielikult rahul
6. Üldiselt, kui rahul sa oled oma otsusega tulla õppima Tartusse?	Ülimalt rahulolematu	0%	50%	50%	0%	0%
	2	0%	33%	33%	0%	33%
	3	17%	25%	42%	0%	17%
	4	5%	12%	28%	35%	20%
	Ülimalt rahul	0%	9%	18%	25%	48%

* Statistiliselt oluline seos ($p=0,005$ ehk $p\leq 0,01$)

Tabel 5. Ülikoolide kodulehte kasutamine vanuse lõikes.

		Vanus		
		19-22	23-26	27-
Ülikooli koduleht	Üldse mitte	21%	15%	40%
	Harva	35%	26%	12%
	Mõnikord	21%	38%	16%
	Enamasti	23%	21%	32%

* Statistiliselt oluline seos ($p=0,043$ ehk $p\leq 0,05$)

Tabel 6. Ülikoolide kodulehte kasutamine õppeastme lõikes.

		Õppeastme		
		Bakalaureus	Magister	Doktor
Ülikooli koduleht	Üldse mitte	14%	20%	48%
	Harva	35%	22%	19%
	Mõnikord	33%	22%	24%
	Enamasti	18%	36%	10%

* Statistiliselt oluline seos ($p=0,013$ ehk $p\leq 0,05$)

Tabel 7. Internetilehekülgede Tartust kasutamine vanuse lõikes.

		Vanus		
		19-22	23-26	27-
Internetileheküljed Tartust	Üldse mitte	15%	26%	46%
	Harva	33%	21%	8%
	Mõnikord	27%	38%	29%
	Enamasti	25%	15%	17%

* Statistiliselt oluline seos ($p=0,043$ ehk $p\leq 0,05$)

Tabel 8. Internetilehekülgede Tartust kasutamine õppeastme lõikes.

		Õppeastme		
		Bakalaureus	Magister	Doktor
Internetileheküljed Tartust	Üldse mitte	12%	25%	52%
	Harva	29%	22%	14%
	Mõnikord	39%	29%	29%
	Enamasti	20%	25%	5%

* Statistiliselt oluline seos ($p=0,021$ ehk $p\leq 0,05$)

Tabel 9. Koduülikooli koordinaatorite kasutamine õpisihtkoha valikul õppeastme lõikes.

		Õppeastme		
		Bakalaureus	Magister	Doktor
Koduülikooli koordinaatorid	Üldse mitte	29%	63%	57%
	Harva	19%	12%	14%
	Mõnikord	25%	10%	19%
	Enamasti	27%	16%	10%

* Statistiliselt oluline seos ($p=0,040$ ehk $p\leq 0,05$)