

TARTU ÜLIKOOL
Sotsiaalteaduste valdkond
Ühiskonnateaduste instituut
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava

**Tartu Ülikooli kommunikatsiooni erialade õpiväljundid:
vilistlaste kogemused ja arvamused**
Bakalaureusetöö

Alina Poduškina
Juhendaja: Tiiu Taur, MA

Tartu
2022

Sisukord

SISSEJUHATUS	3
1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD	5
1.1 Suhtekorralduse ja kommunikatsiooni haridusmaastiku kitsaskohad.....	5
1.2 Suhtekorralduse ja kommunikatsiooni väljaõppe alustalad.....	6
1.3 Tartu Ülikooli kommunikatsiooniõpe.....	12
1.4 2010. aasta uuringu järeldused.....	14
1.5 Uurimisküsimused	15
2. METOODIKA	16
2.1 Andmekogumismeetod	16
2.2 Andmeanalüüsimeetodid.....	17
2.2 Valim.....	18
3. TULEMUSED	20
3.1 Teadmiste-oskuste tõlgendamine, rakendamine ning hinnangud omandamise allikale 20	
3.2 Kommentaarid ja arvamused õppeprogrammide kohta	38
4. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON	40
4.1 Teadmiste-oskuste tõlgendamine, rakendamine ning hinnangund omandamise allikale	
.....	40
4.2 Kommentaarid ja arvamused õppeprogrammide kohta	42
4.3 Intervjueeritavate tõlgenduste sarnasused ja erinevused võrdluses 2010. aasta	
uurimusega.....	42
4.4 Soovitused Tartu Ülikooli Ühiskonnateaduste Instituudile	44
4.5 Meetodi kriitika.....	45
4.6 Edasised uuringud.....	46
KOKKUVÕTE	47
SUMMARY	49
KASUTATUD KIRJANDUS	51
LISAD.....	52
Lisa 1. Intervjuukava	52
Lisa 2. Lõplik valim.....	56
Lisa 3. Nõusolekuvorm.....	57
Lisa 4. Koodipuu.....	58
Lisa 5. Lihtlitsents.....	59

Sissejuhatus

Käesolev bakalaureusetöö põhineb Annika Oorni, Keiti Kase ja Mari Vanatoa poolt 2010. aastal avaldatud bakalaureusetööde sarjal, mille autorid keskendusid Tartu Ülikooli kommunikatsioonijuhtimise õppeprogrammi vilistlaste professionaalsetele praktikatele, õppekogemusele ning õppekava tagasisidele (Kase 2010: 4). Kõigi tööde valim oli identne, kuid uurimuse eesmärgid ning uurimisprobleemid erinesid tööti. Antud bakalaureusetöö on mõtteline jätku-uuring Keiti Kase poolt kirjutatud bakalaureusetööle „Kommunikatsioonijuhtimise programmi õpiväljundid: vilistlaste kogemus ja arvamused“. Kase eesmärgiks oli koguda kommunikatsioonijuhtimise magistri õppekava lõpetanutelt sisendit õppekava arendamiseks, lähtudes toonaste õppeprogrammi õpiväljundite tõlgendamisest (Kase, 2010: 10). Käesolevas töös on fookuses lisaks Tartu Ülikooli kommunikatsiooni erialade õppeprogrammide õpiväljunditele ka rahvusvahelised raamistused, milles käsitletakse kommunikatsiooniõppe väljundeid. Ka valimit on võrdluses eelmise uurimusega laiendatud – valimisse kaasatakse bakalaureuse- kui ka magistriõppe vilistlased. Sarnaselt 2010. aastale kuulub ka antud bakalaureusetöö bakalaureusetööde sarja, mida koostavad lisaks minule Hanna Melani Guutmann, Karl-Kristjan Neufeld ning Aap Andreas Rebas.

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks on koguda Tartu Ülikooli kommunikatsiooni bakalaureuse- ja magistriõppe vilistlastelt hinnanguid läbitud õpingutele – kuidas vilistlased hindavad ja rakendavad õpingutel omandatud teadmisi ja oskusi oma erialases töös, milliseid soovitusi toovad välja õppekavade parendamiseks ning kuidas tagasisidestavad õpinguid. Lisaks on töö eesmärgiks anda sisendit Tartu Ülikooli Ühiskonnateaduste Instituudile nii tulemuste kui ka autoripoolsete soovitude näol.

Kuivõrd 2010. aasta uuringust on möödas üle kümne aasta, mille jooksul on õppekavad ning üldine suund kommunikatsioonivaldkonnas mõnevõrra muutunud, siis on käesolev bakalaureusetöö oluline nii Tartu Ülikooli Ühiskonnateaduste Instituudile kui ka laiema kommunikatsioonivaldkonna kogukonnale. Töö tulemusel selgub, kas ja kuidas toetab kommunikatsiooniõppe vilistlaste edasist erialast tööd; millised oskused ja teadmised vajaksid õppekavades rohkem tähelepanu ning millised kitsaskohad vajavad parendamist.

Bakalaureusetöö jaguneb neljaks peatükiks, mis omakorda jagunevad alapeatükkideks. Sissejuhatusle järgneb esimene peatükk, mille fookuses on rahvusvahelised uuringud

suhtekorralduse ja kommunikatsiooni erialase väljaõppe suundadest. Lisaks tutvustatakse teooria peatükis Tartu Ülikooli bakalaureuse- ja magistriastme kommunikatsiooni õppekavasid ning nende õpiväljundeid. Samuti esitatakse esimeses peatükis püsitatud uurimisküsimused. Teises peatükis tutvustatakse uurimismeetodit ja valimit. Kolmandas tulemusi ning neljandas järeldusi. Bakalaureusetöö viimaseks osaks on kokkuvõtte, millele järgnevad inglisekeelne kokkuvõtte, kasutatud kirjanduse loetelu ning lisad.

Täna oma juhendajaid Tiiu Tauri ja Kertu-Kätlin Käisi aja ja pühendumise eest ning uurimisrühma liikmeid Hanna Melani Guutmanni, Karl-Kristjan Neufeldi ja Aap Andreas Rebast sisuka koostöö eest. Lisaks retsensent Liis Auväart sisuka tagasiside ja ettepanekute eest. Samuti täna vilistlasi, kes nõustusid osalema intervjuudes ning seekaudu panustama töö valmimisse.

1. Teoreetilised ja empiirilised lähtekohad

Käesolevas peatükis antakse ülevaade olulisematest uuringutest, mis on seotud kommunikatsioonivaldkonna erialase väljaõppega. Samuti tutvustatakse 2010. samanimelist uurimust ning Tartu Ülikooli Ühiskonnateaduste Instituudi ajakirjanduse ja kommunikatsiooni erialade bakalaureuse- ja magistriastme õppekavasid ning nende õpiväljundeid. Kuivõrd termineid, mida seostatakse kommunikatsioonivaldkonnaga on mitmeid, siis on oluline välja tuua, et käesolevas töös kasutatakse suhtekorraldajate ning kommunikatsioonispetsialistide puhul katuserminit kommunikatsioonitöötaja.

1.1 Suhtekorralduse ja kommunikatsiooni haridusmaastiku kitsaskohad

Kommunikatsioonivaldkond on ajas saavutanud suurema tähelepanu organisatsioonides ning kommunikatsioonitöötajate panust hinnatakse aina enam. Manley ja Valin (2017: 57) toovad välja, et suhtekorraldust ja kommunikatsiooni peetakse üha enam oluliseks valdkonnaks organisatsiooni strateegilises juhtimises, kuid samas jääb organisatsioonides ja tööandjate seas ebaselgeks nende rollid, oskused ning ootused tööle. Kommunikatsioonitöötajatele seatud ootused varieeruvad organisatsiooniti, ent ühtne arusaam organisatsioonides ja laiemas avalikkuses nende vastutusvaldkonnast puudub (Pieters, 2007, viidatud Manley ja Valin 2017: 56 kaudu). Põhjuseks toovad Manley ja Valin (2017: 56) ühtse ning globaalselt rakendatava teadmiste ja oskuste kogumiku puudumise, millest omakorda tekivad ülikooliti ja riigiti erinevused suhtekorralduse ning kommunikatsiooni õppekavades ja -programmides.

Lisaks ühtse, universaalselt rakendatava, väljaõppeprogrammi puudumisele on teiseks problemaatiliseks kohaks kommunikatsioonivaldkonna semi-professionaalsus, mida Johansen (2001, viidatud Flynn ja Sevigny, 2009: 7, kaudu) kirjeldab kui näitlikke suhtekorralduse professionaalsete elementide eksponeerimist. Flynn ja Sevigny (2009:7) toovad välja, et olukord on tingitud peamiselt puudulikust akadeemilisusest – õpetatakse erialases töös vajaminevaid oskuseid, kuid puudu jääb laiemast akadeemilisest kontekstist, mis omakorda mõjutab ka indiviidi üldist arusaama suhtekorralduse ja kommunikatsiooni valdkonnast. Lisaks mängib rolli näitlikus professionaalsuses asjaolu, et paljud kommunikatsioonitöötajad on nii-öelda iseõppinud ega oma erialast haridust (Meintjes ja Niemann-Struweg, 2009: 3).

Maailm ja kommunikatsioonivaldkond ühes sellega on kiires ning pidevas muutuses. Põhilised kommunikatsioonivaldkonnas kasutatavad oskused ja teadmised on universaalsed ning töös

rakendatavad olenemata ajast ja trendidest. Samas on valdkonnas suur roll laiemal kontekstil, ajal ning selles valitsevatel trendidel. Rob Flathery (The Commission on Public Relations, 2017: 11) iseloomustab tänast kommunikatsioonivaldkonda, koos selle kiire muutuse ja arenguga järgnevalt: „Kümme aastat tagasi ei olnud olemas seda, mida me hetkel teeme ning kümne aasta pärast on praegunegi tegevus ebaoluline ja muutunud“.

Kommunikatsioonivaldkonna haridusmaastikul on mitmeid kitsaskohti, mis tõenäoliselt võivad mõjutada valdkonna üldist arengut ning professionaalsust. Vajadus muutuste järgi, mis toovad stabiilsuse ja süstematiseerituse kommunikatsioonivaldkonda, on suur.

1.2 Suhtekorralduse ja kommunikatsiooni väljaõppe alustalad

Eelmises alapeatükis selgus, et nõudlus kommunikatsioonitöötajate järgi on aina kasvamas, samas ei ole siiani ühtset arusaama, millised universaalselt rakendatavad erialased teadmised ja oskused peaksid igal kommunikatsioonitöötajal omandatud olema. Organisatsiooni *Global Alliance for Public Relations and Communication Management* eestvedamisel töötati 2017. aastal välja universaalne kogum teadmistest (*knowledge*), oskustest (*skills*), võimetest (*abilities*) ning käitumisviisidest (*behaviours*), mis peaksid kõigi kommunikatsioonitöötajate erialaseks valmisolekuks olema omandatud ja rakendatud (Manley ja Valin 2017: 56). Samuti on suhtekorraldusharidust edendav organisatsioon *Commission on Public Relations Education* 2018. aastal avaldanud kõiki osapooli (suhtekorralduse ja kommunikatsioon valdkonna haridusasutused, tudengid ning tööandjad) hõlmava uuringu, mille tulemuste põhjal töötati välja laiapõhjaline kogumik suunitlustest edukaks erialaseks väljaõppeks suhtekorralduse ja kommunikatsiooni alal.

Global Alliance for Public Relations and Communication Management uuringu tulemused

Vajadus süstematiseeritud ning universaalselt rakendatava kogumiku järgi viis 2016. aastal suuremahulise uuringuni „Teerajaja globaalsele teadmiskogule suhtekorralduse ja kommunikatsiooni valdkonnas“ („*Laying the foundation for a global body of knowledge in public relations and communications management*“), kus kontentanalüüsi meetodil töötati läbi 31 akadeemilist skeemi, raamistikku ning artiklit, eesmärgiga töötada välja teadmistest (*knowledge*), oskustest (*skills*), võimetest (*abilities*) ning käitumisviisidest (*behaviours*)

kogum, mida nii bakalaureuse,- kui ka magistrikraadi kommunikatsioonitöötajad peaksid olema oma õpingute raames omandanud (Manley ja Valin 2017:56). Kogumikus eristatakse ning tõlgendatakse eelmainitud pidepunkte tuginedes Gregoryle (2008: 216):

- Teadmised (*knowledge*) on teoreetilised või praktilised arusaamad, mis tagavad pädeva töö teostamise. Teadmised on aluseks oskuste, võimete ja käitumismustrite arendamisele;
- Baasoskused- ja võimed (*foundation skills and abilities*) on universaalsed erialased oskused ning võimed, mida on võimalik rakendada kõikjal;
 - o Oskused (*skills*) ehk miski, mida indiviid peab ära õppima pädevaks tegevuseks;
 - o Võimed (*abilities*) on kaasasündinud omadused osata tegutseda kompetentselt;
- Käitumine (*behaviours*) on sümbioos teadmistest ja oskustest praktilises rakenduses (Gregory 2008: 216).

Uuringu ühe tulemusena koostati tabel nelja kategooria elementidest, mis kajastusid kõige enam kontentanalüüsis ning mida hindasid oluliseks ka eksperdid. Tabelis 1 on esitatud teadmised (*knowledge*), oskused (*skills*), võimed (*abilities*) ning käitumine (*behaviours*), mis on omakorda jaotatud algtasemel ning kesktasemel kommunikatsioonitöötajate vahel (Manley ja Valin, 2017: 61).

Tabel 1. Ootused algtasemel ning kesktasemel kommunikatsioonitöötaja teadmiste ja oskustele (Manley ja Valin 2017: 61, autori tõlge).

Ootused algtaseme kommunikatsioonitöötajate teadmiste ja oskustele	Ootused kesktaseme kommunikatsioonitöötajate teadmiste ja oskustele
Suhtlus huvi- ja sidusrühmadega Strateegiaplaanid Projekti juhtimine Meediasuhtlus Sotsiaalmeedia haldamine Probleemide lahendamisele orienteeritus Kriisi haldamine Sisekommunikatsioon Ürituste korraldus	Mainekujundus Avalikkussuhted Usalduse arendamine Probleemide ennetamine Trendide tuvastamine Toote või teenuse väärtuse määramine Juhtimise põhimõtted

„Laying the foundation for a global body of knowledge in public relations and communications management,, uuringu tulemustest selgub, et algtaseme kommunikatsioonitöötajatele seatud erialased oskused ja pädevused on küllaltki konkreetsed ning universaalsed – oodatakse üldist arusaama ning võimet orienteeruda valdkondades, mis

on tihedalt seotud kommunikatsioonivaldkonnaga. Väljatoodud oskused ja pädevused on universaalselt rakendatavad, olenemata konkreetse organisatsiooni suunitlusest. Ootused algtasemel kommunikatsioonitöötajatele jagunevad sisuliselt kaheks:

1) Üldised kommunikatsioonivaldkonna baasteadmised ja -oskused, nagu suhtlus huvi- ja sidusrühmadega (*stakeholder relations; community relations; account or client management*), kriisikommunikatsioon ja selle haldamine (*crisis management*), sisekommunikatsioon (*internal communication*), probleemide lahendamisele orienteeritus (*issue management*), ning strateegiaplaanid (*strategic planning*) (Manley ja Valin 2017:61).

2) Spetsiifilised teadmised ja oskused, mis eelkõige tulenevad trendidest ja suundadest kommunikatsioonivaldkonnas. Näiteks sotsiaalmeedia kommunikatsioon (*social media relations*), mis on küllaltki uus suund kommunikatsioonivaldkonnas (Manley ja Valin 2017:61). Lisaks ka ürituste korraldus (*special event, conferences and meetings*) ning meediasuhtlus (*media relations*) (Manley ja Valin 2017:61).

Kesktaaseme kommunikatsioonitöötajatele seatud ootused oskustele, teadmistele ja pädevustele on mõnevõrra abstraktsemad, mis nõuavad konkreetse organisatsiooni kommunikatsiooni tundmist süvitsi ning üldist kogemust valdkonnas. Mainekujundus (*reputation management*), avalikkussuhted (*government relations and public affairs*) ning trendide tuvastamine (*advanced enviromental scanning and trend identification*) – kõigi puhul on suur roll töötaja silmaringil, kogemusel ja kokkupuutel valdkonnaga, mida saab üldjuhul eeldada töötajatelt, kes on nii hariduselt kui kogemuselt kommunikatsioonivaldkonnaga tihedalt seotud (Manley ja Valin 2017:61)

Ootused algtaseme ja kesktaaseme kommunikatsioonitöötajatele on sisuliselt üksteisest sõltuvad. Ehk siis kesktaaseme töötajatele seatud ootused on justkui edasiarendus algtaseme ootustest. Kui algtaseme kommunikatsioonitöötajalt oodatakse probleemide lahendamise oskust, siis kesktaasemel peab ta olema suuteline tuvastama probleeme enne nende eskaleerumist. Algtasemel hinnatakse oskust suhelda erinevate huvirühmadega, olgu nendeks kliendid, meedia või koostööpartnerid, kesktaasemel on aga oluline nendes huvirühmades tekitada huvi organisatsiooni vastu läbi mainekujunduse.

Commission on Public Relations Education uuringu tulemused

Suhtekorraldushariduse ja väljaõppe edendamise eest seiseva organisatsiooni *Commission on Public Relations Education* eestvedamisel koostati 2017. aastal aruanne „Kiirelt edasi: eeldused ning tulevikuseisund. Koolitajad ja praktikud“ („*Fast forward: Foundations and Future State. Educators and Practitioners*“), mis koondab soovitusel ja suunitlused eesmärgipäraseks ja efektiivseks suhtekorralduse väljaõppeks. Komisjoni eesmärgiks oli koostada kogumik, mis koondab asja- ning ajakohased ja teaduspõhised suhtekorraldushariduse alused, mis peaksid olema rakendatavad erinevates kultuuri- ja keeleruumides kommunikatsioonitöötajate väljaõppes (Commission on Public Relations, 2017: 7). Aruande 3. peatükis tuuakse välja olulisemad aspektid ning õpiväljundid, mis vajavad ühel või teisel moel tähelepanu, eesmärgiga edendada suhtekorraldusharidust ja tudengite erialast pädevust edasises karjääris. Uuringu käigus hindasid õppejõud ja tööandjad erinevaid õpiväljundeid, mida nad peavad oluliseks tudengitel omandada. Selgus, et õppejõud ja tööandjad hindavad õpiväljundite olulisust erinevalt (O’Neil jt, 2017: 45), mistõttu on oluline kaardistada tööandjate ootused ning vastavalt nendele kohandada õppekavad ja -ained. Õpiväljundite hindamisel lähtuti kolmest kategooriast – teadmised (*knowledge*), oskused (*skills*) ning võimed (*abilities*), mida hinnati 5-punkti skaalal kahest vaatepunktist – õpiväljundid, mis peaksid olema omandatud ning õpiväljundid, mis on realselt omandatud.

Teadmiste, mis on olulised algataseme kommunikatsioonitöötajale, välja selgitamiseks hindasid õppejõud ja tööandjad 12 teadmiste valdkonna, mis on seatud algataseme kommunikatsioonitöötajatele, olulisust. Tabelis 2 selub, et kõige enam hinnatakse algataseme kommunikatsioonitöötajate teadmisi eetikast, mitmekesisusest ja kaasamisest, kultuurilistest perspektiividest, majandusest, sotsiaalsetest muredest ning erialasest õiguslikust maastikust (O’Neil jt, 2017: 46). Samas on oluline välja tuua, et ootused ei ühti realsusega – kõigi valdkondade puhul hinnati algataseme töötajate realselt omandatud teadmisi nõrgemalt (vt. Tabel 2). Seega on oluline veelgi enam rõhuda erialases väljaõppes eelmainitud teadmiste arendamisele ning rakendamisele erialases töös.

Tabel 2. Hinnangud teadmistele, mida algtaseme kommunikatsioonitöötajad peaksid olema omandanud ning mis on realselt omandatud. (O’Neil jt, 2017: 46, autori tõlge).

	Hinnang teadmistele, mida algtaseme kommunikatsioonitöötaja peaks omandama	Hinnang teadmistele, mida algtaseme kommunikatsioonitöötaja realselt on omandanud
Eetika	4.51	3.61
Mitmekehisus ja kaasamine	3.95	3.29
Kultuuriline perspektiiv	3.83	2.06
Majanduslik taiplikkus	3.76	2.4
Sotsiaalsed probleemid	3.73	3.27
Valdkonna õiguslikud regulatsioonid	3.6	2.61
Valdkonna teooriad	3.44	3.33
Globaalsed perspektiivid	3.41	2.69
Sisekommunikatsioon	3.59	2.69
Kriisi haldamine	2.86	2.22
Juhtimine	2.79	2.22
Valdkonna ajalugu	2.33	2.65

Oskused, mida nii tööandjad kui ka õppejõud peavad tähtsaks kommunikatsioonivaldkonnas ning mis peaksid olema algtaseme kommunikatsioonitöötajatel olema omandatud, on kirjutamisoskus, kommunikatsiooni eritehnikad ning sotsiaalmeedia haldamine (O’Neil jt, 2017: 46). Kuid sarnaselt teadmistele on ka oskuste puhul sama seaduspärasus – hinnangud realselt omandatud oskustele algtaseme kommunikatsioonitöötajate seas on nõrgemad kui hinnangud ootustele (vt. Tabel 3), seega on oluline keskenduda oskuste omandamisele erialases väljaõppes.

Tabel 3. Hinnangud oskustele, mida algtaseme kommunikatsioonitöötajad peaksid olema omandanud ning mis on reaalselt omandatud. (O’Neil jt, 2017: 46, autori tõlge).

	Hinnang oskustele, mida algtaseme kommunikatsioonitöötaja peaks omandama	Hinnang oskustele, mida algtaseme kommunikatsioonitöötaja reaalselt on omandanud
Kirjutamine	4.85	3.47
Kommunikatsiooni eritehnikad	4.75	3.72
Sotsiaalmeedia haldamine	4.39	3.74
Uuringud ja analüüs	4.16	3.11
Toimetamine	4.11	2.81
Meediasuhtlus	4.01	2.96
Loo jutustamine	3.98	2.77
Avalik esinemine	3.54	2.91
Graafiline disain	3	2.47
Videotöötlus	3.94	2.38
Veebilehe arendamine	2.93	2.31
Kõne kirjutamine	2.89	2.05
Rakenduse arendamine	2.07	1.6

Võimed, mida hinnatakse algtaseme kommunikatsioonitöötajate puhul, on loominguine mõtlemine, lahendustele orienteeritus ning kriitiline mõtlemine (O’Neil jt, 2017: 46).

Kõigi õpiväljundite puhul on märgata, et ootused teadmiste, oskuste ja võimetele on üsnagi universaalsed – erialaselt spetsiifilisi õpiväljundeid hinnatakse nõrgemalt kui üldisemaid teadmisi, oskusi ja võimeid. *Commision on Public Relations* (2017: 53) leiab, et algtaseme kommunikatsioonitöötaja pädevuses mängib suurt rolli teadmiste- ja kogemustepagas, millest sõltub oskuste ning võimete omandamine ja mitmekesisus. Lai silmaring ning teadmised erivaldkonna teemadest on tugevaks aluseks kommunikatsioonivaldkonnas orienteerumiseks.

1.3 Tartu Ülikooli kommunikatsiooniõpe

Bakalaureusekraadi kommunikatsiooni erialal on 2022. aasta seisuga võimalik omandada Tartu Ülikooli Ühiskonnateaduste Instituudis ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekaval. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava võimaldab tudengitel omandada teadmised mõlemal suunal, valides pea- ja kõrvaleriala, või ühe süvendatud peeriala (Õppeinfosüsteem, 2022a). Kuna fookuses on vilistlased, kelle karjäär jätkus kommunikatsioonivaldkonnas, siis töös keskendutakse eelkõige kommunikatsiooni peerialale, selle õppekavale ja õppeväljunditele.

Bakalaureuseastme kommunikatsiooni õppekava üldeesmärgiks on anda esmased teoreetilised ning praktilised teadmised kommunikatsioonivaldkonnast, mis tagavad tudengi valmiduse jätkata erialast tööd kommunikatsioonispetsialistina või jätkata õpinguid kommunikatsiooni magistriõppes (Õppeinfosüsteem, 2022a). Õppekava koosneb moodulitest, mis on üles ehitatud vastavalt õppeainete eesmärkidele ning õpiväljunditele. Kommunikatsiooni peeriala lõpetamiseks tuleb läbida alusmoodulid mahus 48 EAP, kommunikatsiooniteaduste suunamoodulid mahus 48 EAP, erialamoodulid mahus 48 EAP, valikmoodul mahus 12 EAP, vabaaineid minimaalselt 6 EAP ning sooritama bakalaureuseeksami või bakalaureusetöö (Õppeinfosüsteem, 2022a). Bakalaureuseastme kommunikatsiooni õppekava õpiväljunditest lähtudes peaks õppekava läbinu omama järgmisi teadmisi ja oskusi:

- Ülevaade sotsiaalteaduslikest uurimismeetoditest ning oskus neid rakendada erialases töös;
- Peamiste kommunikatsiooniteooriate tundmine;
- Ajakirjanduse, kommunikatsiooni ja meediaga seotud diskursuste tundmine ning nendega seotud teadusmõistete kasutamine;
- Kommunikatiivsete ja sotsiaalsete oskuste, mis on esmavajalikud erialases töös, tundmine ja kasutamine;
- Kriitilise analüüsioskuse ning õpi- ja meeskonnatööoskuse omamine;
- Oskus analüüsida enda erialast kompetentsi;
- Ettevalmistus sama eriala magistriõpinguteks (Õppeinfosüsteem, 2022a).

Magistrikraadi kommunikatsiooni erialal on 2022. aasta seisuga võimalik omandada Tartu Ülikooli Ühiskonnateaduste Instituudis ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekaval. Kui bakalaureuseastmes saavad tudengid valida kõrval- ja peaeriala vastavalt erialasele huvile, siis magistriastme õppekavas keskendutakse mõlemale – nii ajakirjandusele kui ka kommunikatsioonile.

Magistriastme õppekava sarnaneb bakalaureuseastme õppekavale – lähtuvalt õppeainete sisust ja õpiväljundist moodustuvad kindla suunaga moodulid. Magistriastme lõpetamiseks tuleb läbida 120 EAP mahus aineid moodulitest „Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni alusmoodul“, „Teooria ja ühiskonna analüüs“, „Praktiline produktsioon“, „Praktiline kommunikatsioon“, „Andme- ja tekstianalüüs“, „Rahvusvaheline õpikogemus ja individuaalprofiili valikained“ (Õppeinfosüsteem, 2022b). Lisaks moodulitele tuleb läbida magistriseminarid, osaleda praktikal, sooritada magistrieksam või kaitsta magistritöö (Õppeinfosüsteem 2022b). Magistriastme ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava üldeesmärgiks on läbi teoreetilise ja praktilise õppe sidumise arendada erialaseid võtmepädevusi, mis valmistavad ette tööks tippspetsialistina (Õppeinfosüsteem, 2022b). Õppekava õpiväljunditest lähtudes peaks õppekava läbinu omama järgmisi teadmisi ja oskusi:

- Oskus teoreetiliselt mõtestada ühiskonda, meediasüsteeme ja ajakirjandust;
- Oskus analüüsida avaliku- ja organisatsioonikommunikatsiooni protsesse;
- Oskus analüüsida auditooriume, nende rolle kommunikatsioonisituatsioonides ning vastavalt sellele valida sobivaid kommunikatsioonikanaleid ja -võtteid;
- Oskus andmeid tõlgendada ning rakendada kommunikationieesmärkide saavutamiseks;
- Oskus kasutada integreeritud sisuloome võtteid ning loovlahendusi tekstide koostamisel eri tüüpi sihtrühmadele;
- Hea kommunikatsioonitava tundmine ning võimekus hinnata tööalase tegevuse eetilisust ning õiguslikkust;
- Arenenud eneseanalüüsi võimekus ja ettevõtlikus erinevates tööalastes situatsioonides (Õppeinfosüsteem, 2022b).

1.4 2010. aasta uuringu järeldused

2010. aastal Keiti Kase poolt kirjutatud bakalaureusetöö „Kommunikatsioonijuhtimise programmi õpiväljundid: vilistlaste kogemus ja arvamused“ eesmärgiks oli uurida ja koguda 2003-2009 aastate kommunikatsioonijuhtimise magistriprogrammi lõpetanutelt sisendit õppekava arendamiseks – vilistlaste kogemusi, tõlgendusi ning hinnanguid (Kask, 2010: 4).

Uurimuse raames viidi läbi 15 süvaintervjuud kommunikatsiooni erialade magistriprogrammi vilistlastega ning tulemusi analüüsi kasutades kvalitatiivset temaatilist sisuanalüüsi (Kask, 2010: 16). Uurimuses püüti leida vastuseid järgnevatele uurimisküsimustele:

- Kuidas tõlgendavad vilistlased erinevaid õpiväljundeid?;
- Kuivõrd varieeruv on õpiväljundite tõlgendamine?;
- Milliseid seoseid luuakse erinevate oskuste vahel?;
- Millisel määral vilistlased antud oskuseid rakendavad?;
- Milline on vilistlaste hinnang iseenda oskustele?;
- Milline on vilistlaste hinnang omandatud oskuste allikale?;
- Millised on vilistlaste kommentaarid ning soovitusel magistriprogrammi kohta? (Kask, 2010: 14)

Uurimistöö tulemustest selgus, et toona väljatoodud õpiväljundeid seostatakse ülikooli õpingutega Kase eeldusest vähem. Õppekava arendamise soovitusel oli suurendada nende teadmiste-oskuste mahtu, mida vilistlased pidasid oluliseks ning mille omandamise allikaks hindasid eelkõige töökogemust (Kask, 2010: 81). Nendeks olid suhtlemisoskused ning kommunikatsiooni eritehnikad, nagu kommunikatsioonistrateegia loomine ja rakendamine; kommunikatsiooniprobleemide määratlemine ja lahenduste genereerimine; konfliktide ja kriiside lahendamine; ühise infovälja loomine; kampaaniate kavandamine ja juhtimine; avaliku toetuse äratamine huvigruppide ideedele; sotsiaalse turunduse võtete rakendamine; meedia võimaluste kasutamine avaliku kuvandi kujundamisel; projektide koostamine; professionaalse eneserefleksiooni oskus (Kask, 2010: 75). Peamiseks järeldusena leiti, et toonased õppekavad vajavad muutmist õpiväljundite konkretiseerimise ja nendest lähtumise näol, et toetada eesmärgipärast kommunikatsioonialast väljaõpet.

Lisaks on oluline võtta arvesse, et 2010. aasta uurimuse uuritava ajavahemikku jäi õppekavade aktiivne muutmine, millest tulenevalt peab autor oluliseks hilisemat kordusuuringut (Kask,

2010: 83). Kordusuuring, mille uuritav ajavahemik oleks muutuste järgsel perioodil, annaks selgema ülevaate õppeprogrammide rakenduslikkusest erialases töös.

1.5 Uurimisküsimused

Käesolev bakalaureusetöö „Tartu Ülikooli kommunikatsiooni erialade õpiväljundid: vilistlaste kogemused ja arvamused“ on sisuliset jätku-uuring 2010. aastal Keiti Kase poolt koostatud bakalaureusetööle, mille eesmärgiks oli suhtekorralduse ja kommunikatsioonijuhtimise magistriprogrammi õpiväljundite uurimine. Seega on ka käesoleva töö fookuses Tartu Ülikooli Ühiskonnateaduste Instituudi kommunikatsiooni õppekavad. Kui 2010. aasta uurimuses keskenduti magistrantidele, siis käesoleva töö raames kaasatakse uurimusse nii bakalaureusekui ka magistriastme vilistlased. Uurimuses keskendutakse kommunikatsiooni eriala lõpetanute kogemustele, mis on seotud õpingute ning nende sidumisega erialases töös. Töös antakse vastused järgnevatele uurimisküsimustele:

1. Kuidas vilistlased tõlgendavad ja rakendavad teadmisi-oskusi ning hindavad oskuse omandamise allikaid?
2. Millised on vilistlaste kommentaarid ning soovitusel õppekavade kohta?
3. Millised sarnasused ja erinevused esinevad tõlgendustes võrdluses 2010. aasta tulemustega?

Kahele esimesele uurimisküsimusele leitakse vastused tulemuste peatükis. Viimase uurimisküsimusele aga järelduste ja diskussiooni peatükis. Kuna käesolev bakalaureusetöö on sarnase käsitlusega 2010. aastal valminud uurimusele, siis järelduste ja diskussiooni osas kõrvutatakse käesoleva töö tulemusi varasema uuringuga.

2. Metoodika

Käesolevas peatükis tutvustatakse bakalaureusetöös kasutatud andmekogumis- ja analüüsimeetodit, valimit ning selle valikukriteeriume.

2.1 Andmekogumismeetod

Käesoleva bakalaureusetöö empiirilise materjali kogumiseks kasutati poolstruktureeritud kvalitatiivset intervjuud, mida salvestati ja hiljem transkribeeriti. Intervjuukava töötati välja üheskoos uurimisrühmaga, lähtudes vastavalt iga liikme uurimise fookusest. Käesoleva uurimuse fookuses on intervjuukava teadmiste-oskuste osa, mille koostamisel lähtuti teoreetilises osas esitatud rahvusvahelistest raamistikest ning Tartu Ülikooli kommunikatsiooni erialade õppeprogrammide õpiväljunditest. Kokku viidi läbi 20 intervjuud ($n=20$), sealjuures viis iga liige läbi 5 intervjuud. Intervjuud toimusid nii veebi vahendusel kui silmast-silma kohtumistel.

Poolstruktureeritud kvalitatiivne intervjuu on antud uurimuse puhul kõige efektiivsem andmekogumismeetod, sest töö eesmärgiks on teada saada Tartu Ülikooli Ühiskonnateaduste kommunikatsiooni õppekavade vilistaste õpingutega seotuid kogemusi. Kvalitatiivne intervjuu võimaldab uurida indiviidide subjektiivseid kogemusi ja tõlgendusi (Rubin ja Rubin, 2005). Samuti annab poolstruktureeritud intervjuu vabaduse kohandada intervjuukava vastavalt indiviidi avatusele, näiteks kinnisema uuritava puhul esitada lisaküsimusi.

Kvalitatiivse intervjuu kasutamise üheks võimalikuks kriitikaks saab pidada intervjuueerija mõju protsessile ja lõpptulemustele (Lepik jt, 2014). Selle vältimiseks peab intervjuueerija vähendama subjektiivsust - kriitiliselt jälgides ja hoidudes isiklike arvamuste ja hinnangute andmisest. Samuti raskendab intervjuuprotsessi asjaolu, et intervjuueerija peab keskenduma kuulamisele, tõlgendamisele ning kehakeele jälgimisele (Lepik jt, 2014). Seega on oluline intervjuueerija põhjalik ettevalmistus – tuleb olla tähelepanelik ning süvitsi keskenduda intervjuule. Lisaks võib meetodi kriitikana välja tuua asjaolu, et intervjuud viisid läbi erinevad rühmaliikmed, mistõttu esineb erinevaid rõhuasetusi.

2.2 Andmeanalüüsimeetodid

Kogutud empiirilise materjali analüüsimeetodiks kasutati kvalitatiivset sisuanalüüsi, mille käigus uuriti sisu ja kontekstilisi tähendusi, kasutades kodeerimist. Kodeerimiseks kasutati tarkvara MAXQDA. Kvalitatiivne sisuanalüüs annab võimaluse selekteerida olulisi või vastupidi, harva esinevaid andmeid (Kalmus jt, 2015).

Kvalitatiivse sisuanalüüsi üheks problemaatiliseks kohaks on uurija võimalik sekkumine andmete ning tõendusmaterjali kogumisse ja selekteerimisse, eesmärgiga valida andmeid, mis toetavad püstitatud hüpoteesi (Kalmus jt, 2015). Lisaks ka asjaolu, et mitmeid intervjuusid ei saa täpsetel alustel omavahel võrrelda ning seeläbi teha üldistusi (Kalmus jt, 2015).

Käesoleva bakalaureusetöö sisuanalüüsi raames kodeeriti intervjuude transkriptsioonid vastavalt uurimisküsimustele ja töö fookusele. Seejärel jaotati koodid kategooriatesse – üksustesse, millesse on koondatud sarnased koodid. Kodeerimine ja selle kategoriseerimine toetab sisuanalüüsi eesmärki – leida intervjuudest olulised vasted. Analüüsi koodipuul (Lisa 4) oli kaks peamist kategooriat: teadmised-oskused ning oskuste allikas. Teadmiste-oskuste kategooria koondas 21 teadmist-oskust, mis olid esitatud intervjuukavas. Oskuse allika kategooria jagunes kaheks. Lisaks kasutati eraldi markeerimist tihti esinevate mõtete ning tekstiliste näidete eristamisel.

Empiirilise materjali tsiteerimisel on kasutatud järgmisi tingmärke:

/.../ – välja jäetud osa tsitaadist

[...] – välja jäetud organisatsiooni nimi

2.2 Valim

Lähtuvalt uurimistöö fookusest kuuluvad valimisse 2011.-2021. aastatel ajakirjanduse ja kommunikatsiooni eriala bakalaureuse- ja magistriastmes õppinud, kes töötavad kommunikatsioonivaldkonnas. Kuigi 2010. aasta uurimuses olid fookuses magistriõpingute vilistlased, siis käesolevas uurimuses on valimit laiendatud, kaasates ka bakalaureuseastme vilistlasi. Peamiseks valimi laiendamise põhjuseks on asjaolu, et kommunikatsioonivaldkonda asutakse tööle ka peale bakalaureusekraadi omandamist, seega on oluline saada sisendiinfot mõlemale õppekavale.

Bakalaureusetöös kasutatakse sihipärast valimit, et jõuda kriteeriumitele vastavate uuritavateni. Sihipärase valimi puhul on puuduseks asjaolu, et tulemuste puhul ei saa teha kaugeleulatuvaid järeldusi ja üldistusi (Rämmer, 2014).

Vastavalt omandatud ajakirjanduse ja kommunikatsiooni bakalaureuse- või magistrikraadile on tegu homogeense rühmaga, kuid samuti on võimalik moodustada heterogeenne rühm – lähtudes ülikooli lõpetamise aastast või erialases valdkonnas omandatud tööstaažist (Rämmer, 2014). Kuna 2010. aastal valminud uurimistööde sarjas uuriti kuni 2009. aasta vilistlasi, siis käesolevas töös kaasati hilisemaid lõpetanuid, seepärast ka osutus valituks vahemik aastast 2011 kuni 2021.

Valimini jõudmiseks koostati esmalt nimekiri 2011.-2021. aastate lõpetanutest, kes töötavad kommunikatsioonivaldkonnas. Selleks kasutati avalikku teavet, eelkõige Tartu Ülikooli vilistlaste nimekirja, mille alusel oli võimalik teostada lõpetanute taustauuring avalikult kättesaadava informatsiooni põhjal, eesmärgiga leida valimile vastavad uuritavad. Viimaks võeti väljavalitutega ühendust e-maili või telefoni teel ettepanekuga osaleda intervjuus.

Lõplik valim kujunes välja järgnevalt: kuus bakalaureusekraadiga ja neli magistrikraadiga vilistlast, kes töötavad avalikus sektoris; neli bakalaureusekraadiga ja kaks magistrikraadiga vilistlast, kes töötavad erasektoris agentuuris; üks bakalaureusekraadiga ja kaks magistikraadiga vilistlast, kes töötavad erasektoris organisatsioonis; üks bakalaureusekraadiga vilistlane, kes töötab vabakonnas. Intervjueeritavad tabelis (Lisa 2) ei ole nimeliselt identifitseeritud. Koodid analüüsis on tuletatud haridustasemest, soost ning majandussfäärist. Esimene täht tähistab vastavalt B ehk bakalaureusekraadi ning M ehk magistikraadi. Teine

täht tähistab sugu, vastavalt N ehk naine ning M ehk mees. Esimene arv tähistab intervjueeritava nimekirja positsiooni, mis on teadaolev vaid uurimisrühmale. Viimane tähekombinatsioon tähistab majandussfäär, vastavalt A ehk avalik sektori, V ehk vabakond/MTÜ, E ehk erasektor – erasektori puhul tähistatakse eraldi organisatsiooni tegevusvaldkonda, kas siis T ehk teenusepakkuja või I ehk *in-house*.

3. Tulemused

Tulemuste peatükis keskendutakse probleempüstituse peatükis esitatud uurimisküsimustele vastuste leidmisele. Tulemustes osas tutvustatakse kuidas vilistlased tõlgendavad ja kasutavad teadmisi-oskusi. Samuti keskendutakse vilistlaste hinnangutele teadmiste-oskuste omandamise allikale. Tulemuste peatüki lõpus tuuakse välja vilistlaste soovitusel ning kommentaarid õppeprogrammide kohta.

3.1 Teadmiste ja oskuste tõlgendamine, rakendamine ning hinnangud omandamise allikale

Intervjuukava (Lisa 1) teadmiste-oskuste kaardil paluti intervjuueeritavatel valida kümme kõige olulisemat teadmist ja oskust, mida erialases töös rakendatakse. Iga märgitud teadmise ja oskuse puhul paluti täpsustada milliste töövaldkondade ja -ülesannete puhul neid rakendatakse ning hinnang teadmise või oskuse omandamisele. Lisaks paluti intervjuueeritavatel märkida oskuse omandamise allikas. Järgnevalt tuuakse välja intervjuueeritavate oskuste-teadmiste tõlgendused, rakendamise igapäevatoos ning oskuste-teadmiste omandamise allikad. Tabelis 4 on välja toodud koondkokkuvõtte teadmiste-oskuste märkimisest.

Tabel 4. Teadmiste-oskuste märkimise koondkokkuvõtte

Oskuse nr	BN1ET	BN2A	MN3EI	MN4A	BN5EI	BN6ET	MN7EI	BM8ET	MM9ET	MN10A	BN11A	MN12ET	BN13V	BN14ET	BN15A	MN16A	BM17A	MM18A	BN19A	BN20A	
1	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
2							x		x				x								
3	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
4	x			x			x	x			x	x			x	x			x		
5		x	x	x	x	x		x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x
6	x				x		x														
7	x	x			x			x			x		x								
8				x			x		x	x		x	x	x	x	x			x	x	x
9																x	x				
10	x	x	x	x	x	x		x	x	x		x	x	x		x	x	x	x	x	x
11																					
12		x	x			x	x		x	x		x		x	x	x			x	x	x
13	x	x	x	x				x	x		x	x		x	x	x			x		
14		x		x	x	x	x	x		x	x	x		x	x	x	x			x	x
15		x				x	x									x					
16	x			x						x	x		x	x					x	x	x
17	x	x	x		x	x		x	x	x	x	x	x	x	x		x			x	x
18									x												
19							x									x	x				
20	x		x	x	x	x				x	x				x	x	x	x			x
21			x			x		x					x			x		x			x

1. Suuline ja kirjalik esinemis-, eneseväljendus- ja veenmisoskus

Kõik 20 intervjueritavat pidasid suulist ja kirjalikku esinemis-, eneseväljendus- ja veenmisoskust olulisimaks oskuseks oma erialases töös, mida kasutatakse kõigis tööülesannetes ja -protsessides. Samuti toodi välja, et antud oskus on vajalik mitte ainult kommunikatsioonivaldkonnas, vaid läbi kogu elu.

Kõige rohkem toodi välja veenmisoskust, mida kasutatakse kommunikatsioonitöös erinevate osapooltega suhtluses ning oma mõtete ja ideede esitlemisel. Veenmisoskust peetakse oluliseks suhtluses klientidega, kolleegidega, koostööpartneritega ja juhtkonnaga, kus kommunikatsioonitöötaja peab veenma osapooli teatud tegevuste, ideede või sõnumite olulisuses ja efektiivsuses.

„Ja ma arvan, et veenmisoskus on eriti hästi mängu tulnud sellistel hetkedel, kus sa pead juhtkonnale või siis enda ülemusele või siis võib-olla mingile partner agentuurile mingit ideed maha müüma /.../.“ (BN5E1)

Ka suulist ja kirjalikku eneseväljendusoskust peetakse kriitilise tähtsusega oskuseks kommunikatsioonivaldkonnas, mis toetab paljude tööülesannete efektiivset ja eesmärgipärast täitmist.

Enamik vilistlaste hinnangul on suuline ja kirjalik esinemis-, eneseväljendus- ja veenmisoskus õpitav läbi kogu elu ning ühtset allikat selle oskuse omandamiseks ei ole. Mitmed toovad välja, et antud oskuse omandamine algab juba lapseeas ning uute kogemustega areneb edasi. Ka erialasel tööl ja kogemusel on nende hinnangul suur mõju antud oskuse arendamises. Praktikas tuleb esile uusi olukordi, millega arvestada ja seeläbi areneda. Suulise ja kirjaliku esinemis- ja eneseväljendus omandamise allikal peegeldatakse ka ülikooliõpingutele ning ainetele, milles käsitleti antud oskusi.

„Ma arvan, et mul tuli kirjutamisoskus kõige rohkem reporteritöö aines hoopis. Siis sa pead seda teksti nii pingsalt ning mitu korda läbi vaatama. /.../ Seal juhiti rohkem tähelepanu sellele, mida sa räägid ja kuidas sa räägid ja, mis oleks loomulik.“ (BN11A)

Suuline ja kirjalik esinemis-, eneseväljendus- ja veenmisoskus on intervjueritavate hinnangul oluline ning möödapääsmatu – antud oskus on kommunikatsioonivaldkonnas aluseks.

Enamik intervjueritavaid toovad välja, et antud oskuste omandamine toimub läbi kogu elu – alus pannakse juba põhihariduses ning järk-järgult täiendatakse läbi elu ja kogemuste. Ülikooliõpingutega seostatakse antud oskusi eelkõige Intervjuerimis- ja kuulamisoskuse ning Reporteritöö ainetega.

2. Oskus olla mentor

Kolm vilistlast peavad mentoriks olemise oskust oma töös oluliseks. Mentoriks olemise oskust kõrvutati eelkõige tiimijuhi rolliga, kus ollakse kommunikatsiooni osakonnas juhi või vastutaja rollis. Kõige enam toodi välja vajaduse olla tiimikaaslastele toeks igapäeva töös ning vastutada töö sujuva teostamise eest.

„/.../ olla mentor on kindlasti praeguses rollis ka vaja, sest et mul on ka oma väike tiim ja tegelikult ka inimesi praegu juurde tulemas, ehk siis seda suppordi pakkumist on kindlasti vaja. Ja /.../ ka natukene laiemalt, et näiteks ka müügitiimidele mingites protsessides nagu juhendust pakkuda või tuge pakkuda.“ (MN7EI)

Mentorluse oskuse omandamise allikat seostatakse vaid praktilise kogemusega. Intervjueeritavate hinnangul omandatakse see oskus läbi reaalse olukorra, kus tuleb olla mentori rollis.

Oskus olla mentoriks seostub vastajatele eelkõige tiimijuhi rolliga. Kuna intervjueeritavad on ühtlasi ka osakonna juhid, siis mentoriks olemine meeskonna juhtimises on nende igapäeva töö osa, mis toetab nii isiklike kui ka tiimiülese töö toimimist. Siinkohal märgiti, et mentoriks olemise oskuse juures on oluline refleksiooni oskus – tagasisidestamine on üks osa juhendamise protsessist. Mentoriks olemise oskust vilistlaste hinnangul ei õpetata ülikoolis ning seeläbi on see omandatud erialases töös.

3. Enesedistsipliin ja oskus oma aega planeerida

Aja planeerimise oskust ja distsipliini peavad oma erialases töös oluliseks pea kõik intervjueeritavad. Ajaplaneerimist ning enesedistsiplineerimist peetakse üheks olulisemaks oskuseks, mis tagab tööülesannetega järjel püsimist ning selle efektiivsust.

„See on minu nagu A ja O, et mul on päevad üsnagi planeeritud nagu tunni, isegi poole tunni kaupa, et mis hetkel mingi teemaga tegeleda. Sest et noh, kui ma seda ei teeks, siis mul lihtsalt käiks need asjad nagu üle pea.“ (MN3EI)

Mitmed intervjueeritavad toovad välja, et kommunikatsioonivaldkonnas on paindlik tööaeg – üldjuhul ei ole kindlaid ajalisi määratlusi, millal tööd tehakse, kuid töö peab tehtud saama. Paindlik tööaeg nõuab aga eriti head ajaplaneerimise oskust, et olla tööga järje peal.

Kommunikatsioonitöötajast sõltuvad üldjuhul ka teised osapooled – kliendid, kolleegid, organisatsioonid. Mistõttu peavad intervjueeritavad ajaplaneerimist ning enesedistsipliini kriitilise tähtsusega tähtaegdest ja kokkulepetest kinni pidamisel. Samuti tuleb

kommunikatsioonivaldkonnas ette ootamatusi, mida ei ole võimalik ette näha ning oma tööplaani planeerida. Ootamatuste kerkimisel on intervjueeritavate hinnangul oluline kindel töö- ning ajaplaan, mis toetab kiiretel ja kriitilistel hetkedel toime tulla. Samuti peetakse oluliseks ennetavalt tegeleda teadaolevate ülesannetega, et ootamatuste kerkimisel oleks võimalik neile keskenduda.

„/.../ ühes päevas võib tulla väga palju ootamatuid ülesandeid. See tähendab, et peab olema hea plaan ees, peab jooksvalt täiendama ja mingid asjad maha tõmbama, nende asjade planeerimine on tähtis, sest muidu ongi üks tohutu segapundar, mis käib üle pea“. (MM18A)

Enesedistsipliini ja oskust oma aega planeerida seostakse kõige enam ülikooliõpingutega. Allikaks peetakse nii üldist õppeprogrammi ja ülesehitust, mis läbi tuleb arvestada tihedate tähtaegadega, kui ka konkreetseid aineid, mis ühel või teisel moel arendasid ajaplaneerimise oskust. Mitmed intervjueeritavad toovad välja, et enesedistsipliin ning oskus aega planeerida areneb lineaarselt läbi erinevate tegemiste ja kogemuste. Ning kuigi ülikooliõpingutel on oma osa selles, siis erialane töö toetab seda oskust kaalukamalt.

„Aga see oskus tuleb ajaga /.../ koolis olid ka tähtjad ja sa pidid kõik õigeks ajaks ära tegema. Aga kindlasti päriselus on see palju suurema kaaluga.“ (BN1ET)

Enesedistsipliin ja oskus oma aega planeerida on intervjueeritavate hinnangul oluline oskus, et edukalt teha oma tööd. Kommunikatsioonivaldkonnale omapärane paindlik tööaeg ning ootamatute tegevuste paljusus eeldab kommunikatsioonitöötajalt oskust planeerida aega ning seda ajaplaani ka järgida. Kusjuures tõid mitmed vilistlased välja, et enesedistsipliin ja aja planeerimine on tugevalt omavahel seotud – üks ilma teiseta ei toimi. Enesedistsipliini ja ajaplaneerimise oskuse allika puhul oldi enamjaolt ühel arvamusel, et ülikooliõpingud toetavad antud oskuse omandamist. Kuid paljud pidasid seda nii-öelda algtasemel oskuseks, mida arendatakse edasi juba erialases töös.

4. Kontoritarkvara kasutamise ja audiovisuaalse produktsiooni oskused

Kontoritarkvara kasutamise ja audiovisuaalse produktsiooni oskusi peavad oluliseks seitse vilistlast. Siinjuures on intervjueeritavate hinnangul audiovisuaalse produktsiooni oskused olulisemad, sest põhilise kontoritarkvara kasutamise oskust peetakse elementaarseks. Intervjueeritavate hinnangul oodatakse audiovisuaalse produktsiooni oskusi kommunikatsioonitöötajatelt üha enam. Üheks põhjuseks on sotsiaalmeedia kui kommunikatsioonikanali eripärad – sotsiaalmeedias toimib efektiivselt visuaalne sisu.

„Arvan, et tänapäeva maailm liigub selles suunas, et Wordi ja Exceli haldamisest enam ei piisa, vaid kommunikatsiooninimese väärtus seisneb üha enam selles, et kui inimene oskab monteerida videoid või pilditötlusprogramme kasutada, siis see inimene on üha rohkem hinnatud.“ (MM18A)

Audiovisuaalse produktsiooni oskuste omandamine lihtsustab organisatsiooni tööd ning vähendab kulusid. Lihtsamate audiovisuaalse produktsiooni oskuste valdamine loob võimaluse kommunikatsioonitöötajal teostada tegevusi, mille muidu telliks väljaspoolt ning tekitaks lisakulu.

„/.../ et sa oskaksid pildistada, et sa oskad videoid teha. Et sa oskad teha ära elementaarsed kujundused, et ei ole nii, et sa kõik asjad tellid sisse, eks ju. Et siis läheb see kallimaks. Ikkagi võetakse tööle inimesi, kes seda teha oskavad.“ (MN4A)

Kontoritarkvara ning audiovisuaalse produktsiooni oskusi seostatakse eelkõige ülikooliõpingutega, mille raames läbiti õppeained, milles keskenduti erinevate programmidega töötamisele. Samuti täiendatakse kontoritarkvara ja audiovisuaalse produktsiooni oskusi ka hiljem nii iseseisvalt õppides kui ka läbides vastavaid koolitusi. Lisaks tuuakse välja, et lihtsamate programmide kasutamine tuleb intuiitiivselt, mida seostatakse vanuse ja varasema kokkupuutega teiste programmidega.

„/.../ elu natuke sunnib õppima ja fotode suhtes ma olen käinud ka erinevatel kursustel. Ma vist olen üsna sihukene Youtube'i õppija, et kui midagi ei tea, guugeldad, leiad video ja siis vaatad.“ (MN4A)

Kontoritarkvara kasutamise ja audiovisuaalse produktsiooni oskused on tehnilised abivahendid, mis toetavad kommunikatsioonitegevusi ja -sõnumeid. Kontoritarkvara on intervjueeritavate hinnangul elementaarne oskus, mida kommunikatsioonitöötaja peaks olema omandanud. Samas audiovisuaalse produktsiooni puhul on tegu oskusega, mida aina enam oodatakse, kuid mis pole veel nii universaalselt omandatud kommunikatsioonitöötajate seas. Kontoritarkvara ning audiovisuaalset produktsiooni oskuse allikatena tuuakse välja nii ülikooliõpinguid kui ka edasist iseseisvast täiendamist. Kuna erinevad programmid muutuvad, siis iseseisev edasine õppimine on oluline, et olla antud oskuses pädev.

5. Oskus ära tunda kommunikatsiooniga seotud probleeme ning leida neile lahendusi

Kommunikatsiooniprobleemide märkamise ning nende lahendamise oskus on 16 intervjueeritava hinnangul oluline nende igapäeva töös. Kusjuures toovad intervjueeritavad välja, et kommunikatsioonitöötajana osatakse ette näha potentsiaalseid probleeme ning

seetõttu on oluline olla kursis organisatsioonis aktuaalsete teemadega, et ennetada võimalikke probleeme. Kommunikatsiooniagentuuri töötajad toovad välja, et klientide puhul tuleb ette eelkõige kommunikatsiooniprobleemide lahendamist – kliendid pöörduvad agentuuri poole kui tunnetavad probleemi ning ootavad sellele lahendust.

„/.../ peab olema koguaeg valvel, et mis probleemid tõstatakse ja mis võib plahvatada suuremaks, kust võib mingisugune jama tulla. Sellepärast on oluline, et teaks reageerida või kasvõi välja öelda, et sellega võib tulla.“ (BN20A).

Oskuse ära tunda kommunikatsiooniga seotud probleeme ning leida neile lahendusi on vilistlased omandanud nii ülikoolist kui ka erialase töö käigus. Baasoskused omandatakse ülikoolis ning hilisemas erialases töös täiendatakse neid.

„Ütleme, et seda, kuidas neid lahendusi leida, see on kindlasti asi, millele ikkagi mingi baas sai alla ülikoolis, nii-öelda eriala õppides. Aga paratamatult see igapäevane töökogemus kogu aeg nii-öelda lisandub sinna peale.“ (BN14ET)

Oskust ära tunda kommunikatsiooniga seotud probleeme ning neid lahendada tõlgendatakse ja rakendatakse lähtuvalt organisatsioonist, kus vilistlased töötavad. Näiteks kommunikatsiooniagentuuris ei ole sisekommunikatsioon niivõrd kriitilise tähtsusega kui seda on organisatsioonis, mistõttu on antud oskuse rakendamine varieeruv. Üldiselt leiavad intervjueeritavad, et kommunikatsiooniga seotud probleemide ära tundmise ja lahendamise oskus on omandatud võrdselt nii ülikoolist kui ka erialasest tööst. Vilistlaste hinnangul laob ülikoolis õpitu baasi, mida erialases töös täiendatakse.

6. Oskus kasutada sotsiaalteaduslikke uurimismeetodeid ning läbi viia (väiksemahulisi) uuringuid

Kolm intervjueeritavat märkisid sotsiaalteaduslike uurimismeetodite kasutamise ja uuringute läbiviimise olulisteks oskusteks nende töös. Eelkõige on neid oskusi kasutatud organisatsioonisiseste või klientide küsitluste läbiviimisel. Lisaks iseseisvale uuringute läbi viimisele kasutavad vilistlased teadmisi ja oskusi sotsiaalteaduslike uurimismeetoditest ka koostööpartnerite poolt läbi viidavates uuringutes.

Sotsiaalteaduslike uurimismeetodite kasutamise ning uuringute läbi viimise oskuse allikana tuuakse välja üksmeelselt ülikooli.

„Ma arvan, et see on puhtalt kooliga seotud oskus olnud, et alguse sai see tegelikult seminaritöö kirjutamisest ja üldse mingite meetodite aluste ainetega, et seal sai see põhi ära loodud.“
(BN5EI)

Teadmised sotsiaalteaduslikest uurimismeetoditest ning oskus neid kasutada uuringute läbi viimisel toetab intervjueeritavate hinnangul uuringute eesmärgipäraste tulemuste saavutamist. Need oskused toetavad kommunikatsioonitöötajaid uuringute koostamises ning läbi viimises nii iseseisvalt kui ka koostöös partneritega. Antud oskuse puhul ei toodud välja muid allikaid, ülikooli peeti ainuallikaks sotsiaalteaduslike meetodite kasutamise ja läbi viimise omandamisel.

7. Professionaalse (enese)refleksiooni oskus

1/3 intervjueeritavatest kasutavad professionaalse (enese)refleksiooni oskust erialases töös ning peavad seda oluliseks töövahendiks. Refleksiooni oskust kasutatakse eelkõige tehtud töö analüüsimiseks – läbi viidud projektide, korraldatud ürituste või teostatud kommunikatsioonitegevuste järel, eesmärgiga saada sisendit ja tagasisidet tehtud tööle. Samas kasutatakse ka refleksiooni oskust iseenda tööalasel analüüsimisel. Eneserefleksioon aitab vilistlaste hinnangul saada ülevaade tööalasest arengust ja teekonnast. Samuti toetab enese reflekteerimine karjäärialast arengut.

„Refleksioon on oluline selleks, et tekiks areng. Et me kaardistame ära hetkeseisu ja siis liigume sealt mingis suunas edasi.“(BN13V)

Valdavalt seostatakse refleksiooni oskuse allikat ülikooliõpingutega. Eelkõige omandati oskust reflekteerida läbi õppeainete, milles nõuti eneserefleksiooni.

„Meil olid ju igas aines eneseanalüüsid lõppkokkuvõttes. Ehk siis sa ikkagi õpid sealt mingeid asju täpsemalt läbi mõtlema.“ (BN11A)

Refleksiooni oskus toetab kommunikatsioonitöötaja tööalast arengut ja kasvu. Intervjueeritavate kogemuse põhjal reflekteeritakse tagasi nii tööle kui ka iseenda kui töö teostajale, eesmärgiga tagada karjäärialane kasv ja tööalaste ülesannete täitmise oskuslikkus ja tulemuslikkus. Enamik vilistlasi on omandanud refleksioonioskuse ülikoolis läbi õppeainete, mille üheks osaks on enda või tehtud töö reflekteerimine.

8. Kriisikommunikatsioon, sealhulgas konfliktide kommunikatiivsete vahenditega lahendamise oskus

Pooled intervjueeritavad peavad kriisikommunikatsiooni ning konfliktide kommunikatiivsete vahenditega lahendamise oskust oluliseks kommunikatsioonitöös. Intervjueeritavad märgivad, et kriisile eelneb tihtipeale konflikt ning selle tabamisel on suur roll kriisi ennetamises. Nii kriisi kui konfliktide lahendamise peetakse võtmekohaks efektiivset kommunikatsiooni.

„/.../ kommunikatsiooniinimesena sul lihtsalt ühest hetkest nagu tekib see, et sa õpid inimesi lugema ja aru saama, et siin hakkab konfliktiks minema. Ja tuleb rahulikult maha istuda ja arutada läbi erinevad aspektid. Kriisikommunikatsioon on siis juba järgmine tase sellest ma arvan, et see on juba selline eskaleerunud asi. (MN12ET)

Intervjueeritavad, kes töötavad kommunikatsiooniagentuuris toovad välja, et teadmised kriisikommunikatsioonist on olulised ja tihti töös rakendatavad. Tihtipeale pöörduvad kliendid agentuuri poole olukorras, kus kriis on juba eskaleerunud ning on kriisi lahendamise vajadus.

„/.../ see on üks põhiasjadest, mida väga paljud kliendid ootavad ja loodavad. /.../ kliendid, kes muidu igapäevaselt agentuuri teenust ei kasuta, siis kriisi puhul see teenus ostetakse sisse.“ (BN14ET)

Kriisikommunikatsiooni ning konfliktide lahendamise oskus on omandatud töö käigus. Isegi kui ülikooli raames on sellega kokku puutunud, siis vilistlaste hinnangul ei rakendata seda reaalses kriisiolukorras.

„Ja mäletan, et koolis käsitletud, aga jällegi ütlen seda, et nii-öelda kriisikommunikatsiooni sa võid küll teooriat õppida, aga kui sul kriis päriselt käes on, siis käivituvad mingid teised nii-öelda mehhanismid. Et jällegi – elu ise õpetab nagu kõige paremini.“ (MM9ET)

Kriisikommunikatsiooni ja konfliktide lahendamise oskus on kommunikatsioonivaldkonnas vältimatu ning intervjueeritavad peavad seda oluliseks. Oskuse allika puhul on vilistlastel eriarvamused – mõned seostavad tugevalt ülikooliga, teised aga vastupidi erialase tööga. Ühiselt toodi välja, et teooria läbitakse ülikoolis.

9. Teadmised erinevatest kultuuridest ja nende omapäradest

Kaks intervjueeritavat peavad teadmisi erinevatest kultuuridest ja nende omapäradest oluliseks oma erialases töös. Teadmised kultuuridest ja nende omapäradest aitavad kommunikatsioonitöötajal planeerida ja läbi viia kommunikatsioonitegevusi, mis on ka tulemuslikud erinevate kultuuridega sihtrühmadeni jõudmisel.

„Siin on parim näide praegu, vene kogukonna teema Eestis. Pead teadma, mis kanaleid nemad jälgivad, milline on nende meelsus seal, pead teadma mida nad usuvad ja mida nad ei usu.“ (MN16A)

Teadmised kultuuridest ja omapäradest on omandatud töö käigus, tulenevalt spetsiifilisest kultuurist, millega erialases töös kokku puututakse.

„See oskus on pigem tulnud töö käigus /.../ viid end ise eraldi kurssi selle kultuuri omapäradega. /.../ aga meil on olemas ka eraldi Euroopa Liidu osakond, et siis nad oskavad ka kaasa rääkida, mis on näiteks visiidile tulijate kombestik või millest peaks hoiduma.“ (BM17A)

Kommunikatsioonitegevuste ja -sõnumite puhul on oluline sihtrühma tundmine, mistõttu teadmised erinevatest kultuuridest ja nende omapäradest toetavad kommunikatsioonitöötajaid eesmärgipärase kommunikatsiooni teostamises. Kuivõrd erinevaid kultuure on mitmeid, siis teadmisi neist omandatakse töö käigus tulenevalt konkreetsest kokkupuutest konkreetsete kultuuridega.

10. Kliendi või partneri vajaduste ärakuulamise, probleemide sõnastamise ja analüüsimise oskus

17 intervjueeritavat 20-st märkis, et kliendi või partneri vajaduste ärakuulamise, probleemide sõnastamise ja analüüsimise oskus on vajalik nende igapäevatöös. Kõik intervjueeritavad toovad välja, et antud oskus on eeldus kommunikatsioonitegevuste eesmärgipäraseks täitmiseks. Küll aga varieerub teatud määral oskuse rakendamine lähtuvalt organisatsiooni eripäradest. Kommunikatsiooniagentuuris on peamiselt osapooleks klient ning eesmärgiks pakkuda tema probleemile toimivat lahendust. In house puhul sõltuvad aga kommunikatsioonitegevused konkreetselt organisatsioonist, selle eesmärkidest ning osapoolteks on kõik organisatsiooni liikmed ja koostööpartnerid.

Agentuuris on klientideks erinevad organisatsioonid ning nende puhul tuleb enne kommunikatsioonitegevuste kavandamist kaardistada soov või mure. Vajaduse ärakuulamisele järgneb probleemi sõnastus, millel on kriitiline tähtsus – kui kommunikatsioonitöötaja ei suuda probleemi õigesti sõnastada, siis kogu edasine kommunikatsioonitegevus ei õnnestu.

„Kliendid tulevad büroosse, sest neil on mingi mure. Nad tihti ei saagi aru, et kust see mure algab või tekib, aga nad saavad aru, et neil on mingi valupunkt /.../ sa pead aru saama, mis see valupunkt on. Ja kuidas seda saaks lahendada. (MN12ET)

In-house puhul on aga klient üks ja sama – konkreetne organisatsioon. Küll aga on ka *in-house* kommunikatsioonis oluline osapoolte ärakuulamise ning probleemide sõnastamise oskus, selleks et kavandada eesmärgipäraseid kommunikatsioonitegevusi.

„ /.../ tegelikult on vaja sellist taustauuringut teha, selgitada välja, mida neil on üldse vaja, et alustada ikkagi ettevõtte eesmärkide kaardistamisest /.../ millised on vajadused ja kuidas sina saaksid aidata. Et seal on selline ära kuulamine hästi oluline minu arust.“ (BN1ET)

Kliendi või partneri ärakuulamise, probleemide sõnastamise ja analüüsimise oskuse esmaallikaks peetakse ülikooliõpinguid, mille raames arendatakse kuulamisoskust ning probleemide lahendamist. Samaväärse allikana töid intervjueeritavad välja ka erialase töökogemuse, mille käigus kogunevad kogemused, millele toetuda ning mis arendavad antud oskust.

„Seda ma õppisin kindlasti AKIs. /.../ minu arust see oli üks niisugune suurem asi, mis ma, mis ma salt kaasa sain. /.../ Esiteks see, millest me rääkisime, et oskus ära tunda kommunikatsiooniga seotud probleeme. Siis teine see, et sa leiad lahenduse ja siis seda panna mingisse kliendi või partneri konteksti.“ (BN2A)

Efektiivne kommunikatsioon algab teise osapoole ärakuulamisest. Kui kommunikatsioonitöötajal puudub oskus mõista ja lahti mõtestada osapoole soove ja muresid, siis kogu edasine tegevus ei too soovitud tulemust. Probleemide sõnastamist peavad oluliseks ennekõike agentuuris töötavad vilistlased, sest tihti pöörduakse nende poole olukorras, kus klient ei mõista ise terviklikult, mis probleem on. Kliendi või partneri ärakuulamise, probleemide sõnastamise ja analüüsimise oskuse allikaks peetakse kombinatsiooni ülikoolist ja erialasest tööst. Ülikoolis õpitut täiendatakse edasises erialases töös.

11. Kommunikatsioonimudelite tundmine ning nende kasutamine

Antud oskus oli ainus, mida ükski intervjueeritav ei kasuta oma erialases töös. Kaks vilistlast tunnevad küll oma hinnangul kommunikatsioonimudeleid, kuid teadlikult ei rakenda neid oma töös.

„Et neid mudeleid on võib-olla nagu hea tunda, aga päriselu vist nende järgi otseselt ei käi ka. /.../ ma vähemalt enda töös ei ole teadlikult sidunud neid asju mingite mudelitega.“ (MM9ET)

Kommunikatsioonimudelite rakendamine toimub vilistlaste sõnul loomulikult ning tulenevalt tegevuste iseloomust, sealjuures ei keskenduta konkreetse mudeli teadvustamisele.

12. Oskus luua ja rakendada organisatsiooni kommunikatsioonistrateegiat

20-st 13 intervjueritavat peavad kommunikatsioonistrateegia loomise ja rakendamise oskust oluliseks kommunikatsioonivaldkonnas. Vilistlaste hinnangul on kommunikatsioonistrateegia abivahend nii kommunikatsioonitöötajale kui laiemalt kogu organisatsioonile. Kommunikatsioonistrateegiaga määratakse tööplaan – mis suunas liikuda ja mis tegevusi teostada, et saavutada eesmärgid.

„Kui sul pole strateegiat või eesmärki, mille nimel töötad, siis ongi peata jooksmine. Minu silmis peab alati olema mingi eesmärk, mille poole nii-öelda minna. Enda jaoks ka lahti mõtestada, et mille pärast midagi teeme, kuhu jõuda tahame, siis on lihtsam teha seda tööd.“
(BN20A)

Intervjueritavate sõnul esineb kommunikatsioonistrateegia rakendamist rohkem kui selle loomist. Strateegiat luuakse või muudetakse keskmiselt kord aastas või olukorras, kus tulevad ette uued tegevused. Tulenevalt agentuuri eripärist esineb agentuuris kommunikatsioonistrateegia loomist aga rohkem kui seda *in-house* organisatsioonides, sest kliendid vahetuvad ja uute koostööde puhul on oluline esmalt luua strateegia, mille järgi edasisi kommunikatsioonitegevusi kavandada ja ellu viia.

„Jällegi ülioluline. Iga päev tegeleme sellega, et iga uus koostöö ja kliendisuhe suuresti sellest algabki, et kaardistada ära, mis hetkeolukord on, mis seisus me oleme, kuhu me jõuda tahame, loome strateegia ja sinna peale tegevusplaani.“ (MM9ET)

Organisatsiooni kommunikatsioonistrateegia teoreetilised teadmised omandatakse vilistlaste hinnangul ülikoolist. Töö käigus ühildatakse teooria praktilise väljundiga, mille kaudu omandatakse kommunikatsioonistrateegia loomise oskus.

„/.../jah seda, kuidas planeerida, et seda ma olen põhiliselt õppinud ikkagi siin, olles juba tööl.“
(BN6ET)

Kommunikatsioonistrateegiaga pannakse alus kommunikatsiooniga seotud eesmärkide täitmiseks. Strateegia raames kaardistatakse kommunikatsioonitegevuste eesmärgid ha tegevuste plaani soovitud tulemuseni jõudmiseks. Intervjueritavate hinnangul on keeruline teostada kommunikatsiooni ilma strateegiaplaanita. Kommunikatsioonistrateegiate loomise oskuse allikaks peetakse nii ülikooliõpinguid, mille käigus omandatakse teoreetilised teadmised, kui ka erialase töö, kus ühildatakse teooria praktikaga.

13. Oskus kavandada ja juhtida kommunikatsiooniga seotud projekte

Pooled intervjueeritavad tõid välja, et kommunikatsiooniga seotud projektide kavandamise ja juhtimise oskust rakendavad kommunikatsioonitöös. Intervjueeritavate sõnul rakendatakse seda oskust igapäevaselt, sest suur osa tööst koosneb projektidest. Kommunikatsioonitöötaja peab intervjueeritavate hinnangul suutma kavandada täisväärtuslikku projekti, mille järgi edasine tegevus planeeritakse.

„Sa peadki suutma esiteks selle plaani välja mõelda. Sa pead suutma aru saama, kas see plaan, mis sa välja mõtlesid, on adekvaatne, kas see on täidetav. Ja siis tuleb seda otsast hakata täitma, eks ju.“ (MN12ET)

Kommunikatsiooniprojektide kavandamise ja juhtimise oskust omandatakse intervjueeritavate sõnul eelkõige praktiliselt, töö käigus. Samuti peetakse oluliseks ebaõnnestumisi, mis on sisendiks järgmiste kordade õnnestumisel. Samas märgiti antud oskuse allikaks ka ülikooliõpinguid, mis annavad esmase kokkupuute kommunikatsiooniprojekti kavandamise ja juhtimisega. Ühe intervjueeritava hinnangul on kommunikatsiooniprojektide kavandamise ja juhtimise oskus omandatud hoopiski ülikoolivälisest tegevusest.

„Ja projektijuhtimise oskused minu puhul tegelikult suuresti põhinevad või tulenevad sellest, et ma olen omal ajal tegeleenud hästi palju noorte- ja tudengiorganisatsioonidega ja teinud seal erinevaid projekte. Ja ma arvan, et see on nagu hästi tugeva põhja ladunud.“ (MN12ET)

Kommunikatsiooniga seotud projektide kavandamise ja juhtimise oskused käivad käsi-käes – projekti ei saa juhtida enne kui see pole kavandatud, mis ka intervjueeritavate vastustest ilmneb. Siinkohal tagab eesmärgipärase lõpptulemuse nii kavandamise kui ka juhtimise efektiivsus. Kui projekti kavandamises on olnud laisad, siis sellevõrra on keerulisem projekti ka juhtida, sest plaan, millele toetuda, on puudulik. Intervjueeritavad toovad välja, et eduka projekti kavandamise ja juhtimise aluseks on distsipliin ning ajaplaanerimise oskus. Kommunikatsiooniprojektide kavandamise ja juhtimise puhul on peamiseks allikaks töökogemus, mille käigus praktiliselt kavandatakse ja juhitakse projekte. Mõnel juhul seostati antud oskuse allikat ka ülikooliõpingute ning tudengiorganisatsioonidega.

14. Kriitiline ja strateegiline analüüsivõime ning julgus otsuseid vastu võtta

16 intervjueeritavat märkisid kriitilise ja strateegilise analüüsivõime ning julguse otsuseid vastu võtta oluliseks nende töös. Kriitiline ja strateegiline analüüsivõime on eelduseks õigete otsuste vastu võtmisele. Analüüs toetab langetada valikuid ja võtta vastu otsuseid, mis on vajalikud. Intervjueeritavad toovad välja, et iseseisev otsuste vastu võtmine kasvatab

enesekindlust ja julgust – alati ei pruugi vastuvõetud otsus olla parim, kuid vigadest õpitakse ning ebaõnnestumine loob õppemomendi, millest edasistes otsustes saab lähtuda. Analüüsivõime tuleb kasuks mõju või tagajärgi prognoosides – milline on kommunikatsioonitegevuse võimalik mõju ja sellele järgnevad sündmused.

„/.../ et oskad näha samm ette mingist asjast. Kui saadan näiteks teatud ajakirjanikule mingi päringu vastuse, siis oskan ette näha, mis sealt tulla võib ja kuhu konteksti sattuda.“ (MN16A)

Kriitilise ja strateegilise analüüsivõime ning julguse otsuseid vastu võtta puhul tuuakse allikana eelkõige välja töökogemust, mille käigus tekib vajadus analüüsida ning otsustada. Samuti tuuakse välja, et antud oskust omandatakse pidevalt, läbi erinevate elu etappide.

„Aga see nii-öelda oskus ja analüüsivõime ja julgus otsuseid vastu võtta... Et ma arvan, et see tuleb ikkagi puhtalt kogemusega. Et noh, seda julgust sa väga ei õpeta vist.“ (MM9ET)

Otsuse langetamisele eelneb analüüs, mille käigus selgitatakse välja, milline otsus on õige. Julgus otsustada tuleb läbi kogemuse ja ebaõnnestumiste. Kommunikatsioonitöötaja peab olema piisavalt julge ja enesekindel, et iseseisvalt otsuseid vastu võtta. Üldiselt leitakse, et kriitilise ja strateegilise analüüsivõime allikaks on mõlemad, ülikool ja töökogemus. Samas julgust otsuseid vastu võtta seostatakse vaid töökogemusega, mis areneb reaalses olukordades, kus otsuse langetatakse.

15. Kutseetika põhimõtete ning õigusliku keskkonna tundmine ja rakendamine

Kutse-eeetika põhimõtete tundmist ja rakendamist seostavad intervjuueeritavad eelkõige laiemal kontekstiga – kommunikatsioonitöötajana on oluline mõista ja tajuda erinevate teemade võimalikke eetilisi probleeme ja nende tagajärgi. Ning lähtuvalt kutse-eeetika põhimõtetest ja õiguslikest piirangutest vältida neid.

„Et sa tajud seda laiemat konteksti - saad aru, mis on okei öelda ja teha, mis ei ole. Mis võib tekitada probleeme, mis mis mitte. Ning see, et sa oskad ära tunda potentsiaalseid komistuskive, neid ette näha ja vältida.“ (BN2A)

Õigusliku keskkonna tundmine ja rakendamine on oluline spetsiifilise tegevusvaldkonnaga organisatsiooni puhul, kus juriidilised piirangud on otseselt seotud organisatsiooni tegevusvaldkonnaga või mõjutavad seda olulisel määral.

„See on pigem turunduse poole pealt oluline, see GDPRi pool ja kõik reguleerib ka, kuidas me saame mingeid turundusprotsesse teha. Ja selle tundmine on kindlasti väga-väga oluline.“ (MN7E1)

Kutse-eetika ning õigusliku keskkonna tundmise ja rakendamise oskuse omandamise allikaks peetakse üksmeelselt ülikooliõpinguid, mille raames läbiti vastavaid õppeaineid.

„Halliki õpetas kohtulahendeid läbi töötama, mida ma polnud ka enne teinud, kui seal aines kokku puutusin esimest korda. Aine andis hea põhja, kui hilisemas elus vaja kuskil juriidikaga ja kohtulahenditega kokku puutuda.“ (MN16A)

Kutse-eetika põhimõtete ning õigusliku keskkonna tundmine võimaldab kommunikatsioonitöötajal ette näha võimalikke probleeme ning seekaudu neid ennetada. Organisatsioonis, kus õiguslikust valdkonnast sõltub otseselt kommunikatsioon, aga tagada õigusnormidele vastav töö teostamine. Vilistlaste hinnangul omandati teadmised kutse-eetikast ning õiguslikust keskkonnast läbi ainetes, kus käsitleti eetika ja õiguse teemasid.

16. Oskus kaasata erinevaid partnereid/osapooli kommunikatsiooniga seotud tegevustesse.

Oskust kaasata erinevaid partnereid otsustusprotsessi peetakse ülimalt oluliseks. Intervjueeritavad nendivad, et üksi ei ole võimalik kommunikatsiooni korraldada. Ka sisekommunikatsiooni koha pealt on kaasamine oluline, et kõik osapooled oleksid kursis toimuvaga.

„Igapäevaselt tuleb hoida oma partnereid ja nendega suhelda, olla pidevas suhtluses. Ja neid mingitest teemadest hoida teadlikuna, ja ka oma maja inimesi samamoodi. Selline kõigi ühtses inforingis hoidmine on üks väga oluline asi, et keegi ei jääks kuskilt maha.“ (MN10A)

Kaasamisel on suur roll ka kommunikatsioonitöötaja tööülesannete täitmisel, sest üksinda ei ole võimalik kõike teha. Kommunikatsioonitegevuste õnnestumiseks on vaja ühel või teisel moel teiste osapoolte abi ning selle saavutab vaid läbi kaasamise.

„Et muidu igapäevaselt sa ei saa midagi teha, kui sul ei ole inimesi, kes aitavad sul asja ära teha. Et üksi ei kirjuta valmis artikleid või midagi. /.../ Kommunikatsioonijuht liigutab neid asju siin taustal. Et kes kuhu läheb ja mida teeb ja kuhu saab.“ (BN1ET)

Osapoolte kaasamise oskuse allikaks peetakse ülikooli. Isegi, kui kaasamine ei ole konkreetselt õpiväljund, siis vilistlaste hinnangul omandatakse see läbi erinevate õppetegevuste.

„Seda oskust olen ka pigem magistriõpingute jooksul arendanud, muutuste juhtimisel, seal räägime palju sellest, kuidas erinevaid osapooli lepitada ja kaasata kommunikatsioonitegevuste planeerimisel.“ (BN19A)

Samas leitakse, et oskust kaasata omandati vaid erialases töös.

„Mu jaoks on see nagu selle töö kuidagi selline sisuline osa. Et ma ei teagi, kas seda jälle kuidagi eraldi õppida või omandada saab? Et pigem ei.“ (MM9ET)

Intervjueeritavate tõlgendustest ilmneb kaks peamist põhjust, miks kaasamine on oluline: esiteks toetab kaasamine sisekommunikatsiooni sujuvat toimimist, teiseks kommunikatsioonitegevuste kavandamisel ja teostamisel on tarvis teiste osapoolte osalust, mis saavutataksegi läbi kaasamise. Oskuse kaasata erinevaid partnereid/osapooli kommunikatsiooniga seotud tegevustesse allikate nägemused jagunevad kaheks – mõned peavad allikaks ülikooli, teised aga ei leia oskuse omandamise seost ülikooliga.

17. Oskus kommunikatsiooniviise ja kanaleid valides arvestada erinevate siht- ja sidusrühmade ehk huvipooltega

Intervjueeritavate hinnangul on oskus valides kommunikatsiooniviise ja -kanaleid arvestada siht- ja sidusrühmadega üks peamisi, ilma milleta on keeruline teha eesmärgipärast kommunikatsiooni. Antud oskus ja selle rakendamine määrab ära konkreetse kommunikatsioonitegevuse või -sõnumi tulemuslikkuse. Kuivõrd iga tegevuse või sõnumi puhul on kindlad siht- ja sidusrühmad, siis antud oskus on kriitiline õigete rühmadeni jõudmiseks.

„/.../ et kui sul ongi sihtrühm, see ei pruugi olla üks sihtrühm, võib olla mitu sihtrühma, siis sa peadki nagu mõtlema, et kuidas seatud eesmärgid saavutada, et mis kanaleid sa siis valida peaksid erinevate sihtrühmade puhul.“ (BN5EI)

Oskust kommunikatsiooniviise ja kanaleid valides arvestada erinevate siht- ja sidusrühmadega omandatakse ülikooliõpingute käigus. Intervjueeritavad toovad välja, et antud oskuse omandamist toetavad mitmed õppeained ja -tegevused.

„Mingis aines oli sihtgrupi määratlemine ka, et mis kanali kaudu temani oleks kõige parem jõuda ja arutelude käigus oli ka, et pidi jõudma a la pereemani mingit kanalit pidi ja siis sai seda arutletud.“ (BM17A)

Kuigi intervjueeritavad peegeldavad antud oskuse omandamist ülikooliõpingutele, siis samaväärseks peetakse erialase töö kogemust oskuse arendamisel. Ülikoolist saadi teoreetilised teadmised, mida praktiliselt oma erialases töös rakendatakse. Samas tuuakse ka välja, et oskus tuleneb indiviidi kokkupuutest erinevate teemade ja valdkondadega, mis läbi omandatakse

vajalikud taustteadmised konkreetsest teemast ning seeläbi oskuse valida kommunikatsiooniviise arvestades siht-ja sidusrühmadega.

„Et siin ma ütleks, et see tuleb välja paremini nendel, kes on lihtsalt kuidagi aktiivsemad inimesed ja võib-olla ka ise seotud rohkemate kogukondade, gruppide, erinevate tegevusaladega. Et mida rohkem kohtades kuidagi aktiivne oled, seda parem tunnetus sul on. /.../ Et see on puhtalt niisugune elukaarega kaasa käiv oskus mõneti ka.“ (MM9ET

Kommunikatsiooni tulemuslikku sõltub oskusest kommunikatsiooniviise ja -kanaleid valides arvestada siht-ja sidusrühmadega. Antud oskuse omandanu suudab sõnumeid ja tegevusi viia läbi õigete kanalite inimesteni, kelleni on tarvis jõuda. See määrabki kommunikatsiooni tulemuslikkuse. Oskuse kommunikatsiooniviise ja -kanaleid valides arvestada siht- ja sidusrühmadega allikatena nähti eelkõige ülikooliõpingud, töökogemust ning nende kahe ühildamist. Samas hinnatakse ka laia silmaringi ning taustteadmised erinevatest kogukondadest.

18. Oskus rakendada kommunikatsiooni- ja ühiskonnateooriaid organisatsiooni analüüsid.

Ühe intervjueeritava puhul on oluline kommunikatsioonitöös tunda ja rakendada kommunikatsiooni- ja ühiskonnateooriaid. Siinkohal on tema hinnangul allikaks ülikool, kuid veel enam on tähtis olla kursis ka hilisemate teooriatega, mis on rakendatavad tänapäeva kontekstis.

„Võib-olla isegi kõiki selliseid vanaaja teooriaid ei ole vaja tunda, aga neid teooriaid sünnib kogu aeg juurde. Et käia võib-olla selles suhtes trendidega kaasas ja olla kursis, et mida valdkonna nii-öelda sellised ärksamad mõtlejad või eestvedajad üle maailma nagu parasjagu nii-öelda oluliseks peavad ja mis nii-öelda muutused on. /.../ Et seda peab siis elu jooksul ise ka kogu aeg juurde lugema ja juurde õppima.“ (MM9ET

Teooriad ei ole konstantsed – ajas, ruumis ja kontekstis need muutuvad ning on oluline rakendada aja- ning asjakohaseid teooriaid, et saavutada relevantne tulemus. Kuigi kommunikatsiooni- ja ühiskonnateooriaid käsitletakse ülikoolis, siis on oluline iseseisvalt järgida ja õppida uusi suundi kuivõrd teooriad on pidevalt muutuses.

19. Teadmised demokraatia ja majanduse põhimõtetest

4 intervjuueeritavat peab oma töös oluliseks teadmisi demokraatia ja majanduse põhimõtetest. Antud teadmisi rakendatakse tulenevalt organisatsiooni tegevusvaldkonnast – riigiasutused ja organisatsioonid, mis on seotud demokraatia või majandusega.

„Teadmised demokraatia ja majanduse põhimõtetest on teemad, mida mingites rollides hästi vaja on. Kindlasti [...], sest kogu meie äri on e-valitsemise ümber, e-valitsemise tehnoloogiad /.../ meie kliendid on valdavalt ikkagi riigid või siis mingid avaliku sektori asutused, nii et see on äärmiselt vajalik.“ (MN7EI)

Hinnangud demokraatia ja majanduse teadmiste allikatele jagunevad kaheks. Teadmisi demokraatiast peetakse intuiitiivseteks ning omandatuks juba lapseas. Majandusalaste teadmiste allikaks peetakse aga ülikooli, mille raames on läbitud vastavad ained.

„Ma arvan, et see tuleb tänapäeval demokraatlikus riigis elavale inimesele kuidagi sünniga kaasa mõnes mõttes. Et kui me sellises keskkonnas üles kasvame, siis see isegi võib-olla ei vaja õpetamist.“ (BN5EI)

Demokraatia- ja majandusalased teadmised on olulised kommunikatsioonitöötajatele, kes puutuvad igapäevatoos nende valdkondadega kokku ning vajavad teadmisi, et mõista organisatsioonis toimuvaid protsesse. Ühtset seisukoha demokraatia ja majanduse põhimõtete teadmiste omandamise allikatest puudub – võrdselt tuuakse välja nii elu jooksul omandatavaid teadmisi, ülikooli kui ka erialast töökogemust.

20. Oskus näha organisatsiooni sotsiaalset vastutust ja rolli laiemas ühiskondlikus kontekstis

Kolmveerand intervjuueeritavatest peab oluliseks kommunikatsioonitöötajana osata näha organisatsiooni sotsiaalset vastutust ja rolli laiemas ühiskondlikus kontekstis. Intervjuueeritavad toovad välja, et organisatsiooni roll ühiskonnas ja selle sõnumid peavad olema kooskõlas. Samuti peab kommunikatsioonitöötaja tajuma kuidas kommunikatsioonisõnumid mõjutavad nende tarbijaid. Vilistlased toovad välja, et kriisiolukordades on oluline kommunikatsioonitegevustes lähtuda sotsiaalsest vastutusest ning vastavalt olukorrale neid tegevusi kohandada.

„Ma arvan, et see on põhiliselt tulnud ette nendes kriisiolukordades. Eriti nüüd Ukraina sõja kontekstis on see väga-väga teravalt esile kerkinud. /.../ me ei saa teha tavalist turundust ja kommunikatsiooni. Et mis pidi me neid asju korraldame niimoodi, et olla selle olukorra suhtes arvestav. Ja mis sõnumeid me edastame, mis kanaleid me kasutame.“ (BN6ET)

Oskus näha organisatsiooni sotsiaalset vastutust ja rolli laiemas ühiskondlikus kontekstis on intervjuueeritavate sõnul läbi elu omandatav oskus, mis on seotud nii üldise silmaringi kui indiviidi hoiakutega. Teise allikana märgiti ka ülikooliõpinguid, mille käigus laieneb silmaring ja seeläbi oskus näha sotsiaalset vastutust.

„Jah, ma arvan, et see sotsiaalse vastutuse pool, seda võib-olla meile niimoodi koolis küll ei õpetatud. See on ikkagi natukene nagu enda südametunnistuse küsimus. Ja võib-olla see on tulnud ka töö käigus. Aga jah, ma arvan, et see on natukene enda moraalse kompassi ja sisemise tundmise küsimus.“ (BN6ET)

Nägemus organisatsiooni sotsiaalsest vastutusest ja rollist ühiskonnas on päevakajaline rohkem kui kunagi varem ning vilistlaste hinnangul on kommunikatsioonitöötaja puhul oluline tajuda ja lähtuda sellest oma igapäevatöös. Peamiselt seostatakse oskuse näha organisatsiooni sotsiaalset vastutust ja rolli laiemas ühiskondlikus kontekstis allikana üldist silmaringi ning meelsust teatud teemade suhtes. Samas tuuakse välja, et ülikool annab taustteadmised ning eeldused antud oskuseks.

21. Oskus luua ühist infovälja ja korraldada dialoogi erinevate tasandite ja allüksuste vahel oma organisatsioonis

Seitse kommunikatsioonitöötajat peavad ühise infovälja loomise ning dialoogi korraldamise oskust oluliseks oma töös. Ühise infovälja loomist seostatakse sisekommunikatsiooniga, mille raames on oluline tagada sujuv infolevik, osapoolte kaasamine ning jõuda sõnumitega kõigi organisatsiooni liikmeteni.

„See on sisekommunikatsiooni põhialustala, kuidas info liiguks. Ja liiguks nii, et ././ see on inimeseni ka jõudnud. Mitte ainult ülevalt alla, vaid kui et kuskil on probleem, siis see jõuaks vajalikku kohta. Mulle tundub, et see on iga toimiva organisatsiooni alustala.“ (BN20A)

Ühise infoväljaloomise ja dialoogi erinevate tasandite ja allüksuste korraldamise allikaks peetakse suuremal määral praktilist tööd organisatsioonis, mille käigus tekib arusaam üksustest ning teadmine viisidest, kuidas neile läheneda. Samas hinnati oskuse omandamise allikana ka ülikooliõpinguid.

„Ja see on ka tulnud ikkagi praktilise töö käigus. Seda võib-olla niimoodi koolis ikkagi ei saa õpetada. See teadmine, kuidas nendega suhelda, kuidas seda kõike korraldada, tuleb siis, kui sa reaalselt ikkagi selles keskkonnas sees oled.“ (BN6ET)

Ühise infovälja loomine ning dialoogi korraldamine erinevate tasandite ja allüksuste vahel loob võimaluse efektiivse sisekommunikatsiooni toimimiseks. Samuti tagab see õigeaegse info

liikumise, mis on sisekommunikatsiooni ja üleüldse organisatsiooni toimise jaoks kriitilise tähtsusega. Arvamused ühise infovälja loomise ja dialoogi erinevate tasandite ja allüksuste vahel korraldamise allikast on vastandlikud. Mõned vastajad seostavad oskuse omandamist vaid tööga, teised jällegi peegeldavad selgelt ülikooliõpingutele.

3.2 Kommentaarid ja arvamused õppeprogrammide kohta

Intervjuude käigus avaldasid vilistlased arvamusi ja kommentaare seoses ülikooliõpingutega. Järgnevalt on välja toodud intervjuueeritavate kommentaarid ja arvamuse õppeprogrammide kohta.

Kommunikatsiooni eriala lõpetanud hindavad õpingute käigus omandatud laiemas kontekstiga teadmisi. Tuuakse välja, et õpingud annavad laiapõhjalised baasteadmised ja -oskused, mis on rakendatavad ka väljaspool kommunikatsioonivaldkonda.

„Mida ma nagu ÜTI õpingutest alati mõelnud olen, on see, et sa otseselt ei õpi mitte midagi kindlat, vaid õpidki nagu hästi laialt, aga samas selle laia asja õppimisega sulle antakse nii palju praktilisi oskusi või kasvõi seda kriitilist meelt või seda laia silmaringi, et sa saadki erinevates teemades orienteeruda. Et kui sa õpid ÜTIs, siis sa võid tööle minna ükskõik millisesse valdkonda, sest sul on tegelikult baasoskused ükskõik millises valdkonnas töötamiseks olemas.“ (BN5E1)

Mitmed intervjuueeritavad toovad välja, et ülikooliõpingute jooksul omandatakse küll konkreetseid teadmisi ja oskusi, kuid samaväärseks peetakse ka suhete võrgustikku, mis ülikoolist saadakse. Tutvusi ning suhtlus sama valdkonna töötajatega peetakse oluliseks toeks kommunikatsioonivaldkonnas – võimalus arutada erialastel teemadel ja probleemidel toetab kogemuspõhist õppimist ja arengut.

„Sellega seonduvalt on nagu väga tähtis suhted, suhete võrgustik, mis on jällegi nagu selline sotsiaalse kapitali üks osasid. /.../ See on küll üks nendest teguritest, mida ülikool annab.“ (BN13V)

Intervjuueeritavad tõid välja ka konkreetseid õppeaineid, mille puhul hinnati õppeprotsessi kasulikkust. Mitmeid kordi mainiti aineid kuulamistreening ja intervjuueerimine, reporteritöö, uurimistöo alused ning kommunikatsioonijuhtimise alused ja praktikad. Vilistlaste hinnangul on antud ainetes läbitu otseselt rakendatav edasises töös ning nad peavad neis ainetes omandatud teadmisi-oskusi väärtuslikuks.

„Et kui me räägime praktilistest oskustest, siis see on tegelikult üks lähedamaid aineid selle õppekava juures üldse. /.../ Et see on kindlasti asi, mis andis sellise esimese maitse, kuidas mingi

kommunikatsiooniprojekti kavandamine, juhtimine, tegemine üldse käib. /.../ Ja mina täiesti teadlikult reflekteerin tagasi selle ülikooli õppeaine kogemuse peale.“ (BN14ET)

Kuivõrd kommunikatsiooniprojektide kavandamise ja juhtimise oskust hinnati oluliseks, seejuures selle omandamise allikaks peeti eelkõige töökogemust, siis vilistlaste arvates võiks ka ülikooliõpingutes seda suuremal määral käsitleda.

„Et see on üks asi, mida tegelikult võiks rohkem õpetada. Et kuidas sa projekti juhid, millised omadused, oskused, tööriistad selle jaoks vajalikud on. /.../ Seega sellele võiks selgelt rohkem kuskil protsessis rõhku panna.“ (MM9ET)

Kommunikatsioonivaldkond on pidevas muutuses ning seoses sellega töid intervjueeritavad välja, et instituudi poolt võiks toimuda ka õpingute järel olulise valdkonnapõhise info jagamine.

„ /.../ Loomulikult jube tore oleks, kui ülikool kasvõi vilistlaslistide kaudu aitaks ka seda infot levitada või sinuni tuua. Et mõnes mõttes hoolib ka sellest ja hoolitseb selle eest, et mitte ainult korra ei anna sulle selle hariduse, vaid natukene siis ka hiljem annab mingit värsket materjali peale.“ (MM9ET)

Üldiselt avaldati arvamusi ja kommentaare konkreetsete ainete rakenduslikkusele erialases töös. Kõige enam kiideti aineid, milles õpitut rakendatakse praktilises töös. Samuti esitati ettepanekuid oskuste-teadmiste osas, mille puhul oleksid vilistlased soovinud suuremat käsitlust õpingute ajal.

Käesolevas peatükis esitati tulemusi lähtuvalt püstitatud uurimisküsimustest – kuidas vilistlased tõlgendavad ja rakendavad teadmisi-oskusi, milliseid hinnanguid annavad teadmiste-oskuste omandamise allikatele ning milliseid on vilistlaste soovitusel ning kommentaarid õppeprogrammide kohta.

4. Järeldused ja diskussioon

Bakalaureusetöö eesmärk oli koguda Tartu Ülikooli kommunikatsiooni erialade bakalaureuse- ja magistriõppe vilistlastelt sisendiinfot – vilistlaste hinnanguid õpingutel omandatud teadmiste ning nende rakendamisele erialases töös. Käesolevas peatükis tuuakse välja peamised järeldused tulemuste peatüki analüüsist ning arutletakse tulemuste üle lähtuvalt teoreetilistest lähtekohtadest.

4.1 Teadmiste-oskuste tõlgendamine, rakendamine ning hinnangund omandamise allikale

Intervjuukava teadmise-oskuste kaart on tuletatud teooria peatükis esitletud rahvusvahelistest raamistikest ning Tartu Ülikooli kommunikatsiooni erialade õppeprogrammides väljatoodud õpiväljunditest. Seega olid intervjuukavas väljatoodud teadmised-oskused eesmärgiga teada saada, kas vilistlased peavad neid oluliseks ning rakendavad erialases töös.

Ootused algtasemel kommunikatsioonitöötajatele jagunesid kaheks – üldised kommunikatsioonivaldkonna baasteadmised (suhtlus huvi- ja sidusrühmadega; kriisikommunikatsioon ja selle haldamine; sisekommunikatsioon; probleemide lahendamisele orienteeritus; strateegiaplaanid) ning valdkonnaspetsiifilised teadmised ja oskused (sotsiaalmeedia kommunikatsioon; ürituste korraldus; meediasuhtlus) (Manley ja Valin 2017:61). Tulemuste analüüsist selgub, et 21-st teadmises-oskusest vaid ühte ei peeta oluliseks ega rakendada erialases töös – selleks oli kommunikatsioonimudelite tundmine ning nende kasutamine. Seega võib tulemustest järeldada, et vilistlased on omandanud teadmised-oskused, mis on rahvusvaheliste raamistikele tuginedes olulised kommunikatsioonivaldkonnas. Tuginedes O’Neil jt (2017:46) oodatakse kommunikatsioonitöötajatelt kõige enam teadmisi eetikast, kultuuridest ning sotsiaalsetest probleemidest. Vilistlaste hinnangutest peegeldub, et nii eetika kui ka teadmised kultuuridest ja nende eripäradest on olulised nende töös. Eetikat peetakse nii-öelda töö alustalaks ning sellest lähtumine toimub intuiitiivselt. Teadmised kultuuridest ja nende eripäradest on vilistlaste hinnangul aina olulisemad, sest töös tuleb ette suhtlust nii koostööpartnerite kui ka sihtrühmadega, kes on teistest kultuuriruumist.

Oskused, mis peaksid olema kommunikatsioonitöötajatel omandatud, on kirjutamisoskus, kommunikatsiooni eritehnikad ning sotsiaalmeedia haldamine (O’Neil jt, 2017: 46). Intervjuukavas esitatud suuline ja kirjalik esinemis-, eneseväljendus- ja veenmisoskus oli kõigi

vilistlaste hinnangul esmaoluline kommunikatsioonitöös. Vilistlaste sõnul on antud oskus eelduseks kommunikatsioonivaldkonnas töötamiseks – see on alus igale tegevusele ja ülesandele ilma milleta on võimatu efektiivset tööd teha. Ka kommunikatsiooni eritehnikaid hinnati kõrgelt – kriisikommunikatsioon, kommunikatsioonistrateegiad ja -projektid ning sihtrühmade valik moodustavad suure osa kommunikatsioonitööst ning neid oskusi kasutatakse oma töös igapäevaselt.

Tulemuste osas selgus, et teadmiste-oskuste tõlgendamine ning rakendamine on väga varieeruv. Tõenäoliselt mõjutab teadmiste-oskuste tõlgendamist ja rakendamist konkreetse intervjueeritava töö iseloom – organisatsiooni tegevusvaldkond ning majandussfäär, aga ka ametikoht ning sellega seotud tööülesanded. Lähtuvalt organisatsiooni tegevusvaldkonnast ja tööülesannetest varieerub teadmiste-oskuste tõlgendamine. Seega võib järeldada, et teadmiste-oskuste tõlgendamine sõltub konkreetsest indiviidist, tema tööülesannetest ja organisatsiooni tegevusvaldkonnast.

Tulemuste osas esitati ka vilistlaste hinnangud teadmiste-oskuse omandamise allikatele. Hinnang teadmiste-oskuste omandamise allikale peegeldab kuivõrd tulemuslikud ning praktiliselt rakendatavad on ülikooliõpingud. Selgus, et hinnangud teadmiste-oskuste omandamise allikatele jagunevad kaheks. Praktilise loomuga teadmiste-oskuste allikaks peetakse suuremal määral töökogemust, mille käigus lähtutakse konkreetse olukorrast. Töökogemus kui omandamise allikas tuli välja ennekõike kommunikatsiooni eritehnikatega seotud teadmiste-oskuste puhul, näiteks kommunikatsioonistrateegia loomine ja rakendamine või kommunikatsiooniprojektide kavandamine ja juhtimine. Ülikooliõpinguid kui teadmiste-oskuste allikat seostatakse eelkõige teoreetiliste teadmistega. Paljud intervjueeritavad tõid välja, et kuigi paljusid teadmisi-oskusi käsitletakse ka ülikooliõpingutes ning baasteadmised on omandatud just õpingute käigus, siis reaalselt kokkupuudet olukordadega hinnatakse väärtuslikumaks ja õpetlikumaks. Üheks võimalikuks põhjuseks, miks teadmiste-oskuste omandamise allikat seostatakse töökogemusega võib olla seoses lõpetamise ajaga. Kohati peegeldus tulemustes asjaolu, et hilisemad vilistlased seostavad erinevaid teadmisi-oskusi ülikooliõpingutega, kui seda varasemad lõpetanud. Siinkohal on üheks põhjuseks, mida ka intervjueeritavad ise tõid välja, asjaolu, et ülikooliõpingutest on kaua aega möödas ning seal käsitletu on ununenud.

4.2 Kommentaarid ja arvamused õppeprogrammide kohta

Intervjuude käigus avaldasid vilistlased arvamusi ja kommentaare õppeprogrammide kohta. Üksmeelselt leiti, et praktiliste oskuste käsitus ja õpe võiks esineda õppeprogrammides suuremal määral. Näiteks toodi välja, et õpingute sidumine reaalse olukordade ja organisatsioonidega ning võimalus tudengitel siduda teooria praktiliste ülesannetega loob parema võimaluse õpitu kinnistamiseks ning edasiseks rakendamiseks erialases töös.

Samuti toodi välja õppeaineid, millega oldi rahul – tegu oli praktilise loomu ainetega, milles läbitut rakendavad vilistlased ka oma igapäevatoos. Peamiselt kiideti aineid nagu kommunikatsioonijuhtimise alused ja praktikad, reporteritöö ning kuulamistreening ja intervjuuerimine. Nende ainete raames läbitut rakendatakse otseselt oma igapäevatoos.

Lisaks tõusis esile vilistlaste ootus saada valdkonnapõhiseid teadmisi ka peale õpinguid, et olla kursis valdkonna trendide ning seal toimuvaga. Selleks tehti ettepanek instituudile jagada vilistlaste meililistis artikleid, teadustöid ja muud sarnast infot, mis võiks olla kasulikud kommunikatsioonivaldkonna töötajale. Kuna kommunikatsioonivaldkond on pidevas muutuses, siis teadmiste värskendamist ja täiendamist peavad vilistlased oluliseks ning nende seas on ootus, et ka instituut panustaks järjepidevasse arengusse.

Kõige enam avaldati arvamusi ja kommentaare ettepanekutega õppeprogrammide arendamiseks. Kuivõrd vilistlaste hinnangul on praktiline käsitus ning kogemuspõhine õpe efektiivsem, siis seda soovitatakse ka rakendada õpingutes. Samuti tuuakse välja ootus instituudile toetamaks kommunikatsioonivaldkonnas tegutsevate vilistlaste pidevat erialast arengut.

4.3 Intervjuueritavate tõlgenduste sarnasused ja erinevused võrdluses 2010. aasta uurimusega

Käesolev uurimistöö on mõtteline jätku-uuring 2010. aastal avaldatud uurimusele „Kommunikatsioonijuhtimise programmi õpiväljundid: vilistlaste kogemus ja arvamused“, mille eesmärgiks oli koguda kommunikatsioonijuhtimise magistri õppekava lõpetanutelt sisendit õppekava arendamiseks. Ka käesoleva uurimuse eesmärk on saada sisendit, kuid teoreetilised lähtekohad ning uurimisküsimused on mõnevõrra erinevad. Sellegipoolest on mõlema uurimuse tulemusi võimalik teatud määral võrrelda.

Käesoleva uurimuses oli fookus teadmiste-oskuste tõlgendamisel ja rakendamisel, mis on teatud määral võrreldav 2010. aasta uurimuses käsitletud õpiväljundite tõlgendamise ja rakendamisega. Mõlema uurimuse puhul ühtivad vilistlaste tõlgendused järgmiste teadmiste-oskuste puhul: suuline ja kirjalik esinemis-, eneseväljendus- ja veenmisoskus; kliendi või partneri vajaduste ära kuulamise, probleemide sõnastamise ja analüüsimise oskus; kriisikommunikatsioon; refleksioonioskus ning ühise infovälja loomine. Nii 2010. aasta kui ka käesoleva uurimuses hindasid vilistlased neid teadmisi-oskusi oluliseks nende erialases töös. Valdavalt on tegu teadmiste-oskustega, mis on nõutud peamiste kommunikatsioonitegevuste sooritamiseks.

Varasema ja käesoleva uurimuse ühiseid puutepunkte avaldub ka vilistlaste hinnangutes teadmiste-oskuste allikatele, kus teoreetilise loomuga teadmised-oskused on vilistlaste hinnangul omandatud ülikooli õpingute raames ning praktilise loomuga teadmised-oskused eelkõige töökogemuse kaudu. Samas on käesoleva uurimuse tulemustest märgata, et kommunikatsiooni eritehnikate omandamist seostatakse ülikooliga mõnevõrra rohkem kui varasemas uurimuses.

Kask (2010: 81) toob välja, et vilistlased hindasid teadmiste-oskuste allikana ülikooliõpinguid vähemal määral kui ta esialgselt eeldas. Käesoleva uurimuse tulemustes peegeldub autori hinnangul ülikooliõpingute seostamist teadmiste-oskuste allikana rohkem – pea iga teadmise-oskuse puhul tõid vilistlased välja, et ülikooliõpingud on suuremal või väiksemal määral toetanud nende omandamist.

Kuigi mõlema uurimuse tulemusi on võimalik teatud määral võrrelda, siis laiemaid üldistusi pole siiski võimalik teha – õppeprogrammid, millele tuginedes vilistlased hinnanguid ja tõlgendusi andsid on erinevad ning sellest tulenevalt võivad ka tõlgendused erineda.

4.4 Soovitused Tartu Ülikooli Ühiskonnateaduste Instituudile

Tartu Ülikooli Ühiskonnateaduste Instituudis on võimalik omandada kommunikatsiooni eriala nii bakalaureuse- kui ka magistriastmes. Bakalaureuseõppe eesmärgiks on anda esmased teadmised kommunikatsioonivaldkonnast ning tagada tudengi valmidus erialaseks tööks, magistriõppe eesmärgiks on aga süvendatult arendada erialaseid võtmepädevusi ning valmistada ette tööks tippspetsialistina (Õppeinfosüsteem 2022b). Sisuliselt laotakse bakalaureuseõppe raames teadmiste baas, mida täiendatakse spetsiifilisemalt magistriõppes. Siinkohal tuleks arvestada, et vilistlased, kes töötavad kommunikatsioonivaldkonnas, tihtipeale ei läbi mõlemat astet. Ka käesoleva töö valimis oli esindatud nii ainult bakalaureuseastme või magistriastme kui ka mõlema astme lõpetanud. Seega on üheks soovitusena täiendada ja muuta õppekavasid nii, et ühe või teise õppeastme läbinu saaks piisava ülevaate ja kokkupuute kommunikatsioonivaldkonna olulisimate teadmiste-oskustega. Näiteks tõi vaid magistriõppe läbinu välja, et tema hinnangul jäi õpingutes vajaka põhilistest kommunikatsiooniga seotud teoreetilistest ja praktilistest käsitlustest – näitena tõi ta kommunikatsioonistrateegia loomise oskuse, mis on oluline antud valdkonnas, kuid mille omandas iseseisvalt töö käigus.

Vilistlaste tagasiside põhjal saab järeldada, et praktilist käsitlust õppetöös hinnatakse kõrgelt ning seostatakse edukama teadmiste-oskuste omandamisega, mistõttu on praktilise käsitluse suurendamine ühtlasi ka soovitusena instituudile. Vilistlased tõi välja, et õpingute sidumine reaalsete olukordade ja organisatsioonidega aitab õpitut kinnistada. See asjaolu võib olla ka põhjuseks, miks teoreetiliste teadmisi-oskusi hinnati vähem oluliseks kui praktilisi – praktiliselt läbitu on paremini kinnistunud ning vilistlastel meeles. Kuigi teoreetiliste käsitlustega aineid ning teadmisi-oskusi hinnati mõnevõrra vähem oluliseks, siis ei näita see tõest olukorda. Teoreetiliste teadmiste-oskuste hinnangute puhul on üheks võimalikuks põhjuseks seoste puudumine, kuid see ei välista, et tegelikult rakendatakse neid teadmisi-oskusi oma töös. Mitmed intervjueritavad tõi välja, et just teoreetiliste teadmiste-oskuste puhul ei mõistetud õpingute ajal nende olulisust, küll aga tõusis nende olulisus üles hiljem, erialases töös.

Mitmed vilistlased tõi välja, et erialaste teadmiste-oskuste omandamise kõrval on sama oluline suhete võrgustik, mis ülikooliõpingute jooksul saavutatakse. Suhtlust sama valdkonna töötajatega peetakse oluliseks toeks kommunikatsioonivaldkonnas – võimalus arutada erialastel teemadel ja probleemidel toetab kogemuspõhist õppimist ning edasist erialast tööd.

Õeldakse, et ülikoolis saadud tutvused on kasulikud kogu edasises elus ning eriti kommunikatsioonivaldkonna puhul võiks olla see üks tudengi eesmärkidest. Instituut saab samuti suhete võrgustiku moodustamisse panustada – eriti nüüd, mil pandeemia tõttu on õpe üle viidud suures mahus internetti.

Kommunikatsioonivaldkond on pidevas muutuses ning seoses sellega tõusis esile vilistlaste ootus saada instituudi poolt valdkonnapõhiseid teadmisi ka peale õpinguid. Vilistlased soovivad, et ka instituut panustaks järjepidevasse arengusse, jagades artikleid, teadustöid ja muud sarnast infot, mis võiks olla kasulikud kommunikatsioonivaldkonna töötajale. Mõned sammud on selleks tehtud, näiteks ajakirjanduse- ja kommunikatsiooniõppe vilistlasi ja tudengeid koondav Facebooki grupp. Samas võiks olla ka vilistlaste meililist, mis kaudu jagatakse neile suunatud infot ja materjale või hoopiski konverentsi taoline üritus, kus esitatakse valdkonna olulisimat infot.

Kuivõrd käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks oli anda sisendit instituudile kommunikatsiooni erialade õppeprogrammi arendamiseks, siis töös esitatud tulemused, kommentaarid ja soovitused on üheks võimalikuks lähtekohaks õppekavade arendamisel. On selge, et õppeprogrammide kavandamisel ja arendamisel tuleb arvestada rohkema kui ainuüksi vilistlaste arvamustega, kuid sellegipoolest on käesolevas töös esitletud tulemused väärt tagasiside.

4.5 Meetodi kriitika

Bakalaureusetöös kasutatud meetodi kriitikana saab välja tuua intervjuerimisprotsessi ja selle võimalikku mõju tulemustele. Kuna intervjuud viidi läbi neljaliikmelise uurimisrühma poolt, kelle uurimistöde fookused on erinevad, siis ka intervjuudes ilmneb erinevusi rõhuasetustes. Mistõttu esineb ka otsene mõju tulemustele – kohati on teiste rühmaliikmete poolt läbiviidud intervjuudes läbitud teadmiste-oskuste osa liiga pealiskaudselt ning seetõttu on vajalikud andmed puudulikud.

Teiseks võimalikuks meetodi kriitikaks on valimi valikukriteeriumid ja selekteerimise viis. Uurimistöde sarjas, kuhu kuulub ka käesolev bakalaureusetöö, kasutati sihipärast valimit. Sihipärase valimi puhul on ohukohaks asjaolu, et suuremaid üldistusi ei saa kogutud andmete

põhjal teha. Lisaks on kriitika kohaks ka rühmaliikme mõju valimi selekteerimisprotsessi – lõplikku valimisse valis iga liige viis intervjueeritavat, ülejäänud 15 intervjueeritava valiku puhul puudus otseselt võimalus otsustada.

4.6 Edasised uuringud

Käesoleva bakalaureusetöö fookuses on Tartu Ülikooli kommunikatsiooni erialade õpiväljundid ning kuivõrd kommunikatsioonialane väljaõpet pakutakse ka eeldatavasti hiljem, siis sarnase fookusega kordus-uuringut on mõistlik teha. Eelkõige on perioodiline kordus-uuring sisendiks instituudile arendamiseks õppekavasid. Ka käesolev bakalaureusetöö on mõtteline jätku-uuring, küll veidi erineva teoreetilise lähtekohaga, 2010. aastal läbiviidud uurimusele. Vilistlaste vahetu tagasiside annab võimaluse lähtuda elulistest kogemustest – millised õpiväljundid on olulised kommunikatsioonivaldkonnas ning nendest lähtuvalt arendada õppekavasid võimalikult efektiivseks.

Lisaks on võimalik edasisi uuringuid läbi viia kitsendades fookust – näiteks välja jättes vilistlaste kogemused ning keskendudes rahvusvaheliste kommunikatsiooni väljaõppe raamistustele ning nende võrdlusele Tartu Ülikooli õppekavadega. Uurimuse suurem eesmärk on pakkuda sisendit instituudile ning seda ei pea tegema ilmtingimata vilistlaste kogemusest lähtuvalt. Rahvusvahelised raamistused on väljatöötatud koostöös erinevate professionaalide ja ülikoolidega, mis annavad väärtusliku sisendi arendamiseks õppekavasid universaalselt kasutatavaks üle maailma.

Kokkuvõte

Käesoleva bakalaureusetöö „Tartu Ülikooli kommunikatsiooni erialade õpiväljundid: vilistlaste kogemused ja arvamused“ eesmärgiks on koguda Tartu Ülikooli kommunikatsiooni erialade bakalaureuse- ja magistriõppe vilistlastelt sisendiinfot – vilistlaste hinnanguid õpingutel omandatud teadmiste ning nende rakendamisele erialases töös. Töö tulemusel kaardistatakse, kuidas toetab erialane väljaõpe edasist erialast tööd ning millised puudujäägid õppekavades vajavad arendamist. Bakalaureusetöö on üks osa terviklikust jätku-uuringust 2010. aasta bakalaureusetööde sarjale.

Tartu Ülikoolis on võimalik omandada kommunikatsiooni eriala nii bakalaureuse- kui ka magistriastmes. Bakalaureuseastme lõpetanu omab esmaseid teadmisi ja oskusi erialaseks tööks või edasisteks õpinguteks magistriastmes. Magistriastme lõpetanul on kõik teoreetilised ning praktilised teadmised ja oskused tööks eriala tippspetsialistina. Ka rahvusvaheliselt on väljatöötatud raamistused toetamaks professionaalset ning eesmärgipärast kommunikatsioonialast väljaõpet kõrgkoolides.

Käesoleva bakalaureusetöö tarbeks viidi läbi 20 intervjuud Tartu Ülikooli kommunikatsiooni õppekavade vilistlastega, milles keskenduti teadmiste-oskuste refleksioonile. Käsitatud teadmised-oskused on tuletatud rahvusvahelistest raamistustest ning Tartu Ülikooli õppeprogrammide õpiväljunditest. Töö leidis intervjuude analüüsimisel vastused järgmistele uurimisküsimustele:

1. Kuidas vilistlased tõlgendavad ja rakendavad erinevaid teadmisi-oskusi ning hinnanguid teadmiste-oskuste allikatele?
2. Millised on vilistlaste kommentaarid ning soovitusel õppekavade kohta?
3. Kuidas seostuvad intervjuueeritavate tõlgendused võrdluses 2010. aasta uurimuse tulemustega?

Uurimise tulemustest selgub, et teadmiste-oskuste tõlgendamine varieerub lähtuvalt indiviidi tööülesannetest ning organisatsiooni tegevusvaldkonnast ja eesmärkidest. Teadmiste-oskuste omandamise allikana nähakse nii ülikooliõpinguid kui ka praktilist töökogemust – siinjuures tõusis esile polariseerumine praktiliste ja teoreetiliste teadmiste-oskuste vahel. Praktiliste teadmiste-oskuste puhul hinnati oskuse allikaks eelkõige praktilist töökogemust, teoreetiliste teadmiste-oskuste puhul aga vastupidi ülikooliõpinguid. Samas ilmnis ka homogeenseid

lähenemise teadmiste-oskuste allikale, kus vilistlaste hinnangul on allikaks sümbioos mõlemast – esmane baas omandatakse ülikooliõpingute raames ning seda täiendatakse töö jooksul.

Antud uurimust on võimalik edasi uurida ja arendada mitmel moel. Üheks võimaluseks on viia läbi perioodilisi kordus-uuringuid, eesmärgiga saada järjepidevat sisendit ja tagasisidet õppeprogrammidele. Teisalt aga seada mõnevõrra erinev fookus, tehes kitsendusi või võttes aluseks teisi teoreetilisi lähtekohti.

Summary

The Learning Outcomes of Communication Management Education in University of Tartu: Alumni's Experience and Opinions

In 2010 a series of three Bachelor's thesis was created. The aim of thesis was to analyse how are professional skills, which are the basis of learning outcomes of communication management curriculum, interpreted by alumni (Kask, 2010: 86). In addition the aim was to receive input information for the Master's program in Communication Management. Given thesis „The Learning Outcomes of Communication Management Education in University of Tartu: Alumni's Experience and Opinions“ is a follow-up study, also aimed to receive input information from the bachelor's and master's degree graduates. The results of the thesis provide information about graduates' assessments of the knowledge acquired during studies, how communication management education in University of Tartu supports further professional work and what shortcomings in the curricula need to be developed.

20 in-depth interviews with the alumni of the University of Tartu were carried out. The survey focused on 20 knowledge-skills, that are derived from international frameworks and the University of Tartu's communication education learning outcomes. Given study found answers to following research questions:

1. How alumni interpret and apply knowledge-skills and estimate the sources of acquiring skills?
2. Which are the comments and suggestion on the communication management programm?
3. Which similarities and differences appear between the interpretations compared to 2010 results?

The results of the research show that the interpretation of knowledge and skills varies depending on the tasks, the field of activity and goals of the organization. Both university studies and practical work experience are seen as a source of knowledge and skills – a polarization between practical and theoretical knowledge and skills has emerged. In the case of practical knowledge-skills, the source of the skill was assessed primarily as practical work experience, while in the case of theoretical knowledge-skills, on the contrary, university studies. At the same time, there were also homogeneous approaches to the source of knowledge

and skills, where, according to the alumni, the source is a symbiosis of both - the primary base is acquired within the framework of university studies and is supplemented during the work. Given study can be further researched and developed in several ways. One possibility is to conduct periodic follow-up surveys in order to obtain consistent input and feedback to study programs. Another option is to set different theoretical focuses, for example making constraints in order to get more in-depth results.

Kasutatud kirjandus

Flynn, T., ja Seigny, A. (2009). The paradox of public relations/communications management education in Canada: Taught but not studied. *The McMaster Journal of Communication*, 6(1).

Gregory, A. (2008). Competencies of senior communication practitioners in the UK: An initial study. *Public Relations Review*, 34(3), 215–223.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2008.04.005>

Kalmus, V., Masso, A. ja Linno, M. (2015). Kvalitatiivne sisuanalüüs. K. Rootalu, V. Kalmus, A. Masso, ja T. Vihalemm (toim), *Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas*. Kasutatud 22.05.2022, <https://samm.ut.ee/kvalitatiivne-sisuanalyys>

Kask, K. (2010). *Kommunikatsioonijuhtimise programmi õpiväljundid: vilistlaste kogemus ja arvamused*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava.

Lepik, K., Harro-Loit, H., Kello, K., Linno, M., Selg, M. ja Strömpl, J. (2014). Intervjuu. K. Rootalu, V. Kalmus, A. Masso, ja T. Vihalemm (toim), *Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas*. Kasutatud 22.05.2022, <https://samm.ut.ee/intervjuu>

Manley, D., ja Valin, J. (2017). Laying the foundation for a global body of knowledge in public relations and communications management. *Public Relations Review*, 43(1), 56–70.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2016.10.018>

Meintjes, C., ja Niemann-Struweg, I. (2009). The role of a professional body in professionalization: The South African public relations case. *PRism Online PR Journal*, 6(1). Kasutatud 22.05.2022,
https://www.researchgate.net/publication/46280151_The_Role_of_a_Professional_Body_in_Professionalisation_The_South_African_public_relations_case

O'Neil, J., Moreno, Á., Rawlins, B. ja Valentini, C. (2017). Learning Objectives: What Do Students Need to Know and Be Able to Do for Entry-Level Positions. Toimetaja teadmata, *Fast Forward: Foundations and Future State. Educators and Practitioners. Report on Undergraduate Education* (lk 45-57).

Rubin, H.J., Rubin, I. S. (2005). *Qualitative interviewing: the art of hearing data*. Thousand Oaks; London; New Delhi: SAGE.

Tartu Ülikooli õppeinfosüsteem. (2021a). *Ajakirjandus ja kommunikatsioon (180EAP)*. Kasutatud 22.05.2022, <https://ois2.ut.ee/#/curricula/2487/version/2020/details>

Tartu Ülikooli õppeinfosüsteem. (2021b). *Ajakirjandus ja kommunikatsioon (120 EAP)*. Kasutatud 22.05.2022, <https://ois2.ut.ee/#/curricula/196938/details>

The Commission on Public Relations Education. (2017). *Fast Forward: Foundations and Future State. Educators and Practitioners. Report on Undergraduate Education*. Kasutatud 22.05.2022, <http://www.commissionpred.org/wp-content/uploads/2018/04/report6-full.pdf>

Lisad

Lisa 1. Intervjuukava

Tervist!

Esmalt suur tänu, et oled – kas võib kohe Sina-vormile üle minna? – nõus kohtuma, intervjuud andma ja aitad sellega kaasa ühe olulise uurimistöö valmimisele.

Mina olen *nimi*, Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni *kraad* tudeng ja teen lõputööd teemal *...*.

Alustuseks ütlen, et intervjuu kestab tund-poolteist, nagu ka kirjas sai mainitud. Selle aja jooksul küsin sinult sinu erialase töö kohta. Eesmärk on uurida sinu kui Tartu Ülikooli AKI vilistlase kogemusi tööelus, heita pilk karjäärile, kaardistada sinu professionaalseid oskusi ja teadmisi ning vaadelda ülesandeid ka praegusel töökohal. Kokku koosneb ka intervjuu kolmest osast: individuaalsed teadmised-oskused, kommunikatsioon organisatsioonis ja eesmärgid, väärtused jne.

Loodan siiralt, et tunned küsimustele vastates ennast vabalt. Võta seda kui võimalust kõik südameilt ära rääkida! Kogu meie vestluse salvestan ning hiljem kirjutan intervjuust sõnasõnalise ülesvõtte. Kui soovid, saad pärast töö valmimist tööga ka tutvuda.

KÜSIMUSTE ALGUS

- Soojenduseks – kuidas hetkel läheb... ajad on kiired?

Tartu Ülikooli ja sealset tudengielu ka igatsed?

Kui kaua oled kommunikatsioonivaldkonnas töötanud? Aga praegusel töökohal? Kuidas oma valdkonda arvestades kogu tööstaaži pikkust hindad – on see kommunikatsioonimaastikul arvestatav aeg?

Aitäh! Läheme esimese ploki juurde: oskused ja teadmised.

1.	Suuline ja kirjalik esinemis-, eneseväljendus- ja veenmisoskus.
2.	Oskus olla mentor
3.	Enesedistsipliin ja oskus oma aega planeerida.
4.	Kontoritarkvara kasutamine ja audiovisuaalse produktsiooni oskused.

5.	Oskus ära tunda kommunikatsiooniga seotud probleeme ning leida neile lahendusi.
6.	Oskus kasutada sotsiaalteaduslikke uurimismeetodeid ning viia läbi (väiksemahulisi) uuringuid.
7.	Professionaalse (enese)refleksiooni oskus.
8.	Kriisikommunikatsioon, sh konfliktide kommunikatiivsete vahenditega lahendamise oskus.
9.	Teadmised erinevatest kultuuridest ja nende omapäradest.
10.	Kliendi või partneri vajaduste ärakuulamise, probleemide sõnastamise ja analüüsimise oskus.
11.	Kommunikatsioonimudelite tundmine ning nende kasutamine.
12.	Oskus luua ja rakendada organisatsiooni kommunikatsioonistrateegiat.
13.	Oskus kavandada ja juhtida kommunikatsiooniga seotud projekte.
14.	Kriitiline ja strateegiline analüüsivõime ning julgus otsuseid vastu võtta.
15.	Kutse-eeetika põhimõtete ning õigusliku keskkonna tundmine ja rakendamine.
16.	Oskus kaasata erinevaid partnereid/osapooli kommunikatsiooniga seotud tegevustesse.
17.	Oskus kommunikatsiooniviise ja kanaleid valides arvestada erinevate siht- ja sidusrühmade ehk huvipooltega
18.	Oskus rakendada kommunikatsiooni- ja ühiskonnateooriaid organisatsiooni analüüsid.
19.	Teadmised demokraatia ja majanduse põhimõtetest.
20.	Oskus näha organisatsiooni sotsiaalset vastutust ja rolli laiemas ühiskondlikus kontekstis.
21.	Oskus luua ühist infovälja ja korraldada dialoogi erinevate tasandite ja allüksuste vahel oma organisatsioonis.

2. Oled ära märkinud oskuse/teadmise.....Palun kommenteeri seda lähemalt:

3. Kuidas, milliste töövaldkondade ja ülesannete puhul on seda oskust vaja läinud? Meenuta juhtumit, kui tekkis vajadus seda kasutada?

4. Kas sa mäletad, kuidas sa selle selgeks said (või kus sa seda õppisid)?

Põnev! Tundub, et oleme hoo sisse saanud. Läheme teise osa juurde – räägime lähemalt praegusest tööst.

5. Milline on sinu ametinimetus? Kui analüüsid seda, kuidas hindad ametinimetuse vastavust reaalsele tööülesannetega? (*kui ei vasta ametinimetusega*) Miks? Too palun mõni näide.

6. Millised on sinu igapäevased tööülesanded? On ülesanded ajaga muutunud, kui jah, kuidas tunnetad seda muutust?

7. Palun nimeta peamised tööandja poolt seatud tööülesanded. Kuidas hindad enda ametijuhendi vastavust reaalsele tööülesannetega?

8. Kuidas tunnetad enda töökoormust: teed pigem rohkem või vähem kui ametijuhendis nõutud või vastab koormus tööandja seatud ootustele?

Väga hea! Võib öelda, et pool intervjuust on nüüd tehtud. Mõned küsimused on aga veel jäänud.

9. Vaatame nüüd otsa **kommunikatsiooni töökorraldusele** sinu organisatsioonis – mitu inimest teil kommunikatsiooniga tegelevad? Millega erinevad inimesed täpsemalt tegelevad? Selgita, hindad seda piisavaks või jääb vahel abikätest puudu?

(kui ei tulnud eelnevast vastusest välja): Kas kommunikatsioonitiimil on eraldi osakond/üksus või ollakse suurema osakonna all?

10. (*kui töötab agentuuris, siis ilmselt vastas eelnevalt sellele küsimusele*) Kirjelda lühidalt organisatsiooni üldist struktuuri. (vastaja võib struktuuri joonise vms saata, kui nii lihtsam)

11. Millised tingimused üldisemalt aitavad sul organisatsioonis paremini töötada? Selgita, mida on vaja, et saaksid oma tööd efektiivselt ja edukalt teha.

12. Missugused reeglid/nõuded vm faktorid pärsivad töö tulemuslikkust? Igas töös leidub mõni pipratükk – too mõni näide, milline see sinu töö puhul on.

Viimane plokk! Väärtused, eesmärgid...

13. Millised põhimõtted või väärtused on sinu organisatsiooni kommunikatsioonis? Arutle, kui võrd neid igapäevaselt järgitakse ja kuidas sina ise nendega suhestud.

14. Millised on kommunikatsiooni eesmärgid organisatsioonis? Kommenteeri lähemalt, kuidas nende eesmärkide seadmine käib.

15. Kui sul on ka enda tööle kindlad eesmärgid, räägi, millised need on? Kuidas need kujunevad? Mismoodi kujundavad need igapäevast asjaajamist?

16.

a. -> *IN-HOUSE*

Kuidas väärtustatakse kommunikatsiooni sinu organisatsioonis?

Kirjelda, kui palju kaasatakse sind või kommunikatsiooniüksust näiteks otsustamisprotsessidesse. (*kas ülesanded tulevad juhtkonnalt või kaasatakse kommunikatsiooniosakonda ka ülesannete seadmisel?*)

b. -> *AGENTUUR*

Kuidas väärtustatakse sinu tööd agentuuris?

Kirjelda, kui palju kaasatakse sind näiteks otsustamisprotsessidesse.

**Vastaja selgitab natuke oma sõnadega*, seejärel pakkuda välja skaala:
üldse mitte - pigem vähe - nii ja naa - pigem palju - väga palju*

17. Põhjenda veel lühidalt, miks just see valik.

18. Kui tihti ja mis kanalite kaudu suhtled / suhtlete juhi / juhtkonnaga? Kirjelda koostööd juhi / juhtkonnaga.

19. Lõpetuseks: kui rahul oled enda valitud eriala ja senise karjääriga? Tulevik läheb sama rada mööda või toob uusi plaane?

KÜSIMUSTE LÕPP

Ja ongi küsimustega kõik. Veelkord aitäh, et nõustusid küsimustele vastama! Kui mul tekib lisaküsimusi, kas võin täiendavalt ühendust võtta?
Soovi korral saadan sulle pärast oma lõputöö ka lugemiseks. Kõike head!

Lisa 2. Lõplik valim

Koodide mudel on tuletatud haridustasemest, soost ning majandussfäärist.

1 = Haridustase: bakalaureusekraad (B), magistrikraad (M)

2 = Sugu: naine (N), mees (M)

3 = Intervjueeritava järjekorra number (1-20)

4 = organisatsiooni sektor: avalik (A), erasektor (E), vabakond (V)

5 = erasektori jaotus: *in-house* ehk majasisene (I), büroo/agentuur ehk teenusepakkuja (T)

Nr	Kood analüüsis	Kõrgeim kraad	Majandussfäär	Ametikoht
1	BN1ET	Bakalaureus	Erasektor, teenusepakkuja	Konsultant
2	BN2A	Bakalaureus	Avalik sektor	Kommunikatsioonijuht
3	MN3EI	Magister	Erasektor, <i>in-house</i>	Kommunikatsioonijuht
4	MN4A	Magister	Avalik sektor	Meediaspetsialist
5	BN5EI	Bakalaureus	Erasektor, <i>in-house</i>	Turundusspetsialist
6	BN6ET	Bakalaureus	Erasektro, teenusepakkuja	Nooremprojektijuht
7	MN7EI	Magister	Erasektor, <i>in-house</i>	Head of Marketing and PR / Turundusjuht
8	BM8ET	Bakalaureus	Erasektor, teenusepakkuja	Konsultant
9	MM9ET	Magister	Erasektor, teenusepakkuja	Kommunikatsioonitiimi juht
10	MN10A	Magister	Avalik sektor	Kommunikatsiooninõunik
11	BN11A	Bakalaureus	Avalik sektor	Kommunikatsioonispetsialist
12	MN12ET	Magister	Erasektor, teenusepakkuja	Konsultant
13	BN13V	Bakalaureus	Vabakond	Avalike ja koostöösuhete juhataja
14	BN14ET	Bakalaureus	Erasektor, teenusepakkuja	Nooremkonsultant
15	BN15A	Bakalaureus	Avalik sektor	Kommunikatsioonispetsialist
16	MN16A	Magister	Avalik sektor	Vanempresiesindaja
17	BM17A	Bakalaureus	Avalik sektor	Avalike suhete osakonna nõunik
18	MM18A	Magister	Avalik sektor	Ministri nõunik
19	BN19A	Bakalaureus	Avalik sektor	Kommunikatsiooniosakonna nõunik
20	BN20A	Bakalaureus	Avalik sektor	Meedianõunik

Lisa 3. Nõusolekuvorm

Tartu Ülikooli kommunikatsiooni eriala vilistlaste uuring

Kutsume Teid osalema uuringuteseerias, mille eesmärgiks on kaardistada Tartu Ülikooli kommunikatsiooni eriala vilistlaste tööelu erinevad tahud. Uuring viiakse läbi 2022. aasta märtsist aprillini. Uuringu eesmärk on pakkuda sisendit Tartu Ülikooli kommunikatsiooni õppekava koostamiseks.

Uuringuseeria keskendub Tartu Ülikooli kommunikatsiooni eriala lõpetanud kommunikatsioonipraktikute töö kolmele erinevale teemale:

- ametinimetused, töö sisu ja roll organisatsioonis
- professionaalsed kompetentsid
- õpikogemus Tartu ülikoolis

Uuring viiakse läbi poolstruktureeritud ekspertintervjuudena, mis salvestatakse helisalvesti abil ning salvestised hoiustatakse neljal arvutil, millele on ligipääs vaid antud uuringut läbi viivatel isikutel. Salvestised transkribeeritakse tekstiks, et neid oleks hiljem võimalik analüüsida. Uuringus osalemine on vabatahtlik ja uuritaval on võimalus igal ajahetkel uuringust taganeda.

Uurijad tagavad vastajate transkriptsioonides anonüümsuse ja vastuste konfidentsiaalsuse. Intervjueeritavat ei ole võimalik vastustega seostada. Anonümiseerimise käigus omistatakse igale vastajale oma kood ja intervjuupaik asendatakse üldistava nimetusega (ministeerium, energeetika firma jms).

Uuringu käigus kogutud andmeid kasutatakse eelmainitud eesmärkidel ning uuringu lõppedes jagatakse järeldusi ka Tartu Ülikooliga.

Lisaküsimuste tekkimisel vastame hea meelega Teie küsimustele!

Kui olete nõus uuringus osalema, palun täitke dokumendiga kaasas olev nõusoleku vorm.

Nõusoleku vorm

Mulle,....., on selgitatud, mis on nimetatud uuringu eesmärk ja meetodika ning kinnitan oma nõusolekut osalemiseks allkirjaga. Tean, et uuringu käigus tekkivate küsimuste ja võimalike probleemide kohta saan mulle vajalikku täiendavat informatsiooni uuringu läbiviijalt: (*Eesnimi, perekonnanimi, aadress, e-mail, telefoninumber*)

Uuritava informeerimise ja teadliku nõusoleku leht vormistatakse 2 eksemplaris, millest üks jääb uuritavale ja teine uurijale.

Uuritava allkiri.....




























Kuupäev, kuu, aasta

Uuritavale informatsiooni andnud isiku nimi:

Uuritavale informatsiooni andnud isiku allkiri:

Kuupäev, kuu, aasta.....

Lisa 4. Koodipuu

 Code System	687
●  TIHTI ESINEB	30
●  UUS MÕTE	16
●  Näide	240
●  ühise infovälja loomine	6
●  org sotsiaalne vastutus	12
●  demokraatia ja majandus	3
●  kommkanalid, sihtrühmad	14
●  kommu- ja ühisteooriad	0
●  kaasamine	11
●  kutse-eesitika	4
●  kriitiline ja strateegiline mõtlemine	15
●  kommprojektid	9
●  kommstrateegia	12
●  kommumodelite tundmine	1
●  kliendi/partneri vajadused, probleemide sõnastamine	17
●  teadmised kultuuridest	2
●  kriisikomm, konfliktide lahendamine	10
●  refleksioonioskus	6
●  sots. uurimismeetodid	3
●  kom. probleemid ja lahendused neile	15
●  kontoritarkvara ja AV	8
●  enesedistsipliin ja oskus oma aega planeerida	18
●  Oskus olla mentor	4
▼ ●  Suuline ja kirjalik esinemise-, eneseväljendus- ja veen...	17
+ ●  Õppinud praktikas	107
●  Õppinud koolis	107

Lisa 5. Lihtlitsents

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

1. Mina, Alina Poduškina, annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose “Tartu Ülikooli kommunikatsiooni erialade õpiväljundid: vilistlaste kogemused ja arvamused“, mille juhendaja on Tiiu Taur, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons litsentsiga CC BY NC ND 4.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Alina Poduškina
23.05.2022