



SIHTASUTUS

Kutsekoda



HARIDUS- JA
TEADUSMINISTEERIUM



Euroopa Liit
Euroopa Sotsiaalfond



Eesti
tuleviku heaks

Tööjõuvajaduse seire- ja prognoosisüsteem OSKA

Tulevikuvaade tööjõu- ja oskuste vajadusele:

kultuur ja loometegevus:

audiovisuaalvaldkond, sõna ja keel, turundus ja kommunikatsioon, disain ja kunst,
trükitööstus

Uuringu terviktekst

Tallinn 2019

Kutsekoda

Koostajad: Katrin Pihl, Siim Krusell, Ave Ungro, SA Kutsekoda

Retsensendid: Ragnar Siil, Ivi Lillepuu, Anu-Maaja Pallok, Marju Himma-Kadakas, Andres Jõesaar, Pärtel Vurma

Akadeemiline toimetaja: Olav Aarna, SA Kutsekoda

Keeletoimetaja: Riina Tobias

Täname valdkonna eksperdikogude liikmeid: Kaspar Kaljas, AS Eesti Meedia; Koit Variksoo, AS Grano Digital; Toomas Truuverk, AS Äripäev; Ilona Gurjanova, Eesti Disainerite Liit; Kaire Rannik, Eesti Disainikeskus; Tiia Vihand, Eesti Disainikeskus; Piret Tibbo-Hudgins, Eesti Filmi Instituut; Kadi-Ell Tähiste, Eesti Kaasaegse Kunsti Arenduskeskus; Kadri Rahusaar, Eesti Keeletoimetajate Liit; Kaidi Urmet, Eesti Kirjastuste Liit; Kai Kiudsoo-Värv, Eesti Klaasikunstnike Ühendus; Sofi Aršas, Eesti Klaasikunstnike Liit; Aive Hiiepuu, Eesti Kommunikatsioonijuhtide Liit; Annela Laaneots, Eesti Kommunikatsioonijuhtide Liit; Margus Mets, Eesti Kommunikatsioonijuhtide Liit; Vano Allsalu, Eesti Kunstnike Liit; Marju Himma-Kadakas, Eesti Rahvusringhääling; Leana Jalukse, Eesti Stsenaristide Gild; Katre Savi, Eesti Trüki- ja Pakenditööstuse Liit; Joel Volkov, Eesti Turundajate Liit; Signe Kõiv, Eesti Turundajate Liit; Eliis Pärna, Ekspress Meedia AS, Tiina Muskat, Ekspress Meedia AS; Sigrid Kupenko, Ekspress Meedia AS; Mait Sõõrde, Folger Art AS; Marii Karell, Geenius Meedia AS; Mailis Salvat, Interlex OÜ; Martin Pärn, Iseasi OÜ; Merle Okas, Kroonpress AS; Anu Allas, KUMU Kunstimuseum; Taavi Lehari, La Ewador; Svea-Elen Peters, Luisa Tõlkebüroo; Toomas Kirss, Meediapartner MTÜ; Külli Tammes, Multiprint AS; Marge Liiske, MTÜ BE; Jüri Luud, Orangetime Event OÜ; Riina Tammela, Printall AS; AS Printall, Ülle Verte; Jelena Kopõltsova, Sky Media; Pärtel Vurma, Velvet OÜ; Aet Kull, Eesti Ettevõtluskõrgkool Mainor; Astri Müül, Eesti Ettevõtluskõrgkool Mainor; Ranno Päi, Eesti Ettevõtluskõrgkool Mainor; Anne Pikkov, Eesti Kunstiakadeemia; Jaana Päeva, Eesti Kunstiakadeemia; Kirke Kangro, Eesti Kunstiakadeemia; Kristjan Mändmaa, Eesti Kunstiakadeemia; Jaanus Eensalu, Kõrgem Kunstikool Pallas; Kristina Tamm, Kõrgem Kunstikool Pallas; Riinu Raasuke, Tallinna Majanduskool; Helen Pärk, Tallinna Polütehnikum; Marko Levin; Tallinna Polütehnikum; Andres Jõesaar, Tallinna Ülikool; Krista Aren, Tallinna Ülikool; Janika Nõmmela, Tartu Kunstikool; Kadi Kreis, Tartu Kunstikool; Ragne Kõuts-Klemm, Tartu Ülikool; Terje Loogus, Tartu Ülikool; Ivi Lillepuu, Haridus- ja Teadusministeerium; Meelis Mereküla, Haridus- ja Teadusministeerium; Anu-Maaja Pallok, Kultuuriministeerium; Asta Trummel, Kultuuriministeerium; Maria-Kristiina Soomre, Kultuuriministeerium; Marion Selgall da Silva, Kultuuriministeerium; Mati Kaalep, Kultuuriministeerium; Veronika Valk-Siska, Kultuuriministeerium; Maris Vaht, SA Kutsekoda.

Rakendusuuring on valminud „Ühtekuuluvuspoliitika fondide rakenduskava 2014–2020“ prioriteetse suuna „Prioriteetne suund 1: ühiskonna vajadustele vastav haridus ja hea ettevalmistus osalemaks tööturul“ ELi vahendite kasutamise eesmärgi 5: „Õpe kutse- ja kõrghariduses on suuremas vastavuses tööturu vajadustega“ meetme „Õppe seostamine tööturu vajadustega“ tegevuse „Tööjõuvajaduse seire- ja prognoosisüsteemi loomine“ ehk OSKuste Arendamise koordinatsioonisüsteemi loomine (edaspidi OSKA) eesmärkide elluviimiseks ja tulemuste saavutamiseks.

Väljaandja: SA Kutsekoda

Autoriõigus: SA Kutsekoda, 2019

Eessõnad

On peaaegu võimatu ette kujutada maailma ilma trükitud esemeteta. Trükitud objektid on kõikjal meie ümber ja mängivad olulist rolli meie igapäevases elus – raamat, ajakiri, reklaamplakat, piimapakk, kommipaber, ravimikarp, ehitusvaht, aerosoolvärv, tänavasilt, liiklusmärk, vaip, tapeet, kardin, ID-kaart, pangakaart, juhiluba, pildiga T-särk, foto, ehitusjoonised, noodid, parkimiskell, raha jne. Trükitud võib olla väga erinevatele materjalidele. Trükise roll tootes võib olla väga erinev – toode ise ongi trükis, trükisega edastatakse olulist informatsiooni toote kohta või annab just trükis tootele vajalikud omadused.

OSKA tulevikuvaade tööjõu- ja oskuste vajadusele vaatleb trükitööstust **kultuuri- ja loometegevuse** valdkonna raames. Sektorina kuulub trükitööstus **töötleva tööstuse valdkonda**, olles tugevalt tehniline valdkond. Samas on trükitööstus ka **teenussektor**, kus kvaliteetset tootmisprotsessi pakkudes ollakse partner väga erilaadsetele ettevõtetele väga erilaadsete toodete loomiseks. Eesti trükiettevõtted tegutsevad globaalsel turul (enam kui 50% trükikodade müügikäibest ning üle 75% trükitud pakendimaterjalide tootjate müügikäibest pärineb ekspordist) ning konkurentsipüsimeks peab olema muu maailmaga võrdsel tasemel. Tehnoloogia areneb, trükitööstus digitaliseerub ja automatiseerub, klientide ootused ja vajadused on loonud täiesti uudseid ärimudeleid. Trükitööstuse tulevikku loovad keskkonnasõbralikud materjalid, millele trükkida ning uued värvid ja tehnoloogiad, millega trükkida. Traditsioonilisele trükisele lisaks on tulemuseks tark pakend, nutikas etikett, elektrit juhtivad trükivärvid ja pinnakatted (päikesepaneelid), trükitud elektroonika (sensorid, antennid, patareid) jne. Trükitööstuse pidev areng ja uute materjalide lisandumine seavad jätkuvalt nõudeid ka valdkonnas töötavatele spetsialistidele. OSKA uuringule tuginedes võib kinnitada, et üha olulisemaks muutub võime õppida, omada kriitilist meelt ja loogilist mõtlemist. Väärtust omab tööprotsesside toimimispõhimõtetest arusaamine, kohanemine ja kohandamine. Tehniliste oskuste kõrval omavad samavõrd suurt väärtust meeskonnatöös olulised isikuomadused, valmisolek panustada ühistesse eesmärkidesse ja keskenduda olulisele.

OSKA raport on esmakordne analüüs ja tulevikuvaade trükitööstusele, mis koostatud trükitööstuse kõiki osapooli kaasates. Valminud järeldused ja esitatud ettepanekud on aga heaks aluseks Eesti trükitööstuse tuleviku kujundamisel õppeasutuste, ettevõtete, erialaliidu ja riigi koostöös. Me elame trükitud maailmas, mille loomisse on kaasatud väga erinevate erialade inimesed. Trükitööstuse pikk ajalugu, pidev areng ja kindel koht tuleviku majanduses pakub käegakatsutava väärtuse loomist ja mitmekülgsete tehnoloogiliste teadmiste kombineeritud rakendamist oma igapäevatoös. Vali endale tulevikueriala trükitööstuses!



Katre Savi

Eesti Trüki- ja Pakenditööstuse Liidu tegevjuht

Järjekordne tulevikku vaatamise harjutus on siinse aruande valmimisega selleks korraks sooritatud. Uuringu käigus unistati, arutleti ja vaieldi üheskoos teemade üle, mis puudutavad viie kultuuri ja loometegevuse alavaldkonna tööjõu- ja oskuste vajadusi lähema kümne aasta jooksul ning millised on valdkonna põhikutsealad praegu ja tulevikus. Teisisõnu meenutasime tulevikku olukorras, kus töötamise ja eneseteostuse viisid on kardinaalselt muutumas, digimaailma ja tehnoloogia kiire areng puudutab kõiki eluvaldkondi, tarbija ootustele, väärtustele ja harjumustele tuleb üha enam tähelepanu pöörata ning meie kodune tegevusväli kujuneb järjest rahvusvahelisemaks. Suure tõenäosusega on neis valdkondades kümne aasta pärast rida kutsealasid ja tegutsemisviise, mida me praegu ei ole võimelised ette kujutama, rääkimata kirjeldamisest.

Kultuuri- ja loomeprotsessides on loovus ja anded kesksel kohal ning väärtusahela kontekstis räägitakse pigem kollektiivsest kui individuaalsest loovusest. Et loovus ja anded parimal võimalikul moel realiseeruksid, on vaja teadmisi, oskusi ja koostööd. Ühine, sageli multikultuurne või transdistsiplinaarne tegutsemine eeldab teistsuguseid oskusi, isikuomadusi ja ka ärimudeleid, kui räägime intellektuaalse omandi loomise ja kasutamise kaudu heaolu ning töökohtade loomisest. Loova majanduse käsitluses tähendab loovus pigem tegutsemisviisi kui kindlaid oskusi või andeid.

Arenguseire Keskusel valmis 2018. aasta lõpul tööturu tulevikusuundade ja -stsenaariumide aruanne „Tööturg 2035“¹, mis tutvustab huvilistele tuleviku Eesti olulisemaid tööturumuutusi ning aitab neid lahti mõtestada. Uurimisprojekti eesmärk oli kirjeldada, milliseks võib kujuneda Eesti tööturg aastani 2035 meid peamiselt mõjutavate tegurite koosmõjul ning millised on olulisemad arenguteedest lähtuvad nüansid, mis vajavad otsuseid juba praegu. Seega oleks lugejal igati asjakohane kõrvutada siinset kultuuri- ja loomesektori tööjõu- ning oskuste vajadusi kirjeldavat aruannet kõnealuse linnulennuvaatega, sest meie ülesanded ja arenguperspektiivid on sõltumata eluvaldkonnast või elukutsest globaalsete ja tärkavate trendide taustal üldjoontes siiski samad.

Lisaks tuleb silmas pidada tõsiasja, et kultuuri- ja loomesektor on nii Euroopas, Ameerikas kui ka Aasias üks kõige dünaamilisematest ja kiiremalt arenevatest sektoritest, mille tulevikku vaatamisel ei ole tagasivaatepeeglist kiikamisest just palju abi. Seega vajame omajagu julgust eksperimenteerida ja ka läbi kukkuda ning tarkust seniseid arusaamu ümber mõtestada. Siinjuures on hea teada, et loovus on ammendamatu vara ning globaliseerumise hoogustumisest hoolimata tegutseme eesti rahvuse, keele ja kultuuri säilimise heaks. Rahvusvahelistumist võib pidada meie kujunemisloos lahutamatuks osaks, kuna läbi aastasade on Eesti kultuuriruumi kujundanud kokkupuude teiste rahvastega. See on andnud meile oskuse kohaneda, jäädes seejuures iseendaks ja omanäoliseks.



Anu-Maaja Pallok

Kultuuriministeeriumi loomemajandusnõunik

¹ Arenguseire Keskus, 2018. Tööturg 2035. Tööturu tulevikusuundad ja -stsenaariumid. Tallinn: Arenguseire Keskus

2018. a OSKA hariduse ja teaduse uuringu eessõnas professor Mati Heidmetsa öeldu kehtib ka nüüd: „Üha rohkem on vaja oskusi ja nutikust seda tarkust kasutada, olla otsiv, loominguline ja ettevõtlik ning saada hakkama üha suureneva määramatusega maailmas.“

Kui üldine määramatus tõesti suureneb, siis üks maailma trend on siiski üsna selge – meie elu meediastub. Järjest enam oleme nii tööl kui ka vabal ajal seotud erinevate ekraanide vahendusel kulgevate lugudega. Neid lugusid ise luues või siis teiste loodut jälgides ja jagades; infoväljas kulgevatest lugudest õppides ja ka ise teisi mõjutades. Me oleme kilud (*kirjutajad-lugejad*) üleilmses kirevas-vürtsikas meediakonservis. Olgu milline kommunikatsioon tahes, kodanike ja riigi, ettevõtete ja/või tarbijate või lihtsalt inimeste omavahelises suhtluses – kõigis neis tulevad kasuks ühiskonnas toimuvate muutustega toimetuleku ja uute tehnoloogiate rakendamisega seotud teadmised ning oskused. Tavaelus piisab algteadmistest, kuid paljudel erialadel muutub eesmärgistatud loojutustamise spetsiifika tundmine järjest olulisemaks. Mõiste 'loojutustus' hõlmab siinse uuringu kontekstis mitmeid loomingulisi ja tehnilisi erialasid, mille kaasabil luuakse, kujundatakse ja edastatakse erinevaid tekste eri meediumides impersonaalse ja/või personaalse kommunikatsiooni eesmärgil. Kõik need tegevused vajavad erialapõhiseid spetsiifilisi oskusi. Neile lisaks nõuab tuleviku tööturg ka universaalseid, ajas kestvaid üldoskusi ning isikuomadusi alates koostöö- ja suhtlemisoskusest, kriitikaluvusest, kiirest kohanemisvõimest, strateegilisest ja kontseptuaalsest mõtlemisest kuni uuenduslikkuse ja loovuseni. Kusjuures loovus on praeguseks jõudnud tuleviku tööjõuoskuste hinnangulise pingerea tippu².

Uuringus analüüsitud kultuuri- ja loometegevuse erialade töökohti ei ohusta ülevõtmine robotite poolt, pigem vastupidi – tänu tehnoloogia arengule tekib valdkonnas uusi töökohti ja tööturul muutub järjest olulisemaks loovoskuste omandamine. Loovuses jäävad robotid inimestele alla. Peale loovuse olulisuse rõhutab sinne raport veel (digitaalse) loojutustuse kui spetsiifilise oskuse tähtsust ja järjest suurenevat interdistsiplinaarsust. Valdkonna arengutrende hinnanud eksperdid rõhutavad erialadevaheliste piiride hägustumist. Koolis omandatavad oskused, mis võivad tunduda tulevikus eriala ette määravatena – näiteks süvendatud keeleõpe viitaks filoloogiks saamisele –, osutuvad muutuv maailmas suureks eeliseks hoopis uutes ametites. Nii näiteks on hea võõrkeel(te)oskus(t)ega spetsialistil suur eelis välisturgudele suunduva ettevõtte turundusjuhi kohale kandideerimisel. Väga hea eesti kirjakeele tundmist ning head kirjutamisoskuse vajadust rõhutati peaaegu kõigis tööandjate ja ekspertide antud intervjuudes.

Raporti koostajad toovad välja ka ühe valdkonna spetsiifilise, kuid väga olulise aspekti: kunsti, keele ja kultuuri õppekavad on Eesti rahvuskultuuri jätkusuutlikkuse ja säilimise seisukohast olulised. Seega ei saa nende erialade puhul tööjõuvajadust hinnates arvestada ainult majanduslikke aspekte või tööturu vaatenurka, vaid tuleb silmas pidada ka valdkonna kultuuripoliitilist mõõdet. Tuleviku tööturg tervikuna on senisest palju dünaamilisem. Selleks, et muutuvate oludega kiiremini ja paremini kohaneda, soovib raport parendada koolide, erialaühenduste ja tööandjate koostööd mh ametite ja valdkonna tutvustamisel ja kuvandiloomel, kutsestandardite väljatöötamisel, praktikakorralduses ning õppejõudude järelkasvu küsimuses, samuti tuleks senisest enam tegeleda õppe kvaliteediga.

² Marr, Bernard (2019). *The 10 Vital Skills You Need For The Future Work*. Forbes.

<https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2019/04/29/the-10-vital-skills-you-will-need-for-the-future-of-work/>

Loodetavasti saab uuring olema tõhusaks abiks mõjusate tulevikulugude loojate koolitamise kvaliteedi tõstmisel, kutsub haridusasutusi ja ettevõtteid suuremale koostööle, toetab sektori tööandjaid ja innustab uute ettevõtmiste algatajaid.



Andres Jõesaar

Tallinna Ülikooli arendusprorektor loometegevuse ja koostöösuhete alal

Sisukord

Eessõnad.....	3
Sisukord	7
Lühendid	9
Lühikokkuvõte	10
Sissejuhatus	15
Metoodika	17
1. Valdkond, alavaldkonnad ja põhikutsealad.....	22
1.1. Kultuuri- ja loometegevuse valdkonna määratlus	22
1.2. Põhikutsealade määratlus	24
1.3. Põhikutsealade kirjeldus.....	27
2. Valdkonna tööjõu- ja oskuste vajadust mõjutavad trendid, uuringud ja arengukavad	43
2.1. Valdkonna arengut mõjutavad trendid ja mõjurid.....	43
2.2. Riigi õigusaktid, arengudokumendid ja valdkonna uuringud	58
2.3. Valdkonna võimalikud uued ametid.....	64
2.4. Lühikokkuvõte	65
3. Valdkonna majanduslik seisund ja selle arengudünaamika	67
3.1. Üldised majandus- ja hõivetrendid	67
3.2. Audiovisuaalvaldkond	68
3.3. Kirjastamine, tõlkimine ning trükindus	74
3.4. Turundus ja kommunikatsioon.....	79
3.5. Disain ja kunst.....	82
3.6. Põhikutsealadel hõivatute profiil	85
3.7. Kultuuri- ja loometegevuse valdkonda kõrvaltööna panustamine	87
3.8. Lühikokkuvõte	88
4. Valdkonna oskuste vajadus	90
4.1. Põhikutsealade oskuste vajaduse muutused	90
4.2. Kutsestandardite vajadus	99
4.3. Lühikokkuvõte	101
5. Valdkonna tööjõuvajadus ja hõiveprognoos	103
5.1. Hõivatute arvu muutus põhikutsealadel	103
5.2. Audiovisuaalvaldkonna põhikutsealade hõiveprognoos ja tööjõuvajadus	105
5.3. Sõna- ja keelevaldkonna põhikutsealade hõiveprognoos ja tööjõuvajadus	107

5.4. Turunduse ja kommunikatsiooni valdkonna põhikutsealade hõiveprognoos ja tööjõuvajadus	109
5.5. Disaini- ja kunstivaldkonna põhikutsealade hõiveprognoos ja tööjõuvajadus	110
5.6. Trükitööstuse valdkonna põhikutsealade hõiveprognoos ja tööjõuvajadus.....	113
5.7. Kokkuvõte.....	115
6. Koolituspakkumine	116
6.1. Üldised haridustrendid statistika põhjal	117
6.2. Audiovisuaalvaldkond	119
6.3. Sõna ja keel.....	123
6.4. Turundus ja kommunikatsioon.....	128
6.5. Disain ja kunst.....	132
6.6. Trükitööstus.....	138
6.7. Õppe kvaliteet ja arenguvajadused	139
6.8. Lühikokkuvõte	151
7. Tööjõuvajaduse ja -pakkumise võrdlus	153
7.1. Audiovisuaalvaldkond	153
7.2. Sõna ja keel.....	154
7.3. Turundus ja kommunikatsioon.....	155
7.4. Disain ja kunst.....	156
7.5. Trükitööstus.....	157
7.6. Lühikokkuvõte	158
8. Kultuuri- ja loometegevuse valdkonna uuringu järeldused ja ettepanekud	159
8.1. Audiovisuaalvaldkonna kitsaskohad ja ettepanekud	159
8.2. Sõna- ja keele alavaldkonna kitsaskohad ja ettepanekud.....	162
8.3. Turunduse ja kommunikatsiooni alavaldkonna kitsaskohad ja ettepanekud	165
8.4. Disaini ja kunsti alavaldkonna kitsaskohad ja ettepanekud	167
8.5. Trükitööstuse alavaldkonna kitsaskohad ja ettepanekud	171
Kasutatud allikad	174
LISA 1. Olulisemad mõisted	180
Lisa 2. Analüüsitud õppekavad	183
Lisa 3. Intervjueeritute nimekiri	190
Lisa 4. Alavaldkondlike eksperdikogude liikmed	193
Lisa 5. Ekspertintervjuu kava.....	195
Lisa 6. MKM-i prognoosi metoodika asendusvajaduse kohta.....	198

Lühendid

AV – audiovisuaal

BAK – bakalaureuseõpe

EAS – Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus

EKI – Eesti Konjunkturiinstituut

EKKA – Eesti Kõrg- ja Kutsehariduse Kvaliteediagentuur

EL – Euroopa Liit

EMTAK – Eesti Majanduse Tegevusalade Klassifikaator

ETPL – Eesti Trüki- ja Pakenditööstuse Liit

ETU – Eesti tööjõu-uuring

HTM – Haridus- ja Teadusministeerium

ISCED – rahvusvaheline ühtne hariduse liigitus

ISCO – ametite klassifikaator

KUM – Kultuuriministeerium

KUT – kutseharidus

MA – magistriõpe

MKM – Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium

PKA – põhikutseala

RAK – rakenduskõrgharidusõpe

REL 2011 – rahva- ja eluruumide loendus 2011

VEK – valdkondlik eksperdikogu

Õppeasutused

EKA – Eesti Kunstiakadeemia

TalTech – Tallinna Tehnikaülikool

TLÜ BFM – Tallinna Ülikooli Balti filmi, meedia, kunstide ja kommunikatsiooni instituut

TÜ – Tartu Ülikool

Lühikokkuvõte

OSKA kultuuri ja loometegevuse valdkonna uuring otsib vastust küsimusele, milline on valdkonna tööjõu- ja oskuste vajadus lähema kümne aasta jooksul ning esitab ettepanekud, kuidas tööjõu- ja oskuste vajadust täita. Lühikokkuvõttes on välja toodud uuringu kõige olulisemad tulemused.

Käesolev uuring kirjeldab **audiovisuaal-, sõna ja keele, disaini ja kunsti, turunduse ja kommunikatsiooni ning trükitööstuse** alavaldkonna ja põhikutsealade tööjõu ja oskuste vajadust. Toodud jaotus on samas tinglik, kuna mitmetel põhikutsealadel ollakse ametis mitmetes alavaldkondades või kogu majanduses. Alavaldkondade põhikutsealadel **töötajaid on kokku ligikaudu 14 000**. Kultuuri ja loometegevuse valdkonnale on iseloomulik, et majanduslikku panust antakse arvestataval määral kõrvaltegevusena (eriti kunstis, fotograafias, keeletespetsialistide puhul). **Kuna kasutatud hõiveproгноos koondab põhitööna panust andvaid hõivatuid, on koguhõive mõnevõrra alahinnatud.**

Uuringu puhul tuleb rõhutada, et statistilisel mudelil põhinevad tulemused ei peegelda nii-öelda kogu pilti, vaid ainult ühte osa sellest. Suure pildi puhul on kaalukaks põhjenduseks see, et **kunsti, keele ja kultuuri õppekavad on Eesti rahvuskultuuri jätkusuutlikkuse ja säilimise seisukohast olulised**. Seega ei saa nende erialade puhul tööjõuvajadust hinnates arvestada ainult majanduslikke aspekte või tööturu vaatenurka, vaid tuleb silmas pidada ka valdkonna kultuuripoliitilist mõõdet. Arvestada tuleks sedagi, et osa tasemeõppe lõpetajatest peaks suunduma ka teadusesse akadeemilist karjääri tegema. See on kõrgharidusõppe jätkusuutlikkuse oluline eeldus .

Kultuuri ja loometegevuse valdkonna tööjõu ning oskuste vajadust mõjutavad tulevikus trendidest enim sotsiaal-demograafilised muutused, tehnoloogia areng, töövormide ja töökultuuri teisenemine ning tarbija ootuste ja väärtuste muutumine. Lisaks mõjutavad igat alavaldkonda spetsiifilised suundumused nagu rahvusvahelistumine, tarbijakäitumise ja -harjumuste ning ärimudelite muutus. Nii rahvusvaheliste uuringute kui ka intervjueeritud ekspertide hinnangul **ei ole enamik kultuuri ja loometegevuse põhikutsealasid tehnoloogiaga asendatavad** (erand on trükitööstus) ning **pigem loob tehnoloogia areng selles valdkonnas töökohti juurde**. Lähtudes kultuuri- ja loometegevuse väärtusahelast³, võib uuringutulemuste põhjal väita, et automatiseerimine mõjutab enim põhikutsealasid, mis on seotud levitamise, vahendamise ja tarbimise etappidega. Hoolimata sellest, et paljud tehnoloogilised lahendused – nt automaatsed kaamerad või valgustid ning tehisintellekt – on maailmas juba laialdaselt kasutusel, ei näe intervjueeritud eksperdid nende kasutuselevõttu Eestis lähimatel aastatel, kuna ettevõtetel puudub vastavateks investeeringuteks valmisolek ja võimalused.

Kultuuri ja loometegevuse uuringus käsitletud alavaldkondade põhikutsealade hõive- ja tööjõuproгноos ühegi põhikutseala osas hõive olulist langust ega tööjõuvajaduse vähenemist ette ei näe:

- sõna ja keele ning trükitööstuse alavaldkondade hõive- ja tööjõuvajadus jääb lähitulevikus **stabiilseks**;

³Madudova, E. Creative industries value chain: The value chain logic in supply chain management <http://aimijournal.com/Pages/ADMSPages/Search/SearchClassifiedArticlesList.aspx?SimpleSearch=true>

- audiovisuaalvaldkonna ning turunduse ja kommunikatsiooni alavaldkonna põhikutsealasid ootab ees **väike kasv** ning tööjõuvajadus pigem kasvab;
- disaini ja kunsti alavaldkonnas ootab disainereid ees **keskmine kasv**. Kunstnike arv jääb **stabiilseks** ning disaini ja kunsti tehnilisi teostajaid ning koordinaatoreid ootab ees **väike kasv**.

Õppijate arv kõrghariduses on valdavalt langenud, aga kutsehariduses jäänud stabiilseks või kasvanud:

- asendusvajadusest ning hõivemuutustest tulenevalt vajavad valdkonna põhikutsealad lähema 5–10 aasta jooksul igal aastal kokku ligi **300 uut töötajat**, neist ligikaudu 120 kunsti ja disaini, 40 audiovisuaalvaldkonna, 60 turunduse ja kommunikatsiooni, 50 sõna ja keele ning 25 trükitööstuse põhikutsealadele;
- **kõige enam lõpetajaid** on sõna ja keele valdkonna põhikutsealadel – viimase kolme aasta keskmisena lõpetas ligi 450 üliõpilast. Ligi 400 lõpetajat oli ka disaini ja kunsti valdkonna põhikutsealadel;
- audiovisuaalvaldkonna lõpetajate arvu ja selle kasvu on oluliselt mõjutanud välisüliõpilaste suur osatähtsus.
- kuigi sõna ja keele valdkonna põhikutsealadel oli kõige enam lõpetajaid, on lõpetajate üheks **oluliseks rakendusvõimaluseks** keele ja kirjanduse õppekavadel tööle asumine õpetajana. Samuti on kultuuri ja kirjandusega seotud õppekavade lõpetajad mõeldud rakenduma kultuurivaldkonnas laiemalt.
- lõpetajate arv turunduse ja kommunikatsiooniõppe kõrghariduses on langenud, kutsehariduses aga kasvanud. Peamiselt käib see just turundusspetsialiste koolitavatele õppekavadele vastuvõtu kohta. Üle 25-aastaste õppijate osatähtsus 2018/19. õppeaastal oli üle poole kõigist õppijatest ning võib öelda, **et õppijate arvu kasvu taga kutsehariduses ongi täiskasvanud õppija**.
- disaini ja kunsti valdkonna põhikutsealadele on õpet andvaid koole kõige enam, nii kõrg- kui ka kutsekoole, ning just kutsehariduses on palju täiskasvanud õppijaid.
- trükitööstusele koolitab uut tööjõudu peamiselt üks kutsekool. Lõpetajaid on vähe ja peamiselt tuleb pöörata tähelepanu **lõpetajate rakendumisele trükitööstuses ja nende oskustele**.
- valdkonna hariduse puhul tuleb esile, et lõpetajatele antavat haridust võib käsitleda kui **olulist lisaoskust/pädevust**, millega kas leida endale lississetulekut või kasutada täiendava oskusena muus ametis.

Enamikul valdkonna põhikutsealadel ületas koolituspakkumine küll tööjõuvajadust, kuid valdkonna eripärade tõttu (panustamine kõrvaltööna, oskuste kasutamine muudes ametites, täiskasvanud õppijate rohkus kutsehariduses, olulisus eesti keele ja kultuuri seisukohast) ei saa lähtuda vaid statistilisest tasakaalu hinnangust:

- tööjõuvajaduse ja koolituspakkumise võrdlus näitas, et audiovisuaalvaldkonna põhikutsealadele on **koolituspakkumine ja tööjõuvajadus üldjoontes tasakaalus**. Samas on eksperdid arvanud, et kõigile audiovisuaalse sisu loojatena töötavatele inimestele ja lõpetajatele ei pruugi leiduda stabiilset ja püsivat erialast rakendust;
- koolituspakkumine ajakirjaniku põhikutsealale ületab statistiliselt **mõnevõrra küll tööjõuvajadust**, kuid vahe ei ole kuigi suur, eriti kui arvestada lähiaastate lõpetajate prognoosi. Valdkonna eksperdid on toonud kitsaskohtadena välja seda, et antav õpe ei vasta alati tööandjate vajadustele, mis

ekspertide hinnangul on üheks põhjuseks, miks ajakirjanduse eriala lõpetanutel puuduvad selged eelised tööle saamisel;

- keeletespialistide osas ületab koolituspakkumine OSKA statistilise analüüsimudeli järgi **oluliselt tööjõuvajadust**;
- turundusspialistide osas ületab koolituspakkumine OSKA statistilise analüüsimudeli kohaselt **oluliselt tööjõuvajadust**. Turundusspialistide puhul viivad tööjõuvajaduse ja koolituspakkumise tasakaalust välja eelkõige turundust õpetavad kutsekoolid, kus suur osa õppijatest on täiskasvanud;
- kommunikatsioonispialistide osas ületab koolituspakkumine samuti OSKA statistilise analüüsimudeli järgi **oluliselt tööjõuvajadust**. Õppijate arv on samas oluliselt langenud, mistõttu lähiaastatel on lõpetajaid mõnevõrra vähem;
- koolituspakkumine disaineri põhikutsealale ületab OSKA statistilise analüüsimudeli järgi **mõnevõrra tööjõuvajadust**, samuti ei ennusta langust lõpetajate prognoos lähiaastatel. Mõningasest ülepakkumisest hoolimata **kasvab** lähitulevikus **tööjõuvajadus disainerite (eriti toote-, teenuse-, interaktsiooni-, kasutajakogemuse disainerite) järele** ja seda kogu majanduses;
- kunstnike osas ületab koolituspakkumine OSKA statistilise analüüsimudeli järgi oluliselt tööjõuvajadust. Lähiaastate prognoos näitab siiski lõpetajate arvu langust;
- koolituspakkumine disaini ja kunsti tehnilise teostaja põhikutsealale ületas OSKA statistilise analüüsimudeli järgi oluliselt tööjõuvajadust ning see ei muutu ka lähiaastate lõpetajate prognoosi tulemusi arvestades. Oluline on silmas pidada, et sageli tullakse vastavatele õppekavadele, näiteks kujundaja omale, saama **täiendavaid lisaoskusi**, mida kasutatakse muudes ametites töötamiseks;
- trükitööstuse põhikutsealade **koolituspakkumine ja tööjõuvajadus on tasakaalus**.

Üleilmsete trendide ja valdkonna arengu tõttu muutuvad erinevatel põhikutsealadel järjest olulisemaks järgmised alavaldkonnaspetsiifilised oskused

audiovisuaalvaldkond – üldkultuurilised teadmised ja lai silmaring; loo jutustamise oskus; multifunktsionaalsus ja roteerumine filmi ja televisiooni vahel; müügi- ja turundusalased oskused; eneseväljendusoskus.

sõna ja keel – kultuuriline ja ühiskondlik tajus; loo jutustamise oskus; digi- ja tehnoloogiaalased oskused, sh andmete visualiseerimine, pildi- ja videotöötlusprogrammide kasutamine, videote monteerimine jmt; müügi- ja turundusalased oskused; kirjalik ja suuline eneseväljendusoskus; esinemisjulgeus ja -oskus; info tõlgendamise ja analüüsioskus.

turundus ja kommunikatsioon – multifunktsionaalsus ja lai ampluaa; digipädevused, sh sotsiaalmeedia ning erinevad võrgustikud; suuline ja kirjalik eneseväljendusoskus; võõrkeelte oskus; suhtlemispsühholoogia; (andme)analüüsioskus; finantskirjaoskus ja projektijuhtimine.

disain ja kunst – teabe esitamise oskus; transdistsiplinaarsus ja orienteerumine erinevates tehnikates ning nende kasutamise oskus; keskkonnateadlikkus ja ringdisaini pädevused; universaalsidaini pädevused; materjalitunnetus ja -tehnoloogiate tundmine; digipädevus ja erinevate tehnoloogiliste abivahendite kasutamise oskus.

trükitööstus – lai amplituuda ning erinevate seadmete, masinate ja tehnoloogiate kasutamise oskus; trükitehnoloogiaalased oskused; digipädevus, sh oskus töötada erinevate tarkvaradega ning oskus kasutada ja analüüsida trükiprotsessi käigus tekkivaid andmeid.

Üha olulisemaks muutub valmisolek ja oskus täita erinevaid funktsioone ja laia amplituuda ülesandeid, kuna edukas töötamine valdkonnas eeldab oskusi erinevatelt kultuuri ja loometegevuse põhikutsealadelt. Lisaks on vaja valdkonna arenguks tõsta ja arendada koolilõpetajate ning valdkonnas juba aktiivsete töötajate järgmise üldoskuste ja isikuomaduste taset:

- koostöö- ja suhtlemisoskus, sh suhtlemispsühholoogia tundmine;
- ettevõtlus-, õigus- ja majandusalane pädevus;
- inimeste juhtimise oskus;
- transdistsiplinaarse koostöö oskused;
- uuenduslikkus ja loovus;
- kriitikataluvus;
- kiire kohanemisvõime;
- strateegiline ja kontseptuaalne mõtlemine;
- rahvusvahelise koostöö oskus, mh oskus töötada mitmekultuurilises keskkonnas ja orienteerumine erinevates kultuuriruumides.

Valdkonnas on vaja parandada koolide, erialaühenduste ja tööandjate koostööd, mh ametite ja valdkonna tutvustamisel ja kuvandiloomel, kutsestandardite väljatöötamisel, praktikakorralduses, õppejõudude järelkasvu küsimuses, samuti tuleb senisest enam tegeleda õppe kvaliteediga:

- audiovisuaal- ja trükitööstuse alavaldkondades on vaja välja selgitada erialaste täienduskoolituste vajadus, et koolid saaksid ettevõtete ootustele vastavaid koolitusi pakkuda;
- tööandjad tunnetavad vajadust kutsestandardite järele turunduse ja kommunikatsiooni, disaini ja audiovisuaalvaldkonnas;
- tulevaste tippspetsialistide koolitamise takistuseks võib saada õppejõudude järelkasvu puudus, kus eriti kõrghariduse puhul süveneb probleem akadeemilise ja tööturu pakutava palga erinevuses. Seetõttu ei ole valdkonna spetsialistid motiveeritud õppetegevuses kaasa lööma, mistõttu kannatab omakorda õppe kvaliteet ja selle vastavus tänapäeva nõuetele;
- mikro- ja väikeettevõtete suur osakaal ning projektipõhine ja vabakutseline töö valdkonnas on põhjustanud pädevate ja motiveeritud praktikajuhendajate puuduse;
- tööandjad ei näinud mitmetes alavaldkondades mitte niivõrd tasemeõppe ülepakkumist (pigem vastupidi), kuivõrd seda, et tööandjate ootused koolilõpetajate oskustele ja pädevustele ei vasta tegelikult õppeasutuse poolt pakutavale ja kohati ka koolide nägemusele. Seetõttu tuleks ennekõike tegeleda õppe sisuga, mh õpiväljundite vastavusega tööandjate ootustele;
- audiovisuaal- ning disaini ja kunsti alavaldkondades on mitmeid ameteid, mille vastutusulatus ja kompetentsid on üheselt defineerimata ja kirjeldamata. Sellest tulenevalt jäävad valdkonnas tegutsevatele spetsialistidele lisaks infosulgu ka potentsiaalsed õppurid, kes võivad teatud erialavalikus pettuda;
- disaini-, keele- ja trükitööstuse erialade kuvand ja populaarsus kannatavad siiani vananenud stereotüüpide ja ekslike müütide tõttu, mistõttu ei ole sisseastujad täielikult teadlikud nende alavaldkondade karjäärivõimalustest;

- kultuuri ja loometegevuse valdkonna õpe eeldab peaaegu kõigil erialadel kompleksset ja kulukat materiaaal-tehnilist baasi, mille haldamine ja uuendamine on väga kallis. Tulevikku silmas pidades tuleks kaaluda, kas mingite erialade puhul on mõistlik tehniliste lahenduste ülalpidamine koolide poolt, tuleks need tehnoloogia kiire arengu tõttu hoopis teenusena sisse osta või hoida tehnilist baasi koostöös tööandjatega.

Kultuuri ja loometegevuse valdkonnas peitub seni kasutamata arengu- ja innovatsioonipotentsiaal nii riigisiselt kui ka ekspordis:

- keeletespetsialistid võiksid täiendavate (nt majandus-, ettevõtlus-, turundus-, kommunikatsiooni-, loovkirjutamis-) oskuste ja pädevuste lisandumisel senisest suuremal määral rakendust leida ka teistes sektorites, sh ettevõtluses;
- kõrgemat lisandväärtust andva majandustegevuse suunas liikumiseks peavad ettevõtete ja organisatsioonide ärimudelid toetama koostööd, mille tulemusena töötatakse edukas toode või teenus välja meeskonnatööna, milles disaineril on kandev roll;
- disainiteadus on Eestis suure arengupotentsiaaliga ning seni ei ole piisavalt hästi mõtestatud ja selgitatud, millist väärtust disain ühiskonnas luua võib;
- kultuuri ja loometegevuse valdkonna spetsiifilised oskused on universaalselt rakendatavad kogu majanduses.

Sissejuhatus

Vabariigi Valitsus kiitis 2014. aasta veebruaris heaks tööturu vajaduste ja koolituspakkumise paremaks sidumiseks tööturu seire ja prognoosi ning oskuste arendamise koordinaatsioonisüsteemi kontseptsiooni. Seda on lühidalt hakatud nimetama OSKA süsteemiks ehk lihtsalt OSKA-ks⁴. OSKA arendamist koordineerib SA Kutsekoda. OSKA eesmärk on tööturul toimuvate muutuste ja ühiskonna vajaduste võimalikult kiire jõudmine koolituspakkumisse. Vajalike teadmiste ja oskustega tööjõu nappus on demograafiliste muutuste ja madala töötuse määra taustal muutunud ettevõtetele üheks suurimaks arengut takistavaks teguriks. Samuti on Eesti seadnud konkurentsivõime kavas „Eesti 2020“ keskseks eesmärgiks tootlikkuse ja tööhõive⁵ tõstmise. OSKA seob mitmete tööturu osapoolte ekspertteadmiste haridus- ja koolitusteenuste struktuuri, mahu ja sisu planeerimist toetavaks süsteemiks, toetab tööandjate ja õppeasutuste koostööd õppekavade arendamisel ning ajakohase tööturu info jõudmist karjääriteenustesse. Selle saavutamiseks tehakse OSKA programmi raames detailsemad tööjõu- ja oskuste vajadust käsitlevad uuringud keskmiselt viie majandusvaldkonna kohta aastas.

Uuringu aruandes esitatakse OSKA raames läbi viidud **kultuuri- ja loometegevuse** valdkonna rakendus-uuringu tulemused audiovisuaal-, sõna ja keele, turunduse ja kommunikatsiooni, disaini ja kunsti ning trükitööstuse alavaldkondades. Eestis loetakse loomemajanduse valdkondadeks arhitektuuri, audiovisuaalvaldkonda (sh film ja video, ringhääling), disaini, etenduskunste, kirjastamist, kunsti, kultuuripärandit (sh muuseumid, raamatukogud, käsitöö), meelelahutustarkvara (sh mängud ja meelelahutuskeskkonnad), muusikat ja reklaami, kuid tulenevalt uuritavate alavaldkondade arvust ning OSKA rakendus-uuringute fookusest ei jälgi käesoleva uuringu struktuur varasemaid sarnaseid uuringuid.⁶ Näiteks arhitektuuri valdkond on käsitletud 2017. aastal ilmunud OSKA ehituse uuringus.⁷ Lisaks käesolevale aruandele valmis paralleelne kultuuri- ja loometegevuse uuringu aruanne, mis keskendub tööjõu- ja oskuste vajaduse väljaselgitamisele **etenduskunste, käsitöö, museoloogia, raamatukogunduse, muusika ja spordi alavaldkondades**. Need OSKA uuringud täiendavad teineteist, et luua terviklik ülevaade Eesti kultuuri- ja loomevaldkondadest.

Uuringu eesmärk on **selgitada välja kultuuri ja loometegevuse eespool nimetatud alavaldkondade tööjõu- ja oskuste vajadus lähema kümne aasta jooksul ning esitada ettepanekud, kuidas tööjõu- ja oskuste vajadust täita**. Selle eesmärgi saavutamiseks kasutati uuringus nii kvantitatiivseid kui ka kvalitatiivseid uurimismeetodeid. Valdkonna töö- ja haridusmaailma ekspertide kaasabil sõnastati ettepanekud ja soovitusel, kuidas tööjõuvajadust ning koolituspakkumist omavahel paremini siduda. Ettepanekud on esitatud, et muuta taseme-, täiendus- või ümberõppe mahtu, õppe sisu ja kvaliteeti, oskuste omandamist mõjutavaid tegureid ning luua valdkonnast positiivne kuvand. Kuigi ettepanekud on sõnastatud tegevustena, pole tegemist rakenduskavaga, vaid soovitusetega, mille põhjal on osapooltel soovi korral võimalik koostada oma tegevusplaan. Samuti tuleb silmas pidada, et kuigi

⁴ Uuringus kasutatud OSKA põhimõisted koos seletustega on toodud lisas 1.

⁵ Konkurentsivõime kava „Eesti 2020“. <https://riigikantselei.ee/et/konkurentsivoime-kava-eesti-2020>

⁶ Josing, M. et al (2018). Eesti Konjunktuuriinstituut. Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus. https://www.kul.ee/sites/kulminn/files/1._eesti_lm_olukorra_uuring_ja_kaardistus_yldosa.pdf

⁷ Lepik, I. Uiboupin, M. (2017). Tulevikuvaade tööjõu- ja oskuste vajadusele: ehitus. Tallinn. SA Kutsekoda. <https://oska.kutsekoda.ee/wp-content/uploads/2018/02/OSKA-Ehitus-tervikekst.pdf>

uuringus on arvesse võetud valdkonna tõenäolisi arengusuundi, võib oluliste taustategurite muutudes muutuda ka tööjõuvajadus.

Metoodika

OSKA valdkondlike uuringute läbiviimiseks on töötatud välja ühtne metoodika, milles on pandud paika põhialused ning kirjeldatud tulemusteni jõudmise teed. OSKA metoodika on leitav <https://oska.kutsekoda.ee/wp-content/uploads/2019/02/OSKA-metoodika-2.1-1.pdf>.

OSKA valdkonna tööjõu- ja oskuste vajaduse uuringu peamiseks eesmärgiks on analüüsida ning prognoosida, kuidas muutub lähema 5–10 aasta jooksul valdkonna põhikutsealade hõive ning tööjõuvajadus ja vajatavad oskused ning kas tänane koolituspakkumine on vajadustega kooskõlas. Uuringu tulemusena pakutakse nii hariduse kui ka tööturu osapooltele lahendusi, et muutuvatele vajadustele paremini vastata.

Uurimiseesmärgist lähtuvalt püstitati järgmised **uurimisküsimused**.

- Millisena nähakse valdkonna arengut lähemal kümnel aastal?
- Millised on valdkonna peamised majanduslikud näitajad (sh hõive) ja milline on olnud nende arengudünaamika lähiminevikus?
- Mis on valdkonna (tuleviku)põhikutsealad⁸?
- Kui palju vajatakse põhikutsealadel tööjõudu lähema 5–10 aasta jooksul?
- Milliste oskustega töötajaid vajatakse lähema 5–10 aasta jooksul?
- Milline on praegune koolituspakkumine põhikutsealadele?
- Kuidas vastab koolituspakkumine prognoositavale tööjõuvajadusele?
- Mida muuta õppekorralduses, õppekavade arenduses, täiendusõppes ja koolituskohtade arvus õppetasemeti, et täita valdkonna koolitusvajadust lähemal kümnel aastal?

Uuringu vahetulemusi valideeriti samm-sammult alavaldkondade eksperdikogudes (edaspidi VEK). Uuringu alguses ja lõpus toimusid vastavalt sissejuhatav ja uuringu tulemusi tutvustav VEK-ide ühiskoosolek. Protsess oli kahe-suunaline:

- ühelt poolt vaatasid eksperdid üle ja kooskõlastasid uuringu vahetulemusi;
- teiselt poolt käsitleti VEK-is toimunud arutelusid empiirilise materjali kogumiseks, mida tõlgendati ja analüüsiti paralleelselt ekspertintervjuudega, võttes arvesse konkreetse teema konteksti ja selle kohta kogutud taustamaterjale.

VEK-ides toimunud arutelude käigus ei toimunud mitte ainult vahetulemuste valideerimine, vaid anti ka eksperthinnanguid, mis kajastuvad uuringutulemustes. Peamisteks andmeallikateks uuringut tehes olid siiski ekspertintervjuud, olemasolev statistika, varasemaid uuringud, arengukavad, globaalsed tulevikutrendide käsitletused ning muud asjakohased dokumendid.

VEK-ide ülesandeks oli toetada uuringumeeskonda⁹ kogutud informatsiooni tõlgendamisel, valideerimisel ja järelduste tegemisel, sh:

- hinnata, kuidas globaalsed tulevikutrendid ja Eesti arengustrateegiad mõjutavad valdkonna võimalikku arengut ning tööjõuvajadust;
- hinnata, milliste oskustega töötajaid vajab valdkond lähiajal ja kümne aasta pärast;
- hinnata valdkonna koolituspakkumist ja sõnastada valdkonna tööturu koolitustellimus;

⁸ Dokumendis kasutatavate põhimõistete määratlused on esitatud lisas 1 „Olulisemad mõisted“.

⁹ OSKA valdkonnauuringu meeskonna määratluse leiab: <http://oska.kutsekoda.ee/oskast/oska-metoodika/>

- teha ettepanekuid tegevusteks, mis toetaksid tööturu vajadustest lähtuvat koolituskohtade kujundamist ja oskuste õpetamist.

Septembrist 2018 kuni juunini 2019 toimus kaks kultuuri- ja loometegevuse valdkonna eksperdikogu ja kümme alavaldkondlikku VEK -ikoosolekut või fookusgruppi:

1. 19.09.2018: ülevaade OSKA protsessist ja metoodikast; eksperdikogu tegevuskava; põhikutsealade määratlemine
2. 7.02.2019: Audiovisuaalvaldkonna I eksperdikogu
3. 27.02.2019: Sõna- ja keelevaldkonna I eksperdikogu
4. 28.02.2019: Turunduse ja kommunikatsiooni valdkonna I eksperdikogu
5. 5.03.2019: Disaini ja kunsti I eksperdikogu
6. 6.03.2019: Trükitööstuse I eksperdikogu
7. 18.04.2019: Disaini ja kunsti II eksperdikogu
8. 3.05.2019: Sõna- ja keelevaldkonna fookusgrupp
9. 8.05.2019: Turunduse ja kommunikatsiooni valdkonna fookusgrupp
10. 9.05.2019: Audiovisuaalvaldkonna fookusgrupp
11. 10.05.2019: Trükitööstuse valdkonna fookusgrupp
12. 27.06.2019: Uuringutulemuste esitlemine

Poolstruktureeritud **ekspertintervjuud** (nii grupi- kui ka individuaalintervjuud) tulevikutrendide ning tööjõu- ja oskuste vajaduse teemal viidi läbi ajavahemikul august 2018 – märts 2019. Kokku intervjueriti 95 eksperti eri ettevõtetest ja asutustest. Ekspertide nimekiri on toodud lisas 4. Intervjueeritute hulgas oli nii alavaldkondade VEK-ide liikmeid kui ka asjatundjaid väljastpoolt VEK-e. Intervjueeritavate valikul peeti silmas, et esindatud oleks parim teadmine ja kogemus alavaldkondade tööjõu- ja oskuste vajaduse ning koolituspakkumise kohta. Ekspertintervjuu kava on toodud lisas 5. Intervjuude analüüsi tulemusi on kasutatud uuringu eri osade koostamisel. Intervjuud ja VEK-ides toimunud arutelud salvestati, transkribeeriti ning analüüsiti, kasutades programmi QDA Miner Lite.

Uuringu läbiviimisel kasutati järgmist etapiviisilist lähenemist:

1. Rahvusvahelise ametialade klassifikaatori ISCO08¹⁰ alusel koondati ja analüüsiti valdkonna ametialade kohta olemasolevaid andmeid, et moodustada põhikutsealad. Vastuseid otsiti järgmistele küsimustele.
 - Kui palju inimesi ja millisel põhikutsealal valdkonnas või kogu majanduses töötab?
 - Millised on tegevusvaldkonna toimimiseks olulise tähtsusega põhikutsealad?
 - Millised on valdkonna jaoks spetsiifilist (või mitte) ettevalmistust nõudvad põhikutsealad?
 - Millised põhikutsealad eeldavad sarnast ettevalmistust?
 - Millised on kahaneva/kasvava nõudlusega põhikutsealad?

¹⁰ Ametite klassifikaator. http://metaweb.stat.ee/view_xml.htm?id=3005499&siteLanguage=ee

Küsimustele vastuste leidmiseks intervjueriti koolide, erialaliitude ja ettevõtete esindajaid, analüüsiti olemasolevaid andmeid ja uuringuid valdkonna ametialade kohta ja valdkonna kehtivates kutsestandardites¹¹ toodud töökirjeldusi. Tulemust valideeriti VEK-is.

2. Koguti ja analüüsiti infot valdkonna üldiste arengutrendide ja strateegilistes dokumentides¹² kavandatud muutuste kohta. Vastuseid otsiti järgmistele küsimusele.

- Milliseid muutusi on valdkonnas kavandatud?
- Milliseid tehnoloogilisi (sh digitaliseerimisega kaasneva)id) muutusi on valdkonnas oodata?
- Milliseid muutusi tehnoloogiatrendide ja strateegiliste arengukavade realiseerumisel on valdkonnas oodata?
- Millised ootused tööjõuvajadusele ja tulevastele tööoskustele nende muutustega kaasnevad?

Küsimustele vastuste leidmiseks analüüsiti erinevaid arengukavasid ning kultuuri ja loometegevuse tulevikku kirjeldavaid trende. Analüüsi tulemusi valideeriti ja täiendati intervjuude raames ning VEK-is.

3. Koostati valdkonna põhikutsealade tööhõive ja tööjõuvajaduse prognoos aastani 2026. Vastuseid otsiti järgmistele küsimustele.

- Milliseid on valdkonna arengut enim mõjutavad trendid?
- Milline on trendide mõju valdkonna tööjõuvajadusele?
- Milline on valdkonna arengudünaamika ja hetkeseis majandusnäitajate põhjal?
- Milline on valdkonna hõive ja tööjõuvajaduse prognoos põhikutsealati aastani 2026?

Küsimustele vastuste leidmiseks analüüsiti olemasolevatest andmestikest ja uuringutest pärinevaid andmeid ning kasutati eksperthinnanguid.

4. Koguti ja analüüsiti eksperthinnanguid töötajate oskuste vajaduse kohta põhikutsealade kaupa 5–10 aasta perspektiivis. Vastuseid otsiti järgmistele küsimustele.

- Millised on oskused, mis on põhikutsealal tegutsemiseks praegu ja 5–10 aasta perspektiivis eriti olulised? Millised neist on praegusel töötajaskonnal ebapiisavad?
- Millised on oskused, mis on põhikutsealal tegutsemiseks praegu olulised, kuid mille olulisus tulevikus kahaneb?
- Millised kutsestandardid vajavad täiendamist ja milliste kutsestandardite väljatöötamine on vaja alata?

5. Hinnati põhikutsealadel töötajate tööjõuvajaduse ja tasemeõppe koolituspakkumise vastavust. Otsiti vastuseid järgmistele küsimustele.

- Millised tasemeõppekavad valmistavad põhikutsealadele töötajaid ette?
- Milline on viimase kolme aasta keskmine lõpetanute ja oodatava koolilõpetajate arvu võrdlus tööjõuvajadusega?
- Millised on lõpphinnangud koolituspakkumise piisavusele tööjõuvajaduse katmiseks?

¹¹ Kutsestandardid. <http://kutsekoda.ee/et/kutseregister/kutsestandardid/otsing>

¹² Ülevaade valdkonna trendidest ja arengudokumentidest on 2. ptk-s.

Tööjõuvajaduse ja -pakkumise võrdlemisel võivad ilmned varjatud takistused tööjõu järelkasvu tagamisel, kuna hoolimata koolituskohtade olemasolust ja koolitustegevuse näilisest vastavusest koolitusvajadusega on valdkonnas tööjõu- ja/või vajalike kompetentside puudus. Sellist olukorda nimetatakse OSKA uuringus turutõrkeks. Turutõrke põhjuste uurimine eeldab lisaanalüüsi hindamiseks näiteks põhjalikumalt valdkonna majanduslikke arenguid, palgataset, töötingimusi, sektorisest või sektoritevahelist tööjõu mobiilsust, rännet, sisseastujate profiili, tasemeõppe lõpetanute asumist erialasele tööle, võimalusi lahendada tööjõuvajadus täiendõppe läbimise teel jms.

Tööjõuvajaduse arvestamine

Valdkonna vajadus uue tööjõu järele hõlmab OSKA prognoosis kahte tegurit: asendusvajadust ning kasvu/kahanemisvajadust. **Asendusvajadus** hõlmab tööjõudu, mida vajatakse vanuse tõttu tööturult lahkuvate töötajate asendamiseks. Asendusvajadus ei sisalda andmete puudumise tõttu teistesse sektoritesse suunduvat tööjõudu. **Kasvu/kahanemisvajadus** lähtub põhikutsealal hõivatute koguarvu prognoositavast suurenemisest või vähenemisest ning modifitseerib asendusvajadusest tulenevat uue tööjõu vajadust (st kui kutseala on kasvav, on vaja igal aastal rohkem uut tööjõudu, kui pensionile siirdub ning vastupidi). Asendusvajaduse hinnangud on võetud MKM-i prognoosimudelitest (vt lisa 6). Kasvu/kahanemisvajaduse analüüsimisel võeti arvesse intervjuudest ja VEK-ist pärinevaid eksperthinnanguid, valdkonna arenguperspektiive, arengutrende ja majandusnäitajate trende. Hõiveprognoosi seisukohast olid olulised ka valdkonnaülesed suundumused, demograafilistest arengutest töö ja töövormide muutuseni.

Tööjõuvajadust mõjutab ka töötajate liikumine majandussektorite ja ametialade vahel, kuid seda tegurit ei ole vajalike andmete puudumisel võimalik OSKA prognoosis arvestada. Vaikimisi on eeldatud, et mujale siirdunuid saab asendada omakorda muudest sektoritest valdkonda suundujatega. Usaldusväärsete algandmete puudumise tõttu ei ole nõudluse ja pakkumise hindamisel arvestatud rändega. Arvesse ei ole ka võetud, kui palju lõpetajaid tegelikult rakendub tööturul just nendel ametikohtadel, mis eeldavad saadud ettevalmistust.

Eraldi tuleb seega rõhutada seda, et valdkonna ja põhikutsealade tööjõuvajadus ei peegelda antud juhul kogu tööjõuvajadust, vaid ennekõike uue tööjõu vajadust tasemeõppest.

Koolituspakkumise arvestamine

Koolituspakkumist hinnatakse kutse- ja kõrghariduses valdkonna põhikutsealadega seotud õppekavade kolme viimase õppeaasta keskmise lõpetajate arvu ning lähiaastatel (järgnevad 1–2 aastat) lõpetavate prognoosi põhjal. Valdkonna koolituspakkumisse arvestatud õppekavad jagunevad kaheks, peamiselt vaid valdkonna põhikutsealadele tööjõudu ettevalmistavateks ja nendeks, kus seda tehakse osaliselt. Seetõttu on tasemeõppe õppekavade lõpetajad arvestatud koolituspakkumisse proportsionaalselt vastava õppekava spetsialiseerumistele või toetudes õppeasutuse hinnangule. Lähiaastate prognoositava lõpetajate arvu leidmisel on viimastel aastatel õppijate arvus toimunud muutus kantud proportsionaalselt üle viimase kolme õppeaasta lõpetajate arvu keskmisele. Selline mudel eeldab ühtlast katkestamiste määra. Vältimaks erinevate õppeastmete lõpetajate liitmisest tulenevat topeltarvestust kõrghariduses (nt magistriõppe lõpetajad on eelnevalt omandanud bakalaureusekraadi), on vastavate näitajate summeerimisel arvestatud võimalikke liikumisi õppeastmete vahel. Koolituspakkumine on läbi korrutatud 25–49-aastaste tööjõus osalemise

määraga¹³ (Eesti Tööjõu Uuring (ETU) andmetel). Lisaks, kuna uuringud näitavad, et enamik välisüliõpilasi ei rakendu Eesti tööturul, on seda vastavalt ka arvestatud.

6. Eelneva põhjal tehtud järelduste alusel sõnastati ettepanekud vajalike muutuste esile kutsumiseks, et täita valdkonna koolitusvajadust aastani 2026. Vastuseid otsiti järgmistele küsimustele.

- Milline on valdkonna koolituspakkumine praegu?
- Millised on peamised soovitusel tasemeõppe sisule ja korraldusele, et rahuldada prognoositav tööjõu- ja oskuste vajadus (lõpetajate arv, erialade struktuur)?
- Millised on peamised soovitusel täiendus- ja ümberõppe süsteemile, et rahuldada prognoositav tööjõu- ja oskuste vajadus?
- Millised on peamised soovitusel haridussüsteemile oskuste kvaliteedi parandamiseks?

Küsimustele vastamiseks kasutati eeskätt eelnevate uurimisküsimuste vastustes tehtud järeldusi, tasemeõppe kvaliteedi hindamise aruannete¹⁴ põhjal tehtud analüüsi tulemusi jm andmeid. Arendamist vajavate või tulevikuoskuste kirjeldamisel ei ole üldjuhul eristatud tasemeõpet ning täiendus- ja ümberõpet.

Kultuuri- ja loometegevuse valdkonnaga seotud eripärad

Võrreldes teiste OSKA tööjõuvajaduse ja oskuste valdkonnauuringutega saab välja tuua mitmeid eripärasid.

Tavapärastelt on põhikutsealadel hõivatute arvu hindamiseks kasutatud MKM tööjõuprognoosi REL2011 ja Eesti tööjõu-uuringul põhinevaid arvandmeid. See andmestik on kasutusel ka siinses kultuuri- ja loometegevuse uuringus, kuid senisest enam on hõivatute arvu täpsustatud valdkonna ekspertide abiga. Samuti on hõivatute arvu hindamiseks kasutatud teisi andmeallikaid ja kaudseid meetodeid, kuna tavapärastelt kasutatud andmestik ei andnud alati täpset infot hõivatute arvu kohta.

Kõigile valdkonna põhikutsealadele ei ole kindlalt eristatavat koolituspakkumist ning seega oli nende puhul tööjõuvajaduse ja koolituspakkumise tasakaalu hindamine problemaatiline. Samuti oli võrreldes teiste uuringutega mõnevõrra enam õppekavu, mille ettevalmistus võimaldaks tööle asuda mitmetele põhikutsealadele või veelgi laiemalt terves majanduses. See tõi kaasa veelgi detailsema analüüsi eraldi iga õppekava lõikes ning valdkonnaekspertide hinnangute kasutamise võimaliku sideme loomiseks õppekavade ja põhikutsealade vahel.

Kultuuri- ja loometegevuse valdkonda iseloomustab võrreldes paljude teiste valdkondadega suurem väikeste ettevõtete, sh füüsilisest isikust ettevõtjate osatähtsus. Lisaks tegutseb valdkonnas hulgaliselt vabakutselisi loovisikuid, kes vastavalt loovisikute ja loomeliitude seadusele on autorid või esitajad, kelle peamine elatusallikas on professionaalne loometegevus arhitektuuri, audiovisuaalse kunsti, disaini, etenduskunsti, helikunsti, kirjanduse, kujutava kunsti või stsenaariumi loomealal ja kes ei ole avalikus teenistuses või ei tööta töölepingu või muu sarnase iseloomuga võlaõigusliku lepingu alusel. Vabakutselised loovisikud ei pruugi teenida ka ettevõtlustulu. Samuti antakse keskmisest enam või võrdlemisi palju valdkonda sotsiaalmajanduslikku panust kõrvaltegevusena. Seda eripära peab arvestama tööjõuvajaduse ja koolituspakkumise tasakaalu hindamisel, kus metoodika kohaselt arvestatakse analüüsiühikuna põhitööl olijaid.

¹³ Tööjõus osalemise määr – tööjõu (hõivatud ja töötud) osatähtsus tööealise rahvastiku hulgas.

¹⁴ Eesti Kõrg- ja Kutsehariduse Kvaliteediagentuuri andmebaas: <http://wd.archimedes.ee/andmebaas>

1. Valdkond, alavaldkonnad ja põhikutsealad

1.1. Kultuuri- ja loometegevuse valdkonna määratlus

Eesti loomemajanduse lahtimõtestamisel on lähtutud Suurbritannias kasutusel olevast definitsioonist ja loomemajanduse majandussektoriteks jaotamise klassifikatsioonist. Loomemajanduse mõiste pärineb algselt Tony Blairi valitsuse ellu kutsutud loomemajanduse tööühmalt (*Creative Industries Task Force*). Suurbritannias 1998. aastal läbi viidud loomemajanduse uuringus defineeriti loomemajandussektoreid (*creative industries*) järgnevalt: tegevused, mis põhinevad individuaalsel loovusel, oskusel ja andel ning mis on võimelised looma rikkust (heaolu) ja töökohti intellektuaalse omandi loomise ja kasutamise kaudu.

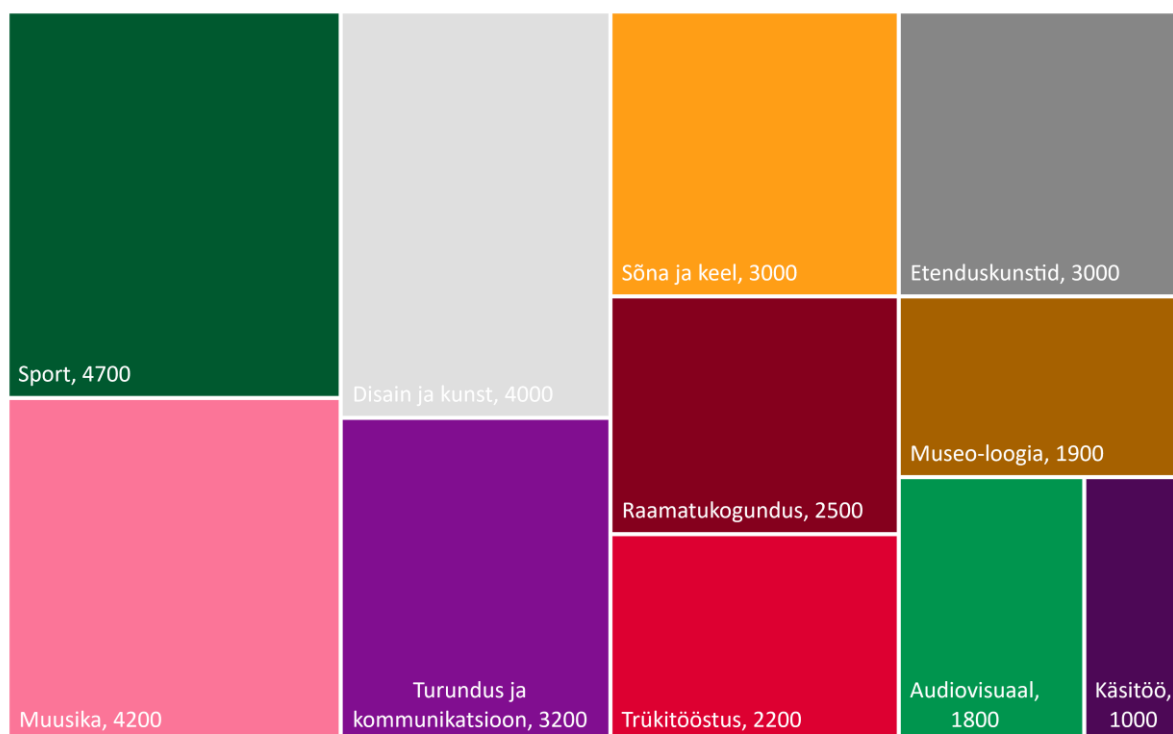
Eestis on majandusstatistika kogumisel traditsiooniliselt loomemajanduse tegevusaladena käsitletud 13 tegevusala: **arhitektuur, film ja video, ringhääling, disain, etenduskunstid, kirjastamine, käsitöö, muuseumid, raamatukogundus, kunst, meelelahutustarkvara loomine, muusika ja reklaam.**

Uuringu valdkond (edaspidi valdkond) ja selle alavaldkonnad on määratletud, kasutades Eesti majanduse tegevusalade klassifikaatorit (edaspidi EMTAK). Tinglikult võiks nimetada uuringut kultuuri- ja loometegevuse valdkonna tööjõuvajaduse ja -oskuste uuringuks, kuid antud nimetus pole päris täpne, kuna ei kajasta kõiki loomemajanduse¹⁵ valdkondi. Uuring kirjeldab audiovisuaal-, sõna (meedia) ja keele, disaini ja kunsti, kommunikatsiooni ja turunduse ning trükinduse alavaldkonna tööjõu- ja oskuste vajadust. Ka see pole päris täpne määratlus, kuna uuringus **keskendutakse põhikutsealade tööjõu- ja oskuste vajadusele**. Seega pole esmatähtis see, millises (ala)valdkonnas, vaid kellena töötatakse. Näiteks on kogu majanduses ametis nii disainerid kui ka turundusspetsialistid.

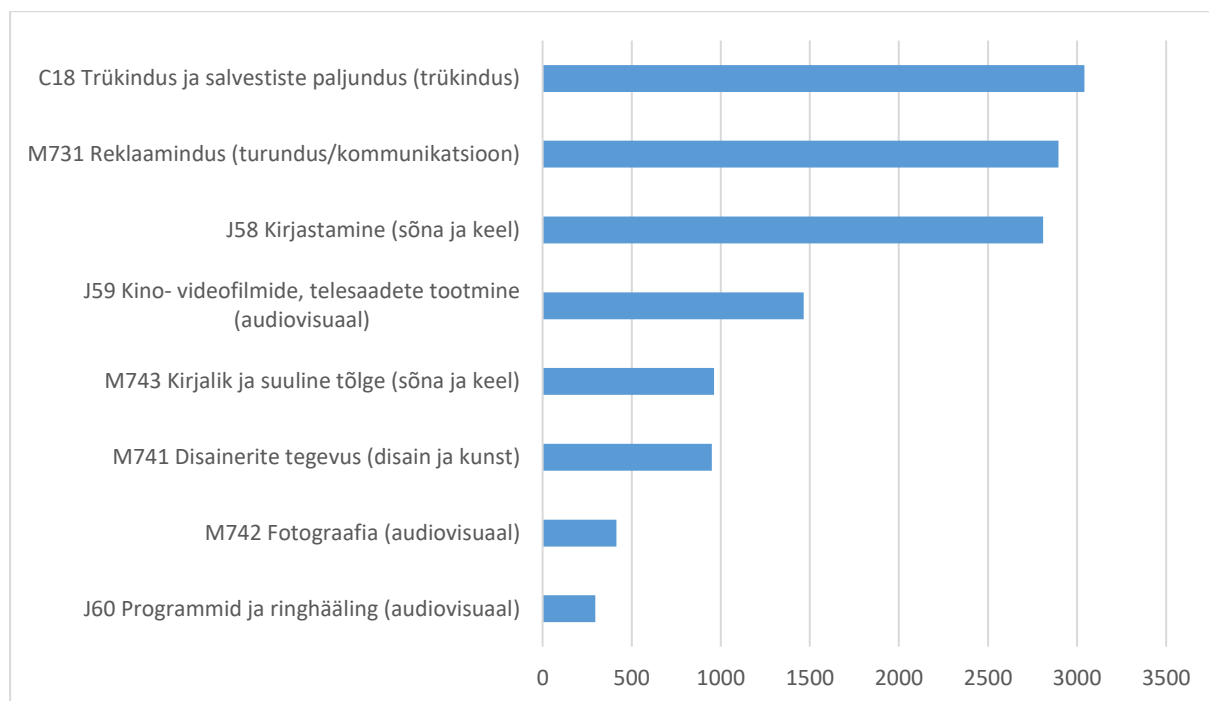
Siinse uuringu aruandes esitatakse OSKA raames läbi viidud **kultuuri- ja loometegevuse** valdkonna rakendusuuringu tulemused **audiovisuaal-, sõna ja keele, turunduse ja kommunikatsiooni, disaini ja kunsti ning trükitööstuse alavaldkondades**. Lisaks käesolevale aruandele valmis paralleelne kultuuri- ja loometegevuse uuringu aruanne, mis keskendub tööjõu- ja oskuste vajaduse väljaselgitamisele **etenduskunstide, käsitöö, museoloogia, raamatukogunduse, muusika ja spordi alavaldkondades**. Nimetatud valdkondade hõivestatistikat vt jooniselt 1.

¹⁵ <https://www.kul.ee/et/tegevused/loomemajandus>

Joonis 1. Kultuuri ja loometegevuse alavaldkondade jaotus Märkus: hõivatute arv on ümardatud sajalisteni. Joonisel on kajastatud käesolevas uuringus käsitletud alavaldkondade põhikutsealadel hõivatute arv.



EMTAK-i järgi katab uuring Trükindust ja salvestiste paljundust (C18), Raamatu ja perioodika kirjastamist (J581), Kino-, videofilmide ja telesaadete tootmist (J59), Programme ja ringhäälingut (J60), Suhtekorraldust ja teabevahetust (M7021), Reklaamindust (M731). Lisaks veel Muu kutse, teadus ja tehnikaalase tegevuse alal (M74) Disainerite tegevus (M741), Fotograafia (M742) ja Kirjalik ning suuline tõlge (M743). Joonisel 2 on toodud ka EMTAK-i tegevusalade seos siinses uuringuraportis kasutatud täiendavalt valdkondi koondava jaotusega, millel põhinevad nii peatükkide alapeatükid kui valdkondlike eksperdikogude jaotus.



Allikas: Statistikaameti majandusnäitajaid käsitlev EKOMAR-i uuring

Märkus: J60 Programmid ja ringhääling hõivatute arvu puhul on lisaks EKOMAR-ile kasutatud ERR-i andmeid.

1.2. Põhikutsealade määratlus

OSKA uuringutes on **töõjõu- ja oskuste vajaduse analüüsimise peamine ühik põhikutseala**. Nii nimetatakse käsitletavale alavaldkonnale omast haridust nõudvaid ametialade rühmi. Ühte põhikutsealasse koondatakse ametialad, mis eeldavad üldjuhul samal haridustasemel ja sarnastel erialadel väljaõpet. Analüüsides valdkonna kehtivaid kutsestandardeid, ISCO08 ametite klassifikaatoris esitatud ametite tööülesannete kirjeldusi, õppekavu ning kasutades ekspertide (sh alavaldkondlike eksperdikogude) abi, koondati töö iseloomult, kutsespetsiifilistelt põhikompetentsidelt ja hariduslikult ettevalmistuselt lähedased ametialad (arvestades sh hõivatute arvu) kultuuri- ja loometegevuse valdkonna põhikutsealadeks.

Võrreldes mitmete teiste OSKA valdkondadega, on kultuuri- ja loometegevuse valdkonnas lihttöötajate (ISCO 9 algavad ametid) ja oskustöötajate (ISCO 4-8 algavad ametid) osatähtsus märksa väiksem, v.a trükitööstuses. Seega on valdkonna põhikutsealade koondprofiil spetsialisti, oma ala professionaali nägu. Põhikutsealade määratlemisel tuli kultuuri- ja loometegevuse valdkonnas eriti esile, et igapäevane tööpraktika võib tähendada tööülesannete täitmist, mis on omased mitmele põhikutsealale. Seega ei ole piirid põhikutsealade vahel tegelikult töömaailmas alati kindlad. Eriti tuleb see esile valdkondades, kus suurem osa ettevõttest on väikesed, sh nõ ühe-kahemehefirmad. Näiteks võivad fotograafid teha ka kujundust või filmiprodutsendid olla samal ajal režissöörid. Samas saab põhikutsealade määratlemisel aluseks võtta selle, mida **peamiselt** tehakse, milliseid tööülesandeid täidetakse. Praegusel juhul (sh hõivatute arvu määratlemisel) ongi seda tehtud. Põhikutsealade raamistiku loomine on uurimisküsimustele vastuste leidmise protsessis küllaltki oluline.

Kõiki kultuuri- ja loometegevuse valdkondi on võimalik vaadelda väärtusahelapõhiselt ehk siis loomisest, tootmisest, levitamisest ja vahendamisest kuni lõpptarbijale või publikule kättesaadavaks tegemiseni¹⁶. Väärtusahelapõhine lähenemine võimaldab paremini mõista, milliseid eri rolle ja ülesandeid tuleb valdkonnas tegutsejatel täita, et looming jõuaks erineval moel võimalikult laia sihtgrupini ning saaks ka talletatud.

Tabelis 1 on toodud kultuuri- ja loometegevuse uuringus käsitletud alavaldkondade põhikutsealade nimekiri koos vastavusega ISCO jaotustele.

¹⁶ Madudova, E. *Creative industries value chain: The value chain logic in supply chain management* <http://aimijournal.com/Pages/ADMSPages/Search/SearchClassifiedArticlesList.aspx?SimpleSearch=true>

Tabel 1. Kultuuri- ja loometegevuse valdkonna põhikutsealad, seos ISCO-ga ja hõivatute arv

	Põhikutseala	Seos ISCO klassifikaatoriga	Hõivatute arv 2014/16
Sõna ja keel	Ajakirjanik	2642 Ajakirjanikud, 2656 Raadio-, televisiooni jms saatejuhid	1500
	Keelespetsialist	2643, Tõlkijad, tõlgid jm keeleteadlased, 2641 Kirjanikud jms kirjamehed	1000
	Loovkirjutaja	2641 Kirjanikud jms kirjamehed	450
Audio ja video	Audiovisuaalse töö looja	2656 Filmi-, teatri- jms lavastajad ja produtsendid	350
	Audiovisuaalse töö tehniline teostaja ja tugi	3521 Ringhäälingu ja audiovisuaalala tehnikud	800
	Fotograaf	3431 Fotograafid	450
	Audiovisuaalvaldkonna koordinaator	2656 Filmi-, teatri- jms lavastajad ja produtsendid	200
Disain ja kunst	Disainer	2163 Toote- ja rõivadisainerid, 2166 Kujundajad ja multimeediakunstnikud	1600
	Kunstnik	2651 Kujutavad kunstnikud	650
	Disaini ja kunsti tehniline teostaja	2166 Kujundajad ja multimeediakunstnikud	1600
	Disaini- ja kunstikoordinaator	2621 Arhivaarid ja kuraatorid	100
Turundus ja kommunikatsioon	Turundusspetsialist	2431 Reklaami ja turunduse tippspetsialistid	1900
	Kommunikatsioonispetsialist	1222 Juhid reklaami ja suhtekorralduse alal, 2432 avalike suhete tippspetsialistid	1200
Trükitööstus	Trükkal	7322 Trükitöötajad	600
	Trükitööstuse tootmisjuht-meister	1321 Juhid tööstuses, 3122 Tööstuse töödejuhatajad	200
	Trükiettevalmistaja	7321 Trükiettevalmistuse töötajad	300
	Järeltöötlusseadmete operaator	7323 Trükitööde viimistlejad ja köitjad	1100

Märkus: Hõivatute arv on ümardatud viiekümnelisteni. Allikas: MKM arvutused REL2011 ja ETU põhjal, autori arvutused, valdkonnaekspertide eksperthinnang

Kultuuri- ja loometegevuse valdkonna põhikutsealade alla on hõlmatud 17 ametiala ISCO ametite klassifikaatori järgi. Kokku on uuritavas valdkonnas 17 põhikutseala, millest neli kuulub trükitööstuse, kaks kommunikatsiooni ja turunduse, neli disaini ja kunsti, neli audiovisuaalvaldkonna ning kolm sõna- ja keelevaldkonda. Valdkonna põhikutsealadel töötab umbes 14 100 inimest. Põhikutsealadel ei ole hõivatute arv kuigi suur, võrreldes näiteks mõne tööstusvaldkonna või transpordi ja teenindusega. Näiteks OSKA kaubanduse, rentimise ja paranduse uuringu järgi oli müüja-klienditeenindajaid ligi 30 000. Kõige enam on hõivatuid turundusspetsialisti põhikutsealal, järgnevad disainerid ning disaini ja kunsti tehnilised teostajad. Kõige vähem on ametis disaini ja kunsti ning audiovisuaalvaldkonna koordinaatoreid ja trükitööstuse tootmisjuht-meistreid.

Hõivatute arvud pärinevad MKM-ist ja põhinevad REL2011-l, mida on aasta-aastalt korrigeeritud ETU andmetest lähtuvalt. Oluline on rõhutada, et ETU andmete detailsusaste ei ole alati piisav ja ISCO klassifikaatori ametialad ei ühildu täielikult kultuuri- ja loometegevuse valdkonna ametialase jaotusega „päriselus“. Nimetatud probleemi lahendusena on hõivatute arvu valideeritud alavaldkondlikes eksperdikogudes ning on kasutatud ka kaudseid meetodeid hõivatute arvu hindamiseks. Oluline on rõhutada, et disainerite arvu hindamiseks osutasid MKM-i andmed ebapiisavaks. Disainerite arvu hindamiseks kasutati järgnevat mudelit: lähtekohaks sai REL 2011 hõivatute arvu ISCO 2163 klassifikaatori Toote- ja rõivadisain ja osaliselt 2166 ISCO Kujundajad ja multimeediakunstnikud. Disainerite osatähtsuse hindamiseks teistes majandussektorites kasutati MKM-i tööjõuproгноosi andmestikku. Seejärel kasutati disainerite hõive muutuse hindamiseks EKOMAR-i uuringu järgi EMTAK-i tegevusalal disainerite tegevus aset leidnud hõivemuutust. Kuna eksperthinnangute järgi on teistes (eriti IT-, telekommunikatsiooni, finants- jne) sektorites disainerite arv kasvanud kiiremini kui EMTAK-i disainerite tegevusalal, siis on kasv mujal töötavate disainerite osas korrutatud kahega.

1.3. Põhikutsealade kirjeldus

Alljärgnevalt on kirjeldatud kultuuri ja loometegevuse põhikutsealasid ning nende levinumaid õpi- ning karjääriteid alavaldkondade lõikes. Uuringus kasutatud põhikutsealade nimestiku loomisel on olnud oluliseks allikaks ekspert- ja fookusgruupiintervjuud ning eksperdikogu töörühmad. Lisaks sealt saadud infole on põhikutsealade kirjeldamisel tuginetud töökirjeldustele kutsestandardites (kõik põhikutsealad ei ole kutsestandarditega kaetud ning nende olemasolu ei pruugi olla hädavajalik), ametite klassifikaatoris, Rajaleidja ametite portaalis, haridusasutuste veebilehtedel ja tööpakkumistes. Põhikutsealade valiku on heaks kiitnud alavaldkondlikud eksperdikogud. Töö sisu on lahti kirjutatud nii üldiselt kui ka vajadusel näidisametitena vastavalt uuringu fookusele. Iga põhikutseala kirjelduses on toodud selle põhitegevused ning võimalikud õpi- ja karjääriteed. Põhikutsealade oskuste vajadus on esitatud peatükis 4.1 ning nendega seotud kutsestandardid on välja toodud peatükis 4.2. Sõltuvalt ametite spetsiifilistest tegevustest võivad konkreetse ametikoha tööülesanded sisaldada mitme lähedase või ka erineva kutseala tegevusi.

1.3.1. Audiovisuaalvaldkond

1.3.1.1. Audiovisuaalse sisu looja

Audiovisuaalse sisu loojate hulka kuuluvad näiteks **režissöör, montaažirežissöör, animatsiooni režissöör, helirežissöör, stsenarist-režissöör, stsenarist, tele- ja filmikunstnik, operaator-lavastaja, juhtoperaator, teleprodutsent, produtsent-lavastaja ja produtsent**. Audiovisuaalse sisu looja (edaspidi AV sisu looja) osaleb aktiivselt audiovisuaalse teose või projekti sisu arenduses. Tal on otsustav roll selles, milline on filmi, telesaate või video heliline ja pildiline lõpptulemus. Üldiselt töötavad AV sisu loojad vabakutselistena või omavad produktsioonifirmat. Nende tööaeg on vahelduv ning sõltub käsil olevate projektide mahust ning ajagraafikust. Audiovisuaalne produktsioon baseerub meeskonnatööl (sh rahvusvahelisel koostööl). AV sisu loojad jagunevad erinevate tegevusvaldkondade vahel ning, tulenevalt Eesti väiksusest ja valdkonna eripärast, tihtipeale ka ise erinevaid ülesandeid kombineerides – näiteks olles korraga nii produtsent kui ka režissöör, stsenarist-režissöör või režissöör ja juhtoperaator.

Filmirežissöör on tootmise loominguline juht, kes kannab põhivastutust teose tähendusliku, sisulise ja väljendusliku külje eest. Lavastuslike filmide tootmisel on režissööri tööks lavastamine ja näitejuhtimine. Režissööri tööülesanded, kohustused ja vastutuse ulatus sõltub sageli seda rolli täitvast konkreetsest isikust, tootjafirmast ja filmikultuuris kujunenud tavadest. Filmilindil ja filmi dokumentatsioonis võivad režissööritööd teinud isikud olla tähistatud ka muude ametinimedega ja mõistetega, näiteks „režissöör-lavastaja“, „lavastaja“, „autor“ jmt. Režissööri roll filmis ja televisioonis on suhteliselt sarnane.

Stsenarist on filmi-, tele- või videotootte originaalkäsikirja autor või materjali kohandaja. Stsenaristi ülesanne on kirjutada valmis teose käsikiri. Film- ja teledokumentatsioonis võivad stsenaristi tööd teinud isikud olla tähistatud ka muude ametinimedega ja mõistetega, näiteks „käsikiri“, „filmi käsikiri“, „stsenariumi autor“, „idee autor“, „lugu“ jm. Stsenarist võib töötada nii filmi valdkonnas kui ka televisioonis.

Operaator-lavastaja ja juhtoperaator töötavad tihedas koostöös režissööri ja teiste AV sisu loojatega töö planeerimisel ja loomingulise ning tehnilise vormi kujundamisel. Nende ülesandeks on võtteskeemide koostamine. Televisioonis juhendavad nad operaatoreid kaameraproovi ajal režiipuldist (kadreeringud, kaamera asetus jms.) ning juhtoperaator on enamasti salvestuste ja ülekannete ajal ka ise kaamera taga. Operaator-lavastaja ja juhtoperaator osalevad montaažlehtede ettevalmistamisel, teevad koostööd kunstniku ja valgustajaga. Vajadusel kuulub nende tööülesannete hulka nõustamine tehnika ostmisel või rentimisel. Operaator-lavastaja ja juhtoperaator juhivad teiste operaatorite tööd, osalevad esinejate ja näitlejate juhendamisel, kooskõlastades seda režissööriga. Montaažirežissöör, lähtudes filmi stsenaariumist ja koostöös režissööriga valib, järjestab ja komponeerib filmimaterjali terviklikuks filmiteoseks, sünkroniseerib pildi ja heli ning osaleb filmi järeltootmises, mis seisneb salvestatud materjali montaažis, helinduses, värvikorrektsoonide ja eriefektide tegemises jm.

Produtsendi ülesandeks, lisaks loovale panusele, on koostööpartnerite leidmine. Teleprodutsent juhib ja korraldab saate või saatesarja tootmist ideest kuni eetrini. Idee võib olla produtsendi oma, aga ta võib arendada ka etteantud ideed. Tema töö aluseks on saate stsenaarium ja selle põhjal koostatud produktsiooniplaan, milles on kirjeldatud saate sisuline eesmärk ja selle saavutamise teed, raha saate tootmiseks, saate või sarja valmimise ajagraafik, lepingute või muude saate tootmiseks vajalike dokumentide vormistamine. Produtsendi töö osa on ka saate reklaami- ja turundusideede väljatöötamine.

Audiovisuaalse sisu looja õpi- ja karjääriteed

Audiovisuaalse sisu loojaid koolitab Tallinna Ülikooli Balti filmi, meedia, kunstide ja kommunikatsiooni instituut (edaspidi TLÜ BFM), kus on võimalik õppida nii rakenduskõrgharidus- kui ka magistriõppes filmikunsti, audiovisuaalse meedia ja ristmeedia erialadel. Filmikunsti eriala võimaldab spetsialiseeruda ühele kuuest valdkonnast, milleks on režii, stsenaristika, produktsioon, operaatoritöö, montaaž ja heli. Praegu Eestis eestikeelne stsenaristika magistriõpe puudub. Eestis saab magistritasemel stsenaristi eriala õppida ingliskeelses rahvusvahelises magistriprogrammis. Paljud stsenaristid on ka näitleja või lavastaja taustaga. Eesti filmimaailma väiksuse ja filmiprojektide vähesuse tõttu on sagedased roteerumine ja üleminekud filmi ja televisiooni vahel. Rohkem liigutakse filmist televisiooni kui vastupidi. Suurem osa filmitootmise ettevõtetest (seega ka filminduses tegelevatest professionaalidest) tegeleb lisaks filmidele ja teleprojektidele ka reklaamide tootmisega, mis on oluliseks sissetulekuallikaks. Olenevalt näidisametist, nt juhtoperaator ja produtsent, on levinud

valdkonda sisenemine ilma erialase hariduseta mõnele madalamale ametikohale ja seejärel ettevõtte sees kõrgematele positsioonidele liikumine töökohapõhise õppe kaudu. Kuna valdkond on väike ning paljuski kontaktidepõhine, siis on lisaks erialasele ettevalmistusele oluline ka motivatsioon ning sobivad isikuomadused, mille põhjal projektis tööd saadakse.

1.3.1.2. Audiovisuaalse töö tehniline teostaja ja tugi

Audiovisuaalse töö tehniliste teostajate hulka kuuluvad näiteks **monteerija, operaator (sh *steadycam*, *poomi*-, *väli*-), valgustaja, väljastaja, videotimetaja ja DIT (*digital image technician*), raadio tehnikajuht, televisiooni tehnikajuht, filmide tehniline tugipersonal, kaamera assistent ja projektionist**. Audiovisuaalse töö tehniline teostaja ja tugitöötaja (edaspidi AV teostaja ja tugi) on erineva astmega loojat assisteeriv töötaja. Ta osaleb filmi, televisioonisaate ja/või videovõtete salvestustel. Vastavalt oma fookustegevusalale tegutseb ta AV sisu loojate juhendamisel ning annab oma panuse kvaliteetse lõpptulemuse saavutamisse. AV tehnilised teostajad töötavad sageli vabakutselistena. AV teostajate töötingimusi iseloomustab suur vahelduvus. Töökohaks on paik, kus filmitakse/salvestatakse. Selleks on sageli stuudio, aga ka keskkond vabas õhus, hoones, st igal pool, kus on võimalik filmida. Ülesvõetud materjal järeltöödeldakse montaažis. AV teostajate tööaja pikkust on sageli raske täpselt määratleda. Töögraafik oleneb programmist või projektist – töötamist võib ette tulla nii nädalavahetustel kui ka pühadel. Tehniline kollektiiv kasutab palju erinevat tehnikat, millega töötamine võib olla füüsiliselt väsitav.

Operaatorid on tele- ja filmimeeskonna liikmed, kelle töö eesmärk on luua kvaliteetset pilti, kasutades erinevaid kaameraid ja objektive sõltuvalt võttetüübist ja valgustingimustest. Operaatoritöö teles ja filmis on väga erineva spetsiifikaga, kuid olenevalt sobivatest isiksuseomadustest ja tehnilisest võimekusest on liikumine valdkonniti võimalik. *Steadycam*-operaatorid roteeruvad sageli filmi ja televisiooni vahel. Tele- ja filmioperaatori töö suur erinevus lisaks tehnilistele nüanssidele seisneb ka töö iseloomus, kus televisioonis on operaatoril mahuliselt teha oluliselt rohkem tööd ja sealjuures ka rohkem võimalusi praktiseerida ja areneda. Tehniline tugi ja personal vastutab ka seadmete tehnilise heakorra eest ning vajadusel parandab neid.

Valgustajad peavad koostöös režissööri ja operaatoritega leidma õige valguse paigutuse ja tugevuse ning valima kasutatavad valgusefektid ning värvilahenduse. Valgustajate töö võib olla füüsiselt kurnav, sest ise tuleb paigaldada oma töövahendeid: prožektoreid, valgusteid, kaableid jms. Projektionisti ülesandeks on tagada digitaalsete filmide linastamine, heli- ning pildikvaliteet ja filmide ettevalmistamine linastamiseks.

Audiovisuaalse töö tehnilise teostaja õpi- ja karjääriteed

Audiovisuaalse töö tehnilise teostajaga seotud erialasid on võimalik õppida Tallinna Polütehnikumis kutseharidusõppes teleoperaatori erialal ning TLÜ BFM-is rakenduskõrgharidusõppes filmikunsti, audiovisuaalse meedia ning ristmeedia erialadel. Valgustajaid Eestis praegu oskustöötaja tasemel ei koolitata, mistõttu on levinud kas töökohapõhine õpe või üldisema valdkondliku hariduse baasilt töö käigus õppimine. Võimalik on näiteks läbida valgustehnika ja valguskujunduse väljaõpe Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemias, mis loob head eeldused valgustajaks saamiseks. Lisaks on vastavat eriala võimalik omandada Eestist väljaspool. Valgustaja töö eeldab ühelt poolt loomingulisust, teisalt aga valguse tekitamiseks vajalike tehnikavahendite tundmist. Sarnane karjääritee on iseloomulik ka operaatoritele, kes alati pole omandanud erialast haridust. AV tehniliste teostajate ja toe puhul on

head võimalused filmi ja televisiooni vahel liikumiseks, olulised on sobivad isiksuseomadused ning valmisolek ja motivatsioon elukestvaks õppeks ja enesearenguks.

1.3.1.3. Audiovisuaalse töö koordinaator

Audiovisuaalse töö koordinaatorite hulka kuuluvad näiteks **tegevprodutsent, programmijuht, teleprogrammijuht, kinoprogrammi juht, muusikajuht, tootmisjuht, audiovisuaalse materjali hankija ning assistent**. Audiovisuaalse töö koordinaator juhib ning kannab administratiivset ja eelarvelist vastutust erinevate audiovisuaalsete projektide eest nagu film, telesaade, teleseriaal, telekanali programm, raadiosaade, raadioprogramm jne. Ta vastutab konkreetse projekti läbiviimise ning seatud eesmärkide täitmise eest. Koordinaatoril on sageli ka loomingu- ja sisuline otsustusõigus lõpptoodangu osas. Ta on sageli sillaks tele- ja filmimaailma ning auditooriumi vahel ning tema töö oluliseks eelduseks on sihtrühmade ja turu tunnetus. Koordinaatorid töötavad sageli vabakutselistena, kuid võivad olla ka palgatöötajad.

Tegevprodutsendi ülesanne on leida koostööpartnereid ja panna kokku projekti eelarve ning vastutada kogu tootmistsükli eest (sh ka väga erinevad korralduslikud küsimused nagu näiteks toitlustus, võttekohtade leidmine, suhtlus pressiga ja esilinastuste korraldamine jne). Tööaeg ei ole sageli kindlaks määratud ning sõltub pigem töös oleva projekti vajadustest.

Programmijuhi ülesandeks on olenevalt meediumist – nt raadio või tele – panna kokku selle ajaline sisu lähtuvalt sihtrühmade ootustest. Ta on sisu koordineerija, kellel peab olema selge visioon ja turutunnetus, millises ajaraamis näidata konkreetseid saateid või filme. Programmijuht on võtmeisik, kelle töö edukusest sõltub suurel määral tele- või raadioprogrammi populaarsus vaatajate ning kuulajate seas. Kinoprogrammijuht valib koostöös levitajaga välja vastavalt kino profiilile ja selle vaatajaskonnale sobivad filmid, koostab programmi- ning turundusplaani.

Audiovisuaalse töö koordinaatori õpi- ja karjääriteed

Audiovisuaalse töö koordinaatori ametisse võib siseneda erisuguse haridusliku ettevalmistusega, kuna üldjuhul on haridusest olulisemad sobivad isikuomadused ning huvi tele-, filmi- ja raadiomaailma vastu. Levinud on valdkonda sisenemine assisteerivatele positsioonidele, kust on võimalik sobivate isikuomaduste ja valdkondliku huvi olemasolu korral edasi liikuda. Kuna töö nõuab küllaltki häid üldoskusi nagu näiteks suhtlemis- ja koostööoskus, inimeste ja protsesside juhtimine, siis on kõrgharidus soovituslik. Koordinaatorite seas on intervjuueeritud ekspertide sõnul levinud filmikunsti, turunduse, kultuurikorralduse, audiovisuaal- või ajakirjanduslik haridus.

1.3.1.4. Fotograaf

Fotograafide hulka kuuluvad näidisametid nagu **pressifotograaf, tootefotograaf, moefotograaf, portreefotograaf ja fotokunstnik**. Fotograafi töö põhiülesanne on jäädvustada sündmusi ja olukordi ning anda edasi emotsioone. Tihti tuleb tal selleks ise valgust ja sobilikke olukordi kujundada või luua. Fotograafil peab olema hea kompositsiooni- ja värvitaju ning ta peab valdama erialaseid teadmisi. Tänapäeval on fotograafi lahutamatu töövahend tavapärase fototehnika kõrval IT-lahenduste ning erialaprogrammide tundmine ja võime nendega töötada. Fotograafid teevad üldjuhul fotosid reklaami-, kommerts-, tööstus- või teaduslikel eesmärkidel ning ajalehtede, ajakirjade, raamatute, kalendrite jm väljaannete illustreerimiseks, samuti portreefotosid. Enamasti spetsialiseeruvad nad ühele või mitmele alavaldkonnale nagu portree-, uudis-, toote-, arhitektuuri-, teadus-, loodus-, spordi- või moefoto. Fotograaf-laborandid töötavad fotolaborites ning nende põhilisteks tööülesanneteks on

dokumendifoto tegemine, fotomaterjalide töötlemine, fotode valmistamine, laboriseadmete ja -materjalide kasutamine, printeritöö ning klientide teenindamine.

Portreefotograafid pildistavad inimesi üksikult või gruppis. Paljud neist on spetsialiseerunud erinevate sündmuste pildistamisele, näiteks pulma- ja koolifotod vms. Enamasti töötavad nad stuudios, kuid sageli tuleb käia pildistamas ka sündmuskohal: pidulikel üritustel, koolis, ettevõtetes. Pressifotograafid ehk fotoajakirjanikud fotografeerivad huvipakkuvaid inimesi, kohti ja sündmusi ajalehtede, ajakirjade, arhiivi või televisiooni tarvis. Toote-, arhitektuuri- ja teadusfotograafid pildistavad mitmesuguseid elutuid objekte. Loodusfotograafid pildistavad looduskeskkonda: taimi, loomi, linde, putukaid, maastikke, loodusnähtusi. Töö eeldab vastavat fototehnikat, palju väljas liikumist ja huvi looduse vastu. Moe- ja reklaamlavastuse fotograafidel tuleb teha koostööd paljude erinevate inimestega: modellide, stilistide ja meigikunstnikega jt. Selles valdkonnas tegutsevad fotograafid peavad olema väga loovad ja koostöövõimelised ning suurepäraseid suhtlejaid. Tihti töötatakse nädalavahetustel ja õhtutundidel. Tööd kasutatakse põhiliselt reklaaminduses: ajakirjanduses, televisiooni ja ka moekunstnike erakogude jaoks.

Fotograafide töötingimused võivad olla väga erinevad sõltuvalt töökohast ja alavaldkonnast. Enamus fotograafe veedab ainult väikese osa tööajast otseselt pildistades. Suurem osa tööajast kulub piltide töötlemisele ja toimetamisele arvutis, vabakutseliste puhul ka uue projekti otsimisele või loomisele. Ettevõtjana ja vabakutselisena tegutsevatel fotograafidel on suurem autonoomsus, väljendusvabadus ja paindlikum tööaeg. Samas võib nende sissetulek olla ebakindel.

Fotograafi õpi- ja karjääriteed

Hariduslikke eeldusi hakkamaks vabakutseliseks fotograafiks ei ole, mistõttu leidub fotograafide seas igasuguse ettevalmistusega praktikuid. Siiski tuleb kasuks erialane haridus, mida saab tasemeõppes omandada Tallinna Polütehnikumis, Eesti Kunstiakadeemias, Kõrgemas Kunstikoolis Pallas. Pressifotograafide puhul tuleb kasuks ka ajakirjanduslik ettevalmistus. Lisaks on koolitusturul mitmeid erialaseid täienduskoolituskursusi. Üha suurem osa fotograafe töötab vabakutselistena, kuid levinud on ka töötamine ajalehtede ja ajakirjade toimetustes, kirjastustes, reklaamibüroodes või fototeenuseid pakkuvates ettevõtetes. Osa fotograafidest jätkab karjääriteed ka kunstivaldkonnas, töötades galeristi või kuraatorina.

1.3.2. Sõna ja keel

1.3.2.1. Ajakirjanik

Ajakirjanike hulka kuuluvad näiteks **peatoimetaja, tegevtoimetaja, toimetaja, päevatoimetaja, reporter, korrespondent, toimetaja-stsenarist, multimeedia toimetaja, sotsiaalmeedia toimetaja saatejuht-toimetaja, saatejuht, veebireporter, videoreporter, sisulooja, andmeajakirjanik, kriitik ja uudisteankur**. Ajakirjaniku olulisim ülesanne on ühiskondliku huvi ja inimeste seisukohalt olulise, vajaliku või ka meelt lahutava teabe kogumine, töötlemine, käsitlemine ja edastamine. Ajakirjanik peab suutma tõlgendada, mis ühiskonnas toimub ja andma sellest adekvaatse pildi. Vastutustundlik ümberkäimine omatava infoga on üks põhisambaid, millele ajakirjaniku töö peaks tuginema. Et leida avalikkust puudutavaid olulisi ja huvitavaid teemasid, intervjuueerivad ajakirjanikud inimesi, osalevad pressikonverentsidel, töötlevad andmeid, koguvad teavet ametkondlikest ja muudest dokumendi- ning andmekogudest.

Ajakirjanik võib kirjutada ja rääkida üldistel teemadel või spetsialiseeruda mõnele kitsamale valdkonnale nagu nt majandus, kultuur, sport vmt. Reporter tegeleb uudiste otsimise, info töötlemise ja avalikkusele vahendamisega. Toimetaja juhhib uudisvoogu ja inimesi ning tegeleb uudiste valimise ja reporterite koostatud tekstide toimetamisega. Toimetaja roll on olla filter reporteri ja lugeja vahel. Üldise trendina võib nentida, et erinevad rollid ajakirjanduses ühtlustuvad üha enam ning ajakirjanikelt oodatakse üha suuremat multifunktsionaalsust ja eri rollide täitmist. Üha olulisemaks on muutumas multimeedia toimetaja funktsioon, kelle ülesandeks on töötada veebilahendustega lugude rikastamise eesmärgil. Ta töötab toimetusega koos ning pakub välja erinevaid lahendusi näiteks graafikute, rekonstruktsioonide ja interaktiivsete lahenduse kujul ning viib need seejärel ellu. Lisaks ajakirjandusorganisatsioonis töölepingu alusel töötamisele võivad ajakirjanikud töötada ka vabakutselisena, pakkudes oma lugusid, fotosid ja videoid toimetustele honorari eest või väikeettevõtjana koostöölepingu alusel. Ajakirjanike sõnumite edastuseks sobivad erinevad meediumid: ajalehed, televisioon, raadio, veebiportaalid, sotsiaalmeedia jmt. Sealjuures eeldavad toimetused ajakirjanikelt üha enam konvergentset ehk meediumideülest tööd ning järjest vähem saab ajakirjanikke eristada selle meediumi järgi, kus nad peamiselt töötavad. Näiteks võib teleajakirjanik ühel päeval teha raadiosaadet ning seejärel kirjutada lugu ajalehele ja veebi.

Ajakirjanik väljendab end nii kirjalikult kui ka suuliselt, nii sõnas kui ka pildis. Ajakirjaniku töö sobib neile, kes on huvitud ühiskonnas või maailmas toimuvast, on hea keeleoskuse ja -vaistuga ning suhtuvad infotulva allikakriitiliselt, suhtlevad meelsasti inimestega ja tahavad midagi ühiskonna jaoks tervikuna korda saata, samuti peab neil olema hea stressitaluvus.

Ajakirjaniku õpi- ja karjääriteed

Ajakirjandust saab õppida Tartu Ülikoolis ja Tallinna Ülikoolis bakalaureuse astmel ning Tartu Ülikoolis ka magistriõppes. Tallinna Ülikoolis saab Nüüdismeedia magistritaseme õppekavas õppida teleajakirjandust. Hoolimata sellest, et ajakirjandusalane ettevalmistus ei ole alati eelduseks töö saamisel, on see siiski soovitatav. Lisaks ajakirjandusõppele on tööandjate seas hinnas ka majandus- ja kultuuriharidus, ajalugu, riigiteadused ning ka keeleteadused, mille pealt on võimalik valdkonna siseneda. Sageli on ajakirjanike puhul eeliseks see, kui ta on lisaks erialaõppele omandanud ka mõne muu eriala. Õpingute ajal on üldjuhul vajalik praktika mõne meediaväljaande juures. Kuna piirid meediumide vahel üha hägustuvad, siis on ajakirjaniku tööpõld lai ning võimalik töötada nii erinevate ajalehtede-ajakirjade toimetustes, uudisteportaalides, televisioonis kui ka raadios. Karjääritee võimaldab reporteri või toimetaja rollist liikuda korrespondendi, päeva-, tegev- või peatoimetaja ametisse, roteeruda eri meediumide vahel ning soovi korral töötada ka vabakutselisena.

1.3.2.2. Keelespetsialist

Keelespetsialistide hulka kuuluvad näiteks **keeletoimetaja, sisutoimetaja, korrektor, ilukirjanduse tõlkija, aimekirjanduse tõlkija, tarbetekstide tõlkija ja tõlk**. Keeletoimetaja teeb teksti ladusaks ja üheselt arusaadavaks. Vajaduse korral sõnastab ta laused ümber, et need vastaksid keelereeglitele ja oleksid stiililt ühtsed. Ta parandab sõnajärge ja -valikut, õigekeelsus-, stiili- ja loogikavead, kontrollib terminite õigsust, teksti ülesehituse loogilisust ning ühtlustab oskussõnavara kasutamist. Peale keelekohmakuste silumise kontrollib keeletoimetaja fakte ja teeb ettepanekuid teksti ülesehituse kohta. Sageli hõlmab keeletoimetamine ka tehnilist viimistlemist. Tõlketeksti toimetamine nõuab nii lähte- kui ka tõlkekeele tundmist. Tõlketekstide puhul tuleb toimetajal kontrollida tõlketeksti vastavust algtekstile, st kas algteksti mõte on tõlkes õigesti ja midagi vahele jätmata edasi antud. Tõlketeksti

toimetaja teeb koostööd teksti autori või tõlkijaga ja (sisu)toimetajaga. Sisutoimetaja peab võrreldes keeleteoimetajaga omama toimetatavast valdkonnast oluliselt laiemat silmaringi ning teadmisi.

Korrektor on kirjastuse, ajalehe toimetuse või trükikoja töötaja, kes teeb korrektuuri, st kontrollib teksti keelelist õigsust ja arusaadavust ning parandab tekstis esinevad õigekirja- ja trükivead. Korrektori ja keeleteoimetaja töö vahele ei saa tõmmata väga selget piiri, neid eristab eelkõige tekstiga tegelemise põhjalikkuse aste. Enamasti eeldatakse kirjastuses töötavalt keeletöötajalt nii keelelist toimetamist kui ka korrektuuri tegemist. Keeleteoimetaja tööaeg on tema enda määrata, oluline on kokkulepitud tähtaegadest kinnipidamine. Ta võib oma tööd teha ka kodus, kuid siiski on vajalik, et ta oleks aeg-ajalt kirjastajatele ja tööde autoritele kättesaadav, nii on võimalik vastastikku informatsiooni vahendada ja nõu pidada. Keeleteoimetaja töötab enamalt jaolt vabakutselisena lepingu alusel.

Tõlkijad on keeletespetsialistid, kelle põhitöös on kirjalike tekstide tõlkimine ühest keelest teise. Kirjalik tõlkimine jagatakse põhiliselt kahte valdkonda: ilukirjandustõlge ja tarbetõlge. Tõlkebüroodes töötavad tõlkijad teevad põhiliselt tarbetõlget, mis hõlmab laiahaardelist teemaderingi ärikirjavahetusest kuni ülispetsiifiliste erialatekstideni ning mille esitamisstiil ja -täpsus sõltuvad kliendi/tellijä määratavast tõlketeksti kasutuseesmärgist. Sageli spetsialiseerutakse kindla valdkonna tekstide tõlkimisele nagu tehniline, meditsiiniline, juriidiline tekst jm. Tõlkimisel arvestab tõlkija võimalikke tähendusvariante ja otsib vajaduse korral sõnadele õige tähenduse kolmanda keele vahendusel. Tõlkijad töötavad ka mitmetes avaliku sektori asutustes ja ettevõtetes. Seal on nende töö enamasti asutuse dokumentide, väljaannete, turundusmaterjali ja kodulehe tõlkimine võõr- või riigikeelde. Paljud tõlkijad töötavad vabakutselistena, mis võimaldab oma aega ise planeerida.

Tõlk on keeletespetsialist, kelle ülesandeks on tõlkida suulist kõnet. Suulise tõlke puhul eristatakse sünkroontõlget ja järeltõlget, millest esimese puhul töötab tõlk selleks vastavas eraldi ruumis ning auditoorium kuuleb tõlgi juttu kõrvaklappidest. Järeltõlge toimub kuulajatega samas ruumis ning tõlge toimub teksti osade kaupa. Tõlkide töö on võrreldes keeleteoimetajate ja tõlkijate tööga liikuvam ning eeldab rohkemat inimestega suhtlemist. Suulised tõlgid töötavad tavaliselt konverentsidel, kohtumistel ja seminaridel, kus osalevad inimesed eri keeleruumidest.

Keeletespetsialisti õpi- ja karjääriteed

Keeletespetsialistidena töötavad väga mitmesuguse hariduse ja ettevalmistusega inimesed. Kasuks tuleb filoloogiharidus (eesti või võõrfiloloogia). Erialaste trükiste toimetajate ja tõlkijatena tegutsevad sageli ka vastava eriala spetsialistid, näiteks meditsiinkirjastuses arsti haridusega, tehnikakirjanduse toimetajana inseneri ettevalmistusega spetsialist jne. Olulisem kui filoloogiline ettevalmistus on sageli üldine haritus, avar silmaring ja laialdased teadmised väga erinevatelt elualadelt, ent peamiselt võõrkeele ja tõlkekeele ehk oma emakeele väga hea valdamine nii kõnes kui ka kirjas. Keeleteadusi saab õppida nii Tallinna Ülikoolis kui ka Tartu Ülikoolis.

1.3.2.3. Loovkirjutaja

Loovkirjutajate hulka kuuluvad näiteks **kirjanik**, **reklaamtekstide koostaja** (ingl. k **copywriter**) ja **blogija**. Loovkirjutaja töö väljundiks on erinevat tüüpi tekstid nagu ilukirjandus, müügikiri, kõne, kodulehe tekst, artikkel, pressiteade, blogipostitus, infomaterjal, kliendikiri, trükise tekst, kutse jpm. Loovkirjutaja eesmärk on luua võimalikult mõjus tekst. Loovkirjutamises peab ühtviisi omama isiklikku stiili ja olema võimeline kasutama erinevaid stiile. Üldjuhul on loovkirjutajad vabakutselised paindliku tööajaga loovisikud, kuid näiteks *copywriter*'ite hulgas on levinud ka töötamine reklaamiagentuuride või raadiote juures.

Kirjanik kirjutab eri tüüpi ilu- või aimekirjandust – romaane, luuletusi, novelle, reisijutte, autobiograafiaid, näidendeid. On võimalik eristada kutselisi ja harrastuskirjanikke. *Copywriter* on ideekirjutaja ja koostab reklaam- ja promotekste, mis on läbimõeldud, hästi loetavad, uudsed ning reklaamitavat esindavad. Peale tekstilise sisuloo me eri kanalites vastutab *copywriter* sageli ka sisuturundusstrateegiate koostamise ning nende elluviimise eest. Tema töö eeldab tihedat koostööd agentuuri loovtiimi ning loovjuhiga, kellega ühiselt reklaamiidee välja töötatakse. Blogija on veebisisu looja, kellel on üldjuhul oma veebileht, millele ta regulaarselt sisu juurde postitab ja kes sellega endale näiteks sisuturunduse või mainekujunduse abil elatist teenib. On blogijaid, kes kirjutavad avameelselt kõigest, mis nende elus toimub, aga ka teemablogijaid, näiteks toidublogijad, loodusblogijad, teadusblogijad jm. Üha enam kirjalikke blogijaid on läinud üle videoblogide ehk vlogide peale, mida võib vaadelda ka audiovisuaalse sisu kontekstis.

Loovkirjutaja õpi- ja karjääriteed

Loovkirjutajaks võib saada erineva haridusliku ettevalmistusega ning erialane ettevalmistus ei ole loovkirjutaja puhul kriteeriumiks. Kirjanikuks õppida pole Eestis võimalik, kuid sellele aitab kaasa suur lugemus, osalemine loovkirjutamise kursustel ning pidev praktiseerimine. Levinumateks õpiteedeks *copywriter*'i puhul on filmikunsti ja reklaami erialad, mida saab õppida TLÜ BFM-is. Loovkirjutamist, sh mängufilmide ja telesarjade kirjutamist saab õppida ka mitmetel täienduskoolitustel.

1.3.3. Turundus ja kommunikatsioon

1.3.3.1. Turundusspetsialist

Turundusspetsialistide hulka kuuluvad näidisametid nagu **loovjuht, brändijuht, strateegiajuht, turundusjuht, tootejuht, turunduse projektijuht, sponsorigi, otseturunduse, müügiedustuse, sotsiaalmeedia-, digimeedia-, e-kaubanduse ja/või üritusturunduse ekspert, filmilevitaja-turundaja, turu-uuringute analüütik, suurandmete spetsialist ja andmespetsialist**. Turundus hõlmab turunduskampaaniate strateegilist kavandamist ja elluviimist, turundusuuringute läbiviimist, müügiedustust, ürituste korraldamist ning olemasolevate klientide hoidmist ja uute leidmist. Konkreetsest ametiimetusest olenemata täidavad turundusspetsialistid erinevates asutustes sageli sarnaseid ülesandeid. Turundusspetsialisti ülesanne on vastutada turundusprojektide planeerimise ja elluviimise eest, arvestades sihtrühma, kellele turustatav toode või teenus on adresseeritud. Turundusspetsialist peab tundma brändiarendust ja kujundama lihtsamaid reklaame. Senisest rohkem hõlmab turundusspetsialisti töö analüütilist läbimõeldust, kuna üha enam võetakse fookusesse kindlad sihtrühmad, keda mingi kampaaniaga kõnetada püütakse. Ta hindab nõudlust ettevõtte poolt pakutavate toodete ja teenuste järele. Lisaks püüavad nad määratleda potentsiaalseid turge ja uusi sihtgrupe. Turundusspetsialistid tegelevad ka hinnastrateegia arendamisega, et aidata ettevõttel suurendada turuosa ja kasumit, ning seisavad hea selle eest, et ettevõtte klientide vajadused oleks täidetud. Koostöös müügi-, tootearendus- ja teiste juhtidega jälgivad nad trende ja suundumusi, mis näitavad vajadust uute toodete ja teenuste järele. Suuremate ettevõtete puhul on palgal ka eraldi brändijuht, kelle ülesandeks on tegeleda konkreetse brändi turundusplaaniga, koostada ja ellu viia selle arengukavad ning teostada ka järelevalvet reklaamidele ja kvaliteedile.

Ettevõtete turundusjuhid koostavad koostöös ettevõtte juhtkonnaga turundusplaani ja eelarved. Väikestes ettevõtetes osaleb turundusjuht sageli ka müügitöös. Kui suuremates ettevõtetes on turundusjuht ja -analüütik eraldi positsioonid, siis väiksemates kannab turundusjuht ka analüütilist vastutust. Tavaliselt kasutavad ettevõtete turundusspetsialistid ja -juhid turunduskampaaniate ja

turundusuuringute läbiviimisel reklaami- ja meediafirmade abi. Reklaamikampaaniate planeerimine hõlmab meediakanali valikut, esitluste, reklaammaterjalide, reklaamklippide või -kuulutuste valmistamist ning nende tööde elluviimise jälgimist. Turundusteenuseid pakkuvate agentuuride spetsialistid pakuvad võtmeklientidele lahendusi, kuidas tõhusalt turundust planeerida ja läbi viia. Nii ettevõtete kui ka turundusagentuuride turundusspetsialistide hulgas hakkavad üha suuremat tähtsust omandama digiturunduse spetsialistid, kes oskavad planeerida turundustegevusi erinevatel digitaalsetel platvormidel ja valdavad vastavaid andmete analüüsi, andmetöötluse ning kampaaniate planeerimise tarkvaralahendusi.

Turundusspetsialisti õpi- ja karjääriteed

Turundusspetsialistide puhul tuleb kasuks turundus- või majanduslane haridus, kuid see ei ole alati eelduseks, kuna erialasest haridusest olulisemad on sageli isikuomadused, sotsiaalne kapital ja suhtumine. Turundust saab õppida kutsehariduses näiteks Tallinna Majanduskoolis, rakenduskõrghariduses Eesti Ettevõtluskõrgkoolis Mainor, bakalaureuseõppes Estonian Business Schoolis ning magistriõppes kombineerituna erinevate juhtimise komponentidega Tartu Ülikoolis ja Tallinna Tehnikaülikoolis. Digireklaami spetsiifilisi oskusi saab omandada TLÜ BFM-is reklaami ja imagoloogia õppekaval õppides. Ka valdkonnavälistel õppekavadel on sageli võimalik valida valikmoodulitena turundust. Peale erialase hariduse on väga olulised ka teadmised valdkonnast, mida turundatakse. Levinud karjääriteeks on valdkonda sisenemine turundusassistendi kohalt, kust liigutakse edasi turunduse projektijuhiks ja sealt edasi olenevalt ettevõtte või asutuse struktuurist.

1.3.3.2. Kommunikatsioonispetsialist

Kommunikatsioonispetsialistide hulka kuuluvad näiteks **kommunikatsioonijuht, infojuht, suhtekorraldaja, avalike suhete juht, kommunikatsiooniagentuuri konsultant, pressiesindaja, sisekommunikatsiooni ekspert, väliskommunikatsiooni ekspert, strateegilise kommunikatsiooni spetsialist ja lobist**. Kommunikatsioonispetsialist analüüsib ühiskonna suundumusi, nõustab tippjuhtkonda ning viib ellu tegevust, mis loob organisatsioonist, avaliku elu tegelasest või eraisikust kuvandi, mida ühiskond tunnustab ning mis on kliendile kasulik. See on strateegilist ja plaanipärast tegutsemist nõudev amet. Kommunikatsioonispetsialisti igapäevatöö on väga laia amplituudiga ning selle hulka kuulub muu hulgas teabe kogumine, avalikkuse suhtumise uurimine, küsitluste korraldamine, strateegiline planeerimine, sõnumite koordineerimine ja haldamine, meediasuhtlus, pressiteadete ja teabematerjali koostamine, artiklite ja kõnetekstide koostamine ning kohtumiste ja pressikonverentside korraldamine. Kommunikatsioonispetsialist peab välja kujundama ja töötama asutuse meediakanalid alustades kodulehest ja lõpetades sotsiaalmeediakanali(te)ga, samuti kirjutama vajadusel siseturundusartikleid ning andma hinnanguid reklaamtekstidele.

Kommunikatsioonispetsialisti tööaeg on sageli ettearvamatult ning tuleb olla valmis töötama õhtuti ja nädalavahetustel, eriti kui tegu on kriisilukorraga, millele tuleb kiiresti reageerida. Kuna kommunikatsioonispetsialisti tööruut on väga kaootiline ja kiire, võib öelda, et ta on tihti ametis 24 tundi ööpäevas ja valmis reageerima. Seetõttu on kommunikatsioonispetsialisti töö kiire, põnev ja vaheldusrikas, kuid ka pingeline. Nagu turundusspetsialist, peab ka kommunikatsioonispetsialist olema väga täpselt kursis valdkonnaga, milles töötatakse ja mille sõnumeid edastatakse. Kommunikatsioonijuhilt oodatakse üha enam osalemist strateegilises juhtimises – eriti just avalikus sektoris, kuid ka mujal. Sageli allub kommunikatsioonijuht otse tippjuhile. Tema ülesanne on seada asutuse kommunikatsiooni prioriteedid ja rõhuasutused, ressursside juhtimine ning valdkondlike

arendustegevuste planeerimine. Väiksemates organisatsioonides on kommunikatsiooni- ja turundusjuht sageli samas isikus, kuna need tegevused on tihedalt põimunud.

Kommunikatsioonispetsialisti õpi- ja karjääriteed

Valdkonnas töötamiseks on üldjuhul eeliseks kommunikatsioonialane haridus, mida saab omandada Tartu Ülikoolis ja Tallinnas Ülikoolis nii bakalaureuse- kui ka magistriõppes ning bakalaureuseõppes EBS-is. Valdkonnas töötavad inimesed, kellel ei pruugi olla erialast ettevalmistust ning kelle puhul hinnatakse pigem nende asjatundlikkust ettevõtte spetsiifilises valdkonnas (nt haridus, metsandus, meditsiin jmt). Nagu turundusspetsialisti, nii ka kommunikatsioonispetsialisti puhul hindavad tööandjad sobivaid isikuomadusi ning erialast haridust. Levinud karjääriteeks on valdkonda sisenemine konsultandi või spetsialisti ametikohalt ning edasiliikumine johtuvalt asutuse struktuurist. Valdkonnas on ka levinud iseendale tööandjaks olemine, mistõttu tegelevad paljud kommunikatsioonispetsialistid ka ettevõtlusega.

1.3.4. Disain ja kunst

1.3.4.1. Disainer

Disainerite hulka kuuluvad näiteks **tootedisainer, tööstusdisainer, teenusedisainer, aksessuaaridisainer, materjalipõhine disainer, interaktsioonidisainer, kasutajakogemuse (UX) disainer, kasutajaliidese (UI) disainer, graafiline disainer, interjööridisainer, audiovisuaaldisainer, virtuaalreaalsuse disainer, multimeediadisainer, set-disainer, kuraator ja disainijuht**. Disainer lähtub enamjaolt eesmärgist teha elu paremaks, ilusamaks, funktsionaalsemaks ja sihipärasemaks ning lähtub enda tegevuses lõppkasutaja vajadustest mingi probleemi lahendamisel või uute võimaluste loomisel. Disainer on loovtöötaja, kes loob uudseid tooteid, teenuseid, esemeid, objekte või lahendusi ning tal on otsene seos tellija ja kliendiga. Lisaks otsesele tööproduktile, milleks tavaliselt on kas joonis, mudel vms dokumentatsioon, mille alusel toota, on disaineri üha suuremaks rolliks (disainijuht) ja tähtsamaks tegevuseks kujunemas olemine kliendile või ettevõttele strateegiliseks partneriks kõigis tootmis- ja müügi-etappides ning võimaluste ja lahenduste leidmine, kuidas ettevõtte saaks raha kokku hoida ja lõppkasutajale suuremat väärtust luua. Disaineri loominguks võib olla ka olemasoleva toote või teenuse ümberkujundamine.

Tootedisainer töötab sageli tööstusvaldkonnas ning kavandab ja kujundab uusi tooteid eesmärgiga muuta elu mugavamaks ja ajakohasemaks. Lisaks klassikalisele tootedisainile on tulenevalt tehnoloogia arengust kasvanud nõudlus ka digitootedisainerite järele, kelle ülesanne on digitehnoloogial põhinevate toodete, nt mobiili- ja veebirakenduste loomine. Teenusedisainer töötab peale disainiagentuuri tihtipeale ka nendes ettevõtetes, kus vastavat teenust pakutakse. Teenusedisainereid on viimastel aastatel palju värvatud telekommunikatsiooni, finantsteenuste ja IT-ettevõtetesse. Samuti on teenusedisainerid järjest rohkem tööl *startup*-ettevõtetes ja ka avalikus sektoris. Ta mõtleb välja uusi teenuseid ja võimalusi teenuse parandamiseks ning kujundab parimad lahendused näost näkku teenuste puhul nagu näiteks passi ja ID-kaardi väljastamine või juhiloa taotlemine. Interaktsioonidisaineri ülesandeks on disainida kasutajasõbralikke, lihtsaid ja intuitiivseid lahendusi erinevatele nutikatele toodetele ja teenustele alustades nutitelefonidest ja lõpetades kodumasinatega. Graafiline disainer on üha enam kommunikatsioonidisainer, kes loob idee ja kujundab vastavad visuaalsed lahendused veebis, trükis ja muudes füüsilistes keskkondades. Tema töö väljund võib olla näiteks asutuse visuaalne identiteet, kodulehe kujundus või ruumi graafiline lahendus.

Set-disaineri ülesandeks on filmide, televisiooni, reklaamide ning ka teatri võtte- ja esinemispaikade loomine ja kujundamine.

Disainer teeb tihedat koostööd turundusmeeskonnaga, sest valmiv toode peab kandma sihtturu jaoks mõeldud sõnumeid. Samuti teeb disainer sageli koostööd infotehnoloogia spetsialistide, inseneride, arhitektide, kujundajate, ostuspetsialistide ja teiste spetsialistidega, kes aitavad idee osaliselt või täielikult ellu viia. Koostöös püütakse leida sobivad materjalid ning nende töötlemise võimalused ja lahendused, et tagada toote kasutajamugavus, vastupidavus, ohutus ja esteetilised omadused. Tööstuses algab disaineri looming ideest, mille suuna annavad kas tootejuht, müügijuht või klient. Lõpptulemuse saavutamine eeldab tihti pikka protsessi: teabe kogumine, lõppkasutajate mõistmine, tööjooniste tegemine, konsulteerimine oma ala spetsialistide ja klientidega, toodangust näidise valmistamine (prototüüpimine), selle katsetamine ja pärast tootmisse andmist ka toote esitlemine. Disainer võib olla ettevõtte palgaline töötaja, aga ettevõtte võib disaineri teenuse ka sisse osta. Disainerid on tihti spetsialiseerunud valitud sihtrühmale, tootegrupile, teenusegrupile või materjalile. Ent aina rohkem on neid disainereid, kes end valdkondlikult ei defineeri. Disaineri töövõtted ja -protsess võivad erineda olenevalt sellest, kas ta töötab suurtootmises, väikeateljees või oma kodus/kontoris. Seega võib disaineri tööks olla nii masstoodang kui ka eritellimusel valmistatavad üksikmudelid- ja lahendused.

Disaineri õpi- ja karjääriteed

Põhikutsealale sisenemine käib üldjuhul eriala omandamise kaudu kutse- või kõrgkoolis. Eestis on võimalik disainerialasid omandada erinevatel haridustasemetel Eesti Kunstiakadeemias, Tallinna Tehnikaülikoolis, BFM-is, Tallinna Ülikooli Haapsalu Kolledžis, Eesti Ettevõtluskõrgkoolis Mainor, Kõrgemas Kunstikoolis Pallas ja Tartu Kunstikoolis. Kutsehariduse lõpetanute puhul on sage edasilükkumine EKA-sse või ka välismaa kõrgkoolidesse. Disainerid leiavad tavaliselt tööd disainibüroodes, reklaami- ja disainiagentuurides, disainiteenust pakkuvates ettevõtetes ja tööstusettevõtetes või hakkavad ise ettevõtjateks. Reklaamiagentuurides alustavatest disaineritest kasvavad sageli välja agentuuride loovjuhid.

1.3.4.2. Kunstnik

Kunstnike alla kuuluvad teiste seas näiteks **maalikunstnik, graafik, skulptor-installatsioonikunstnik, interdistsiplinaarne kunstnik, ehtekunstnik, materjalikunstnik, köitekunstnik, tegevuskunstnik, kuraator ja kunstiline juht (AD – art director)**. Nende tegevus on tugevalt eneseväljenduslik. Kunstnikud loovad teoseid erinevate meediumide, materjalide ning vahendite abil nagu näiteks värvid ja lõuend, savi, metall, kangas, klaas, puit, tekstiil, plast, foto, video, arvutitehnoloogia, aga ka valgus, heli, sõna, kontseptsioonid ja ideed. Teatud puhkudel eristatakse kunstiliike nagu maalikunst, graafika, skulptuur, materjalikunst (nt nahk, klaas, savi, tekstiil jm), tegevuskunst jmt, kuid avalikkusele suunatud näitused ei keskendu üldjuhul kunsti meediumidele. Näitusi luuakse kas ühe kunstniku loomingulise seisukohavõtuna, pikema perioodi ajaloolise kokkuvõtte või hoopis temaatilise kooslusena. Kunstniku tööks on luua ja eksponeerida kunstiteoseid, näiteks kujutavaid või abstraktseid kolmemõõtmelisi või reljeefvorme, kujutavaid või abstraktseid joonistusi ja maale, graveerida või söövitada kujutisi metalli, puusse või muudesse materjalidesse; luua foto- ja videoteoseid, installatsioone ja *performance*’eid, suuremõõtmelisi objekte avalikku ruumi, aga ka koostada, kujundada ja illustreerida raamatuid, korraldada sündmusi, sekkuda igapäevaellu aktsioonidega. Enamik kunstnikke on vabakutselised või tegutsevad (üksikisikust) ettevõtjana. Nad peavad endale ise muretsema töövahendid ja leidma ateljee, milleks tihti tehakse koostööd ka teiste kunstnikega ja

koondutakse loomeliitudesse. Kunstnikud töötavad üldjuhul enda seatud ajagraafiku alusel, välja arvatud juhul, kui täidavad tähtjalist tellimust. Suurte projektide puhul kaasavad kunstnikud oma meeskonda assistente, tehnilisi teostajaid, projektijuhte ja teiste erialade eksperte või kasutavad sidusvaldkondade ettevõtete teenuseid.

Kuraator on sisulooja, kelle tööks on koostada kunstinäitusi. Tema puhul on oluline kontseptsioonilooma valitud teoste kaudu, millega kuraator esitab publikule sõnumi, aitab teoste taustu ja seoseid avada laiema üldistuse või kitsama fookuse seadmise kaudu, asetades kõrvuti kas ühe või erinevate autorite (ja ajastute) kunstiteoseid. Kuraatorid korraldavad üksikute loojate isiknäitusi, temaatilisi või kronoloogilisi näitusi, aga ka suurte festivalide mõõtu suurnäitusi, näiteks biennaale ja triennaale. Kuraatori ülesanne on kunstinäituse kaudu luua sisuline tervik, mis on ka sündmus ja elamus publikule. Kuraator võib olla nii palgaline, ühe kunstiasutuse juures töötaja kui ka vabakutseline ning tema töö on sageli rahvusvaheline – näitustel osalevad sageli väliskunstnikud ning kuraatoreid kutsutakse näitusi koostama ka välismaale. Näituste ettevalmistamine on väga pikk ja tihti uurimuslik, süvenemisvõimetus, aga ka palju suhtlemist ja logistilist võimekust eeldav protsess. Lisaks näituse sisulisele kokkupanekule, teoste valimisele, ruumi lavastamisele ja kontseptsiooni avava teksti kirjutamisele kuulub kuraatori töö hulka tihti ka muu organisatoorne töö (meeskonna koostamine ja juhtimine, eelarve planeerimine, rahastajate leidmine jms) ning näituse turundamine ja kommunikatsioon.

Kunstniku õpi- ja karjääriteed

Põhikutsealale sisenemine käib üldjuhul eriala omandamise kaudu kutse- või kõrgkoolis. Eestis on võimalik kunstierialasid omandada erinevatel haridustasemetel Eesti Kunstiakadeemias, BFM-is, Kõrgemas Kunstikoolis Pallas ja Tartu Kunstikoolis. Kunstnikud on enamasti vabakutselised, kuigi võivad leida palgatööd ka muuseumides, galeriides või õppeasutuste (sh huvikoolide) juures juhendajate ja õpetajate/õppejõududena. Kunstnike puhul on sage liikumine erinevate valdkondade vahel, näiteks võib aktiivselt näitustel osalev vabakunstnik olla samal ajal ka edukas tele- või filmikunstnik, kostüümi- või teatrikunstnik, muusik, kirjanik või töötada hoopis muus valdkonnas – põllumajanduses, äris vms. Kunstniku karjääri on keeruline kirjeldada, sest tööd tehakse peamiselt üksi ateljees, puudub otseselt hierarhiline karjääriredel, alluvad või suured meeskonnad. Edukust on võimalik mõõta oma publiku leidmise, erialaringkondade tunnustuse (kriitikute tekstid, preemiad), rahvusvaheliste koostöövõimaluste, residentuuride ja näitusekutsete, aga ka kunstiturul osalemise (teoste müük kollektsioonidele ja muuseumidele) kaudu.

1.3.4.3. Disaini ja kunsti tehniline teostaja

Disaini ja kunsti tehniliste teostajate ja toe alla kuuluvad näidisametid nagu **kujundaja, animaator, illustraator, 3D-visualiseerija-modelleerija, virtuaal- ja liitreaalsuse looja, küljendaja, koloreerija, dekoraator, näituse installeerija, erialameister, kunstiteoste tehniline teostaja jt.** Disaini ja kunsti tehniline teostaja ja tugi on erineva tasemega loojat assisteeriv tööjõud, kes peab suutma tehniliselt järgida ja ellu viia temale esitatud ülesandeid, samuti looma ja esitlema valminud kunstiteoseid. Kujundaja on disaini tehniline teostaja ja tema töö sisuks on info loominguine visualiseerimine ja modelleerimine. Tema töö eesmärk on keskkonna ja objektide kujundamine ning teabe esitamine esteetiliselt, korrastatud ja mõtestatud moel. Ta lähtub etteantud ülesandest ja loob eesmärgipärase lahenduse. Kujundaja töö väljundiks võivad olla näiteks veebibännerid, erinevad turunduslikud materjalid, raamatud, ajalehed jmt. Illustraatori ülesanne on varustada ja toetada tekste visuaalse materjaliga, et need vastaksid teksti sisule. Tema tööd kasutatakse sageli lasteraamatute

illustreerimisel, aga ka postkaartidel, reklaamis ning ajakirjanduses. Küljendaja ülesanne on turundusmaterjalide kujundamine ja trükieelne ettevalmistamine.

Näituse installeerija on tehniline töötaja kunstiteoste eksponeerimisel ja tema töö eesmärgiks on valminud teoste näituseks ülespanek, näituseruumi kavandamine ja näituse praktiline korraldamine kujundajate ja kuraatorite juhendamisel. Kunstiteoste loomisel abistavad ka erinevate tehnoloogiate ja materjalide eksperdid metallivalu, kiviraiumise, klaasipuhumise, kudumise jm käsitööladelt arvutigraafika, montaaži, fotograafia, helirežii jm tehniliste oskusteni välja. Kunstiteoste tehnilised teostajad töötavad sageli tihedas koostöös näituste installeerijatega ning on koondunud ka valdkondlikesse väikeettevõtetesse, mis pakuvad oma teenuseid muuseumidele, näitusemajadele ja üksikkunstnikele.

Disaini ja kunsti tehnilise teostaja ja toe õpi- ja karjääriteed

Disaini ja kunsti tehnilise teostaja ja toe jaoks vajalikku haridust saab omandada kutsehariduse tasemel Tartu Kunstikoolis, Pärnu Saksa Tehnoloogiakoolis ja Tallinna Polütehnikumis ning kõrghariduse tasemel Kõrgemas Kunstikoolis Pallas ja Eesti Kunstiakadeemias. Kutseõppe läbinud jätkavad sageli õpinguid Eesti Kunstiakadeemias. Disaini tehnilised teostajad leiavad tööd nii reklaamiagentuurides, kirjastustes, trükikodades kui ka meediaettevõtetes ja ringhäälingus. Kunsti tehnilised teostajad töötavad sageli muuseumides ja galeriides. Nagu alavaldkonnale iseloomulik, on ka sellel põhikutsealal levinud töötamine vabakutselisena, olles iseendale tööandja.

1.3.4.4. Disaini- ja kunstikoordinaator

Disaini- ja kunstikoordinaatoriteks on näiteks **galerist ja kunstikorraldaja**. Koordinaatorite olulisteks omadusteks on lisaks heale valdkonna ja selle protsesside tundmisele ka suhtlusoskus ja haldussuutlikkus, koostöö- ja juhtimisvõimekus ning finantsvõimekus ja ettevõtlikkus. Galerist tegeleb kunstiteoste müügiga, teeb koostööd kunstnikega ning esindab neid ärilises suhtluses. Galeriid teevad üldjuhul koostööd kindla esindatavate kunstnike ringiga, kellele ollakse toeks ka teoste produktsiooni korraldamisel, näituste ettevalmistamisel ning eksponeerimisel. Galerist oskab viia kokku kunstiteosed ja potentsiaalsed ostjad, suhelda kogujatega ning nõustada neid kollektsioonide arendamisel jms. Galeristi üks olulisem tööülesanne on nõustada kliente kunsti soetamisel tekkivates küsimustes. Samuti vastutab galerist galerii administratiivse toimimise ja hea käekäigu eest. Galeriid võivad olla spetsialiseerunud ainult ühele kunstiliigile, näiteks maalikunstile, aga müüa kõrvuti ka teoseid erinevatest kunstiliikidest. Kunsti vahendamisega tegelevad ka oksjonimajad, Eestis on need tihti seotud galeriidega. Kunsti müük on tihti rahvusvaheline, välisklientide huvi äratamiseks osaletakse kunstimesidel ja reisitakse kunstisündmustel võrgustike arendamiseks. Kunstikorraldaja tegeleb kas era- või avaliku kunstiasutuse töö või üksikute projektide juhtimisega. Tema ülesanded on näiteks näituseprojektide või kunstisündmuste korraldamine, kunstiteoste haldamine galeriis või muuseumis, kunstnike või kunstikogujate nõustamine ja assisteerimine jms. Kunstikorraldaja peab tegelema palju haldusküsimuste, eelarvestamise, turunduse ja teiste administratiivsete ülesannetega. Paljud koordinaatorid töötavad üha enam projektipõhiselt muuseumides, näitusemajades või omaalgatuslikes galeriiruumides või on ise ettevõtjad.

Disaini- ja kunstikoordinaatori õpi- ja karjääriteed

Disaini- ja kunstikoordinaatorina töötamiseks tuleb kasuks igasugune kunstialane ettevalmistus, kuid see ei ole eelduseks ning valdkonda võib siseneda igasuguse haridusliku ettevalmistusega. Kõige olulisem on kunstimaailma vastu huvi tundmine. Sobivat kunstiharidust pakuvad Tartu Kunstikool,

Kõrgem Kunstikool Pallas ja Eesti Kunstiakadeemia. Viimane avas koostöös Tallinna Ülikooliga ingliskeelse õppekava „Kirjandus-, visuaalkultuuri ja filmiteooria“, mille ühe väljundina nähakse töötamist kultuurikorraldajana. Kultuurikorraldust saab õppida ka Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemias ning Eesti Muusika- ja Teatriakadeemias.

1.3.5. Trükitööstus

1.3.5.1. Trükkal

Trükkalite hulka kuuluvad **offsettrükkal, fleksotrükkal, digitaalse trükiseadme operaator ja siiditrükkal**. Trükkali peamine ülesanne on trükimasina või -seadme abil trükkimine. Ta jälgib ja kontrollib pidevalt kogu trükiprotsessi. Samuti on trükkali tööülesanded trükimasina ja -materjalide ettevalmistamine ning töö sissevõtuga seotud masina häälestamine, mis trükib paberile, õhukestele plaatidele või teistele materjalidele. Trükkali kohustuste hulka kuulub ka trükimasina hooldus: puhastamine, õlitamine, reguleerimine, trükiseadmete töökorras hoidmiseks vajalike kulumaterjalide regulaarne vahetamine ja sellega seotud arvestuse pidamine. Trükiette võtte sees on trükkali ülesanne tagada stabiilne ja tõrgeteta tootmine kvaliteedinõuete järgi.

Offsettrükkal käitleb keerukat, kuid levinud trükitehnoloogiat. Offsettrükis ei puutu trükitav materjal (nt paber) otseselt kokku trükiplaadiga, vaid vaheetapiks kasutatakse trükikummi, mis vähendab trükiplaadi kulumist. Digitrükkal tegutseb sisuliselt spetsiifiliste tindiprinteritega. Fleksotrükkal toimetab kõrgtrüki edasiarenduses, mille puhul trükivormid valmistatakse plastist. Fleksotrükki kasutades on võimalik trükkida väga erinevatele materjalidele (ka värvi mitteimavatele ja venivatele materjalidele, nt polüetüleen, foolium jt). Põhiliseks kasutusalaaks fleksotrüki puhul on pakenditööstus, valdavalt rullis kleebis- ja kartongetiketid. Siiditrükkal kasutab meetodit, kus värv kantakse trükitavale materjalile läbi raamile pingutatud peenikese võrgu (siidi). See on üks laialdasemaid reklaamtoodete trüki võimalusi.

Trükise valmimise protsess on põhiloomult individuaalne ja vastutusrikas: tootmise eripärast tingitud tööülesandeid tuleb täpselt tõlgendada ja täita, tegevusi planeerida, töövahendeid kasutada ratsionaalselt ja keskkonnahoidlikult. Trükkali töö puhul on oluline pidev enesetäiendamine, et tulla toime areneva trükitehnoloogiaga, tarkvara, uute seadmete ja töövõtetega.

Trükkali õpi- ja karjääriteed

Trükkali eriala on Eestis võimalik omandada Tallinna Polütehnikumis trükitehnoloogia erialal. Levinud on ka töötajate koolitamine ettevõttesiseselt ja töökohapõhine õpe, kuna masinad, millega tööd tehakse, võivad olenevalt ettevõttest erineda. Ametikohal edukaks hakkamasaamiseks hindavad tööandjad ka igasugust tehnilist haridust, nt mehhatroonikat, mis annab eeldused selleks, et töötaja saab aru, kuidas seadmed töötavad. Võimaliku karjääriperspektiivina nähakse trükkali puhul näiteks trükikoja trükitehnoloogi või tootmisjuhti, seda eeldusel, et trükkal valdab erinevaid tehnoloogiaid ning tootmisjuhtimise kompetentsi.

1.3.5.2. Tootmisjuht-meister

Tootmisjuht-meistrite hulka kuuluvad näidisametid nagu **tootmisjuht, vahetusmeister ja trükitehnoloog**. Ta tegeleb kvaliteetse ja efektiivse tootmise planeerimise, korraldamise ja juhtimisega. Tema osaks on ressurside planeerimine nii tööjõu ja kuluefektiivsuse kui ka näiteks materjalivarude optimeerimise osas. Tootmisjuhid korraldavad tootmise igapäevast operatiivtasandit,

lahendavad jooksvaid probleeme, vahetuste korraldust ja tagavad kogu tootmisprotsessi kvaliteedi. Nad panustavad töötajate ja tootmise efektiivsusnäitajate arendamisse. Sageli vastutavad tootmisjuhid ka töökeskkonna ja tööohutuse eest. Olenevalt ettevõttest töötavad tootmisjuhid kas kabinetis arvutiga või veedavad märkimisväärse osa oma tööpäevast tootmistsehhis töötajaid juhendades.

Trükitehnoloogil on kõige laialdasem teadmine kogu trükkimise protsessist ning temalt eeldatakse rohkem inseneriteadmisi. Tema ülesanneteks on uute toodete, tootmis- ja tööprotsesside juurutamine ning ettevõtte tehnoloogia juhtimine. Trükitehnoloogid töötavad pigem suuremates ettevõtetes.

Tootmisjuht-meistri õpi- ja karjääriteed

Trükitootmise tootmisjuhte praegu ette ei valmistata. Tootmisjuhi pädevus on ettevõtetes väga erinev ja seetõttu võib tootmisjuhiks saada nii kesk-, kutse-, kui ka (rakendusliku) kõrghariduse omandanu ning eelnev töökogemus võib olla nii spetsialisti kui ka juhi tasandil. Levinud on tootmisjuhi väljakasvamine madalamatelt positsioonidelt ettevõtte sees. Headeks lähtepositsioonideks on näiteks trükkal või trükiettevalmistaja. Üldist tootmisjuhtimist on võimalik õppida Tallinna Tehnikakõrgkoolis, kuid mitte trükitootmise suunaga.

1.3.5.3. Trükiettevalmistaja

Trükiettevalmistaja tegeleb trükikotta saabunud kujundusmaterjali trükiks ettevalmistamise ja trükivormide valmistamisega. Tema põhilised tööülesanded on trükikotta saabunud elektroonilise algmaterjali kontroll, poognamontaaž, failide ettevalmistamine rastreerimiseks, kvaliteedinäitajate kontroll ning trükifilmide või -plaatide valmistamine. Ta vaatab üle trükikotta saadetud failide värvilahutuse ja paiknemise ning vastutab selle eest, et töö läheks perfektsena trükki. Väiksemates ettevõtetes lisanduvad sellele sageli ka teksti- ja pilditöötlus ning küljendustööd. Trükiettevalmistaja töö sarnaneb mõnelgi juhul kujundaja-küljendaja ning digitrükkali omaga. Töövahenditeks on arvuti ja erinevad printerid ning oma töös kasutab trüki ettevalmistaja tarkvaralahendusi.

Trükiettevalmistaja õpi- ja karjääriteed

Trükiettevalmistust saab õppida Tallinna Polütehnikumis trükitehnoloogia erialal, kus toimub vastav spetsialiseerumine. Levinud on ka väljaõpe ettevõtte sees ning sageli värbamisel hariduslikke tingimusi ei esitata. Trükiettevalmistajatelt oodatakse tehnilist taipu, arvutiprogrammide tundmist ning kujundusoskusi, mistõttu tuleb kasuks ka kujundaja kutseharidus. Trükiettevalmistaja on heaks lähtepositsiooniks valdkondlikul karjääriteel, kust saab edasi liikuda näiteks tootejuhi või trükitehnoloogi ametikohale.

1.3.5.4. Järeltöötlusseadmete operaator

Järeltöötlusseadmete operaatori töökoht on tavaliselt trükikoja järeltöötlusosakonnas. Järeltöötlustöid tehakse kas seadmetega või käsitsi. Toote ostja või tarbija saab toote sellisel kujul, nagu see trükikoja järeltöötlusosakonnast väljub. Järeltöötlusseadmete operaator on oskustöötaja, kelle tööülesannete hulgas võib olla köitmine (sh õmblemine, traatimine, liimimine), stantsimine, lõikamine, liimimine, lakkimine, numereerimine, perforatsioon, adresseerimine, liitmine, pakendamine, lamineerimine, augustamine ja ladustamine. Trükiste järeltöötlejad töötavad perioodika-, raamatu-, pakendi- ja reklaamitrükikodades. Ta jälgib ja kontrollib pidevalt kogu trükiste järeltöötlusprotsessi, tema kohustuste hulka võib kuuluda järeltöötlusseadmete hooldamine, sh puhastamine, seadmete töökorras hoidmiseks vajalike kulumaterjalide regulaarne vahetamine ja

lisamine, sellega seotud arvestuse pidamine jms. Trükiste järeltöötlusseadmete operaatori tööülesandeks on ka järeltöötluseks vajaminevate materjalide ettevalmistamine.

Trükiste järeltöötlusseadmete operaatori töö eeldab täpsust ja pühendumist ning keerulise seadmepargi käsitlemist ja hooldusoskust. Tema töös on tähtis tootmise eripärast tingitud tööülesannete täpne tõlgendamine ja täitmine, töö planeerimine, töövahendite ratsionaalne ja keskkonnaohutu kasutamine. Kuigi oma põhiloomult on trükiste järeltöötlusseadmete operaatori töö individuaalne, peab ta kogu tootmisprotsessi vältel olema valmis koostööks teiste meeskonnaliikmetega. Trükiste järeltöötlusseadmete operaator peab olema valmis ennast pidevalt arendama ja koolitama, et tulla toime areneva tehnoloogia, uute seadmete ja töövõtetega.

Järeltöötlusseadmete operaatori õpi- ja karjääriteed:

Järeltöötlusseadmete operaatoriks saab õppida Tallinna Polütehnikumis neljanda taseme kutseõppe esmaõppes. Nagu teistelgi alavaldkonna põhikutsealadel, on ka järeltöötlusseadmete operaatori puhul levinud ettevõttesisene koolitamine.

2. Valdkonna tööjõu- ja oskuste vajadust mõjutavad trendid, uuringud ja arengukavad

Järgnevates alapeatükkides on välja toodud olulisemad üleilmsed trendid ja ekspertide hinnangud nende võimaliku mõju kohta kultuuri- ja loometegevuse valdkonnale Eestis. Vajadusel ja võimalusel on eraldi välja toodud ka võimalikud erisused alavaldkondade lõikes, kaardistades alavaldkonda enim mõjutavad spetsiifilised suundumused, mis teisi käesolevas uuringus käsitletud alavaldkondi nii suurel määral ei puuduta. Trendide mõju konkreetsetele põhikutsealadele ning nendega seotud oskuste vajadusele käsitletakse põhjalikumalt 4. ja 5. peatükis. Lisaks analüüsitakse valdkonna tuleviku tööhõive ja oskuste vajaduse prognoosimisel varasemaid valdkonnaga seotud uuringuid, tuleviku mõju analüüse ning valdkonna arengut mõjutavaid riiklikke arengudokumente. Materjalide valikul lähtuti nende ülevaatlikkusest, valdkonnaga seotusest ning tulevikuarengu seostamisest oskuste või tööjõuvajadusega. Uuringutest koorunud trende täpsustati, tuginedes nii rahvusvahelistele kui ka Eestis tehtud analüüsidele ning täiendati alavaldkondlike ekspertide abiga. Vastuseid otsiti küsimusele: **kuidas mõjutavad erinevad tulevikutrendid kultuuri- ja loometegevuse valdkonna arengut järgmisel 10 aastal?**

2.1. Valdkonna arengut mõjutavad trendid ja mõjurid

Tuleviku tööhõive- ja oskuste vajadust mõjutavate trendide kaardistamisel lähtuti Eesti seisukohalt kõige olulisemaks peetud trendide loetelust, mis on ära toodud OSKA programmi raames koostatud kogumikus „Töö ja oskused 2025“¹⁷. See kogumik valmis valdkondadeüleste arvamusi liidrite kaasabil.

2.1.1. Sotsiaal-demograafilised muutused

Nagu teistes majandusvaldkondades, on ka kultuuri- ja loometegevuse valdkonna üheks suurimaks mõjutajaks järgmise kümne aasta jooksul demograafilised ning sotsiaalsed muutused, mis on kooskõlas üle-euroopalise demograafilise trendiga, kus noorema ja keskealise elanikkonna osakaal ühiskonnas väheneb ning vanemate inimeste osatähtsus suureneb.

Statistikaameti rahvastikuprognosi¹⁸ järgi väheneb aastaks 2040 Eesti elanikkond seniste trendide jätkumisel 1,2 miljonini, st 125 000 inimese võrra (võrreldes 2018. aastaga). Prognoosist nähtub jõuliselt **rahvastiku vananemine**, sealjuures tõuseb pensioniealiste (65-aastased ja vanemad) osatähtsus ühiskonnas ligi 71 000 võrra (28%-ni). Järgmiseks kümneks aastaks võib prognoosida samuti vanemaealiste inimeste (65-aastased ja vanemad) arvu kasvu ning põhilises tööeas olevate inimeste arvu (vanuses 20–64) olulist langust, mis väheneb aastaks 2028 ligikaudu 79 000 inimese võrra. Olukorras, kus tööealiste inimeste arv kahaneb, muutub üha olulisemaks **mitteaktiivsete inimeste suunamine tööhõivesse**. Siinkohal on muutused viimasel kümnel aastal olnud pigem positiivse

¹⁷ Pärna, O. (2016) Töö ja oskused 2025. Kogumik. SA Kutsekoda. <http://oska.kutsekoda.ee/wp-content/uploads/2016/04/Tulevikutrendid-1.pdf>

¹⁸ Statistikaameti rahvastikuprognosis vanuse ja soo järgi, variant 1.

suunaga – tööjõus osalemise määr on kasvanud 73%-lt 79%-ni (vanusegrupis 16 kuni pensioniiga) ning see oli 2017. aastal viimase 20 aasta kõrgeimal tasemel¹⁹.

Eeldatav keskmise eluea pikenemine peadib sellega, et vanemaealine elanikkond püsib kauem tööturul. Konkurentsivõime säilitamiseks on vaja kohaneda uute tehnoloogiliste arengutega, mis eeldab vajalike IKT oskuste omandamist, kuid see võib osutuda keeruliseks²⁰. Tulenevalt kultuuri ja loometegevuse alavaldkondade suurest vastuvõtlikkusest tehnoloogia arengust tingitud muutustele esitab see trend proovikivi tööandjatele. Tööjõunappuse tingimustes on vaja toetada olemasolevate töötajate (sh vanemaealised) võimalikult kaua tööturul püsimist. See tähendab töötajatele vastavasisuliste täiendus- ning ümberõppevõimaluste pakkumist. Jätkuv tööealiste inimeste arvu vähenemine ei väljendu ainult töökäte puuduses, vaid ka üha **vananevas tarbijaskonnas**. See sillutab teed olulisele suundumusele, milleks on nn **hõbemajandus**. Hõbemajandus seisneb uute toodete ja teenuste loomises eakamatele inimestele tervise ja sotsiaalvaldkonnas, aga ka heaoluteenustega laiemalt.²¹ See seab ka ettevõtetele ning olemasolevale personalile suuremad ootused, et rahuldada vanemaealise sihtgrupi nõudmisi ning samal ajal avab neile ka uusi turunišše. Ühe näitena hõbemajanduse väljendumises kultuuris ja loometegevuses töid eksperdid välja disaini ja kunsti alavaldkonna, kus lähtuvalt universaalsidaini põhimõtetest²² muutub üha olulisemaks toodete, teenuste, kasutajaliideste ja keskkondade kättesaadavuse aspekt, võttes arvesse nii erivajadustega inimeste kui ka vanemaealiste vajadusi. Universaalsidaini võib väljenduda ligipääsetavates liftides, lihtsamini avatavates pakendites või kergemini kasutatavates teenustes nii avalikus kui ka erasektoris.

Ühe sotsiaal-demograafilise trendina on McKinsey & Company (2017) raport²³ välja toonud inimeste üha kasvavad sissetulekud arenenud riikides, millest johtuvalt prognoositakse aina **suuremat nõudlust eri viisidele, kuidas veeta vaba aega ning sellest tulenevalt ka kasvu erinevatele loome- ja meelelahutusteenustele**. Ühe asjakohase näitena võib välja tuua fotograafiteenused, mis intervjueritud ekspertide sõnul on lisaks kasutajakogemuse lihtsusele kättesaadavamaks muutunud just tänu inimeste jõukuse kasvule. Sarnast trendi toetab ka näiteks Kunstiindeks²⁴, mille andmete analüüsi põhjal saab väita, et kunstiturul toimunud tehingute arv on olnud viimasel viieteistkümnel aastal kindlas kasvutrendis. Jõukuse kasv avaldab mõju ka trükitööstusele, kuna erinevatele toodetele, nt elektroonikale, on vaja kaasa panna ka kasutusjuhendid ja -manuaalid. Intervjueritud sõna ja keele alavaldkonna eksperdid rõhutasid seoses suuremate vaba aja veetmise võimalustega raamatute lugemise vähenemise trendi, milleks võetakse üha vähem aega. See omakorda mõjutab kirjastuste, sh

¹⁹ Statistikaamet TT465.

²⁰ European Commission (2016). *The impact of ICT on job quality: evidence from 12 job profiles*. http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?action=display&doc_id=16160

²¹ Ilmarinen, J. (2006). *Towards a longer worklife!: Ageing and the quality of worklife in the European Union*. Helsinki: Finnish Institute of Occupational Health : Ministry of Social Affairs and Health; Hussi, T., Ilmarinen, J., Klemola, S., Lehto, E., Lundell, S., Mäkinen, E., Oldenbourg, R., Saarelma-Thiel, T ja E. Tuominen (2011). *Ikävoimaa työhön*. Helsinki: Työterveyslaitos

²² Gurjanova, I. Eesti Disainerite Liit. Design For All. Universaalsidaini mõtteviis. https://www.epikoda.ee/wp-content/uploads/2014/03/DesignForAll_22.05.2014-1.pdf

²³ McKinsey&Company (2017). McKinsey Global Institute. Jobs lost, jobs gained: Workforce transitions in a time of automation <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/featured%20insights/Future%20of%20Organizations/What%20the%20future%20of%20work%20will%20mean%20for%20jobs%20skills%20and%20wages/MGI-Jobs-Lost-Jobs-Gained-Report-December-6-2017.ashx>

²⁴ <https://kunstiindeks.ee>

keelespetsialistide ning trükiettevõtete tööd. Ka uuring Deloitte Insights (2018)²⁵ toob välja, et seoses (ka vanemate inimeste) aina kasvava videote tarbimisega veedetakse üha vähem aega lugedes või muusikat kuulates. Tärgava trendina on suurenemas tarbijate huvi audioraamatute vastu.

2.1.2. Tehnoloogia areng

Tehnoloogia ning innovaatiliste lahenduste mõju valdkonnale on raske üle tähtsustada. Seda hoolimata tõsiasi, et rahvusvaheliste uuringute tulemusena on loomingulisus pöördvõrdelises seoses automatiseerimisega ning tehnoloogiat nähakse pigem produktiivse täiendusena enamikule loomingulistele ametitele ja vastavatele oskustele.²⁶ Sama tõdemust on toetanud ka Frey ja Osborne'i²⁷ (2013) hüpotees, mille kohaselt on automatiseerimise põhiliseks pudelikaelaks just loovus, kuna **oskusi ja pädevusi, mida on vaja uuenduseks ja loomingulisuseks, ei saa asendada tehnoloogiaga**. Neid arvamusi toetavad ka käesoleva uuringu raames intervjueritud eksperdid, kelle hinnangul valdkonna erinevad tegevusalad (erinevad loovametid ning mõningal juhul ka tehnilised ametid) ainult võidavad tehnoloogia arengust ning neid automatiseerimine ei ohusta. Küll aga toob ILO (2019) raport²⁸ välja, et digitaliseerimine avaldab olulist mõju muu hulgas eelkõige loome- ja kultuuritegevuse korraldusele ja regulatsioonidele, rahastamisallikatele, ärimudelitele ning töövormidele, mõjutades sellega omakorda kogu kultuuri nn ökosüsteemi.

Kui lähtuda kultuuri- ja loomeprotsesside väärtusahelast²⁹, siis hindasid intervjueritud eksperdid, et automatiseerimine mõjutab Eestis tõenäoliselt kõige enam levitamise, vahendamise ja tarbimise etappe. Näidetena võib siin tuua näiteks turunduse ja reklaami ning erineva loomingulise sisuga materjali auditooriumini vahendamise ning levitamise funktsioonid. Rahvusvaheliste uuringute³⁰ tulemusena on välja toodud, et ühe madalaima automatiseerimise riskiga on näiteks kõrget inimfaktori olulisust omavad loomingulised ja kommunikatsioonilased tegevused ning samuti kultuuriharidus, samal ajal kui tehnikaspetsialistide, nt projektisionisti puhul on risk automatiseerimiseks järgmise kümne aasta jooksul koguni 97%. Sarnase tulemuseni jõudsid Frey ja Osborne (2013), kes enda uuringu³¹ raames koostatud pingereas toovad kultuuri ja loometegevuse näidisametitest kõige suurema automatiseerimise riski tõenäosusega välja lisaks nimetatud projektisionistidele ka trükiettevõttevalmistajad ja järeltöötlusseadmete operaatorid. Madala automatiseerimise riski

²⁵ Deloitte Insights (2018). *Digital media trends survey. A new world of choice for digital consumers*.
https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/4479_Digital-media-trends/4479_Digital_media%20trends_Exec%20Sum_vFINAL.pdf

²⁶ Bakshi et al (2015). Nesta. *Creativity vs robots. The creative economy and the future of employment*.
https://media.nesta.org.uk/documents/creativity_vs._robots_wv.pdf

²⁷ Frey, C. Osborne, M. (2013). *The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation?*
https://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/academic/The_Future_of_Employment.pdf

²⁸ ILO (2019). *Challenges and opportunities for decent work in the culture and media sectors. Working paper No. 324*.
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_661953.pdf

²⁹ Kultuuri- ja loomeprotsesside väärtusahelas eristatakse loomise, tootmise, levitamise, vahendamise ja kättesaadavaks tegemise etappe. <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/cultural-diversity/cultural-expressions/programmes/global-alliance-for-cultural-diversity/culture-cycle/>

³⁰ Bakshi et al (2015). Nesta. *Creativity vs robots. The creative economy and the future of employment*.
https://media.nesta.org.uk/documents/creativity_vs._robots_wv.pdf

³¹ Frey, C. Osborne, M. (2013). *The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation?*
https://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/academic/The_Future_of_Employment.pdf

töenäosusega toob raport valdkonnas välja set-disaineri, kuraatori ja turundus- ning kommunikatsioonispetsialistid.

Ühe põhjusena, miks loovad ja enamik tehniliste teostajate ametikohtadest on raskesti automatiseeritavad, näevad intervjueritud eksperdid peamiselt tehnoloogiliste lahenduste kõrget hinda, mida Eesti ettevõtted ei saa endale lubada. Ühe näitena võib siin tuua audiovisuaalvaldkonna, kus erinevad automatiseeritavad tehnilised lahendused nii kaamerate kui ka valgustuse puhul on küll olemas, kuid nende kõrge maksumuse tõttu ei ole võimalik neid soetada. Ekspertide hinnangul vajab nii filmi- kui ka teletootmine niivõrd palju inimfaktorit, et isegi kui lihtsamad ja odavamad tööprotsessid masinatega asendatakse, on ikkagi vaja tehnilisi teostajaid, kes olemasolevat tehnoloogiat juhiks ja haldaks. Sarnase näite võib tuua ajakirjanduse kohta – tehnoloogia majandus-, poliitika- või sporditeemadel robotuudiste kirjutamiseks on maailmas juba olemas ja ka kasutusel³², kuid tulenevalt eesti keeleruumi marginaalsusest ei ole seda siin veel võimalik kasutusele võtta ning selle kasutuselevõtt lähima kümne aasta jooksul Eestis on küsitav, kuid mitte välistatud. Kuna ajakirjaniku töö on samuti loov, analüüsiv ning mõtestav, siis pole see ka tehnoloogia poolt üle võetav. Samal ajal on toimunud aga digitaalne transformatsioon viisis, kuidas selle töö tulemust, nt artiklit, tele- või raadiosaadet mitmekülgsemalt edastada ja kiiremini auditooriumini viia. Intervjueritud eksperdid prognoosivad küll edu ja laialdasemat kasutuselevõttu masintõlkeprogrammidele, kuid sellegipoolest ei nähta, et ka nende juurest inimfaktor täielikult ära kaoks. Teatavat automatiseeritavust nähakse uudisnuppude ja tarbetekstide tõlkimise puhul, kuid näiteks raamatute, eelkõige laste- ja ilukirjanduse puhul on see ekspertide sõnul lähiaastatel välistatud.

Maaailma Majandusfoorumi (2018) raport³³, mis keskendub spetsiifiliselt tehnoloogia mõjule kultuuri- ja loometegevuses, tõdeb, et praegu on veel vara prognoosida, kuidas ja mil määral tehnoloogia järgnevatel aastatel või aastakümnetel loometegevust muudab. Sellegipoolest toob raport välja peamiste mõjuritena **tehisintellekti, liit- ja virtuaalreaalsuse, loome- ja jagamismajanduse³⁴ koondumise ning sealjuures loomeprotsesside väärtusahela ümberdefineerimise ja plokiahela**. Tehisintellektist nähakse enim kasu audiovisuaalvaldkonnas, ajakirjanduses ning turunduses, kus suurandmete analüüsi abil on võimalik seirata, teada saada ja prognoosida tarbijate või klientide eelistusi ning sellest tulenevalt toota ka vastavat sisu ja teha nendest johtuvalt soovitusi näiteks huvipakkuvate seriaalide, artiklite või kaupade kohta. Tehisintellekti üheks väljundiks tehnoloogiline lahendus, mis on võimeline iseseisvalt ajakirjanduslikku teksti tootma ja mis on kasutusel suurtes rahvusvahelistes meediaväljaannetes nagu näiteks Washington Post ja The Associated Press, kes saavad endale vajaminevaid investeeringuid lubada. Digital News Projecti raporti³⁵ (2019) kohaselt on meediaorganisatsioonidel tuleviku ülesannetega toimetulemiseks vaja jätkuvalt investeerida tehisintellekti arendamisse, kuid samal ajal on vaja ka rohkem ajakirjanike ning reporterite ja toimetajate töö toetamist. Raporti kohaselt on järgmiste aastate jooksul n-ö robotuudistest isegi enam kasvamas nende tehnoloogiliste lahenduste arv, mis aitavad ajakirjanikel suurtes infomassides orienteeruda, suuri andmehulki oluliste faktide ja trendide leidmiseks analüüsida ning eristada väärinfot tõesest. Loomes- ja jagamismajanduse koondumisel defineeritakse ümber loojate, levitajate

³² World Economic Forum (2018). *Creative Disruption: The impact of emerging technologies on the creative economy*. http://www3.weforum.org/docs/39655_CREATIVE-DISRUPTION.pdf

³³ World Economic Forum (2018). *Creative Disruption: The impact of emerging technologies on the creative economy*. http://www3.weforum.org/docs/39655_CREATIVE-DISRUPTION.pdf

³⁴ Kasutusel ka termin platvormimajandus.

³⁵ Newman, N. (2019). *Digital News Project. Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2019*. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-01/Newman_Predictions_2019_FINAL_1.pdf

ja tehnoloogiaettevõtete omavahelised suhted. Ühelt poolt kasutavad levitajad tehnoloogilisi võimalusi (platvorme nagu nt Google, Facebook, Netflix) tarbijateni jõudmisel ning auditooriumi laiendamisel, teisalt on tehnoloogiaettevõtetel ja nende loodud platvormidel sõnaõigus selles, kuidas tarbija levitatava sisuni jõuab. Seetõttu on kultuuri ja loometegevuse levitajatel üha suurem aruandekohustus tehnoloogiaettevõtete ees. Viimatisest kasvutrendist hoolimata on plokiahela aplikatsioonid kultuuri- ja loometegevuse valdkonnas endiselt alles formeerumas. Plokiahela väärtus kultuuri ja loometegevuses väljendub näiteks nn tarkade lepingute kasutuselevõtmises loometöötajate puhul, mis aitavad neil paremini hallata enda digitaalseid õigusi.

ILO (2019) uuring³⁶ täiendab oodatavate uuenduste loetelu omakorda asjade interneti ja näotuvastusega, mis eeldab uut lähenemist esitlemistehnikale; interaktiivse suhtlusega robot, mis võimaldab tarbijatel küsida küsimusi programmi, filmi või artikli sisu kohta; segareaalsusega (ingl. k *mixed reality*), mis liidab ajakirjanduse ja fiktsiooni ühtsesse keskkonda. Sellised uudsed lahendused on ühel ajal nii professionaalsed kui ka tehnoloogilised, kuna neid peavad arendama, seadistama ja haldama inimesed.

On ilmunud esimesed tehisintellekti kirjutatud loometeosed nii muusikas kui ka näiteks filmistsenaariumidena³⁷. Liit- ja virtuaalreaalsuses nähakse potentsiaali muuta loojutustamise viise ning seda, kuidas tarbitavat sisu (filmi, muusikat, kunsti vmt) tajutakse ja milliseid emotsioone sellest saadakse. Sellised tehnoloogilised lahendused annavad loojatele senitundmatud ja -kasutamata meediumid, millega töötada ja tarbijateni jõuda. Virtuaal- ja liitreaalsuse trendile aitab omalt poolt kaasa ka vastavate tehnoloogiliste seadmete odavnemine, mistõttu prognoositakse nende üsna peatset massidele kättesaadavamaks muutumist³⁸. Intervjueeritud eksperdid näevad virtuaalreaalsuses näiteks disaini puhul olulist ajasäästlikkuse elementi, juba lähiajal on selle kasutuselevõtt tootearenduses üsna tõenäoline ning reaalsete füüsiliste prototüüpide asemel tehakse kas toodetest või füüsilistest keskkondadest hoopis vajaminevad 3D-mudelid, et neid katsetada ja seejärel edasi arendada. Sellised arengud annavad aga teed täiesti uutele ametitele, mis muutuvad lähiajal üha olulisemaks. Maailma Majandusfoorumi üldraport³⁹ (2018) toob sealjuures näidetena välja tehisintellekti ja masinõppimise⁴⁰ spetsialistid, kasutajakogemuse ja interaktsioonidisainerid ja suurandmete analüütikud. Raport toonitab ka, et lähiaastatel nähakse jätkuvat kasvu ametitele ja valdkondadele, millele on iseloomulik inimfaktori olemasolu ja sellest johtuvad oskused ja omadused. Asjakohaste näidetena võib siinkohal välja tuua turunduse ja kultuuri. Sama tulemuseni jõudis ka OECD (2019) raport⁴¹, mis kinnitab tõdemust, et tänu innovatsioonile luuakse uusi ja senitundmata töökohti, näidetena toob raport teiste seas välja sotsiaalmeedia juhid ja kasutajakogemuse disainerid.

³⁶ ILO (2019). *Challenges and opportunities for decent work in the culture and media sectors. Working paper No. 324.* https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_661953.pdf

³⁷ World Economic Forum (2018). *Creative Disruption: The impact of emerging technologies on the creative economy.* http://www3.weforum.org/docs/39655_CREATIVE-DISRUPTION.pdf

³⁸ World Economic Forum (2018). *Creative Disruption: The impact of emerging technologies on the creative economy.* http://www3.weforum.org/docs/39655_CREATIVE-DISRUPTION.pdf

³⁹ World Economic Forum (2018). *Centre for the New Economy and Society. The Future of Jobs Report 2018.* http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2018.pdf

⁴⁰ <https://et.wikipedia.org/wiki/Masin%C3%B5ppimine>

⁴¹ OECD (2019). *The Future of Work. Employment Outlook 2019.* https://read.oecd-ilibrary.org/employment/oecd-employment-outlook-2019_9ee00155-en#page50

Rahvusvahelised uuringud⁴² näevad kultuuri ja loometegevuse alavaldkondadest suurimat **arengu- ja innovatsioonipotentsiaali disaini- ja audiovisuaalvaldkondades**, mis moodustavad koos moetööstusega ka lõviosa maailma loomekaubandusest. Sealjuures annab suure osa nimetatud valdkondade edusse omakorda koostöös IT-sektoriga üha kiiremini kasvav mängutööstus⁴³, mis ka intervjueritud ekspertide sõnul on Eestis kõige progressiivsemalt kasvavaks ning edukamaks kultuuri ja loometegevuse alavaldkonnaks, kus käive aasta-aastalt suureneb. Mängutööstus on saanud otsese tõuke digitaliseerimisest ning tulenevalt virtuaalreaalsuse võimalustest ja selle kättesaadavamaks muutmisest prognoositakse sellele jätkuvat arengupotentsiaali. Valdikkonnaga koos kasvab ka vajadus vastava ala spetsialistide järele nagu disainerid, audiovisuaalse töö ning disaini ja kunsti tehnilised teostajad.

Tehnoloogia arengu puhul ei ole võimalik mööda vaadata **sotsiaalmeediast**, mis avaldab mõju kõigile kultuuri ja loometegevuse alavaldkondadele. Viimastel aastatel on üha enam on märgata trendi⁴⁴, kus tarbijate usaldus langeb traditsiooniliste institutsioonide vastu nagu ajakirjandus või valitsus ning selle asemel on uuteks n-ö arvamusiandjateks kujunenud 'tavalised inimesed meie endi seast', keda usaldatakse sama palju kui tehnilisi või akadeemilisi eksperte. Üha rohkem näidatakse usaldust üles ka asutuste ja ettevõtete sotsiaalmeediakontode suhtes ning ollakse umbusklikumad reklaamikampaaniate või ametlike kodulehekülgede suhtes. Intervjueritud ekspertide sõnul on aga see trend loodetavasti muutumas ja pigem prognoositakse, et valeduste, alternatiivsete meediaväljaannete ja üha suuremate infomasside levikuga kasvab tulevikus üha suurem vajadus professionaalse ajakirjanduse järele, mis edastab kvaliteetselt eeltöödeldud infot ning mille eest ollakse valmis ka seetõttu rohkem maksma. Valeduste piiramiseks on sotsiaalmeediaplattformid juba praegu kasutusele võtnud eri meetmeid, et piirata väär sisuga uudiste ja informatsiooni levikut⁴⁵.

Valdkonna üldistest automatiseerimise tendidest ning tehnoloogia mõju ulatusest valdkonnale erineb mõnevõrra **trükitööstuse alavaldkond, kus on väiksem roll loomingulisusel ning mida mõjutavad rohkem erinevatele tööstusvaldkondadele omased trendid ja suundumused** ning kus tootmise efektiivsuse tagamisel on teatud astmetes oluline töö automatiseerimine. Suurema automatiseeritusega võib kaasneda ka tööjõuvajaduse vähenemine. Frey ja Osborne⁴⁶ (2013) leiavad, et tööstuses on väga paljude ametite puhul suur automatiseerimise potentsiaal. Erinevate majandusvaldkondade võrdluses peetakse tööstust suure automatiseerimise potentsiaaliga majandustegevuse alaks, millest eespool seisavad pingereas vaid majutus- ja toitlustusteenused⁴⁷. Frey ja Osborne (2013) toovad kultuuri- ja loometegevuse suurima automatiseerimise riskiga ametitena välja trükitietevallistajad ja järeeltööluseseadmete operaatorid. Selle prognoosiga nõustuvad ka intervjueritud eksperdid, kes töid välja, et juba praegu on paljudes ettevõtetes kasutusel seadmed,

⁴² UNCTAD (2018). *Creative Economy Outlook. Trends in international trade in creative industries.* https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf

⁴³ <https://majandus24.postimees.ee/4076577/mangutoostus-on-tosine-toostusharu>

⁴⁴ Hootsuite (2018). Social Media Trends 2018. <https://hootsuite.com/uploads/images/stock/gd-SocialTrends-en-3-1.pdf>

⁴⁵ Allcott, H. et al (2018). *Trends in the Diffusion of Misinformation on Social Media* (<https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fake-news-trends.pdf>)

⁴⁶ Frey, C. Osborne, M. (2013). *The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation?* https://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/academic/The_Future_of_Employment.pdf

⁴⁷ McKinsey Global Institute (2017). *A future that works: automation, employment, and productivity.* <http://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Global%20Themes/Digital%20Disruption/Harnessing%20automation%20for%20a%20future%20that%20works/MGI-A-future-that-works-Executive-summary.ashx>

mis suure osa trükkietev valmistaja tööst ära teevad. Trükkalitega seoses töid eksperdid välja, et kuigi digitrükkis on mõneti oodata revolutsioonilisi tehnilisi lahendusi, ofsettrükki siiski kadumas ei nähta.

Automatiseerimine toob muutusi ka masinate seadistajatele, hooldajatele ning operaatoritele, kes peavad omandama uued oskused tehnoloogia kasutamiseks. Samal arvamisel on intervjuueeritud eksperdid, kes tõdevad, et ettevõtete masinapargid on muutunud üha võimsamaks ja teatud lihtsamaid tööloike automatiseeritakse juba praegu. Sellegipoolest jääb vajadus selliste nutikate töötajate järele, kes oskavad neid seadmeid ja tootmisprotsessi juhtida ja käigus hoida.

2.1.3. Töövormide ja töökultuuri teisenemine

Tööealise elanikkonna vähenemise ning eakama töötajaskonna kauem tööturul püsimise tõttu on eri generatsioonide samaaegne tööturul koos tegutsemine vältimatu. Ootuste konflikt seoses **töövormide ja töökultuuriga** saab olema iga tööandja jaoks suur proovikivi, sest tuleb leida moodused, kuidas kõik töötajad asutuse huvides efektiivselt koos tööle panna, arvestades samal ajal eri vanusegruppide ootuste ja vajadustega.

On põhjust eeldada, et tulevikus soovib üha rohkem töötajaid **töökorralduse paindlikkust ning mitmekesisemaid töövorme**.⁴⁸ Ühelt poolt kätkeb see lühemat karjääri samal töökohal ja korraga mitmel kohal töötamist (lühiajaliste tööde tegemine, nn tööampsud), soovi ühildada töö- ja pereelu paindlikuma töögraafiku kaudu ning, eriti noorte puhul, ka töö mõtestamist ja selle mõttekust⁴⁹. Uute töövormide alla kuulub ka töö koostööplatvormide vahendusel ehk nn **jagamismajanduse töövormid**⁵⁰. **Kaug- ja mobiilne töö**⁵¹, **jagatud töökohad**⁵², **koostöökontorid**⁵³ (ingl. k *coworking*) ja **töötaja jagamine**⁵⁴ ning **elektroonilised koostööplatvormid**⁵⁵ leiavad üha laialdasemat kasutust. Väga head infotehnoloogilised võimalused, kiire ja mobiilne internetiühendus ning inimeste suhteliselt head digioskused soodustavad uute töövormide levikut kultuuri- ja loometegevuse puhul üha rohkem ka Eestis. Riigikantselei strateegiabüroo tellimusel 2017. aastal tehtud analüüs „Tuleviku töö – uued

⁴⁸ Employment, Social Policy, Health and Consumer Affairs Council (EPSCO) (2017). *Future of Work: Making It e-Easy. Conference materials*. <https://www.eu2017.ee/political-meetings/future-work-making-it-e-easy>

⁴⁹ Friedman, S. D. (2013). *Baby Bust: New Choices for Men and Women in Work and Family*. Wharton Digital Press. <http://worklife.wharton.upenn.edu/research/life-interests-of-wharton-students/1992-and-2012/>

⁵⁰ Jagamismajanduse all mõeldakse uusi ettevõtlusvorme, kus teenuse pakkujad võivad olla nii äriettevõtted kui ka eraisikud, kuid pakutakse alakasutatud ressursse või esemeid ilma omandivormi muutmata ajutiselt läbi veebiplatvormi (nt Uber, Taxify, AirBnB jms). Vallistu, J., Erikson, M., Eljas-Taal, K., Toppel, R., Ratnik, H., Nausedaite, R., Aksen, M., Pruks, P. (2017). Tuleviku töö – uued suunad ja lahendused. technopolis |group| Tartu Ülikooli sotsiaalteaduslike rakendusuuringute keskus RAKE <http://www.digar.ee/arhiiv/et/download/273726>

⁵¹ Kaug- ja mobiilne töö – IKT-põhine töö, mille puhul tööülesandeid täidetakse osaliselt, kuid regulaarselt väljaspool töökoha asukohta. (Ibid.)

⁵² Töökoha või ka töötaja jagamine – töövorm, mille raames tööandja võtab tööle vähemalt 2 töötajat, kes täidavad ühe täistööajaga ametikoha. Töötajatel on tööandjaga osalise tööajaga lepingud. (Ibid.)

⁵³ Ühiselt jagatud tööpind, kus töötavad koos töötajad eri valdkondadest ja kes on sageli vabakutselised ning soovivad töös paindlikkust.

⁵⁴ Töötaja jagamine – töövorm, mille puhul tööandjate grupp palkab tööle ühe töötaja või mitu töötajat ning tööandjad vastutavad solidaarselt kohustuste täitmise eest töötaja(te) suhtes. (Ibid.)

⁵⁵ Koostööplatvormi vahendusel toimuv töötamine jaguneb rahvahankeks (*crowdsourcing*) ja tööks nõudmisel. Rahvahanke puhul teevad töötajad tööd ainult interneti teel koostööplatvormi vahendusel ja paljudele klientidele. Töö nõudmisel – mobiilirakenduse või interneti kaudu tehakse töid, mida on tehtud ka enne koostööplatvormi esilekerkimist: isikute ja asjade transport, remonditööd, haljastustööd jne. (Ibid.)

suunad ja lahendused⁵⁶ tõi välja, et paindlikest töövormidest on Eestis kõige levinumad IKT-põhine mobiilne töö, töö nõudmisel mobiilirakenduse või interneti kaudu ja lühiajaline töö. Siiski on paljude töövormide kasutamise ulatust ja mõju keeruline hinnata, kuna nende kohta puudub Eestis õiguslik regulatsioon ning sellest tulenevalt ei ole ka head statistikat. Uute töövormidega, eelkõige kaug- ja mobiilse tööga kaasnevad ka riskid. ILO (2019) uuring⁵⁷ tõdeb, et paindlikkusest ja sõltumatuses hoolimata hägustavad sellised töövormid piire töö- ja vaba aja vahel ning kätkevad riski ületootmiseks. Kõrgema riskiga tuuakse välja just ajakirjanikud ja teised meediavaldkonnas töötavad spetsialistid, kuna nende töö tähendab pidevat kursis olemist sotsiaalmeedia ja teiste uudisvoogudega.

Kultuuri- ja loometegevuse valdkond, erandina trükitööstus, paistab silma kõrge **vabakutseliste** loovisikute ja mikroettevõtete arvuga, millest tulenevalt ei saa rääkida ainult konkreetse eriala loojatest või tehnilistest teostajatest, vaid ka ettevõtjatest. ILO (2019) raport⁵⁸ toob välja, et teiste majandussektoritega võrreldes on kultuuri- ja loometegevusega seotud valdkondades vabakutselisus ja iseendale tööandjaks olemine aina tõusev trend, mille peamiseks põhjuseks on soov olla paindlik ja sõltumatu loomingulises tegevuses. Intervjueeritud eksperdid hindavad, et järgmise kümne aasta jooksul ootab enim muutusi ees seoses töösuhetega, mis võib näiteks meediaettevõtetes tuua kaasa muutused toimetuste struktuuris. Vabakutselisust soosib ka Eesti ettevõtluskeskkond ning küllaltki ebastabiilsed töövood. Näiteks audiovisuaalvaldkonna puhul tunnistasid eksperdid, et aasta ringi lepingulisi töötajaid ei julgeta palgata, sest töökoormust on keeruline prognoosida.

Muutuvad töövormid eeldavad töötajatelt üha **suuremat multifunktsionaalsust, transdistsiplinaarsust ja laiemat ampluaad oskusi**, mis eriti vanemaealistele töötajatele ei pruugi aga sobida. Meedia- ja audiovisuaalvaldkonnas on üha levinumad nn ühemeheorkestrid, kus režissöör on samal ajal nii tehniline teostaja kui ka levitaja. Ühe sellise näitena võib tuua välja sotsiaalmeedia mõjuisikutest *youtuber*'id. Sarnaselt ILO (2019) uuringuga⁵⁹ tõid eksperdid välja, et sõna- ja keelevaldkonnas eeldatakse Eestiski ajakirjanikult loo kirjutamist, selle visualiseerimist, graafilist disaini, presenteerimist ja ka turundust nii sotsiaalmeedias kui ka teistel võimalikel platvormidel. Selline trend toob omakorda kaasa ametite muutumise üha mitmetahulisemaks ning üha olulisemaks muutub töötajate puhul nn T-kompetentsi mudel⁶⁰, kus lisaks süvateadmistele ühelt kitsalt erialalt tuleb osata mõista ja seostada funktsioone ka teistelt distsipliinidelt. Turunduse ja kommunikatsiooni valdkonnas tõid eksperdid välja, et juba praegu on need kaks funktsiooni üha rohkem kokku liikumas ja lahustumas ning järgmiste aastate jooksul nähakse neid juba pigem koos.

Üldjoontes võib väita, et kultuuri- ja loometegevuse põhikutsealad ning nende tööprofiil vastavad väga hästi nii Y- kui ka Z-generatsiooni⁶¹ ootustele tulevasele töökohale, mistõttu peaks nende ametite turundamisel ja tutvustamisel just sellele aspektile rohkem tähelepanu pöörama. Näiteks

⁵⁶ Vallistu, J., Erikson, M., Eljas-Taal, K., Toppel, R., Ratnik, H., Nausedaite, R., Aksen, M., Pruks, P. (2017). Tuleviku töö – uued suunad ja lahendused. technopolis |group| Tartu Ülikooli sotsiaalteaduslike rakendusuuringu keskus RAKE
<http://www.digar.ee/arhiiv/et/download/273726>

⁵⁷ ILO (2019). *Challenges and opportunities for decent work in the culture and media sectors. Working paper No. 324.*
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_661953.pdf

⁵⁸ ILO (2019). *Challenges and opportunities for decent work in the culture and media sectors. Working paper No. 324.*
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_661953.pdf

⁵⁹ ILO (2019). *Challenges and opportunities for decent work in the culture and media sectors. Working paper No. 324.*
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_661953.pdf

⁶⁰ https://en.wikipedia.org/wiki/T-shaped_skills

⁶¹ <https://maaleht.delfi.ee/news/maaleht/uudised/y-ja-z-generatsioonid-tekivad-eesti-tooturul-revolutsiooni-kes-juhtimist-lustlikumaks-ei-muuda-need-toolisi-ei-leia?id=82633591>

keelespetsialistide puhul tunnistasid intervjueritud eksperdid, et pahatihti pole tavainimesel ettekujutust, mis on keeleteoimetaja või tõlkija töö sisu ja vorm ning ei teadvustata selle paindlikkuse võimalusi näiteks õppimise kõrvalt. Lisaks on võimalus näiteks kodustel emadel neid töid teha kas kõrvaltöona, teise karjäärina või lisateenimise allikana, samuti saab nii tööturule kaasata erivajadustega inimesi. Sarnane potentsiaal peitub ka teistes ametites ning näiteks raadiojaamade tehnoloogilised lahendused on arenenud nii kaugele, et saatejuhtidel on soovi korral võimalik saadet teha ka kodust.

2.1.4. Tarbija ootuste ja väärtuste teisenemine

Kultuur ja loometegevus on väga tugevalt mõjutatud **tarbija ootustest ja vajadustest**, millega erinevad alavaldkonnad paratamatult kohanema peavad. **Toodete ja teenuste personaliseeritus, tarnekiirus ja mugavus, meelelahutuslikkus ja kättesaadavus, emotsioonide pakkumine, toodete ja teenuste sotsiaalne vastutustundlikkus, keskkonnateadlikkus** jms on mõned märksõnad, mis järgmise kümne aasta jooksul ekspertide hinnangul valdkonda enim mõjutavad. Seoses elamusmajanduse⁶² võidukäigu ja jätkuva arenguga peavad nii meedia-, turundus- kui ka kommunikatsiooniettevõtted end vastavalt tarbijate ootustele ümber kujundama. Intervjueritud eksperdid nõustusid üheselt, et nii ajakirjanduse, digitaalmeedia kui ka turunduse kohalolek on üha enam vältimatu just seal ja nendes meediumites, kus on tarbija. Tarbijate käes on üha suurem roll selles, milliseid meedia- või meelelahutuse vorme valida ning seda kõrgem on ka nende nõudlikkus, eriti mis puudutab kvaliteeti, originaalset sisu ja teenuse kättesaadavust just neile sobivas vormis ning ajahetkel⁶³.

Uuring Deloitte Insights (2018)⁶⁴ toob digitaalmeedia kasutuses välja kaks olulist trendi. Ühelt poolt kasvab hoogsalt voogedastuste arv ning teisalt ei tõuka seda trendi enam tagant mitte niivõrd paljuräägitud Z-generatsioon ja milleniumlased, vaid ka X-generatsiooni (sünd. 1966–1982) digitaalmeedia tarbimise harjumused on noortega võrdsustunud või mingites aspektides isegi ületavad seda. Nii milleniumlased kui ka X-generatsioon veavad eest maratonvaatamise (ingl. k *binge-watching*) suundumust ning X-generatsioon on kõikidest vanusegruppidest aktiivseim nutitelefonis videomängude mängija.

Samas uuringus tuuakse ka välja, et üha enam on tarbijad hakanud loobuma traditsioonilistest teleteenustest ning seda just põhjusel, et **traditsiooniline televisioon ei paku tarbijale soovitud sisu temale sobival ajal või kujul**. Eesti ekspertide hinnangud voogedastushiidude nagu Netflix, Hulu või Amazon kohalikule edule on vastandlikud. Ühelt poolt tunnistatakse, et tegu on igal juhul survega Eesti telekommunikatsiooni- ja kaabelsideettevõtetele arendamiseks ja parendamiseks pakutavaid teenuseid ning samal ajal jälgitakse, millist mõju tehnoloogilised trendid ja võimalused Eestile avaldavad. Teisalt ollakse mõõdukalt enesekindlad Eesti inimeste nišimaitstes ja -eelistustes ning hinnatakse vastavaid hirme veidi ülepaistatuteks. Seda hinnangut toetab ka näiteks Tartu Ülikooli ja Tallinna Ülikooli

⁶² Uudne majanduslik mõtlemine, mille eesmärgiks on toodete ja teenuste kaudu pakkuda tarbijale emotsionaalselt mõju.

⁶³ Deloitte Insights (2018). *Digital media trends survey. A new world of choice for digital consumers.*
https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/4479_Digital-media-trends/4479_Digital_media%20trends_Exec%20Sum_vFINAL.pdf

⁶⁴ Deloitte Insights (2018). *Digital media trends survey. A new world of choice for digital consumers.*
https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/4479_Digital-media-trends/4479_Digital_media%20trends_Exec%20Sum_vFINAL.pdf

koostöös valminud värske uuring⁶⁵, mille kohaselt eelistavad inimesed üldiselt tarbida emakeelset meediasisu ning alles siis, kui huvipakkuv või piisavalt kvaliteetne sisu pole emakeeles kättesaadav, tehakse valik võõrkeelse sisu kasuks. Intervjueeritud eksperdid toovad ka välja, et klassikalise kellaajalise telesaadete vaatamise vähenemise arvel on Eestis kasvanud järelvaatamine ning vastava veebisisu tarbimine mobiiliseadmetest. Peamine erinevus on ekspertide hinnangul tehnoloogilises vahendis, läbi mille televisiooni ja meediat tarbitakse ning nõustutakse üheselt, et nii meedia kui ka ringhääling peavad olema kättesaadavad seal, kus on tarbija. Samuti hindavad eksperdid, et näiteks raadiokuulamise langustrend on aeglustunud ning sellele on aidanud kaasa erinevad järelkuulamise võimalused ja taskuhääling (ingl. k *podcast*⁶⁶).

Johtuvalt erinevate meediumide kasvavast arvust on meedia- ja turundusettevõtetele rohkem võimalusi tarbija tähelepanu võitmiseks. Seetõttu on strateegilise turunduse tähtsus olulisem kui kunagi varem. Intervjueeritud eksperdid tõid omalt poolt välja trendi, kus Eesti ettevõtete turunduskampaaniad on üha enam lühiajalised ja taktikalised ning vähem loomungulised. Ekspertide hinnangul liigub **turundus üha rohkem audiovisuaalse sisu (sh video) ja vähema teksti poole**. Sarnast trendi toetab ka Freedmani (2018) raport⁶⁷, kus on välja toodud, et lühikesed videoklipid on kõige efektiivsem turunduskanal just tänu sellele, et suudavad kõige kergemini võita tähelepanu. Sellest johtuvalt peavad ettevõtted ja brändid leidma üha uuemaid ja leidlikumaid viise, kuidas enda sõnumit ja lugu inimesteni viia. Samal ajal kasvab ka sisuturunduse maht, millele aitavad omalt poolt kaasa *youtuber*'id. Freedmani raport⁶⁸ toob ka välja, et tarbijate, eriti milleniumlaste ja Z-generatsiooni jaoks on juba muutunud ning muutub üha enam oluliseks ettevõtete, kaupade ja teenuste vastutustundlikkus ning seda ka turunduses. Ettevõtetele oodatakse positiivsete sotsiaalsete muutuste ellukutsumist ning keskkonnateadlikkust. Juba mainitud vaeuudiste valguses toob raport taas välja, et tarbijad on muutumas üha usaldamatumaks veebis jagatava informatsiooni suhtes ning üha enam seatakse kahtluse alla nendeni jõudvat kommunikatsiooni. Seetõttu on üha olulisem ka turunduses ja kommunikatsioonis olla oma sõnumites võimalikult autentne ja realistlik⁶⁹. Tarbijate ootus sotsiaalse vastutustundlikkuse suhtes ilmneb ka disainis, kus on intervjueeritud ekspertide sõnul üha enam pead tõstmas keskkonnateadlikkus, ringmajandus/ringdisain ja jääkide ära kasutamine tootmisprotsessis.

McKinsey&Company (2017) raport⁷⁰ toob välja, et tarbijad mõjutavad ja juhivad üha enam ettevõtete otsuseid seoses toodete ja teenustega, mida arendada. Ühelt poolt on see tingitud sellest, et kunagi varem pole tarbijad saanud nii operatiivselt ja otse ettevõtetele tagasisidet anda ja neid enda ootustest teavitada. Tarbija ootab üha mitmekesisemat valikut, erilisust ja võimalust eneseväljenduseks ostetud toodete kaudu. Tarbijate personaliseeritud ootused avaldavad mõju ka trüki- ja pakenditööstusele.

⁶⁵ Kõuts-Klemm, R. et al (2019). Meediapoliitika olukorra ja arengusuundade uuring. Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituut. Tallinna Ülikooli meediainnovatsiooni ja digikultuuri tippkeskus.

⁶⁶ Ettesalvestatud raadiosaade, mida saab soovitud ajahetkel kuulata erinevatest nutiseadmetest.

⁶⁷ Freedman (2018). *Global marketing 2018. Marketing trends with a global reach*.
<https://www.freedmaninternational.com/content/uploads/Marketing-Trends-2018.pdf>

⁶⁸ Freedman (2018). *Global marketing 2018. Marketing trends with a global reach*.
<https://www.freedmaninternational.com/content/uploads/Marketing-Trends-2018.pdf>

⁶⁹ Freedman (2018). *Global marketing 2018. Marketing trends with a global reach*.
<https://www.freedmaninternational.com/content/uploads/Marketing-Trends-2018.pdf>

⁷⁰ McKinsey&Company (2017). *McKinsey Special Collections. Trends and global forces*.
https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/Strategy%20and%20Corporate%20Finance/Our%20Insights/Strategy%20and%20Corporate%20Finance%20special%20collection/Final%20PDFs/McKinsey-Special-Collections_Trends-and-global-forces.ashx

Näiteks The Coca-Cola Company 2014. aasta nimekampaania ja personaliseeritud pudelidisain on senini üks ettevõtte edukamaid⁷¹. Ekspertide sõnul on taoliste kampaaniate edukus otseses seoses sellega, et tarbijad saavad ennast ostetavate toodetega identifitseerida. Taoline personaliseeritus annab omakorda teed täiesti uute ärimudelite tekkele, kus eriti just digitrükiga tegelevad ettevõtted teevad üha sagedamini eritellimusi. Tarbija ootustest vaheldusrikkusele ja uudsusele on tingitud ka kiired muutused pakendite disainis. Paberajalehtede või -raamatute hulga vähenemise või n-ö väljasuremise kohta on intervjuueeritud eksperdid arvamusel, et need kuuldused on tugevalt liialdatud. Tarbija soovib endiselt lugeda ajalehti ja ajakirju paberväljaannetena ning hoolimata e-lugerite vahepealsest populaarsusest näitab ka see trend ekspertide ja uuringute⁷² sõnul üle maailma langust.

2.1.5. Alavaldkondlikud olulisemad tähelepanekud

2.1.5.1. Audiovisuaalvaldkond

Audiovisuaalne sisu valitseb digitaalmaastikku, mis aitab omakorda kaasa valdkonna ametite, sh fotograafide, videograafide ja multimeediaspetsialistide arvu tõusule⁷³. Audiovisuaalne sisu ja videod domineerivad üha enam ka sotsiaalmeedias, mida tõestavad nii YouTube'i kui ka Snapchati üha kasvavad kasutajaarvud⁷⁴. Ka turunduses peetakse just videot kõige mõjusamaks ja tähelepanu haaravamaks meediumiks⁷⁵. Sellele trendile aitab oluliselt kaasa noorte kõrge tehnikateadlikkus ja -kasutusoskus, mis hägustab piire professionaalsete filmi-, tele- ja videotegijate ning amatööride vahel. Ka Eesti eksperdid näevad audiovisuaalvaldkonda ja ekraanide tarbimist kindlasti kasvava trendina ning on arvamusel, et lähiaastatel tele- ja filmimaailm pigem mõneti lahustuvad ning piirid nende vahel ähmastuvad. Ühelt poolt tõdetakse, et kodumaiste teleseriaalide tootmine on saavutanud oma haripunkti ning siitmaalt saavad nii teletulud kui ka -eelarve ainult langeda. Teisalt nähakse rohkem potentsiaali (nt välisinvesteeringud, uued töökohad, kohalike filmitegijate konkurentsivõime kasv jne) Eesti filmil, mis tänu EV100 programmile on oluliselt kasvanud nii mahult, kvaliteedilt kui ka kinokülastuste ja vaatajaarvude poolest. Ekspertide hinnangul ootab filmifinantseeringuid pärast EV100 programmi ees küll langus, kuid varasema perioodiga võrreldes on toetused Eesti filmitööstusele siiski tõusuteel, audiovisuaalne turg siseriiklikult kasvav ning seda trendi soovitakse hoida. Positiivsena toodi esile ka EV100 mõju noorte filmitegijate esiletõusule ning ka seda suundumust nähakse pigem tõusvana.

Olulise positiivse võimendusena panustatakse ka Tallinna filmilinnaku⁷⁶ valmimisele, mille tegevuse alustamine ei ole küll veel rahalistel põhjustel selge. Selle eesmärgiks on Eesti filmitööstuse jätkuv arendamine ekspordivõimekuse kasvu kaudu (st aitab teha filme, mis rahvusvaheliselt paremini müüvad), välismaiste filmitegijate Eestisse toomine ning kohalikele talentidele soodsa keskkonna loomine oma loominguteostamiseks. Filmilinnak aitaks kaasa ka Eesti filmitööstuse perioodilisuse

⁷¹ <https://www.investopedia.com/articles/markets/100715/what-makes-share-coke-campaign-so-successful.asp>

⁷² ILO (2019). *Challenges and opportunities for decent work in the culture and media sectors*. Working paper No. 324. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_661953.pdf

⁷³ UNCTAD (2018). *Creative Economy Outlook. Trends in international trade in creative industries*. https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf

⁷⁴ Hix, L. Knopp, K. (2016). Brogan&Partners. <https://www.brogan.com/files/Social-Media-Evolution-Whitepaper.pdf>

⁷⁵ Freedman (2018). *Global marketing 2018. Marketing trends with a global reach*. <https://www.freedmaninternational.com/content/uploads/Marketing-Trends-2018.pdf>

⁷⁶ <http://tallinnfilmstudios.ee/>

vähendamisele – annaks võimaluse toota filme aasta ringi ilmast sõltumata. Kuna tootmishinnad on võrreldes paljude naaberriikidega (eelkõige Skandinaavia) Eestis odavamad, siis ootavad eksperdid audiovisuaalvaldkonnas välistellimuste võimalikku kasvu.

Audiovisuaalvaldkond on üha rohkem lahustunud ka teistesse kultuuri- ja loometegevuse valdkondadesse, millest enim ja edukaimana⁷⁷ tõuseb esile videomängutööstus ja mis visalt konkureerib televisiooni ja filmitööstusega. Tarbijad liiguvad üha enam eemale traditsioonilistelt platvormidelt nagu laua- ja sülearvutid ning kasutavad enam mobiilipõhiseid rakendusi⁷⁸. Audiovisuaalvaldkonnaga on tihedalt seotud ka ajakirjandus, kuhu aina enam tekib juurde nii audiovisuaalvaldkonnaga seotud töökohti kui ka lausa suuremaid osakondi⁷⁹. See kõik johtub inimeste ootustest tarbitavale meediasisule ning trendist, kus üha rohkem tarbitakse pildilist või videolist ning vähem sõnalist infot. Nagu juba mainitud, on fotograafiateenus tänu üldisele jõukuse kasvule muutunud üha kättesaadavamaks. Sellele trendile aitab omalt poolt kaasa ka professionaalse fototehnika odavamaks ja kättesaadavamaks muutumine ning enda teenuste turundamine sotsiaalmeedias, millest tulenevalt võib fotograafiateenust osutama hakata iga asjaarmastaja. Intervjueeritud eksperdid näevad fotograafiateenusele ette jätkuvat aeglast kasvu ning seda eelkõige osaajaga töötavate fotograafide arvu kasvu tõttu. Lisaks sulandub audiovisuaalsektor üha enam ka näiteks turismi, haridusse, turundusse ja tervishoidu⁸⁰. Sama tendentsi kinnitab hiljuti valminud rahvusvaheline uuring,⁸¹ kust tuleb välja, et audiovisuaalvaldkond lahustub üha enam teistesse majandussektoritesse nagu haridus, turism ja tervishoid ning selle peamiseks põhjusteks on teiste seas digitaliseerimine, teenusmajanduse esiletõus ning meediastumine.

2.1.5.2. Sõna ja keel

Kõuts-Klemm *et al*⁸² (2019) uuring toob välja, et tulenevalt tehnoloogilisest keskkonnast ja arengust ning meediakeskkondade paljususest on **Eesti meediamaaistik ja auditoorium killustunud ning tarbija on üha enam liikunud internetti**. Viimane on uuringu järgi ka Eesti elanike peamiseks infoallikaks uudiste tarbimisel. Lisaks tehnoloogilistele arengutele peab ajakirjandus kohanema vajadusega ärimudeli muutuse järele. Johtuvalt tavapäraste tulude vähenemisest, mille on traditsiooniliselt moodustanud reklaami- ja tellimuste tulu, on meediaettevõtted pidanud kasutusele võtma meetmeid sissetulekute mitmekesistamiseks⁸³.

⁷⁷ KEA (2018). *Towards an integrated vision for the European Digital Media Sector. Mapping of other existing EU programmes targeting Creative and Cultural Sectors in the Audiovisual Field*. European Commission. <http://www.keanet.eu/wp-content/uploads/KEA-Mapping-of-AV-support-in-existing-and-future-EU-programmes.pdf>

⁷⁸ <https://www2.deloitte.com/insights/us/en/industry/technology/digital-media-trends-consumption-habits-survey/trends-in-gaming-esports.html>

⁷⁹ Kõuts-Klemm, R. *et al* (2019). Meediapoliitika olukorra ja arengusuundade uuring. Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituut. Tallinna Ülikooli meediainnovatsiooni ja digikultuuri tippkeskus.

⁸⁰ KEA (2018). *Towards an integrated vision for the European Digital Media Sector. Mapping of other existing EU programmes targeting Creative and Cultural Sectors in the Audiovisual Field*. European Commission. <http://www.keanet.eu/wp-content/uploads/KEA-Mapping-of-AV-support-in-existing-and-future-EU-programmes.pdf>

⁸¹ Ibrus, I (2019). Emergence of cross-innovation systems. Audiovisual industries co-innovating with education, health care and tourism. Emerald Publishing. <https://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/9781787699779>

⁸² Kõuts-Klemm, R. *et al* (2019). Meediapoliitika olukorra ja arengusuundade uuring. Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituut. Tallinna Ülikooli meediainnovatsiooni ja digikultuuri tippkeskus.

⁸³ Kõuts-Klemm, R. *et al* (2019). Meediapoliitika olukorra ja arengusuundade uuring. Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituut. Tallinna Ülikooli meediainnovatsiooni ja digikultuuri tippkeskus.

Intervjueeritud ekspertide sõnul on paljud meediaettevõtted juba praegu pakkumas organisatsiooni põhitegevusega haakuvat kõrvaltegevust, näiteks üritusturundust, kirjastamist või konverentside korraldamist ning seda trendi nähakse pigem kasvavana. Intervjueeritud ekspertide sõnul liigub praegune killustunud ajakirjandus üha enam ristmeedia⁸⁴ ning ühtse uudisruumi poole, kus on üha vähem oluline, kas ajakirjanik töötab paberväljaandes, veebis või raadios. Tuleviku ajakirjanikke nähakse seega mitte enam meediumipõhiselt, vaid ühtse uudisruumi osana paralleelselt erinevatele meediumidele. Tarbija uudisruumi laienemisest lähtuvalt prognoosivad eksperdid, et üha rohkem läheb taas hinda n-ö esitleja või diktori amet, kes suudab professionaalselt ja ühe kanali keskselt kokku võtta ja esitleda infot. Samuti kasvab ka nõudlus multiajakirjanike järele, mis tähendab uute oskuste vajadust.

Üldistatult võib väita, et selget lahendust ja toimivat ärimudelit Eesti ajakirjanduse jaoks kasvavate kulude ning vähenevate tulude kontekstis leitud ei ole. Ekspertide hinnangul on kasvavate tööjõukulude vaates vältimatud teatavad restruktureerimised. Sarnast suundumust toetab ka UNCTAD-i (2018) raport⁸⁵, mille alusel reklaamikulude koondumine suurte digitaalhiidude kätte toob kaasa traditsiooniliste meediaettevõtete tulude vähenemise, kui viimased ei tule välja uuenduslike lahendustega ja ei kohane muutuvate oludega piisavalt kiirelt.

Keelevaldkonna eksperdid tõid välja, et vajadus tõlkimise ja keeleteoimendamise järele on ja jääb. Kasvava trendina nähakse raamatute tiraažide vähenemist ning hindade kallinemist ning ekspertide sõnul on oodata ka kirjastuste liitmist. Kuna erinevad keele- ja tõlkeprogrammid on veel veidi ebakindlad, siis ei ole ohtu, et need töö täielikult üle võtaks. Küll abistab tehnoloogia keeletespialistite nt korduste puhul, mistõttu on tõlketöid kiirem ja odavam teostada. Intervjueeritud ekspertide sõnul on lähiaastatel oodata vajadust tõlkijate ümber profileerumise järele toimetajaks, kuna masintõlkesüsteemide arenemisel jääb endiselt vajadus inimfaktori järele. Toimetajatele seab see omakorda ootused uute oskuste õppimiseks nagu masintõlkeprogrammide kasutamine ning samuti võõrkeelteoskust. Masintõlke kasutuselevõttu nähakse sealjuures enim just tehniliste ja õigustekstide puhul ja vähem ilukirjanduses.

Keeletespialistide nõudlust mõjutab intervjueeritud ekspertide sõnul eesti kirjanduse hea käekäik, mis väljendub eestikeelsete raamatute järjest sagedasemas tõlkimises ja eksportimises välisriikidele. Civitta (2017) uuring⁸⁶ toob välja, et raamatukirjastamise ekspordimüügitulu kasvas 2015. aastal võrreldes 2013. aastaga seitse korda. Sama tendentsi toovad välja intervjueeritud eksperdid, kelle sõnul on eesti kirjandus üha enam üle maailma levimas. Samuti toonitatakse Civitta uuringus⁸⁷ eesti kirjanduse laia tõlkijate baasi vajaduse olulisust, millele sekundeerivad intervjueeritud eksperdid, kes näevad vajadust keeletespialistide järele, kes tõlgiks eesti kirjandust võõrkeeltesse. Sealjuures on oluline koolitada just neid tõlkijaid, kelle jaoks eesti keel ei ole emakeel. Sarnane vajadus ilmneb ka kodumaiste filmi- ja telestsenariumide ekspordi ning sellega kaasneva tõlkimisvajaduse puhul.

⁸⁴ <https://et.wikipedia.org/wiki/Ristmeedia>

⁸⁵ UNCTAD (2018). *Creative Economy Outlook. Trends in international trade in creative industries.* https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf

⁸⁶ EAS (2017) Rahvusvahelistumise ja ekspordi uuring loomemajanduse valdkonnas. https://www.eas.ee/wp-content/uploads/2017/11/Loomemajanduse-ekspordi-uuring_l%C3%B5pparuanne-31.10.2017.pdf

⁸⁷ EAS (2017) Rahvusvahelistumise ja ekspordi uuring loomemajanduse valdkonnas. https://www.eas.ee/wp-content/uploads/2017/11/Loomemajanduse-ekspordi-uuring_l%C3%B5pparuanne-31.10.2017.pdf

Kõrgetasemeliste tõlkijate vajadust mõjutab ka erinevate voogedastusplatvormide edu ning sellest tulenev kohustus pakkuda lähitulevikus eestikeelset sisu.

2.1.5.3. Turundus ja kommunikatsioon

Nagu ajakirjandust, on ka turunduse ja kommunikatsiooni valdkonda tugevalt mõjutanud reklaamitulude vähenemine. Ühelt poolt ei ole pärast 2008. aasta majanduskriisi reklaamivaldkond ühena vähestest majandusvaldkondadest veel täiel määral taastunud, teisalt päsib reklaamituru kasvu veebireklaami rahvusvaheliselt madal hind⁸⁸. Intervjueeritud eksperdid maalisid küllaltki sünge pildi mõjudest, mis kaasnevad reklaamikulutuste suunamisega Facebooki, Google'isse ja teistesse sotsiaalmeediakanalitesse, mis ei ole maksustatud ja mille tõttu kannatavad otseselt ajakirjandus-, turundus- ja disainiettevõtted. Reklaamikulude suunamise tõttu internetti näevad rahvusvahelised uuringud *online*-reklaamile jätkuvat eksponentsiaalset kasvu, mille tulemusena kasvavad ka sellega seotud valdkonnad nagu näiteks andmeanalüüs, veebidisain, virtuaalreaalsus, audiovisuaal, animatsioon, loojutustamine ja loovkirjutamine (eelkõige *copywriting*).⁸⁹ Uuring toob välja, et globaalsest veebiturust tulenevalt muutub digitaalne konkurents tähelepanu eest üha tugevamaks ning andmete omamine ja nende oskuslik analüüs kujuneb aina olulisemaks konkurentsieeliseks.

Kokkuvõtvalt liigub turundus suurema personaliseeritusega pakkumiste ja reklaami poole, mis põhinevad suurandmetel. Populaarsete toodete ja teenuste prognoosimine lähtuvalt trendidest, hindade optimeerimine, konkreetsest tootest huvitatud klientide identifitseerimine ning kindlatele kliendigruppidele sobiva lähenemise väljatöötamine on mõned näited sellest, mida kätkeb oskus töödelda ja kasutada suurandmeid ning milliseid oskuseid eeldab see ettevõtte töötajatelt⁹⁰. Kõik see nõuab aga Eesti ettevõtetelt proaktiivset tegutsemist, innovatsiooni (sh tehisintellekti kasutuselevõttu) ning võimekust hinnata investeeringute tasuvust, sest ekspertide sõnul praegu Eestis piisavat valdkondlikku teadmist veel pole. Andmete sihipärast kasutamist ning ettevõtete turundustegevusi võib pärssida aga 2018. aasta mais kehtima hakanud Euroopa Liidu uus isikuandmete kaitse üldmäärus (GDPR – *General Data Protection Regulation*)⁹¹, mis nõuab ettevõtetelt senisest rangemaid reegleid füüsiliste isikute andmete kaitseks ning võib piirata nende lennukaid plaane tegeleda isikustatud turundusega klientidele.

Intervjueeritud eksperdid tõid välja, et ühelt poolt on Eesti ettevõtted orienteeritud siseturule ning üldjuhul on raske teenida klienti teisest riigist, tundmata tema sihtturgu. Teisalt on turundus- ja kommunikatsiooniettevõtetel üha enam rahvusvahelisi kliente ning välisreklaame tehakse rohkem kui kunagi varem. Ühe võimaliku tulevikusuundumusena nähakse turunduse ja kommunikatsiooni funktsioonide mõningast lahustumist kogu asutuse ja töötajate tegevusse. See väljendub töökeskkonnas ja asutuse hierarhias, kus ei ole enam eraldi turunduse ja kommunikatsiooniga tegelevaid töötajaid, vaid nende funktsioonidega tegelevad rohkemal või vähemal määral kõik.

⁸⁸ Kõuts-Klemm, R. et al (2019). Meediapoliitika olukorra ja arengusuundade uuring. Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituut. Tallinna Ülikooli meediainnovatsiooni ja digikultuuri tippkeskus.

⁸⁹ UNCTAD (2018). *Creative Economy Outlook. Trends in international trade in creative industries*. https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf

⁹⁰ <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2015/11/10/big-data-a-game-changer-in-the-retail-sector/#1f5c59c79f37>

⁹¹ Euroopa Liidu Nõukogu (2016). Isikuandmete kaitse üldmäärus. http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CONSIL:ST_5419_2016_INIT&from=EN

2.1.5.4. Disain ja kunst

Disainivaldkonna suurimaks proovikiviks oli viimase 10–15 aasta jooksul ja saab ka edaspidi olema Eesti ettevõtete ärimudeli muutus ja väljumine allhankemajandusest ning liikumine teadmispõhise majanduse poole. Eksperdid toovad välja, et Eesti ettevõtetes ja avalikus sektoris on realiseerimata potentsiaal kasutamaks oma toodete ja teenuste arendamisel disainereid. Kuna enamik (tööstus)etevõtetest on allhankeetevõtted, siis ei kuulu nende tegevusse ka oma toodete, teenuste ja brändi teadlik arendus, mis hõlmaks ka disainerite kasutamist. RAKE Disainikasutuse uuring⁹² toob välja, et enamiku ettevõtete ja sihtasutuste jaoks seostub disainikasutus graafilise või interaktiivse digidisaini ning visuaalse identiteediga, samal ajal kui selle kasutamine strateegilise juhtimis- või korraldusvahendina on pigem minimaalne. Peamiste põhjustena, miks disainikasutus on pigem tagasihoidlik, toob uuring välja vähese teadlikkuse selle kasutamise võimalustest ning vähese kättesaadavuse. Sealjuures nähakse ettevõtete vajadust disainiteenuste kasutamise suhtes edaspidi oluliselt kasvamas.

Eesti Disaini Arengukava⁹³ seab aastaks 2023 eesmärgiks disaini strateegilise kasutamise Eesti ettevõtete ja avaliku sektori poolt lahendamaks erinevaid ühiskondlikke probleeme ja arendamaks oma tooteid ja teenuseid ning samuti olla osa globaliseerumisest. Riigikantselei on koostöös Riigi Tugiteenuste Keskuse ja Praxisega algatanud Avalike teenuste arendamise programmi⁹⁴, mille eesmärgiks on juurutada disainimõtlemist avalikus sektoris. Intervjueeritud ekspertide sõnul on just avalik sektor üheks suurimaks disaini tarbijaks ning tarbimise kasvuga suureneb ka vajadus teenusedisaini järele.

Kui seni on disaineritena ettevõtetes tegutsenud üks-kaks spetsialiseerunud disainerit, kes alluvad kas turundusjuhile või tootearenduse juhile, siis viimaste aastatega on disainereid rakendavate ettevõtete disainiosakonnad oluliselt kasvanud. Selliste 5–20 disaineriga ettevõtted vajavad aga selleks vastava koolituse ja kogemuse saanud disainijuhte, kes seavad strateegilisi eesmärgid, arendavad meetodikaid ja taktikalisi plaane ning koordineerivad disainerite omavahelist ja disainerite koostööd teiste valdkondade spetsialistidega. Sellistest disainijuhtidest on ekspertide sõnul praegu Eestis suur puudus nii avalikus kui ka erasektoris.

Disain ja kunst peavad tulevikus üha enam kohanema ka toote- ja teenusturgude globaliseerumise ning e-kaubandusega. See tähendab, et konkurentsivõime parandamiseks tuleb sihtturge laiendada. Intervjueeritud ekspertide hinnangul on Eesti disainerid ja kunstnikud juba praegu rahvusvahelise kogukonna osad ning ainuüksi Eesti turul tegutsemine ei ole kindlasti kuigi jätkusuutlik. Design Councili (2018) uuring⁹⁵ rõhutab, et disaini ning sellega seotud oskuste väärtustamine kasvab kiirelt ning seda seoses tehnoloogia arengu ja uute ärimudelite tekkega. Tähtsuse kasvule lisaks aitab disain ettevõtetel olla uuenduslikum ja produktiivsem ning kasvatada käivet. Uuring toob välja, et seoses tehisintellekti ja automatiseerimisega kasvab tulevikus üha enam vajadus digitaalse disaini järele. Kasvavate disaini

⁹² Veemaa, J. et al (2018). Disainikasutus Eesti ettevõtetes ja sihtasutustes. RAKE. Tartu Ülikool. https://www.kul.ee/sites/kulminn/files/disainikasutuse_uuring_2018.pdf

⁹³ Eesti Disaini Arengukava 2023 (2019).

https://media.voog.com/0000/0038/1850/files/EEST%20DISAINI%20ARENGUKAVA%202023_loplik.pdf

⁹⁴ <http://www.praxis.ee/tood/avalike-teenuste-arendamise-programmi/>

⁹⁵ Design Council (2018). *The Design Economy 2018. The state of design in the UK.* https://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/Design_Economy_2018_exec_summary.pdf

alavaldkondadena nähakse lisaks ka teenusedisaini, interaktsiooni-, kasutajakogemuse ja -liidesedisaini, mida tõukab mh tagant mängutööstuse areng. Kasvavaks trendiks on ka nn kantava tehnoloogia (ingl. k *wearables*) võidukäik, mis alates atraktiivse disainiga nutikelladest on üha enam kasutusel ka moe- ja tootedisainis ning mida milleniumlaste ja Z-generatsiooni toel nähakse aina kasvamas⁹⁶. Kunsti kasvava ekspordipotentsiaaliga seoses näevad intervjueeritud eksperdid kasvu ka erinevatele disaini- ja kunstikoordinaatori põhikutseala ametitele.

2.1.5.5. Trükitööstus

Intergrafi (2014) uuring⁹⁷ toob välja, et tehnoloogia arengust ja digimeedia võimalustest tulenevalt peavad ka edukad trükitööstuse ettevõtted üha enam enda põhitegevusele lisaks mõtlema võimalike lisandväärtust loovate kõrvalteenuste peale nagu näiteks ristmeedia turundus. Ka Eestis on ekspertide sõnul juba näiteid ettevõtetest, mis ei identifitseeri ennast enam trükikojana, vaid keskenduvad turunduskonsultatsioonidele ja analüütikale ning nendega kaasnevate toodete tootmisele. Selliste suundumuste tõttu tuleb trükiettevõtetesse juurde ka uusi ameteid, mis on seotud nii uue meedia kui ka digimeedia kasutamiskusega.

Üleeuroopalise trendina tõid eksperdid välja trükkimise koondumise Ida-Euroopa riikidesse ning Eesti ettevõtted pigem kaotavad turueelist võrreldes Poola, Läti ja Leeduga. Samuti on Eesti ettevõtete tootmiskulud võrdväärased Põhjamaadega, samas kui hinnad, mida tarbija on nõus maksma, langevad. Kirjastusettevõtete puhul võib Eesti trükikodade puhul välja tuua usalduse ning siamaani on kasutatud kohalikke teenuseid.

2.2. Riigi õigusaktid, arengudokumendid ja valdkonna uuringud

Tabelisse 2 on koondatud kokkuvõte selles uuringus tausta- või täiendava infona kasutatud riigi arengukavadest ja autoritele kättesaadavatest valdkonna tegevusaladel tööjõu- või oskuste vajaduse teemat puudutavatest uuringutest, algatustest ning õigusaktidest. Lisaks dokumendi nimetusele ja viitele on lühikirjeldusena välja toodud peamised eesmärgid või sisukirjeldus ning seos käesoleva kultuuri- ja loometegevuse valdkonna uuringuga (nt mõju tööjõu- ja/või oskuste vajadusele, täiendav info põhikutsealade vajaduse selgituseks või koolituspakkumise, oskuste, kvalifikatsioonitorjete jm kohta).

⁹⁶ <https://creativealliance.org.uk/millennial-trends-that-creative-industries-cant-ignore/>

⁹⁷ Intergraf (2014). *Future skills in the graphical industry*.

<https://www.intergraf.eu/images/documents/intergraf%20Future%20Skills%20Brochure%20ENG%20Comple.pdf>

Tabel 2. Olulisemad strateegilised dokumendid ja analüüsid

Eesti konkurentsivõime kava „Eesti 2020“⁹⁸	Kaks katuseesmärki: - tõsta tootlikkust töötaja kohta Euroopa Liidu keskmisega võrreldes 80%-ni; - tõsta tööhõive määra 20–64-aastaste vanusegrupis 76% tasemele.	Tööjõu- ja oskuste vajaduse maatriks joonistub lahti nii töötaja tootlikkust kui ka tööhõive määra arvesse võttes.
Eesti infoühiskonna arengukava 2020⁹⁹	Eesmärgid: - majanduse kasvu, riigi arengut ja elanike heaolu toetav IKT-taristu; - rohkem kõrgema lisandväärtusega töökohti, suurem rahvusvaheline konkurentsivõime ja kõrgem elukvaliteet inimeste IKT-oskuste tõusu kaudu; - nutikam riigivalitsemine; - E-Eesti tuntuse tõus maailmas.	Kultuuri- ja loometegevuse valdkonda puudutab vastav arenguprogramm eelkõige IKT-kompetentside vajaduse ning sellega seotud rakendusplaani kaudu, mis näeb muu hulgas ette ka IKT-kompetentside alaseid täienduskoolitusi.
Eesti elukestva õppe strateegia 2020¹⁰⁰ ja seotud uuring „Täiskasvanute osalus elukestvas õppes“¹⁰¹	Üldeesmärk on luua kõigile Eesti inimestele nende vajadustele ja võimetele vastavad õpivõimalused kogu elukaare jooksul, et tagada neile isiksusena väärika eneseteostuse võimalused ühiskonnas ning töö- ja pereelus.	Eelkõige puudutab see kultuuri- ja loometegevuse koolituspakkumise ja tööjõu ning oskuste vajaduse võrdlust. Elukestva õppe strateegia võtmenäitajateks, mis on aktuaalsed ka uuritava valdkonna kontekstis, on täiskasvanute õppes osalemise määr, tiiptasemel oskused, tööhõive määr ja digipädevuste kasv.
Eesti ettevõtluse kasvustrateegia 2014–2020¹⁰²	Strateegia üldiseks eesmärgiks on aidata kaasa konkurentsivõime kava „Eesti 2020“ eesmärkide täitmisele ning jõuda selleni, et Eesti ettevõtjad looksid oma toodete ja teenuste abil suuremat lisandväärtust ning teeniksid seeläbi ka rohkem tulu.	Kasvustrateegia nimetab valdkonna peamiste riiklike sihtidena tugeva loomemajandussektori väljakujundamise ja võimaluste loomise selle sidumiseks ülejäänud majandusega, mille järele ilmneb vajadus ka

⁹⁸ <https://riigikantselei.ee/et/konkurentsivoime-kava-eesti-2020>

⁹⁹ https://www.mkm.ee/sites/default/files/elfinder/article_files/eesti_infouhiskonna_arengukava.pdf

¹⁰⁰ <https://www.hm.ee/sites/default/files/strateegia2020.pdf>

¹⁰¹ https://www.hm.ee/sites/default/files/haridusmin_taiskasvanute_osalus_30112016.pdf

¹⁰² <https://kasvustrateegia.mkm.ee/>

		siinest uuringust. Kasvustrateegia toonitab ettevõtjate disainijuhtimisoskuste kasvatamise vajadust ning vajadust disaini kasutamise oskuste arendamise järele.
Roheline raamat kultuuri- ja loomemajanduse potentsiaali rakendamise kohta ¹⁰³	Roheline raamat keskendub Euroopa Liidu nägemusele kultuurist, loovusest ja innovatsioonist ning toob välja poliitilised meetmed Euroopa loomemajanduse arengu soodustamiseks.	Roheline raamat mõjutab otseselt ka kultuuri- ja loometegevuse arengusuundi Eestis. Näiteks toob see välja, et kunsti- ja disainialast haridust pakkuvad asutused ja ettevõtted peaksid senisest enam looma partnerlussuhteid, et tagada oskuste pakumise ja nõudluse parem tasakaal tööturul. Lisaks toonitab dokument vajadust elukestva õppe järele tulenevalt tehnoloogia kiirest arengust.
Tööstuspoliitika roheline raamat ¹⁰⁴	Eesti tööstuspoliitika eesmärgid ja valdkondlikud ülesanded (väärtusahelate digitaliseerimine, TA investeeringud ja koostöö, tööstuse investeeringute rahastamine, tööjõuvajadus, loodusvarad ja taristu).	Eestis tööstussektori tööjõuvajaduse ülesanded puudutavad otseselt ka trükitööstuse valdkonda ning sealjuures tuuakse välja ka OSKA raportite koostamine. Roheline raamat toob välja võimalused tööstussektori ees seisvate probleemide lahendamiseks, millest paljud puudutavad ka otseselt trükitööstust, nt tehnoloogiate lai kasutus, rahvusvahelistumine, sobivate oskustega ja kättesaadav tööjõud.
Kultuuriministeeriumi valitsemisala arengukava 2019–2022 ¹⁰⁵	Arengukava sõnastab kultuurivaldkonna missiooni ja tulevikupildi vaatega aastasse 2030, toob välja tulemusvaldkondade peamised eesmärgid ning prioriteetsed tegevused ja annab ülevaate hetkeolukorrast.	Arengukava seab eraldi kultuuri ja loometegevuse eesmärgid, millest võib välja tuua muu hulgas loova mõtte osakaalu suurendamise Eesti ettevõtete pakutavate teenuste ja toodete puhul, et soodustada uusi ärimudeleid ning ettevõtete ekspordivõimekust ja luua suuremat lisandväärtust teistele majandussektoritele läbi loomemajandussektori kaasamise. Sarnane vajadus

¹⁰³ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0183&from=ET>

¹⁰⁴ https://www.mkm.ee/sites/default/files/toostuspoliitika_roheline_raamat_.pdf

¹⁰⁵ https://www.kul.ee/sites/kulminn/files/kum_ak_2019_2022.pdf

		nähtub ka käesolevast uuringust ning seda toonitasid korduvalt ka intervjueritud eksperdid.
Kultuuripoliitika põhialused aastani 2020¹⁰⁶	Eesmärgiks anda suunised Eesti kultuuri arendamiseks aastatel 2014–2020.	Põhialused eesmärgistab käesolevas uuringus kirjeldatud disaini, filmikunsti, kirjanduse ja kirjastamise, kujutava kunsti, kultuuriajakirjanduse ja meedia põhisuunised.
Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus¹⁰⁷	Uuringu peamiseks eesmärgiks on kaardistada loomemajanduse sektor ja analüüsida selle olulisust; kirjeldada valdkonna arengut ja trende; analüüsida riiklike toetusmeetmete mõju sektori arengule; analüüsida loomeettevõtjate tulevikuootusi.	Uuringus on kirjeldatud ka loomemajanduse uuringus käsitletavat alavaldkonnad nagu audiovisuaalvaldkond, disain, kirjastamine, kunst ja reklaam ning selle tulemused on võetud aluseks ka siinses uuringus.
Rahvusvahelistumise ja ekspordi uuring loomemajanduse valdkonnas¹⁰⁸	Uuring tuvastab loomemajanduse rahvusvahelistumise ja ekspordi parimad praktikad, kogub tagasisidet valdkonna ekspertidelt ning annab nende põhjal soovitusel vajaminevate tegevuste algatamiseks.	Uuring käsitleb siinses uuringuga kattuvate teemadena audiovisuaaltootmist, kirjandust ja kirjastamist ning kujutavat kunsti. Alavaldkondadele tehtud soovitusi ning uuringutulemusi on arvestatud ka siinses uuringu sisuosa koostamisel.
Eesti Disaini Arengukava 2023¹⁰⁹	Arengukava sõnastab Eesti disainiarengu visiooni ning seletab lahti võimalused disaini kasutamiseks majanduses ja ühiskonnas, seab strateegilised eesmärgid ja suunad, kuhu disaini valdkond aastaks 2023 liikuma peaks.	Arengukava puudutab uuringu üht suurt alavaldkonda, pakkudes sealjuures taustsüsteemi disainist, mis on ka siinses uuringu kontekstis oluline ning seades olulisemad alavaldkondlikud eesmärgid aastani 2023.
Disainikasutus Eesti ettevõtetes ja sihtasutustes¹¹⁰	Uuringu eesmärgiks on selgitada välja disainikasutuse olukord Eestis, selle vajadused ja võimalused ettevõtetes, sihtasutustes ning MTÜ-des. Tulemusena pakub uuring ka välja soovitusel disainikasutuse parendamiseks.	Uuring kirjeldab ka siinses uuringus käsitletud disaini valdkonda ning selle kasutamise trende Eesti ettevõtetes ja avalikus sektoris. Paljud tulemused ning seisukohad ühtivad ka OSKA kultuuri- ja loometegevuse uuringu leidudega.

¹⁰⁶ <https://www.kul.ee/sites/kulminn/files/kultuur2020.pdf>

¹⁰⁷ https://www.kul.ee/sites/kulminn/files/1. eesti_lm_olukorra_uuring_ja_kaardistus_yldosa.pdf

¹⁰⁸ https://www.eas.ee/wp-content/uploads/2017/11/Loomemajanduse-ekspordi-uuring_l%C3%B5pparuanne-31.10.2017.pdf

¹⁰⁹ https://media.voog.com/0000/0038/1850/files/EEST%20DISAINI%20ARENGUKAVA%202023_loplik.pdf

¹¹⁰ https://www.kul.ee/sites/kulminn/files/disainikasutuse_uuring_2018.pdf

Eesti Filmi arengusuunad 2012–2020¹¹¹	Dokument seab eesmärgiks Eesti filmivaldkonna tervikliku arendamise, kasutades ära selle rakendamata potentsiaali. Arengusuunad seavad neli peamist eesmärki, milleks on: • Eesti filmikultuuri elujõulisuse ja filmitööstuse jätkusuutlikkuse tagamine; • Valdkonna organisatoorse struktuuri tugi filmikultuuri ja -tööstuse arengule; • Professionaalsete filmitegijate ning -vaatajate järelkasv; • Eesti filmikultuuri väärtustamine;	Arengusuunad on ka siinse uuringu raames käsitletava audiovisuaalvaldkonna taustamaterjaliks, sh aluseks ka uuringust tulenevate ettepanekute sõnastamisel.
Rahvusringhäälingu arengukava 2020–2023¹¹²	Arengukava sõnastab ERR-i arengusuunad aastateks 2020–2023. Strateegiliste eesmärkidenä võib välja tuua ajakirjanduse kvaliteedi, usaldusväärsuse ja uuenduslikkuse tagamise; eesti keele ja kultuuri arendamise ja hoidmise; võimalikult laia leviala ning organisatsiooni arendamise.	Arengukava käsitleb siinse uuringus kirjeldatavat kaht olulist alavaldkonda, milleks on audiovisuaal ning ajakirjandus. Oluline on välja tuua ka eesti keele arendamise ja hoidmise eesmärgistamist, mille vajalikkus nähtub selgelt ka siinsest uuringust ja nähtub horisontaalselt alavaldkondade üleselt.
Eesti keelevaldkonna arengukava 2018–2027. Keel loob väärtust¹¹³	Arengukava sõnastab eesti keele kasutamise, arendamise ja säilitamise ning samuti eesti keele õppe eesmärgid aastateks 2018–2027.	Eesti keele oskuse probleem tõusis valdkonnas alavaldkondade üleselt, mistõttu on arengukaval ka otsene seos siinse uuringu tulemustega seoses eesti keele oskusega.
Keeleprogramm 2018–2021¹¹⁴	Keeleprogrammi eesmärgiks on eesti keel kui arenenud kultuur- ja suhtluskeel, samal ajal väärtustades mitmekeelsust. Programmiga seatakse valdkonna arengusuunad ning panustatakse eesti keele arengukava ja Eesti võõrkeelte strateegia ellu viimisesse.	Eesti keele oskuse probleem tõusis valdkonnas alavaldkondade üleselt, mistõttu on programmil ka otsene seos siinse uuringu tulemustega seoses eesti keele oskusega.

¹¹¹ http://filmi.ee/wordpress/wp-content/uploads/2015/05/EF_arengusuunad_2012-2020.pdf

¹¹² https://files.err.ee/files/Arengukava_2020-2023.pdf

¹¹³ https://www.hm.ee/sites/default/files/eesti_keelevaalkonna_arengukava_eelnou_8.03.2018.pdf

¹¹⁴ https://www.hm.ee/sites/default/files/12_keeletprogramm_2018-2021.pdf

Eesti keeleseisund¹¹⁵		Uuringu eesmärgiks oli välja selgitada eesti keele ja võõrkeelte staatuse, õppe, uurimise ja arendamise olukord nii Eestis kui ka väljaspool.	Uuringus välja toodud soovitusel võeti arvesse ka siinse uuringu kontekstis, kuna eesti keele oskuse arenguvajadus ilmnes horisontaalselt alavaldkondade üleselt.
Isikuandmete üldmäärus¹¹⁶	kaitse	Andmekaitse reformi eesmärk on anda füüsilistele isikutele suurem kontroll oma isikuandmete üle, luua digitaalse ühisturu jaoks kohandatud reeglistik ning ühtlane andmekaitse tase kogu EL-is. Üldmäärus sisaldab hulgaliselt uusi sätteid, millel on oluline mõju isikuandmete kogumisele, töötlemisele ja nende turvalisuse tagamisele organisatsioonides.	Kultuuri- ja loometegevuse valdkonda puudutab andmekaitse reform seoses piirangutega, mida see seab klientide isikuandmete käsitlemisele, tarbijakäitumise analüüsimisele ja teistele ettevõtete konkurentsivõimet otseselt mõjutavatele teguritele, mida ettevõtte kasutavad turundustegevustes.
Eesti seadus¹¹⁷	Rahvusringhäälingu	Eesti Rahvusringhäälingu seadus reguleerib ringhäälingusektorit mh sätestades ERR-i eesmärgi, ülesanded, juhtimise ja rahastamise korraldamise.	Kultuuri- ja loometegevuse valdkonda puudutab seadus seoses audiovisuaal- ning sõna ja keele alavaldkonnaga, sätestades ERRi ülesannetena muu hulgas tele- ja raadioprogrammide tootmise, Eesti kultuuri ja ühiskonda tutvustavate saadete ja teenuste levitamise ning adekvaatse informatsiooni edastamise.

¹¹⁵ https://www.hm.ee/sites/default/files/uuringud/keeleseisundi_uuringuaruanne_loplik.pdf

¹¹⁶ Euroopa Liidu Nõukogu (2016). Isikuandmete kaitse üldmäärus. http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CONSIL:ST_5419_2016_INIT&from=EN

¹¹⁷ <https://www.riigiteataja.ee/akt/12786086>

2.3. Valdkonna võimalikud uued ametid

Tulevikuametid on OSKA kontekstis ametid, mille olemasolu võiks valdkonna või tegevusala ettevõtete konkurentsivõimet oluliselt tõsta, kuid praegu nende ametite esindajaid Eesti tööturul veel arvestatavas koguses ja oskustega ei ole. Tegemist on ametitega, mis lähitulevikus muutuvad oluliseks ja mille puhul on oodata hõive juurdekasvu. Kindlasti ei ole siin toodud uute ametite loetelu lõplik ja ammendav, kuid annab suuna, millised on võimalikud uued ja arenevad ametikohad kultuuri- ja loometegevuse valdkonnas.

2.3.1. Andmeajakirjanik

Seoses üha suureneva vajadusega töödelda ja analüüsida andmeid kasvab vajadus andmeajakirjanike järele. Andmeajakirjanikke on praegu vaid toimetustes tööl, kuid vajadust selle ameti järele näevad intervjuueeritud eksperdid lähiaastatel kasvamas. Tema ülesandeks on tegeleda andmekaevega, otsida infot erinevatest andmebaasidest/-allikatest ning tuvastada olulisi trende ja võimalikke mustreid ning nendest kõrvalekaldumisi, millel oleks ajakirjanduslik uudisväärtus. Andmeajakirjanik võib töödeldud ja analüüsitud info edasi anda kolleegile või ise sellega edasi töötada ning loo kirjutada. Lisaks andmete töötlemisele ja analüüsile oodatakse andmeajakirjanikult oskust andmeid visualiseerida ning tehtud järeldusi haaravalt edasi anda infograafika abil või vajadusel teha koostööd kujundajate ning graafiliste disaineritega¹¹⁸.

2.3.2. Disainijuht

Lähtudes eelpool kirjeldatud disainitrendidest¹¹⁹¹²⁰¹²¹ ja prognoosist¹²², et ka Eestis nähakse ettevõtete vajadust disainiteenuste kasutamise järele edaspidi kasvamas, on oodata nõudluse kasvu disainijuhi ametikoha järele. Disainijuhi roll on olla strateegiline partner ettevõtte või asutuse juhtkonnale, et tagada teadmispõhine disainiga tegelemine, lähtudes turuolukorrast ja tarbijatest. Ta uurib ettevõtte või asutuse ärimudelit ja protsesse, valideerib lõppkasutajatele suunatud väärtuspakkumist, auditeerib ettevõtte identiteeti ja kuvandit, koostab sellest lähtuvalt disainistrateegia ning juhib kõiki disainiga seotud protsesse, alustades tootearendusest lõpetades müügipindade kujundamisega. Oluline on siinjuures märkida, et ekspertide sõnul ei pea disainijuht olema tingimata ise disaineriharidusega, kuigi see üldjuhul tuleb siiski kasuks.

2.3.3. Kasutajaliidese ja kasutajakogemuse disainer

Tuginedes eespool viidatud allikatele, disainitrendidele ja ekspertide hinnangutele, on kasvava nõudlusega tulevikuametiteks kindlasti kasutajakogemuse ja -liidese disainerid (vastavalt UX ja UI

¹¹⁸ <https://medium.com/data-journalism-awards/what-does-data-journalism-look-like-today-a-10-step-guide-6dd90c1f0c25>

¹¹⁹ World Economic Forum (2018). *Centre for the New Economy and Society. The Future of Jobs Report 2018.*
http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2018.pdf

¹²⁰ OECD (2019). *Employment Outlook 2019.* https://read.oecd-ilibrary.org/employment/oecd-employment-outlook-2019_9ee00155-en#page50

¹²¹ UNCTAD (2018). *Creative Economy Outlook. Trends in international trade in creative industries.*
https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf

¹²² Veemaa, J. et al (2018). *Disainikasutus Eesti ettevõtetes ja sihtasutustes.* RAKE. Tartu Ülikool.
https://www.kul.ee/sites/kulminn/files/disainikasutuse_uuring_2018.pdf

disainerid¹²³). Ekspertide sõnul on lähiaastate võtmesõnadeks disainis ja tootearenduses kasutajamugavus, -kogemus ja -kestvus. Kasutajakogemuse disainer tegeleb teenuse või toote kasutusvõimaluste, kättesaadavuse ja lihtsuse parendamisega, millest tulenevalt kasvab tarbija heaolu ja rahulolu toote kasutamisel¹²⁴. See töö on pigem tehnilise ja analüütilise suunitlusega¹²⁵. Kasutajakogemuse disaini väljundiks võib olla näiteks mobiilmäng, rakendus, koduleht, aga ka näiteks mööbel. Kasutajaliidese disainer tegeleb tarkvara või masinate kasutajaliideste kujundusega, mille alla võib kuuluda näiteks mobiilirakenduste välimus. Kasutajaliidese disain on tihedalt seotud graafilise disainiga¹²⁶.

2.3.4. Teenusedisainer

Teenusedisaineri ülesandeks on välja töötada uusi või parendada olemasolevaid teenuseid. Teenusedisain arendab ja parendab seda, kuidas teenust kliendile pakutakse, kuidas see kliendini jõuab ning millise emotsiooni klient teenuse tarbimisest saab. Teenusedisainer töötab lisaks disainiagentuurile tihtipeale ka nendes ettevõtetes, kus vastavat teenust pakutakse. Teenusedisainereid on viimastel aastatel palju värvatud telekommunikatsiooni, finantsteenuste ja IT-ettevõtetesse. Samuti on teenusedisainerid järjest rohkem tööl *startup*-ettevõtetes. Suurt potentsiaali näevad intervjuueeritud eksperdid teenusedisainerite rakendamisel avalikus sektoris. Ta kujundab parimad lahendused näost näkku teenuste puhul nagu näiteks passi ja ID-kaardi väljastamine, erakorralise meditsiini osakonna külastamine või juhiloo taotlemine.

2.4. Lühikokkuvõte

Kultuuri- ja loometegevuse valdkonna tööjõu ning oskuste vajadust mõjutavad tulevikus globaalsetest trendidest enim:

- sotsiaal-demograafilised muutused;
- tehnoloogia areng;
- töövormide ja töökultuuri teisenemine;
- tarbija ootuste ja väärtuste muutumine.

Lisaks mõjutavad igat alavaldkonda spetsiifilised suundumused nagu rahvusvahelistumine, tarbijakäitumise ja -harjumuste ning ärimudelite muutus. Kultuuri- ja loometegevust ning selle alavaldkondi enim mõjutavad arengukavad ja strateegiadokumendid on Eesti konkurentsivõime kava „Eesti 2020“, „Kultuuriministeeriumi valitsemisala arengukava 2019–2022“, „Kultuuripoliitika põhialused aastani 2020“, „Eesti disaini arengukava 2023“, „Eesti filmi arengusuunad 2012–2020“, „Rahvusringhäälingu arengukava 2020–2023“ ja „Eesti keelevaldkonna arengukava 2018–2027“.

¹²³ UI – User Interface; UX – User Experience.

¹²⁴ <https://www.forwardspace.ee/kasutajakogemus-ja-kasutajaliides/>

¹²⁵ <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/the-difference-between-ux-and-ui-design-a-laymans-guide/>

¹²⁶ <https://www.forwardspace.ee/kasutajakogemus-ja-kasutajaliides/>

Nii rahvusvaheliste uuringute kui ka intervjueritud ekspertide hinnangul ei ole enamik kultuuri ja loometegevuse põhikutsealasid tehnoloogia poolt asendatavad (erandina trükitööstus) ning pigem loob tehnoloogia selles valdkonnas töökohti juurde. Võimalikeks tulevikuametiteks, mille järele vajadus tulevikus kasvab, on andmeajakirjanik, disainijuht, kasutajaliidese ja kasutajakogemuse disainer ning teenusedisainer. Disaini peavad rahvusvahelised uuringud koos intervjueritud ekspertidega üheks suurimaks innovatsiooni- ja arengupotentsiaaliga alavaldkonnaks koos audiovisuaalvaldkonnaga, mille nii siseriikliku- kui ka ekspordipotentsiaali pole piisavalt ära kasutatud. Lähtudes kultuuri- ja loometegevuse väärtusahelast, olid intervjueritud eksperdid arvamisel, et automatiseerimine mõjutab enim põhikutsealasid, mis on seotud levitamise, vahendamise ja tarbimise etappidega. Hoolimata sellest, et paljud tehnoloogilised lahendused, nt automaatsed kaamerad või valgustid ning tehisintellekt on maailmas juba laialdaselt kasutusel, ei näe intervjueritud eksperdid nende kasutuselevõttu Eestis lähimatel aastatel ning seda nende kalli hinna tõttu, mida Eesti ettevõtted endale lubada ei saa.

Kultuuri- ja loometegevuse valdkond (v.a trükitööstus) paistab silma kõrge vabakutseliste loovisikute ja mikroettevõtete arvuga, mis on nii rahvusvaheliste uuringute kui ka intervjueritud ekspertide sõnul üha tõusev trend. Muutuvad töövormid eeldavad töötajatelt üha suuremat multifunktsionaalsust ja laiemat amplituudi oskusi, mistõttu muutub üha olulisemaks nn T-kompetentsimudel, kus lisaks süvateadmistele ühelt kitsalt erialalt tuleb osata mõista ja seostada funktsioone ka teistelt distsipliinidelt. Valdkond on tugevalt mõjutatud ka tarbija ootustest ja vajadustest, kes soovivad üha enam toodete ja teenuste personaliseeritust, tarnekiirust ja -mugavust, meelelahutust, emotsioone jm.

Üleilmsete trendide mõjul muutuvad valdkonnas järjest olulisemaks väga head üldoskused, koostöö- ja suhtlusoskus, teadmised ettevõtlusest ja projektijuhtimis kompetentsid ning väga head digipädevused. Muutused ja ootused oskuste vajadusele on täpsemalt kirjeldatud ptk 4.1.

3. Valdkonna majanduslik seisund ja selle arengudünaamika

Peatükis antakse ülevaade kultuuri- ja loometegevuse valdkonna siinses uuringus käsitletud alavaldkondade majandus- ja hõivenäitajatest. Majandusstatistika tegemiseks ja ettevõtete liigitamiseks kasutatakse EMTAK-i klassifikaatorit. Analüüsitud on arenguid järgnevatel EMTAK-i tegevusaladel: C18 Trükindus ja salvestiste paljundus, J58 Kirjastamine, J59 Kino-, videofilmide ning telesaadete tootmine, J60 Programmid ja ringhääling, M7021 suhtekorraldus ja teabevahetus, M731 Reklaamindus, M74 alla kuuluvad disain, fotograafia ja kirjalik ning suuline tõlge. Lisaks on toodud peamised valdkonnaülesed hõive- ja majandustrendid.

Tööjõuvajaduse prognoosimisel on seniste majanduslike arengute ja hõivetrendide analüüs oluline, kuna lähimineviku ja tänased arengud võimaldavad ühe mõjutegurina prognoosida valdkonna edasist arengut ja hõivet põhikutsealati. Põhilisteks analüüsitavateks näitajateks on töötajate ja ettevõtete arv, müügitulu, loodud lisandväärtus ning tööviljakus töötaja kohta. Erilist tähelepanu on pööratud sellele, millised on olnud muutused, kas näiteks hõive ja müügitulu on kasvanud või hoopis kahanenud. Iga analüüsitud tegevusala puhul on hinnatud arengute mõju selle valdkonnaga kõige enam seotud põhikutsealade hõivele ja tööjõuvajadusele. Oluline on siinkohal rõhutada, et põhikutsealade esindajad töötavad kas olulisel määral mitmel tegevusalal või siis kogu majanduses. Kogu majanduses töötavate põhikutsealade hulgas on heaks näiteks turundus- ja kommunikatsioonispetsialistid.

Peatükis kirjeldatakse ka põhikutsealadel hõivatute hariduslikku, vanuselist ja soolist jaotust, lisaks on püütud hinnata valdkonda kõrvaltööna panustavate arvu. Analüüsis on tuginetud peamiselt Statistikaameti EKOMARI uuringule¹²⁷ ning EKI Eesti loomemajanduse olukorra uuringule ja ülevaatele.¹²⁸ Mõlema uuringu abil saab tuua välja ettevõtete ja hõivatute arvu, samuti müügitulu ja eksporti. Samas on andmete allikad ja kogumismetoodika olnud erinevad, andes nii mitmelgi juhul erinevaid tulemusi. Statistikaameti puhul on tegu olnud valikuuringuga, EKI puhul aga peamiselt Äriregistri andmete analüüsiga. Kõige olulisem on aga tingimustes, kus loomemajanduse kohta andmete esiletoomine on sageli problemaatiline, võrdlevalt hinnata mõlema uuringu puhul seda, kas ilmnevad hõive- ja majandustrendid on samad. See annab alust olla kindlam prognoosiotsuste alustes.

3.1. Üldised majandus- ja hõivetrendid

Tööealiste inimeste majanduslik aktiivsus pole iseseisvusaja jooksul olnud veel kunagi nii kõrgel tasemel. Võrreldes eelmise majandusbuumi tipuga 2007. aastal, oli 2018. aastal suurem nii hõivatute osakaal tööealisest elanikkonnast kui ka tööga hõivatute koguarv – 665 000. 15–74-aastastest oli hõivatud 68,1%.

On toimunud esmapilgul vastuoluline protsess, kus vaatamata tööealise elanikkonna vähenemisele on tööga hõivatute koguarv pidevalt (v.a majanduskriisi aastad) kasvanud. Klassikalises tööeas inimesi ehk 20–64-aastasi oli 2018. aastal ligi 25 000 võrra vähem kui 10 aastat varem, samas kasvas tööga hõivatute koguarv samal perioodil. Millest see tuleneb? Tööga hõivatute koguarvu suurendamiseks on kolm

¹²⁷ Ettevõtte kompleksne kalendriaasta aruanne. www.stat.ee

¹²⁸ Josing, M. *et al* (2018). Eesti Konjunkturiinstituut. Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus. https://www.kul.ee/sites/kulminn/files/1._eesti_lm_olukorra_uuring_ja_kaardistus_vldosa.pdf

peamist allikat: töötuse vähenemine, tööturul aktiivse rahvastiku osakaalu kasv (sh vanemaealised, vähenenud töövõimega inimesed ja väikelaste vanemad) ja sissetulek. Eestis on hõive kasvu panustanud kõik kolm tegurit.

2008. aasta teises pooles jõudis Eestisse ülemaailmne majanduskriis ning Eesti oli nende riikide seas, kus majanduslangus oli üks järsemaid. Samas taastus majandus kriisi põhjast suhteliselt kiiresti ning alates 2010. aastast on SKP igal aastal kasvanud. Vahetult pärast kriisi oli kasv suhteliselt kiire, kuid muutus järgnevatel aastatel mõõdukamaks. Samas on viimasel kahel aastal SKP reaalkasv jällegi kiirenenud, kuid kokkuvõttes ületas SKP aheldatud väärtus kriisieelse taseme alles 2016. aastal. Ka keskmine brutokuupalk on alates 2011. aastast jõudsalt kasvanud ning seni on tähendanud see ka reaalpalka kasvu, mis omakorda on inimeste ostujõudu suurendanud. Palk on kasvanud kõigil tegevusaladel, kuid palgavahed tegevusalade vahel on jäänud suurteks ning on madala palgatasemega sektorites üks olulisi tööjõupuuduse põhjuseid. Näiteks kui info ja side tegevusalal küündis keskmine brutokuupalk 2018. aastal üle 2000 euro, siis majutuses ning toidlustuses jäi see alla 1000 euro.¹²⁹

Eesti ettevõtete müügitulu on viimastel aastatel jõudsalt kasvanud ja ulatus 2017. aastal enam kui 61 miljardi euroni, millest müük mitteresidentidele oli 20 miljardit. Ka loodud lisandväärtus on märgatavalt kasvanud ning oli 2017. aastal 13,6 miljardit eurot. Tööviljakus hõivatud kohta jõudis samal aastal 28 700 euroni. Toodete ja teenuste ekspordimahud kasvasid ka 2018. aastal ja eriti võiks esile tuua teenuste ekspordi pikaajalise kasvutrendi. Viie aastaga (2013–2018) on teenuste ekspordi mahud kasvanud 5 miljardilt eurolt 6,5 miljardini.¹³⁰ Kasvu taga on olnud nii Eesti ettevõtete edukus oma toodangu ja teenuste müügil kui ka see, et meie peamistel kaubanduspartneritel on läinud samuti hästi.

Lähiaastate majandusprognoosides nähakse nii SKP, keskmise palga kui ka tööviljakuse kasvu jätkuvalt elujõulisena. Samas nii Eesti Pank (kuni 2020),¹³¹ Rahandusministeerium (kuni 2022)¹³² kui ka suuremad kommertspangad prognoosivad lähiaastateks majanduskasvu aeglustumist 2–3%-ni. Inimeste ostujõudu mõjutava tarbijahinnaindeksi kasvu prognoosivad nimetatud institutsioonid lähiaastateks samuti suurusjärku 2–3% ning keskmine brutopalk peaks tõusma üle 1600 euro. Prognooside puhul peab arvestama sellega, et Eesti majanduse olukord sõltub oluliselt sellest, kuidas läheb meie peamistel kaubanduspartneritel ja milline on välisnõudlus Eesti toodete ja teenuste järele.

3.2. Audiovisuaalvaldkond

Alapeatükis on toodud esile senised hõivet ja ettevõtete käekäiku puudutavad arengud EMTAK-i klassifikaatori järgi tegevusaladel J59 Kino-, videofilmide, telesaadete tootmine; helisalvestiste, muusika kirjastamine ning J60 Programmid ja ringhääling, samuti M742 Fotograafia. Nimetatud tegevusalad ja arengud seal on kõige enam seotud audiovisuaalvaldkonnaga ja mõjutavad audiovisuaalalal tegutsevate inimeste tänast ja lähituleviku hõivet ning tööjõu- ja oskuste vajadust. Antud juhul mõjutavad arengud kõige enam audiovisuaalse sisu loojate, tehniliste teostajate, koordinaatorite ja fotograafide ning ajakirjanike (ringhääling) põhikutsealade ametitel töötavate inimeste hõivet ning tööjõu- ja oskuste vajadust. Kindlasti tuleb rõhutada seda, et nimetatud põhikutsealadel töötajad ei tööta ainult siinses

¹²⁹ Statistikaamet <http://pub.stat.ee/px-web.2001/Dialog/Saveshow.asp>

¹³⁰ Statistikaamet, ekspordistatistika.

¹³¹ <https://www.eestipank.ee/teemad/majandusprognoos>

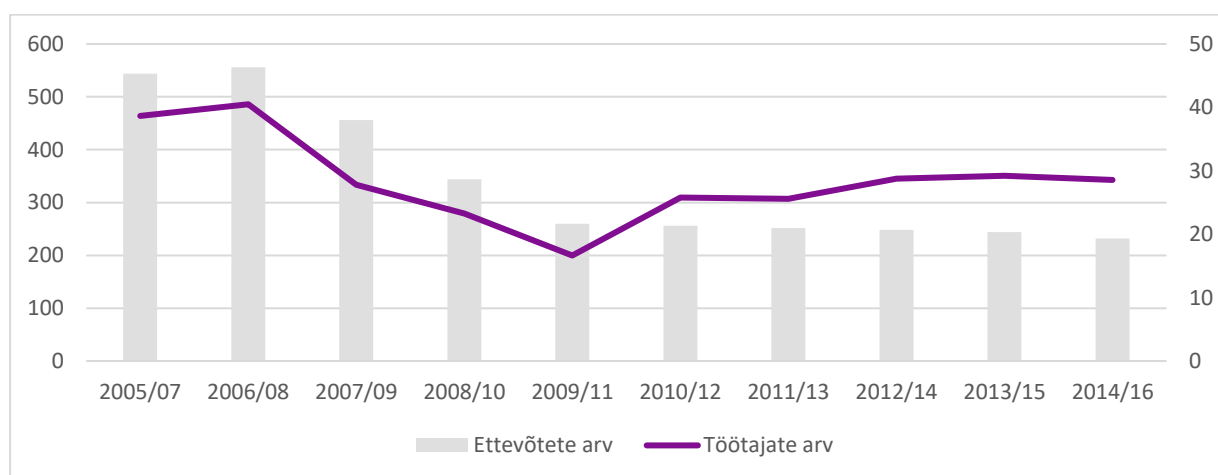
¹³² <https://www.rahandusministeerium.ee/et/riigieelarve-ja-majandus/majandusprognoosid>

alapeatükis toodud tegevusaladel, vaid ka mujal. Näiteks töötavad fotograafid ja audiovisuaalse töö tehnilised teostajad ka reklaami, kirjastamise jms valdkonnas. Tänapäevaks välja kujunenud suurte meediakontsernide puhul on keeruline töötamise valdkonda statistika kaudu määratleda, kuna meediakontsernid tegelevad nii ajalehtede kirjastamisega kui ka omavad veebiportaale ja/või raadio- ja telekanaleid. Samuti on video saamas üha olulisemaks ajakirjandusliku sisu esitamise viisiks.

3.2.1. Programmid ja ringhääling

EMTAK-i klassifikaatori J60 detailsema kirjelduse järgi liigituvad klassifikaatori alla ettevõtted või hõivatud, kes tegelevad tele- või raadiosaadete ja -programmide või tellitavate audiovisuaalmeedia teenuste pakkumisega meediateenuste osutaja toimetustevastutuse all. Neid saateid, programme või programmikatalooge edastatakse elektroonilise sidevõrgu kaudu. Meediateenuste osutaja on isik, kes osutab televisiooni-, tellitava audiovisuaalmeedia või raadioteenust, kellel on toimetustevastutus meediateenuse sisu valikul ja kes määrab selle esitamise järjestuse ning edastamise viisi. Riikliku statistilise vaatluse „Ringhäälinguorganisatsioonid“¹³³ andmetest selgub, et kõigis ringhäälinguajaamades töötas 2017. aastal kokku 1960 inimest, neist töölepinguga 1060 ja töövõtulepinguga 900 inimest.

Joonis 3. Ettevõtete ja töötajate arv eraringhäälinguorganisatsioonides (-ettevõtetes) (EMTAK J60)



Märkus: v.a. Eesti Rahvusringhääling

Allikas: Statistikaamet, EKOMAR-i uuring

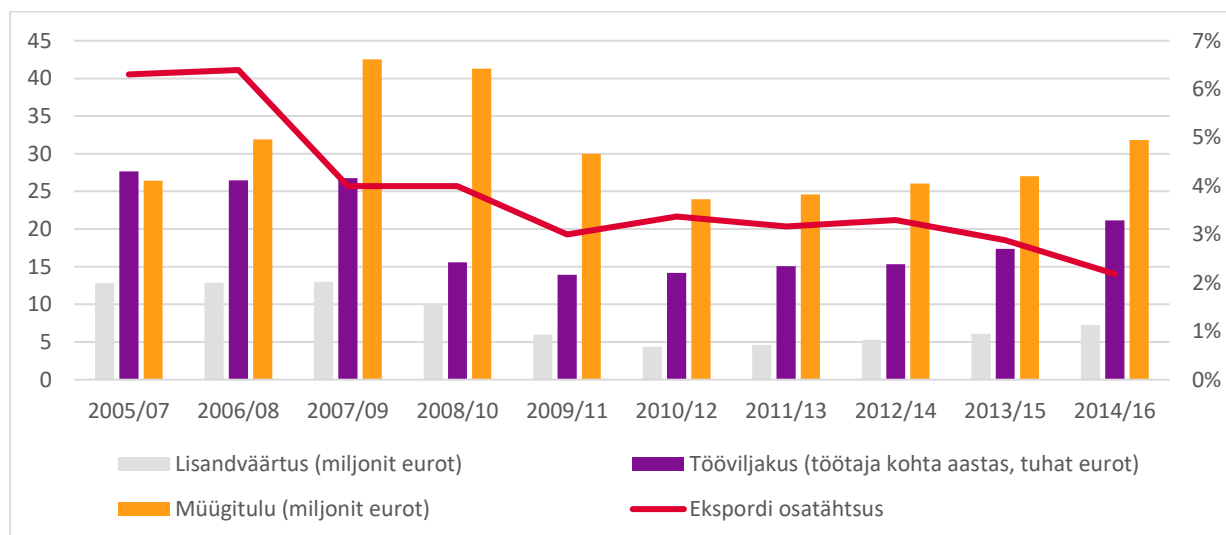
EKOMAR-i uuringu järgi aga töötas ringhäälinguettevõtetes (ilma ERR-ita) 2014.–2016. a aasta keskmisena 350 töötajat, mis on pärast majanduskriisiaegset märkimisväärset langust mõnda aega sellises suurusjärgus püsinud. EKI uuringu¹³⁴ järgi töötas Äriregistri andmeil ringhäälingu ja selle leviga seotud valdkonnas 2016. aastal 1800 inimest, mis jäi samasse suurusjärku sellele eelneva aastaga. Erinevalt Statistikaameti andmetest oli EKI uuringusse kaasatud ka tegevusalana kaabel-, satelliit- ja muud abonentprogrammid (EMTAK 61301). EKI uuringus oli esile toodud ka suuremate ringhäälinguettevõtete hõivatute arv. Nii töötas All Media Eesti AS-is (TV3) 2015. aastal 63 töötajat ja Kanal 2-s 73 töötajat, mis on suurusjärku arvestades kooskõlas EKOMAR-i uuringutulemustega (kui lisada

¹³³ <https://www.stat.ee/esms-metaandmed?code=40411>. Statistikaamet.

¹³⁴ Josing, M. et al (2018). Eesti Konjunkturiinstituut. Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus. https://www.kul.ee/sites/kulminn/files/1._eesti_lm_olukorra_uuring_ja_kaardistus_yldosa.pdf

ka väiksemate ettevõtete töötajad). Seega saab hõivatute arvu trendi hindamiseks EKOMAR-i andmeid siiski kasutada ning tõdeda, et erasektori ringhäälinguettevõtetes on hõivatute arv viimastel aastatel püsinud stabiilsena ning ka ettevõtete arv on pärast viie-kuue aasta tagust vähenemist olnud samas suurusjärgus.

Joonis 4. Ettevõtete majandusnäitajad ringhäälinguettevõtetes (EMTAK J60)



Allikas: Statistikaamet, EKOMAR-i uuring

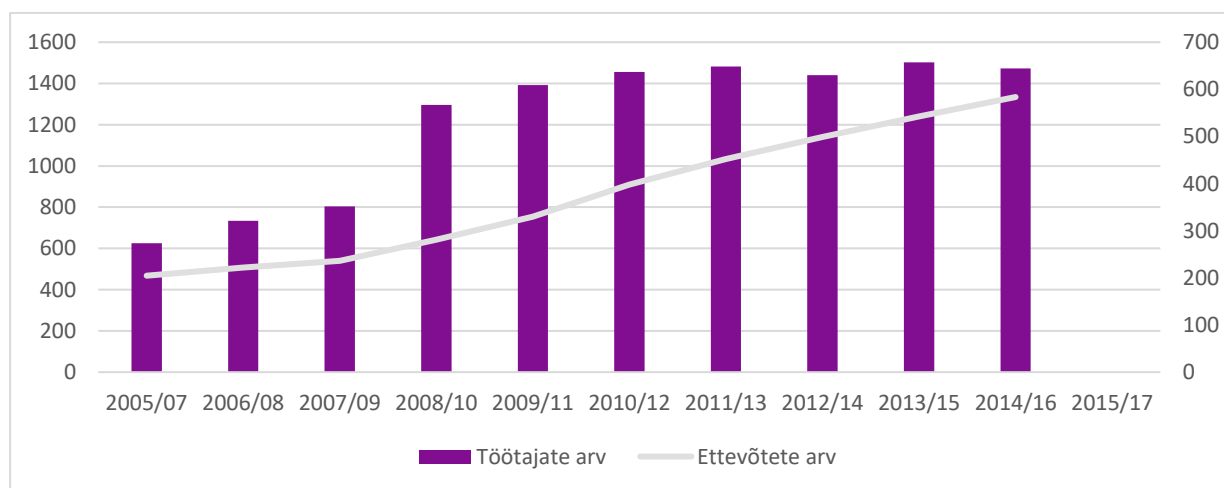
Ringhäälinguettevõtete majandusnäitajatele mõjus viimane majanduskriis küllaltki rängalt ja pidades silmas nii müügitulu, loodud lisandväärtust kui ka tööviljakust töötaja kohta, pole samale tasemele jõutud. Siiski on aastatel 2013–2016 näitajad pisut paranenud. Erasektori ringhäälinguettevõtete müügitulu oli aastate 2014–2016 keskmisena 32 miljonit eurot, loodud lisandväärtus 7 miljonit ning tööviljakus töötaja kohta aastas 21 000 eurot. Aastatega on veelgi vähenenud ekspordi osatähtsus müügitulus, jäädes EKOMAR-i andmetel 2% juurde, EKI uuringus toodud Äriregistri andmetel aga veelgi vähem. Ülioluline sissetulekuallikas erameediale ja eriti televisioonile on reklaamitulu. Kantar Emori meediuuringute¹³⁵ järgi on tele veel praegu kõige suurema osatähtsusega reklaamiedastamise meediakanal, kuid selle osatähtsus on langenud. Kui televisiooni reklaamikäibe osatähtsus oli 2015. aastal 27%, siis 2017. aastal oli see 25%. Reklaamikäibe maht televisioonis on samas olnud viimastel aastatel stabiilne, olles suurusjärgus 24–25 miljonit eurot.

Kui erakätes olevad ringhäälinguettevõtted peavad oma ettevõtlustulu ise teenima (mis suuremas osas tuleb reklaamituludest), siis ERR sõltub peamiselt riigi rahastusest. Valdkonna ja põhikutsealade edasise hõive prognoosimise seisukohalt on oluline, mil määral on rahastamine seni muutunud ja mida prognoositakse lähiaastateks. Rahvusringhäälingu 2018. aasta tegevustoetus riigieelarvest on 32,002 mln eurot ning sihtotstarbeline investeeringutoetus 2,017 mln eurot. Sellele lisanduvad prognoositavad sihtotstarbelised eraldised ja annetused summas 1,314 mln eurot ning muu omatulu 1,787 mln eurot. Tegevustoetus kasvas võrreldes 2017. aastaga 4%. Rahavoogude plaan 2018–2022 näeb ette

¹³⁵ Kantar Emor. <https://www.emor.ee/teenuse-kategooria/meediuuringud/>

3.2.2. Kino- ja videofilmide ning telesaadete tootmine

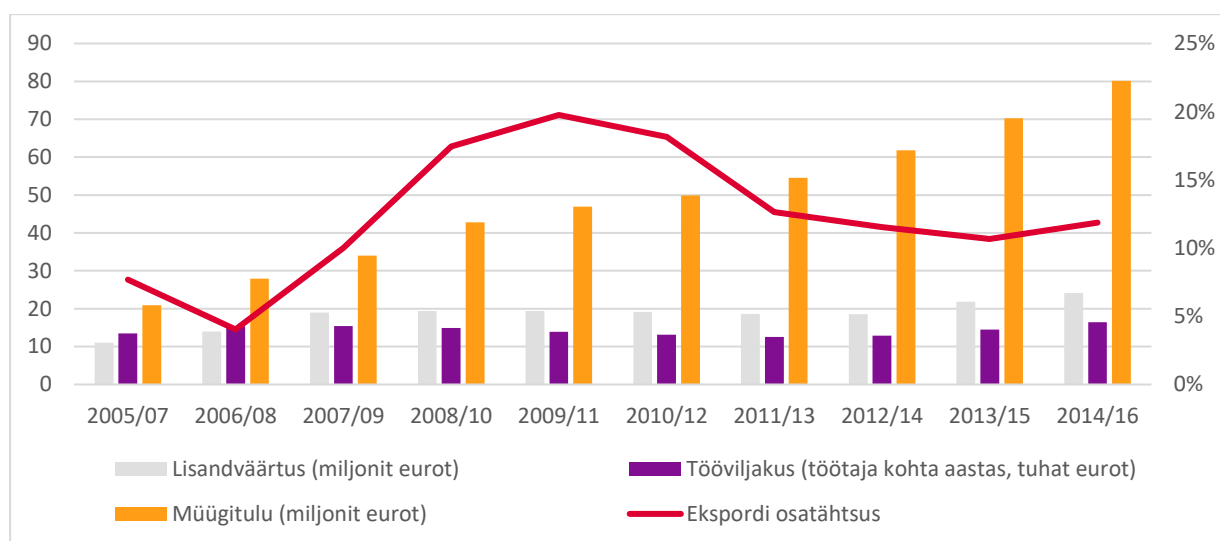
Joonis 5. Ettevõtete ja hõivatute arv kino- ja videofilmide ning telesaadete tootmises (EMTAK J59)



Ka EKI uuring¹³⁷, tuginedes Äriregistri andmetele, kinnitab ettevõtete arvu kasvu, samas on hõivatute arv nii 2015. kui ka 2016. aastal märksa väiksem võrreldes EKOMAR-i uuringuga (nt 2015 1200 hõivatut). Samas vähendab erinevusi see, et EKI puhul ei olnud arvestatud J592 helisalvestiste ja muusika kirjastamist. Kõige olulisem sarnasus kahe andmeallika vahel oli see, et kumbki uuring ei toonud välja hõivatute arvu kasvu. Loomemajanduse ekspordiuuringus tuuakse välja töötajate arv alavaldkondade lõikes ning selle järgi töötas enim inimesi kinofilmide, videote ja telesaadete tootmise valdkonnas, suurimad tööandjad on aga kinofilmide linastamise valdkonnas.

¹³⁷ Josing, M. *et al* (2018). Eesti Konjunktuuriinstituut. Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus. https://www.kul.ee/sites/kulminn/files/1._eesti_lm_olukorra_uuring_ja_kaardistus_ylcosa.pdf

Joonis 6. Ettevõtete majandusnäitajad kino- ja videofilmide ning telesaadete tootmises (EMTAK J59)



Allikas: Statistikaamet, EKOMAR-i uuring

Kui hõivatute arv on viimastel aastatel olnud stabiilne, siis müügitulu on EKOMAR-i uuringu andmetel kindlas kasvutrendis ning jõudis aastate 2014–2016 keskmisena 80 miljoni euroni. Ekspordi osatähtsus müügitulust oli 12%. Ka lisandväärtus on kasvanud ning oli 24 miljonit eurot, tööviljakus töötaja kohta tõusis 16 400 euroni aastas.

Ka EKI uuring¹³⁸ näitas Äriregistri andmetele tuginevalt müügitulu märkimisväärtset kasvu just 2011. ja 2015. aasta võrdluses. Samas 2016. aastal kasv enam ei jätkunud. Loomemajanduse ekspordiuuringus toodi välja, et suurima summaarse aastase müügituluga valdkond on kinofilmide, videote ja telesaadete tootmine ligi 29 mln euroga. Ettevõtte kohta kõrgeim keskmine aastane müügitulu (2,8 mln eurot) oli aga kinofilmide linastamise valdkonnas. Eesti filmitootmise rahastamise analüüsi järgi 2016. aastal Eesti filmide kodumaine kassatulu ja turuosa mitmekordistus ning turuosa tervikuna püsis stabiilsena. Kõige suurema müügituluga oli EKI andmetel 2015. ja 2016. aasta andmeil kinofilmide linastamine (EMTAK 59141) ning kinofilmide, videote ja telesaadete tootmine (EMTAK 59111), kus aastane müügitulu jäi mõlemal aastal vahemikku 22–25 mln eurot, ning ka telesaadete tootmine (EMTAK 59112), kus müügitulu ületas mõlemal aastal 12 mln eurot. Kinofilmide, videote ja telesaadete tootmisjärgsed tegevusalad (EMTAK 59121) ning kinofilmide, videote ja telesaadete levitamine kinodele ning telejaamadele (EMTAK 59131) oli aga languses. EKI uuringus toodi välja, et enamik eksportivatest ettevõtetest tegeles filmide tootmise või järeltootmisega. Loomemajanduse ekspordiuuringus tuuakse veel välja, et eksportivate ettevõtete osakaal on suurem just montaaži, helindamise ja eriefektide osas ning ekspordivad ennekõike need ettevõtted, kes teenivad ka üldpildis suuremat müügitulu. 2015. aastal eksportivate ettevõtete arvu põhjal on kõige populaarsemateks sihtriikideks lähiriigid Soome, Läti ja Leedu. Soome puhul on tegemist riigiga, kus Eesti audiovisuaaltootjad on teinud koosproduktioone

¹³⁸ Josing, M. et al (2018). Eesti Konjunkturiinstituut. Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus. https://www.kul.ee/sites/kulminn/files/1._eesti_lm_olukorra_uuring_ja_kaardistus_yldosa.pdf

Filmimaailma arenguid ei saa mõõta ainult rahas, oluline on ka toodetud filmide arv ja näiteks kinode külastatavus. Eesti filmitegijate täispikkade mängu- ja telefilmide arv on olnud Eesti Filmi Instituudi andmetel 2011.–2017. aastal 5–10 filmi aastas, 1990-ndatel tehti filme oluliselt vähem. Statistikaameti andmetel on aasta-aastalt kasvanud ka kinokülastajate arv, keda 2017. aastal oli ligi 560 000.

Fotograafiavaldkonnas tegutsevad peamiselt väikesed ettevõtted või ka ettevõtjad. Suuremaid kui 10 töötajaga ettevõtteid valdkonnas peaaegu ei ole.

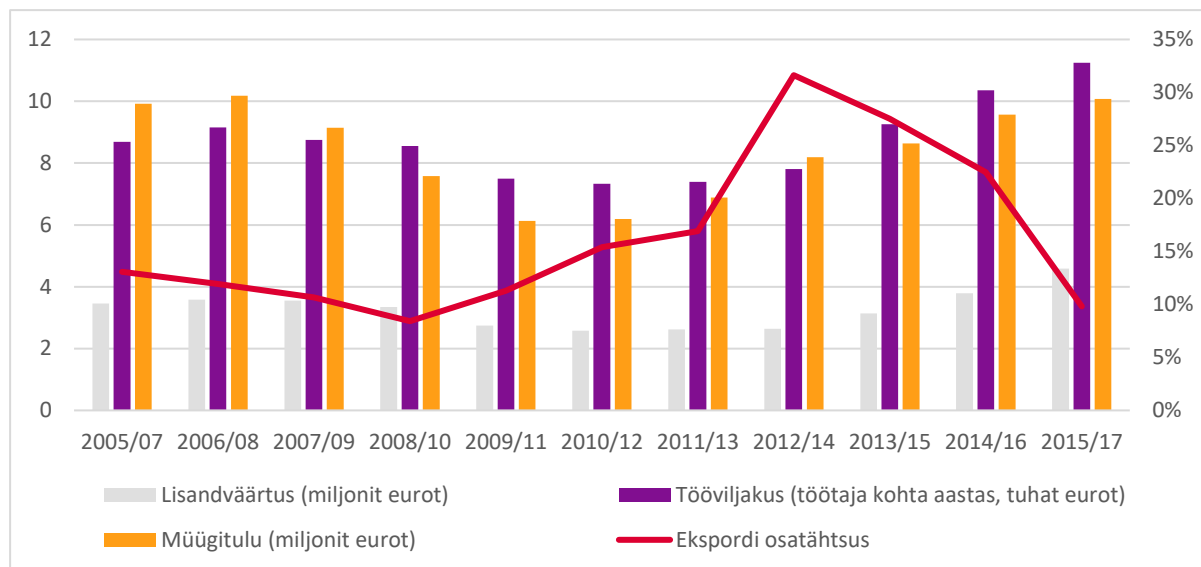
Vuosi- taijakausi	Töötajate arv	Etteväötete arv
2005/07	400	100
2006/08	390	110
2007/09	410	120
2008/10	390	130
2009/11	370	140
2010/12	350	150
2011/13	350	160
2012/14	340	170
2013/15	340	180
2014/16	370	190
2015/17	410	200

Ettevõtete arv on aasta-aastalt samas jõudsalt kasvanud ning kui aastatel 2005–2007 oli keskmiselt ligi 400 ettevõtet, siis 2015.–2017. aasta keskmisena oli ettevõtteid ligi 300. Tõenäoliselt on tegu peamiselt fototeenuse pakkumise ettevõtluse vormi muutusega füüsiliselt isikult juriidilisele. Töötajate arv valdkonnas alates 2007.–2009. aasta keskmisest vähenes, kuid on viimastel aastatel hakanud jälle

<https://static1.squarespace.com/static/5837f2f73e00be1e3370e958/t/5abcd519575d1fb78e085dfb/1522324779966/Eesti+Koolitootmise+rahastamise+anal%3BC3%BC%3BCs+PwC+Eesti+Kinoliit+21.03.pdf>

kasvama. Nii 2015.–2017. aastate keskmisena kui sellest kümme aastat tagasi töötas valdkonnas 400 inimest. Eraldi tuleb rõhutada seda, et fotograafid ei leia teenistust ainult fotograafia valdkonnas, vaid ka mitmel pool mujal, näiteks kirjastamises.

Joonis 8. Ettevõtete majandusnäitajad fotograafias (M742)



Allikas: Statistikaamet, EKOMAR-i uuring

Fotograafia valdkonnas on Joonisel 8 toodud majandusnäitajad liikunud ülesmäge. Alates 2010.–2012. aastate keskmisest on jõudsalt kasvanud nii müügitulu, loodud lisandväärtus kui ka tööviljakus töötaja kohta. Samas ei ületanud müügitulu 2015.–2017. aastate keskmisena kriisieelset taset ja oli 10 miljonit eurot. Tööviljakus töötaja kohta oli aga kõrgem kui siis ning oli 11 000 eurot töötaja kohta. Ettevaatlikult tuleb antud juhul käsitleda ekspordi osatähtsust müügitulust, kuna tulemusi mõjutab 2014. aasta mõneti ekstreemne tulemus, mille kohaselt oli sel aastal ekspordi osatähtsus pool müügitulust. Aastate lõikes on ekspordi osatähtsus varieerinud 10% ja 20% vahel.

3.3. Kirjastamine, tõlkimine ning trükindus

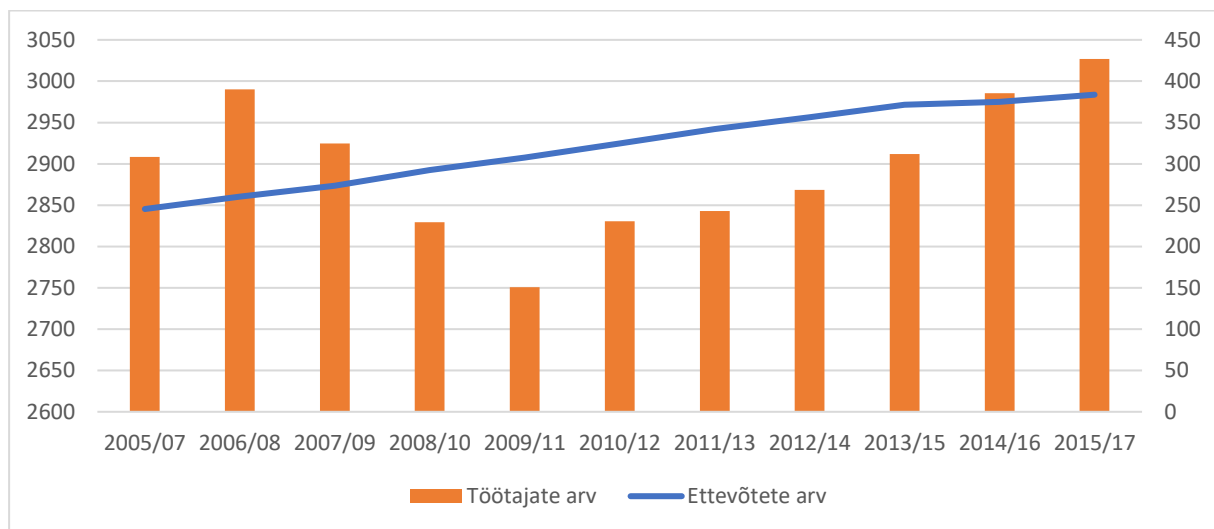
Alapeatükis on toodud esile senised hõivet ja ettevõtete käekäiku puudutavad arengud EMTAK-i klassifikaatori järgi tegevusaladel C18 trükindus ja salvestiste paljundus, kirjastamine J58 ning M74 osa kirjalik ja suuline tõlge. Seega on vaatluse all arengud näiteks trükitööstuse, ajalehti, ajakirju ja raamatuid kirjastavates, aga ka tõlketeenust pakkuvates ettevõtetes. Neis ettevõtetes toimuvad arengud mõjutavad ennekõike trükitööstuse põhikutsealadel töötavate, ajakirjanike, graafiliste disainerite ja tehnilised teostajate, keeletespialistide, loovkirjutajate, aga ka fotograafide tööjõu- ja oskuste vajadust. Kindlasti tuleb rõhutada, et kõik nimetatud põhikutsealadel töötajad ei tööta ainult siin alapeatükis toodud tegevusaladel, vaid ka mujal. Näiteks töötavad fotograafid ka audiovisuaalvaldkonnas.

3.3.1. Trükitööstus

Järgnevalt kirjeldatud arengud majandus- ja hõivenäitajates puudutavad ettevõtteid, mis liigituvad tegevusala EMTAK C18 alla. See hõlmab ajalehtede, raamatute, perioodika, äridokumentide, õnnitluskaartide jms trükkimist ning trükinduse abitegevusi (nt raamatuköitmine, trükiplaatide valmistamine, andmete pildindus), mis on vajalikud trükitööstuse toodete (nt trükiplaat, köidetud raamat) valmistamiseks.

Trükinduses on enamik ettevõtteid kuni 9 töötajaga, kuid tooni annavad siiski suuremad ettevõtted. Samuti on enam kui 10 töötajaga ettevõtete osatähtsus suurem kui Eestis keskmiselt. Enam kui 10 töötajaga ettevõtteid oli 2017. aastal 58.

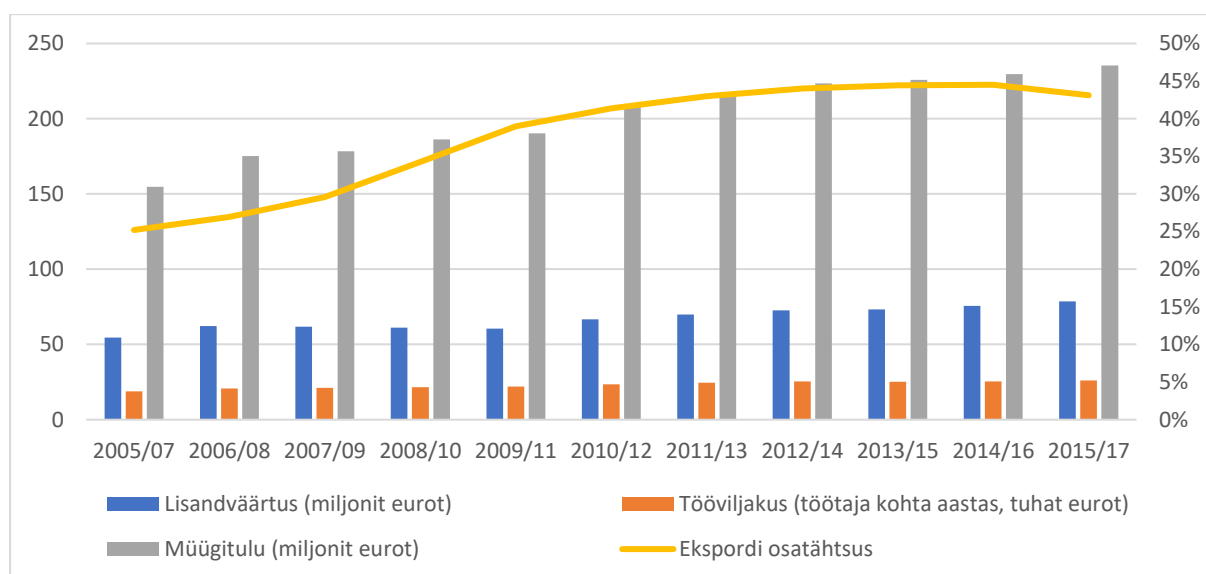
Joonis 9. Ettevõtete ja töötajate arv trükitööstuses



Allikas: Statistikaamet, EKOMAR-i uuring

Töötajate arv trükitööstuses on kasvanud Statistikaameti EKOMAR-i uuringu järgi aasta-aastalt ning 2015.–2017. aastate keskmisena ületati ka kriisieelne tase (vt joonis 8). 2015.–2017. aastate keskmisena töötas trükitööstuses pisut üle 3000 inimese. Kui hõivatute arv kriisi ajal langes, siis ettevõtete arv mitte ning viimase kümne aastaga on lisandunud üle saja ettevõtte. 2015.–2017. aastate keskmisena tegutses valdkonnas ligi 400 ettevõtet. Ka EKI loomemajanduse uuringu Äriregistril põhinevad andmed ettevõtete ja hõivatute arvu ja selle muutumise kohta näitavad samu suundumusi ja ka arvuliselt sama suurusjärku. Ettevõtete detailsema tegevusala vaates oli kõige enam maakaartide, atlaste, plakatite jmt trükikodasid (EMTAK 18129) – kokku 140 äriettevõtet (2011. a 130 ettevõtet). Nendele järgnes 95 trükikoda, mis tegelesid perioodikaväljaannete, ärikataloogide, reklaammaterjali, äriblankettide jmt trükkimisega (EMTAK 18122), mis moodustas 2015. aastal kolmandiku (886 inimest) trükinduse ja selle sidusalade töötajate koguarvust.

Joonis 10. Ettevõtete majandusnäitajad trükitööstuses



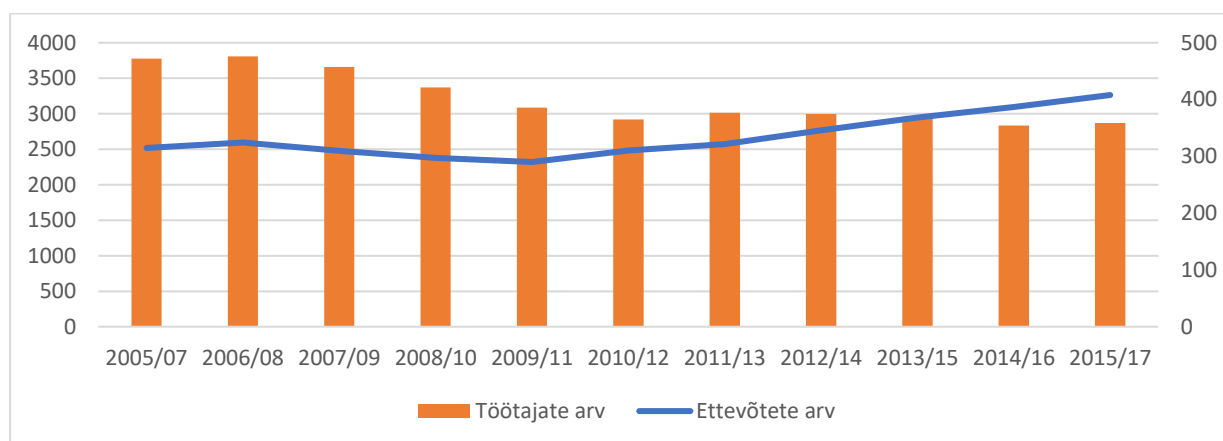
Allikas: Statistikaamet, EKOMAR-i uuring

Trükitööstust iseloomustavate majandusarengute puhul saab esile tuua püsivalt kõrge ekspordi osatähtsuse müügitulust. Kui veel 10 aastat tagasi oli see alla kolmandiku, siis viimastel aastatel on ekspordi osatähtsus müügitulust püsinud üle 40%. Müügitulu on kasvanud aasta-aastalt ning olulist langust ei toonud ka majanduskriisi aastad. Kokkuvõttes on kümne aastaga müügitulu kasvanud 150 miljonilt eurot 235 miljoni euroni. Ka tegevuse käigus antud lisandväärtus on kasvanud ning tõusnud 79 miljoni euroni 2015.–2017. aastate keskmisena. Tööviljakus ei ole viimastel aastatel kasvanud ning on jäänud suurusjärku 25 000 eurot töötaja kohta. EKI uuringus toodi lisaks välja müügitulu jagunemine trükiettevõtete vahel. Suurimat müügitulu teenisid 2015. aastal perioodikaväljaannete trükkijad, kelle kogumüügitulu oli 69,8 mln eurot, ning maakaartide ja atlaste trükkijad kogumüügituluga 56,8 mln eurot. Ligi 60% koguekspordist moodustas 2015. aastal viie suurema ettevõtte eksport.

3.3.2. Kirjastamine

Järgnevalt kirjeldatud arengud majandus- ja hõivenäitajates puudutavad ettevõtteid, mis liigituvad tegevusala EMTAK J58 alla. Osa 58 hõlmab raamatute, brošüüride, infolehtede, sõnaraamatute, entsüklopeediate, atlaste ja maakaartide, ajalehtede, ajakirjade jm perioodika, kataloogide, aadressiraamatute jm trükiste, k.a tarkvara kirjastamist. Siia kuulub kirjastamine paberkandjal, elektroonilises või audioformaadis, internetis, multimeediakirjastamine (nt CD-ROM-raamatud) jne.

Joonis 11. Ettevõtete ja töötajate arv kirjastamises

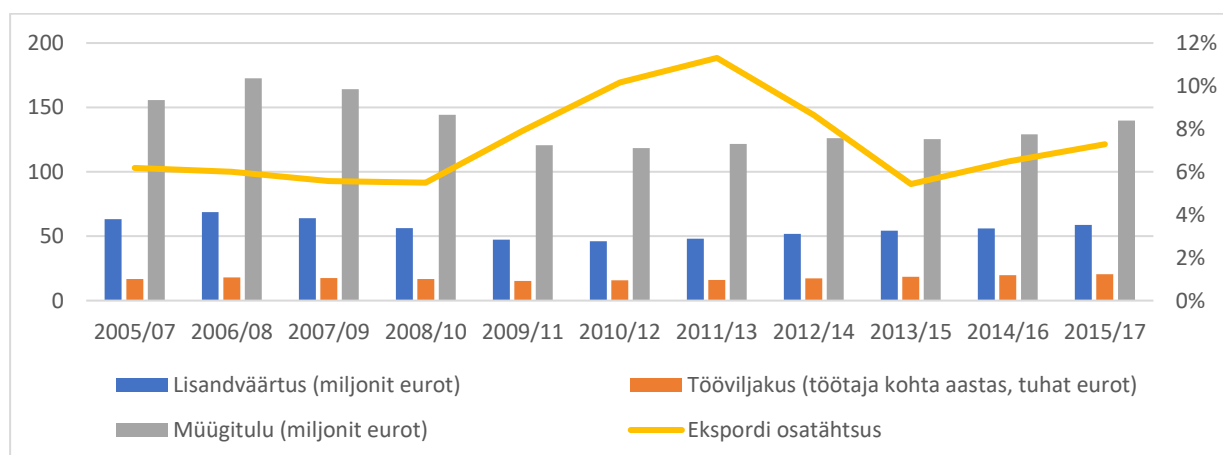


Allikas: Statistikaamet, EKOMAR-i uuring

Kui ettevõtete arv kirjastamises on peale majanduslangust Statistikaameti EKOMAR-i uuringu järgi kasvanud, jõudes 2015.–2017. aastate keskmisena üle 400, siis töötajate arv on langenud (vt joonis 10). Kui enne kriisi töötas kirjastamises üle 3000 töötaja, siis viimastel aastatel on hõivatute arv jäänud alla 3000. Ettevõtete arvu kasv on tingitud kuni 9 töötajaga ettevõtete arvu kasvust, suuremate ettevõtete arv, vastupidi, vähenes. EKI loomemajanduse uuringu järgi oli ettevõtete arv võrreldes EKOMAR-i uuringuga samas suurusjärgus, hõivatute arv aga oluliselt väiksem – 2015. aastal 2100 töötajat. Oluline on praegusel juhul siiski see, et mõlemad uuringud näitasid hõivatute arvu osas kirjastamises pigem langustrendi.

EKI loomemajanduse uuringu järgi oli kirjastamise tegevusalal 2015. aastal ettevõtetest kõige enam raamatute kirjastajaid, järgnesid kaartide, kalendrite jne kirjastajad, ajakirjade jm perioodika kirjastajad. Ajalehtede kirjastajaid oli 20. Rõhutada tuleb, et ajalehtede kirjastajad on keskmiselt oluliselt suuremad ettevõtted kui näiteks raamatute kirjastajad, kus paljudel juhtudel on tegu n-ö ühemeheettevõttega. Ajalehtede kirjastamises töötas EKI loomemajanduse uuringu andmeil üle 700 inimese.

Joonis 12. Ettevõtete majandusnäitajad kirjastamises

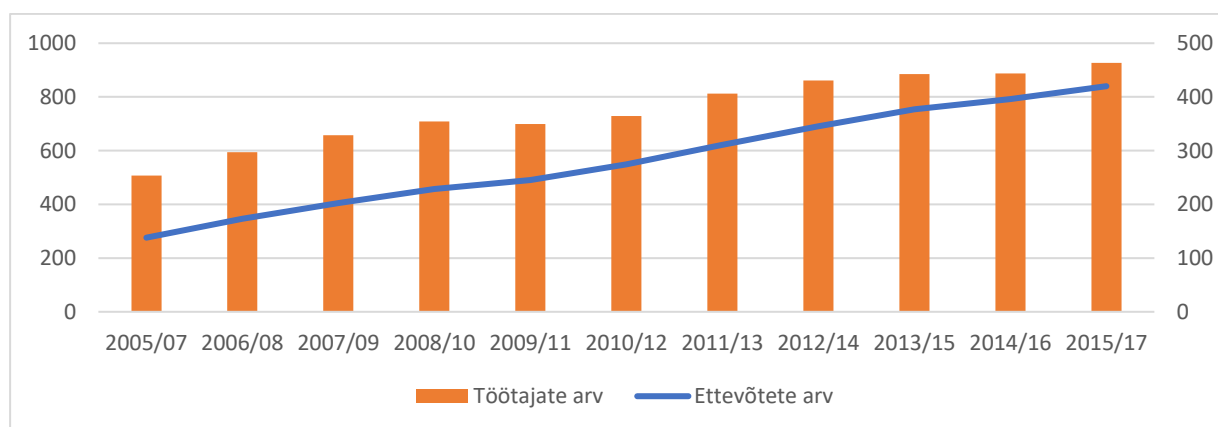


Allikas: Statistikaamet, EKOMAR-i uuring

Kirjastamise ja eelkõige kirjandusvaldkonna käekäiku mõjutavad ka riiklikud toetusmeetmed. EKI loomemajanduse uuringus tuuakse välja erinevate toetuste kasv. Kirjandusvaldkonna toetuseks eraldavad raha nii Kultuuriministeerium kui ka Eesti Kultuurkapital. Hasartmängumaksu Nõukogu toetab erisuguseid kirjandussündmusi ja ettevõtmisi, mitte aga trükkimist. Riik toetab loojat ehk kirjanikku lisaks ka raamatukogude laenutushüvitistega, mida vahendab SA Autorihüvitusfond ehk AHF. Eesti Kirjanike Liit maksab alates 2016. aastast ministeeriumi toetusel kolme aasta jooksul komisjoni poolt valitud autoritele kirjanikupalka. Et lugemisvara rikastada, toetab Kultuuriministeerium rahvuskultuurile oluliste teoste väljaandmist programmist „Eesti kirjandus“. (Kultuuriministeerium 2019)¹⁴¹

3.3.3. Kirjalik ja suuline tõlge

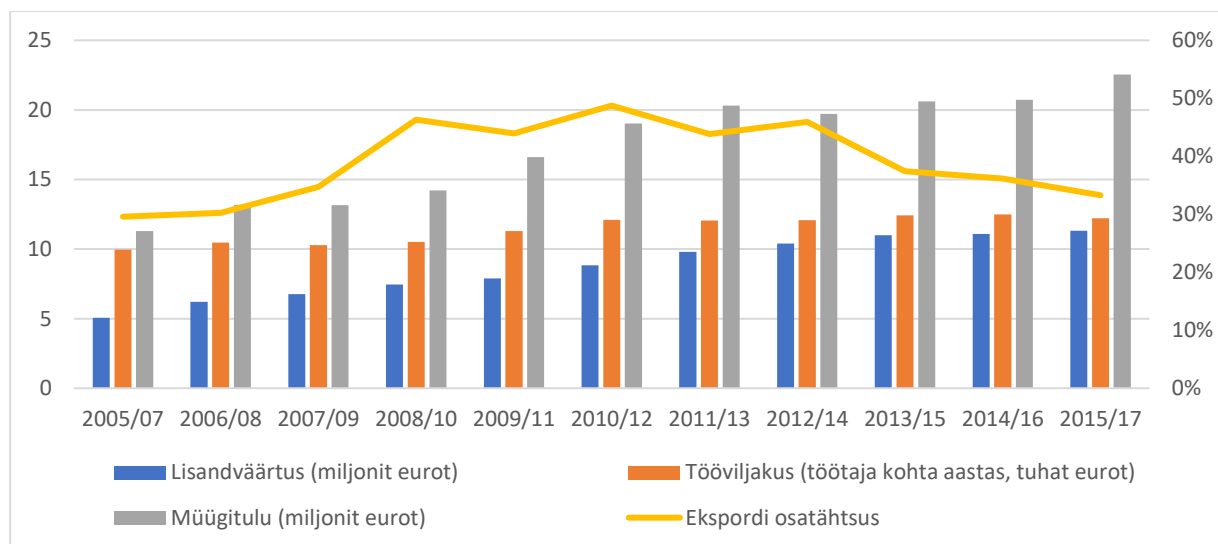
Joonis 13. Ettevõtete ja töötajate arv tõlkevaldkonnas



78

Kirjaliku ja suulise tõlke valdkonnas on Statistikaameti EKOMAR-i uuringu järgi ettevõtete arv viimase 10 aasta jooksul enam kui kahekordistunud ning jõudnud 2015.–2017. aastate keskmisena üle 400 ettevõtte. Muutuse on toonud kuni 9 töötajaga ettevõtete arvu kasv, mis viitab sellele, et üha enam on üksikisikust tõlkijad hakanud tõlketeenust pakkuma ettevõtjana. Üle 10 töötajaga ettevõtteid on üsna vähe, 2017. aastal oli neid ligi 20. Ka töötajate arv on kasvanud ning jõudnud kümne aastaga 500-st ligi 900 töötajani.

Joonis 14. Ettevõtete majandusnäitajad tõlkevaldkonnas



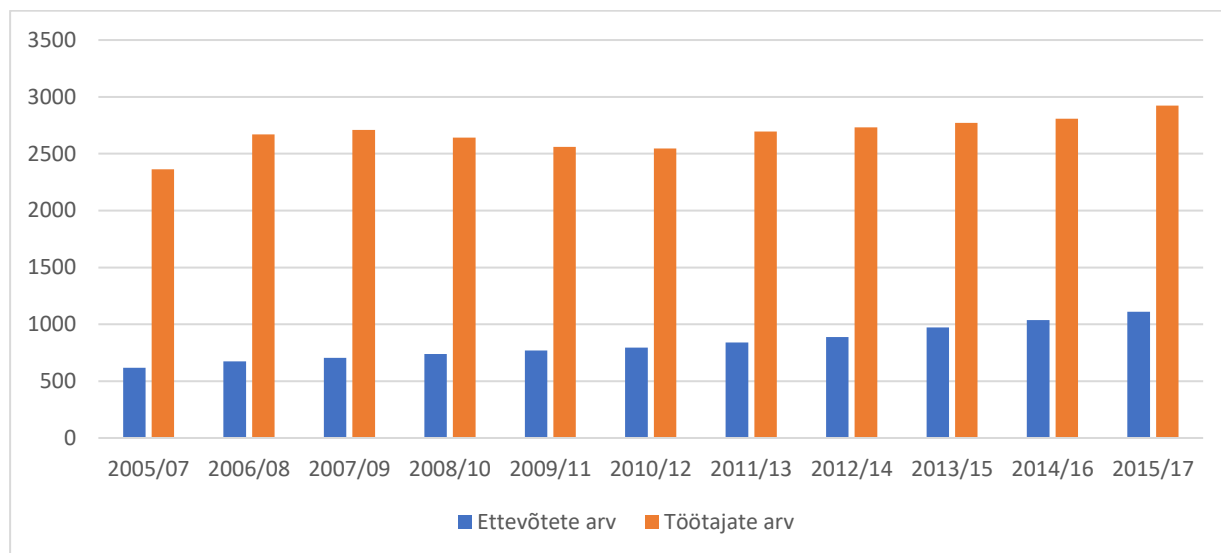
Valdkonna müügitulu on viimastel aastatel olnud pigem stabiilne, jäädes suurusjärku 20 miljonit eurot. Sarnaselt trükitööstusega iseloomustab valdkonda küllaltki suur ekspordi osatähtsus müügitulus. Kuigi osatähtsus on viimastel aastatel langenud, moodustas see 2015.–2017. aasta keskmisena kolmandiku müügitulust. Oluliselt on kasvanud lisandväärtus. Kui veel 2005.–2007. aastate keskmisena oli see 5 miljonit eurot, siis 2015.–2017. aastate keskmisena juba üle 10 miljoni. Tööviljakus töötaja kohta on püsinud küllaltki stabiilsena, olles suurusjärgus 12 000 eurot töötaja kohta aastas. Töö tulem tõlkevaldkonnas realiseerub olulisel määral kirjandusvaldkonnas. Selle kaudu puudutavad riiklikud toetusmeetmed ka tõlkijaid. EKI loomemajanduse uuringus tuuakse välja, et Euroopa Liidu kultuuriprogrammist on Eesti kirjastustel võimalik taotleda toetust eesmärgiga tõlkida eesti keelde väliskirjandust, käia kirjanike ja tõlkijate külalismajades, kus saab oma loominguga tegeleda ja/või arendada kirjanike liitude vahelist rahvusvahelist koostööd. Riikidevaheliste kultuurikoostöölepete raames on olnud võimalik toetada Eesti kirjanike töölahtusi välismaal ja väliskirjanike ning tõlkijate sama eesmärgiga viibimist Eestis. Samuti pakuvad lepped võimalusi vastastikku ilukirjandust tõlkida.

3.4. Turundus ja kommunikatsioon

Alapeatükis on toodud senised hõivet ja ettevõtete käekäiku puudutavad arengud EMTAK-i klassifikaatori järgi tegevusalal M731 Reklaamindus. Lisaks on vähesel määral toodud näitajaid M7021 Suhtekorralduse kohta. Kahjuks ei avaldata neljakohalise EMTAK-i koodi tasemel EKOMAR-i andmeid.

Nimetatud tegevusalad ja arengud seal on kõige enam seotud turunduse ja kommunikatsiooniga ning mõjutavad tegutsevate inimeste praegust ja lähituleviku hõivet ning tööjõu- ja oskuste vajadust. Antud juhul mõjutavad arengud kõige enam turundusspetsialistide ja kommunikatsioonispetsialistide hõivet ning tööjõu- ja oskuste vajadust. Kindlasti tuleb rõhutada seda, et nimetatud põhikutsealadel töötajad ei tööta ainult siinses alapeatükis toodud tegevusaladel, vaid ka mujal. Turundus ja kommunikatsioon sisaldub olulise protsessina iga toodangut või teenuseid pakkuva ettevõtte tegevustes.

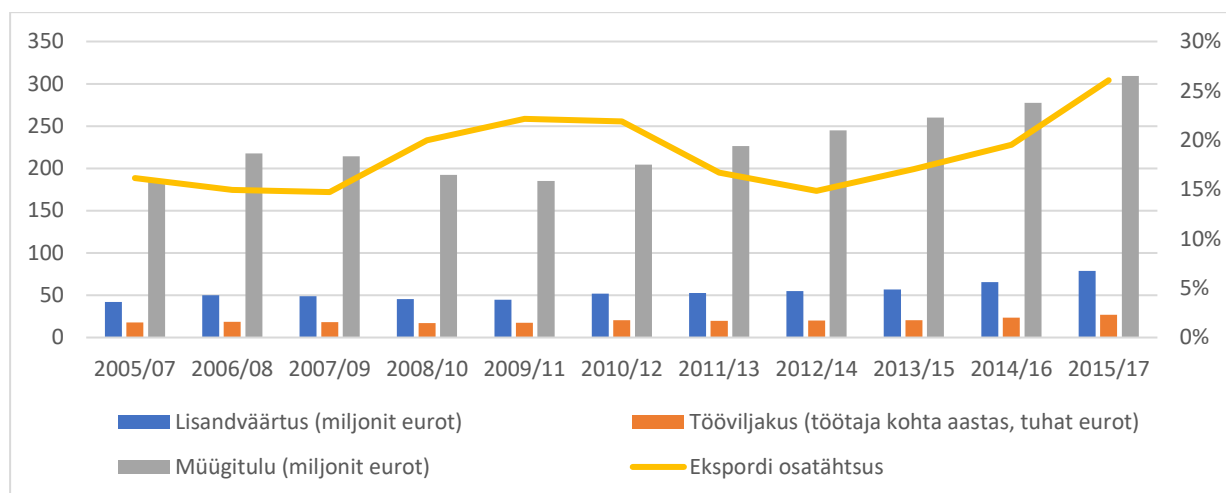
Joonis 15. Ettevõtete ja hõivatute arv reklaamivaldkonnas (M731)



Allikas: Statistikaamet, EKOMAR-i uuring

Statistikaameti EKOMAR-i uuringu järgi on reklaamivaldkonnas tegutsevad ettevõtted enamikus (95%) väikesed, kuni üheksa töötajaga ettevõtted. Nii ettevõtete kui ka hõivatute arv on reklaamivaldkonnas olnud kasvutrendis. Kui ettevõtete arv ületas 2015.–2017. aastate keskmisena 1000 piiri, siis hõivatute arv lähenes 3000-le. Ettevõtete arv ületas oluliselt kriisieelset aega, aga ka hõivatute arv oli 2015.–2017 aastate keskmisena juba suurem kui enne kriisi. EKI uuringus tuuakse ühe ettevõtete kasvu põhjusena välja, et majanduslanguse perioodil koondasid paljud firmad töötajaid, kellest osa asutas tegevuse jätkamiseks uusi väikefirmasid. Samuti näitab sarnaselt EKOMAR-iga ka EKI uuringus kasutatud Äriregistri andmestik hõivatute ja ettevõtete kasvu pärast majanduskriisi ning kuigi toodud ettevõtete ja hõivatute arv ei lange üksüheselt kokku, on nad laiades piirides samas suurusjärgus. 2015. aastal töötas reklaamivaldkonna ettevõtetes 2600 inimest kokku 1160 ettevõttes. EKI uuringus tuuakse samas olulise nüansina välja, et enamik vaatluse all oleva EMTAK-i tegevusala ettevõtetest tegeleb põhitegevusalana mitte reklaami loomisega, vaid vahendamisega. Ka mitmed siseturunduse, sotsiaalmeedia, üritusturundusega seotud agentuurid kuuluvad praegu reklaamiagentuuridega ühe EMTAK-i koodi alla.

Joonis 16. Ettevõtete majandusnäitajad reklaamivaldkonnas (M731)



Allikas: Statistikaamet, EKOMAR-i uuring

Statistikaameti EKOMAR-i uuringu põhjal saab välja tuua, et Eesti reklaamifirmade müügitulu kasvas jõudsalt kuni viimase majanduskriisi alguseni, misjärel sarnaselt langusega enamikes sektorites müügitulu langes. Viimastel aastatel on müügitulu olnud tugevas kasvutrendis ning ületas 2015.–2017. aastate keskmisena 300 miljonit eurot. Viimastel aastatel on näidanud kasvu ka lisandväärtus ja tööviljakus töötaja kohta. 2015.–2017. aastate keskmiseks valdkonna ettevõtete loodud lisandväärtuseks kujunes 79 miljonit eurot ning tööviljakus töötaja kohta aastas oli 27 000 eurot. Suurenenud on ka võimekus müüa välisurule ning peamiselt teenuste ekspordi osatähtsus moodustas neljandiku kogu müügitulust. EKI uuringus on välja toodud, et ettevõtted ekspordivad produktsiooni, mitte strateegiaid või reklaamikampaaniaid. Nii ekspordi- kui ka impordimahud on kasvanud, samas on ekspordimahud impordi omadest suuremad. Eksporditakse peamiselt Läti, Leetu, Soome, Rootsi, Saksamaale, Poolasse. EKI uuringus analüüsiti ja toodi välja ka näiteid riigi toe kohta reklaamivaldkonnale. Toetanud on peamiselt EAS ja tugi on olnud üsna väike. Loomemajanduse toetusi on EAS reklaamivaldkonnale maksnud 2016. aastal 97,5 tuhat eurot (2 firmale), 2017. aastal 127,2 tuhat eurot (3 firmale). Lisaks on mitmed reklaamifirmad aastail 2012–2015 osalenud erinevatel EAS-i koolitustel.

Reklaami siseturul on põhiline reklaamiedastamise kanal meedia, seal avaldatav reklaam ning sellele tehtud kulutused. Peamiselt on Eestis reklaamikulutusi mõõtnud Kantar Emor, kelle tulemusi on kasutanud nii EKI uuring kui ka muu hulgas teisi Balti riike võrdlev regulaarne raport Baltic Media Health Check¹⁴². Reklaamikulutused kasvasid kiiresti kuni 2007. aastani, kuid 2009. aastal langesid kulutused majanduskriisi tagajärjel rängalt, enam kui kolmandiku võrra. Majanduskriisijärgsetel aastatel reklaamikulutused küll oluliselt tõusid, kuid kriisieelset taset 2018. aastal veel ei saavutatud, mis mõjutas seega reklaami ja turundusettevõtete käivet.

Suurima osatähtsusega meediakanaliks kulutuste hulgas on jäänud televisioon, samas selle osatähtsus väheneb. Ka ajalehtede osatähtsus reklaamikäibes ja reklaamikäive ise (2011 vrld 2015) on langenud.

¹⁴² Krutaine, A. et al (2018). Baltic Media Health Check 2017–2018. How media organisations across the Baltics are embracing the digital age. https://www.sseriga.edu/sites/default/files/inline-files/Baltic_media_health_check_2017-2018.pdf

Kaotajate kõrval on olnud kõige suuremaks võitjaks internet, mille osatähtsus kogu reklaamikäibest oli 2017. aastal 20%.

Nagu alapeatüki sissejuhatuses mainitud, on keeruline esitada M7021 suhtekorralduse ja teabevahetuse majandus- ja hõivestatistika muutumist, kuna Statistikaamet ei avalda neljakohalise EMTAK-i koodiga andmed. Küll aga on Eurostat pärast täiendavate arvutuste tegemist kajastanud vähemalt ettevõtete arvu muutumist. Ettevõtete arv on kasvanud 78-lt ettevõttelt 2012. aastal 123-le 2015. aastal, mis iseenesest on märkimisväärne kasv, hoolimata sellest, et ettevõtteid on samas vähe. Ka rahva ja eluruumide loenduse andmete võrdlus 2014.–2016. aastate keskmisega näitas kasvu, seda hõivatute puhul. Kui REL2011 järgi töötas üle majanduse 2011. aastal 768 avalike suhete tippspetsialisti, siis aastate 2014–2016 aasta keskmisena töötas vastaval ametikohal 890 inimest. Samuti on kasvanud juhtide arv reklaamis ja suhtekorralduses samade aastate võrdluses 590-lt 850-ni. Eespool nimetatud ISCO ametialad sisalduvad ka kommunikatsioonispetsialisti põhikutsealas (juhid reklaamis ja suhtekorralduses osaliselt).

3.5. Disain ja kunst

Selles alapeatükis on toodud senised hõivet ja ettevõtete käekäiku puudutavad arengud EMTAK-i klassifikaatori järgi tegevusalal M741 Disain ja käsitletakse ka kunstivaldkonnas aset leidnud arenguid. Kunstivaldkonnas on statistika esiletoomine mõneti keeruline ainuüksi sellepärast, et puudub avaldamiseks vajaliku tasemega EMTAK-i kood näiteks EKOMAR-i uuringu puhul. Disainivaldkonna hõive- ja majandusarengute ülevaates kasutatakse peamiselt Statistikaameti EKOMAR-i, aga ka EKI poolt loomemajanduse uuringus¹⁴³ toodud Äriregistri andmestiku põhjal saadud tulemusi. Kunstivaldkonna puhul on peamiseks allikaks aga nii EKI loomemajanduse kui ka loomemajanduse ekspordiuuring¹⁴⁴. Arengutest disaini- ja kunstivaldkonnas on põhikutsealadest mõjutatud disainerid, kunstnikud, disaini ja kunsti tehnilised teostajad ja koordinaatorid. Kindlasti tuleb rõhutada aga seda, et kõik nimetatud põhikutsealadel töötajad ei tööta ainult siinses alapeatükis toodud tegevusaladel, vaid ka mujal. Näiteks töötavad disainerid, kunstnikud ning disaini ja kunsti tehnilised teostajad disaini ja kunsti valdkonnas kui ka kogu majanduses. Seejuures on viimastel aastatel muudes sektorites tegutsevate Eesti ettevõtete võimekus ja arusaam disaini väärtusest nii palju kasvanud, et nende ettevõtete värvatavate disainerite arvu kasvu kiirus ületab disaini- ja kunstivaldkonnas tegutsevate ettevõtete värvatavate uute disainerite arvu kasvu.

3.5.1. Disain

Disainivaldkonna ettevõtete hõive- ja majandusarenguid läbi vastava EMTAK-i koodi käsitledes tuleb silmas pidada, et märkimisväärne arv ettevõtteid on ekslikult kodeerinud oma tegevusalaks disainiteenuste pakkumise, kuid tegelikult tegelevad nad kirjastamisega, jae- ja hulgimüügiga jne. Samuti on disainivaldkonna koodiga paljud käsitööettevõtted¹⁴⁵. Sellest hoolimata on nii Statistikaameti

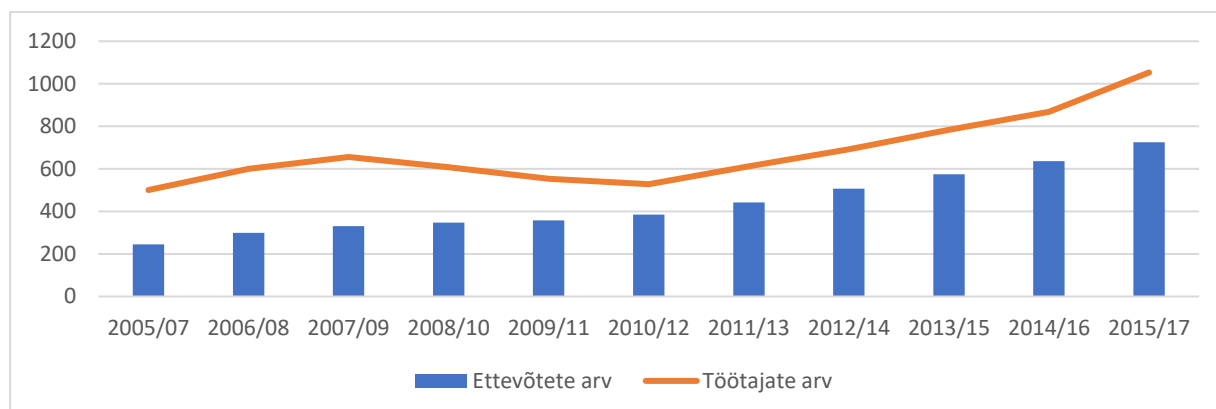
¹⁴³ Josing, M. et al (2018). Eesti Konjunkturiinstituut. Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus. https://www.kul.ee/sites/kulminn/files/1._eesti_lm_olukorra_uuring_ja_kaardistus_yldosa.pdf

¹⁴⁴ EAS (2017). Rahvusvahelistumise ja ekspordi uuring loomemajanduse valdkonnas. https://www.eas.ee/wp-content/uploads/2017/11/Loomemajanduse-ekspordi-uuring_l%C3%B5pparuanne-31.10.2017.pdf

¹⁴⁵ Josing, M. et al (2018). Eesti Konjunkturiinstituut. Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus. https://www.kul.ee/sites/kulminn/files/1._eesti_lm_olukorra_uuring_ja_kaardistus_yldosa.pdf

EKOMAR-i uuringu kui ka EKI loomemajanduse uuringu abil võimalik tuua esile valdkonnas toimunud hõive- ja majandusarenguid, mis samas ei peegelda disainiga seotud arenguid kogu majanduses.

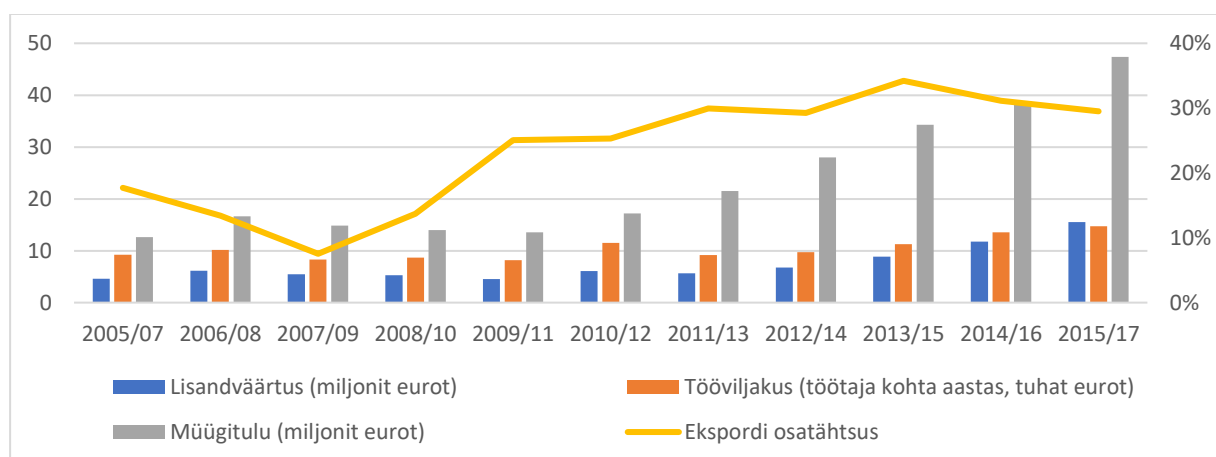
Joonis 17. Töötajate ja ettevõtete arv disainivaldkonnas



Allikas: Statistikaamet, EKOMAR-i uuring

Disainiga tegelevate ettevõtete seas peaaegu puuduvad suuremad kui 10 töötajaga ettevõtted. Töötajate arv disainivaldkonnas Statistikaamet EKOMAR-i uuringu järgi viimase majanduskriisi ajal vähenes, kuid kriisijärgsetel aastatel on jõudsalt kasvanud ning oli 2015.–2017. aastate keskmisena oluliselt suurem kui kriisi eel. Aastate 2015–2017 keskmisena ületas disainivaldkonnas töötajate arv juba tuhandet. Ka ettevõtete arv on märkimisväärselt kasvanud ning 10 aastaga enam kui kolmekordistunud. 2015.–2017. aastate keskmisena oli disainivaldkonnas üle 700 ettevõtte. Ka EKI loomemajanduse uuringu Äriregistri põhjal toodud andmetel olid töötajate ja ettevõtete arv samas suurusjärgus ning nende arv kasvav. Nagu ka sissejuhatuses toodud, töötavad disainerid ka mujal majandussektorites. Disainerite teenust kasutatakse nii tööstuses kui ka teeninduses, aga ka reklaami- ja infotehnoloogiaettevõtetes.¹⁴⁶

Joonis 18. Ettevõtete majandusnäitajad disainivaldkonnas



Allikas: Statistikaamet, EKOMAR-i uuring

¹⁴⁶ Josing, M. et al (2018). Eesti Konjunkturiinstituut. Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus. https://www.kul.ee/sites/kulminn/files/1._eesti_lm_olukorra_uuring_ja_kaardistus_yldosa.pdf

Statistikaameti EKOMAR-i uuringu järgi on viimastel aastatel leidnud aset märkimisväärne kasv kõigi joonisel 16 esitatud majandusnäitajate osas. Eriti jõudsalt on kasvanud müügitulu. Kui aastate 2011–2013 keskmine müügitulu ületas napilt 20 miljonit eurot, siis 2015.–2017. aastate keskmiseks müügituluks kujunes juba 47 miljonit eurot. Ka ekspordi osatähtsus müügitulust on kasvanud, olles viimastel aastatel suurusjärgus 30%. Ettevõtete toodangu ja teenuste lisandväärtus oli 2015.–2017. aastate keskmisena 15,5 miljonit eurot ning tööviljakus ligi 15 000 eurot töötaja kohta aastas. Võrdlusena oli 2011.–2013. aastate keskmine lisandväärtus vaid 5,6 miljonit eurot ning tööviljakus 9000 eurot töötaja kohta.

EKI loomemajanduse uuringus¹⁴⁷ toodud andmed müügitulu ja ekspordi kohta on sarnased, samas toodi välja seda, et ekspertide hinnangul on disainibüroode ekspordivõimekus madal ja juhuslik. Selle probleemi leevendamiseks on alustatud läbi Eesti Disainikeskuse disainibüroode ekspordiprogrammiga, mille käigus otsitakse sobivaid sihtgrupe, turundusviise, luuakse kontakte ja toetatakse kommunikatsiooni. Riik toetab disainivaldkonda läbi EAS-i, samuti läbi Kultuuriministeeriumi. Ka kultuuripoliitika põhialustes aastani 2020¹⁴⁸ on disain olulisel kohal. Kokkuvõttes on nii EAS kui ka Kultuurkapitali toetused disainile 2011.–2016. aastate võrdluses oluliselt kasvanud.

3.5.2. Kunst

Kunstivaldkonna hõive- ja majandustrende on püütud analüüsida nii EKI loomemajanduse kui ka loomemajanduse ekspordiuuringus. Kunstivaldkond liigitub EMTAK-i koodi 90031 alla ja peale selle, et viiekohalise koodi kohta on keeruline statistikat leida, on koodi alla liigitatud ka palju valdkonda mittekuuluvaid juriidilisi üksusi. Mõlema uuringu puhul tuuakse esile teisigi metoodilisi probleeme, mis takistasid täpset analüüsi. Probleeme valmistas näiteks vabakutseliste suur hulk (müügitulu ei liigu läbi juriidiliste üksuste), eksporditulu mitteeristamine majandusaasta aruannetes, piiratud kättesaadavusega FIE-de andmed. Siiski saab hoolimata metoodilistest probleemidest valdkonna suundumusi esile tuua. EKI loomemajanduse uuringus tuuakse kokkuvõtvalt esile, et 2015. aastal tegutses kujutava kunsti (sh tarbekunsti) alal 210 ettevõtet ja mittetulunduslikku ühingut (sh 21 sidustegevusala ettevõtet, kelle põhitegevuseks ei olnud loometegevus). Valdkonnas oli kokku hõivatud 1215 inimest, kellest enamiku moodustasid vabakutselised loovisikud. Tulu saadi 2015. aastal 12,3 mln eurot. Äriühingute müügitulu kasvas võrreldes 2011. aastaga viiendiku võrra. Aset leidnud kasvu toetavad avaldatud Kunstiindeksi¹⁴⁹ andmed, mille kohaselt on Eesti kunstiturul toimunud tehingud viimastel aastatel olnud kindlas tõusujoones ning nende maht on ületanud kriisieelse mahu. Ka Loomemajanduse ekspordiuuring toob välja 2013.–2015. aastate võrdluses müügimahtude kasvu, samuti tuuakse esile töötajate arvu kasvu. EKI loomemajanduse uuring toob esile ka ekspordimahtude kasvu ja seda, et üha enam osalevad Eesti kunstnikud välisnäitustel ning muudel piiritagustel kunstisündmustel. Samas on ekspordimahud väikesed ja nende tegelikku mahtu on keeruline tuvastada.

Riik toetab kunstivaldkonda peamiselt läbi Eesti Kultuurikapitali. Kultuuriministeeriumi 2017. aasta eelarves oli kunstivaldkonna tegevusteks ette nähtud kokku 600 000 eurot. Kultuuriministeerium rahastab veel erinevaid liite, galeriisid ja muuseume, lisaks on oma mõju kindlasti ka kunstnikupalgal.

¹⁴⁷ Josing, M. et al (2018). Eesti Konjunkturiinstituut. Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus. https://www.kul.ee/sites/kulminn/files/1._eesti_lm_olukorra_uuring_ja_kaardistus_yldosa.pdf

¹⁴⁸ Kultuuriministeerium. Kultuuripoliitika põhialused aastani 2020. <https://www.kul.ee/sites/kulminn/files/kultuur2020.pdf>

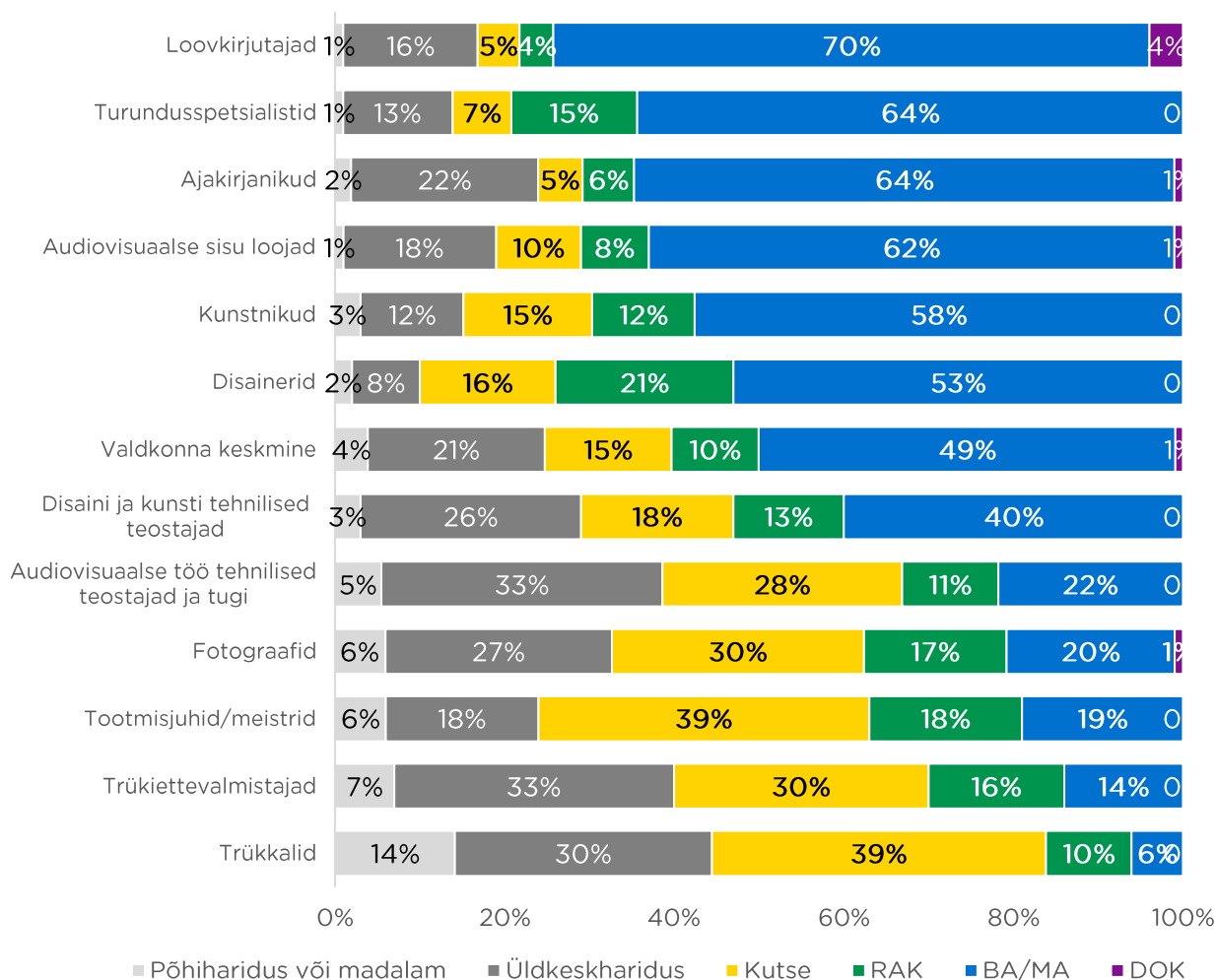
¹⁴⁹ <https://kunstiindeks.ee/>

Eesti Kaasaegse Kunsti Arenduskeskus saab toetust EAS-i valdkondlike arenduskeskuste meetmest. Samuti avaldab kunstiteoste tellimise seadus positiivset mõju Eesti kunstnike rakendumisele.

3.6. Põhikutsealadel hõivatute profiil

Eestis on töötajate keskmine haridustase tõusnud ning ka lähitulevikus oodatakse eelkõige kõrgharidusega hõivatute osatähtsuse kasvu. 2017. aastal oli hõivatutest kõrgharidusega 40%, kutse- või üldkeskharidusega 49%. Enamiku põhikutsealade puhul ületas hõivatute haridustase Eesti keskmist. Kuuel põhikutsealal töötavate seas oli kõrgharidusega hõivatuid märgatavalt enam kui Eestis keskmiselt. Eriti tulid siin esile kommunikatsioonispetsialistid ja loovkirjutajad, aga ka turundusspetsialistid ja ajakirjanikud.

Joonis 19. Põhikutsealal hõivatute hariduslik jaotus

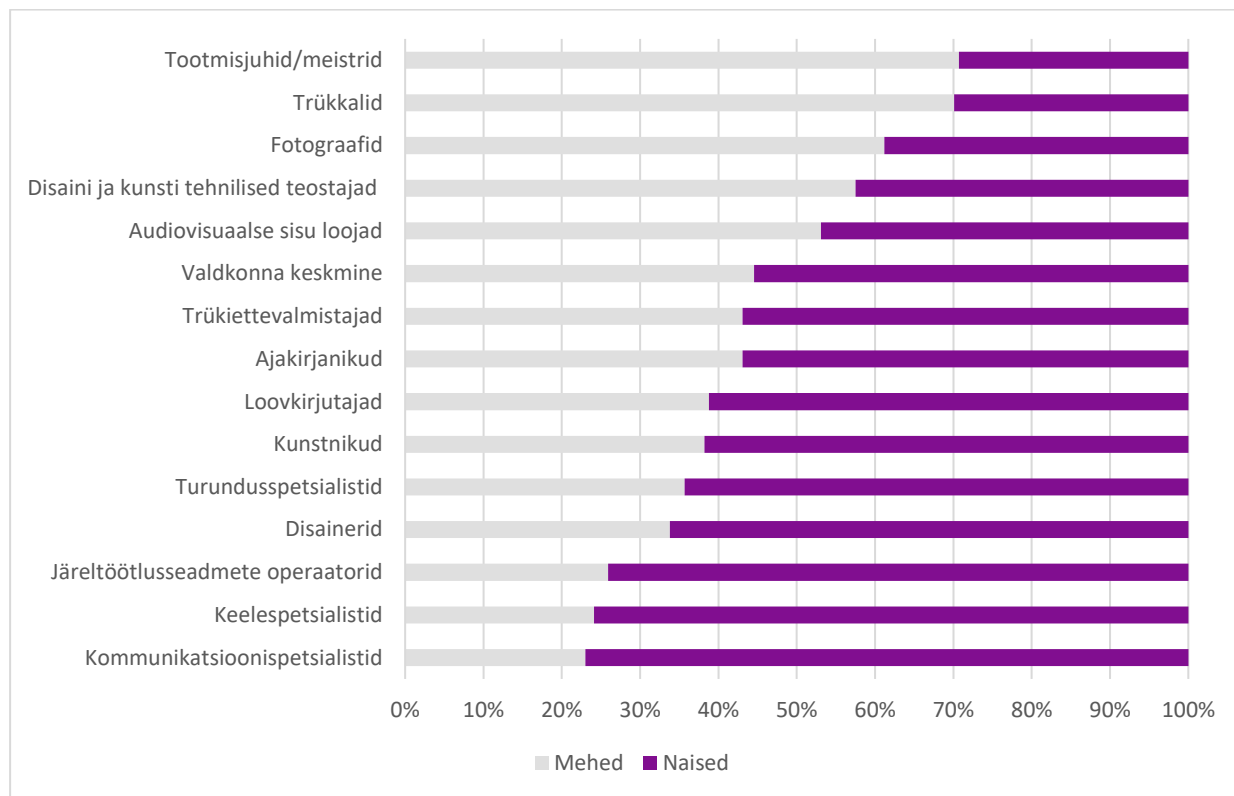


Allikas: MKM tööjõuvajaduse prognoosi andmestik

Märkus: Tulenevalt andmete täpsusastmest ei pruugi tänane protsentjaotus detailselt ühtida joonisel esitatuga

Hea kutseharidusega töötajad on tööturul väga hinnatud, näiteks tööstuses. Ootuspäraselt eristusid teistest põhikutsealadest trükitööstuse põhikutsealadel töötavad ja seda just kutseharidusega hõivatute suuremat osatähtsust silmas pidades. Arvestatav osa kutseharidusega hõivatuid oli samas ka fotograafide ning audiovisuaalse töö ning disaini ja kunsti tehniliste teostajate seas.

Joonis 20. Põhikutsealal hõivatute sooline jaotus

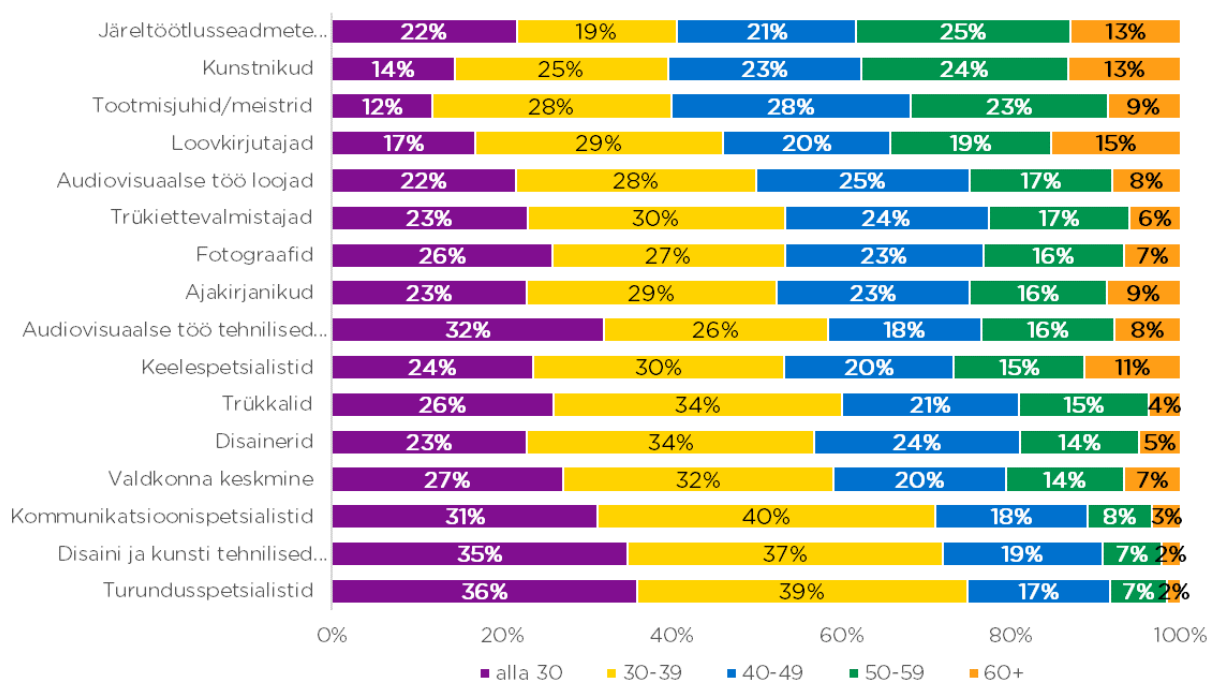


Allikas: MKM tööjõuvajaduse prognoosi andmestik

Märkus: Tulenevalt kasutatud andmete täpsusastmest ei pruugi tänane protsentjaotus detailselt ühtida joonisel esitatuga.

Eestis keskmiselt on meeste hõivemäär kõrgem kui naistel. Vanusegrupis 15–74 oli 2018. aastal meeste hõivemääraks 72% ja naistel 64%. Siinse uuringu põhikutsealadel on aga hõivatute seas keskmiselt enam naisi. Põhikutsealati oli sooline jaotus üsnagi erinev. Audiovisuaalse töö tehniliste teostajate ja toe ning trükkalite ja tootmisjuhtide/meistrite seas oli meeste osatähtsus oluliselt kõrgem kui naiste oma. Seevastu kommunikatsioonispetsialistide, keelespetsialistide, aga ka trükitööstuse järeltöötlusseadmete operaatorite seas oli olukord vastupidine.

Joonis 21. Põhikutsealal hõivatute vanuseline jaotus



Allikas: MKM tööjõuvajaduse prognoosi andmestik

Märkus: Tulenevalt kasutatud andmete täpsusastmest ei pruugi tänane protsentjaotus detailselt ühtida joonisel esitatuga

Eesti keskmine hõivatute vanusjaotus on oluliselt erinev siinse uuringu põhikutsealade keskmisest vanusjaotusest. Kokkuvõtlikult öeldes on Eestis keskmiselt hõivatud oluliselt vanemad. Kui Joonisel 19 olevate põhikutsealade hõivatutest ligi 60% on kuni 40-aastased, siis Eestis keskmisena oli hõivatutest kuni 40-aastaseid 2018. aastal 43%. Põhikutsealade vanusjaotuse puhul oli noorte, alla 30-aastaste osatähtsus kõige suurem turundusspetsialistide, disaini ja kunsti ja audiovisuaalse töö tehniliste teostajate seas. Kõige vähem oli sellises vanuses hõivatuid aga tootmisjuhtide/meistrite, aga ka loovkirjutajate seas. Nende põhikutsealade puhul, kus oli noorte osatähtsus suur, oli ka vanemaealiste osatähtsus väiksem. Näiteks turundus- ja kommunikatsioonispetsialistide, aga ka disaini ja kunsti tehniliste teostajate seas oli üle 50-aastaseid töötajaid vaid kümnendik. Vanemaealiste madal osatähtsus toob kaasa ka vähese asendusvajaduse, mida tuleb kindlasti tööjõuvajaduse prognoosimudelil arvestada.

3.7. Kultuuri- ja loometegevuse valdkonda kõrvaltööna panustamine

OSKA uuringuprotsessis on olulisel kohal ametialase kuuluvuse määratlemine, mis omakorda on aluseks põhikutsealadel hõivatute arvu kindlakstegemisel. Kasutusel on REL2011 ning ETU definitsioon, mille kohaselt küsitakse vastajalt tema ametit põhitöökohal. Seega arvestab OSKA uuring tööjõu- ja koolituspakkumise prognoosis põhitöökohal hõivatute arvu ja selle muutumist. Siinses uuringus käsitletud alavaldkondades ei osuta teenuseid ega valmista tooteid ja teoseid ainult sellega igapäevase põhitegevusena ametis olijad. Suur osa panusest antakse nende poolt, kellele näiteks

keeletoimetamine/tõlkimine, fotograafia või ehtedisain ei ole põhitegevus. Head statistikat selle kohta, kui palju on inimesi, kes loometegevust teevad kõrvaltöona, samas pole. Uuringu intervjuudes ja fookusgruppides osalenud ekspertide hinnangul on sel moel tegutsejate osakaal valdkonnas siiski arvestatav. Põhjus miks paljud loomeinimesed panustavad valdkonda vaid osaliselt, on see, et ainult loometegevusega end igapäevaselt ära ei elata. Mõningaid kaudseid hinnanguid kõrvaltöona panuse andjate kohta saab siiski anda. Näiteks on Kunstnike Liidu liikmete arv 2019. aasta veebruari seisuga 967 liiget, mida on tunduvalt enam kui põhitöona kunsti tegevaid inimesi. 2018. aastal oli Eesti Kirjanike Liidul 328 liiget nii kodu- kui ka välismaal – kirjanikud, ilukirjanduse tõlkijad, kirjanduskriitikud ja -teadlased. Loomemajanduse ekspordiuuringus tuuakse kirjanike kohta välja, et kuna kirjaniku rollis olnud vastanute loomeettevõtlusest saadav tulu oli keskmiselt vaid 40%, siis saab järeldada, et enamasti on kirjutamine kõrvaltegevus. Eesti Filmi Andmebaas sisaldab 450 produtsenti, 900 režissööri, 850 stsenaaristi, 270 filmikunstnikku ning 700 filmioperaatorit. Jällegi on neid oluliselt enam, kui näitavad andmed põhitöö kohta. Liidu liikmeks olemine või andmebaasis kajastumine ei tähenda muidugi seda, et üldse vastaval ametil töötatakse. Samuti on Eesti Filmi Andmebaasis ka juba siit ilmast lahkunud filmitegijaid. Filmirahastamise analüüsis tuuakse välja, et filmiprofessionaalidel pole võimalik elatuda oma erialasest tööst, isegi kui neil on erialane haridus ja nad on valdkonnas staažikad spetsialistid ning osalise koormusega töötab filmivaldkonnas 66% filmikunstnikest, 83% valgustajatest ning 62% režissööridest.

3.8. Lühikokkuvõte

Siinse hõive- ja majandusarengute ülevaate eesmärgiks oli eelkõige pakkuda sisendit põhikutsealade lähituleviku hõivearengute hindamiseks ehk prognoosiks. Uuringus käsitletud põhikutsealade seas on palju neid, kus töötavatest inimestest enamik niipea pensionieale lähenema ei hakka ja kus on seega asendusvajadus tööjõuvajaduse komponendina alahinnatud. Kuigi väga head statistikat loomevaldkonda kõrvaltegevustena panustamise kohta pole, on selge, et panustatakse oluliselt.

Peamiseks argumendiks mõju hindamisel senise statistika põhjal on eeldus, et senised pikemaajalise trendina ilmnevad arengud võiksid jätkuda ka lähitulevikus ja seega mõjutada põhikutsealade hõivet. Valdkonna tulevikuplaanid, strateegiad jne on mõistagi samuti olulised, kuid eriti avaliku sektori rahastamise puhul ei pruugi soovitu alati täituda. See puudutab filmindust, kunsti, kirjandust ja avalik-õiguslikku ringhäälingut.

Seniste majandustrendide põhjal trükinduses hõive kasvu oodata ei ole, samas olulist langust ka mitte. Kirjastamises on hõivatute arv olnud viimastel aastatel väikeses langustrendis ja ei ole näha, et see trend muutuks. Samas on hakanud kasvama ettevõtete müügitulu ja lisandväärtus. Majandusnäitajad ka kirjalikus ja suulises tõlkimistegevuses on olnud kindla tõusutrendiga. Seniste trendide põhjal ringhäälingu tegevusalal kasvu oodata ei ole, samas olulist langust ka mitte. Kino-, videofilmide, telesaadete tootmises on hõivatute arv olnud viimastel aastatel stabiilne, kuid märkimisväärselt on kasvanud müügitulu. Edasisi arenguid mõjutab oluliselt riigipoolse rahastamise maht. Fotograafias on viimastel aastatel majandusnäitajad liikunud ülesmäge ning ka hõive on mõnevõrra kasvanud.

Tuginedes positiivsetele arengutele viimaste aastate majandus- ja hõivenäitajates reklaami tegevusalal, võiks ka lähitulevikus oodata mõõdukat kasvu. Samuti muutub turundus üha olulisemaks kogu majanduses, arvestades Eesti ambitsioone pakkuda kõrgema lisandväärtusega toodangut. Tänapäeva

infoküllases ühiskonnas on üha olulisem oma sõnumitega n-ö pildile pääseda, seetõttu jätkub ilmselt ka kommunikatsiooni tegevusala kasv. Inimeste jõukuse kasvu jätkumine lubab eeldada nii disaini kui ka kunsti tegevusalal edasist väikest kasvu.

4. Valdkonna oskuste vajadus

Maaailma majandusfoorumi 2018. aastal ilmunud aruandes „*The Future of Jobs Report*“¹⁵⁰ rõhutatakse, et tehnoloogilised muudatused toovad kaasa muutused oskuste vajaduses kõigi valdkondade jaoks. Samaväärselt tehnoloogiliste oskuste olulisuse kasvuga on aruande autorite hinnangul aastal 2022 üha olulisem kapital kriitiline mõtlemine, keeruliste probleemide lahendamise oskus ning suhtlemis- ja meeskonnatööoskus. 21. sajandil edukaks hakkamasaamiseks peetakse mõõdapääsmatuks selliste isikuomaduste ja hoiakute kujundamist nagu uudishimu, loovus, ettevõtlikkus/algatusvõime, sihikindlus ja vastupidavus, kohanemisevõime, sotsiaalne ja kultuuriline teadlikkus ning eri kultuuridest ning ühiskonna toimimisest aru saamine. Praegusega võrreldes muutuvad olulisemaks ka emotsionaalne intelligentsus, eestvedamine ja sotsiaalne mõjukus, samuti teenindusvalmidus. Omandatud oskuste eluiga lüheneb järjest ja paljude ametite jaoks muutuvad tähtsaks need oskused, mille vajalikkust neil kutsealadel praegu väga ei tunnetata. Seepärast tuleb õppida kohanema kiiresti muutuva töö sisu ja keskkonnaga.

Peatükis käsitletakse lähima kümne aasta jooksul prognoositavaid muutusi kultuuri ja loometegevuse põhikutsealadel vajalikes oskustes. Prognoos põhineb põhikutsealasid mõjutavate suundumuste ja ekspertidega tehtud intervjuude analüüsil ning alavaldkondlike eksperdikogude aruteludel. Ekspertid kirjeldasid ja hindasid valdkonna põhikutsealadel töötavate inimeste arendamist vajavaid ning puuduolevaid üldisi ja erialaseid oskusi.¹⁵¹ Kultuuri ja loometegevuse põhikutsealade töö kirjeldused koos õpi- ja karjääriteede kirjeldusega on esitatud ptk-s 1.3. Siin täiendatakse seda informatsiooni eksperthinnangutega vajalikest muutustest valdkonna töötajate oskustes.

4.1. Põhikutsealade oskuste vajaduse muutused

Vastavalt valdkonda mõjutavatele trendidele ning ekspertide hinnangutele on oluline, et kultuuri- ja loometegevuse valdkonnas töötavatel inimestel oleksid eelkõige **mitmekülgsed erialased teadmised ja oskused**¹⁵², **väga head üldoskused**¹⁵³ ja **sotsiaalsed oskused**, mis toetavad inimestega suhtlemist, koostööd ja kohanemist muutuvate oludega, sh tehnoloogiliste muutustega. Valdkonnaüleste arendamist vajavate oskustena toodi kõikide põhikutsealade puhul välja **koostöö- ja suhtlemisoskus**, sh rahvusvahelisel tasandil ning teiste elu- ja majandusvaldkondadega. Kuna töö erinevates kultuuri- ja loometegevuse alavaldkondades tähendab pidevat koostööd kliendi, koostööpartneri või tellijaga ning samuti töötamist loovtiimides, siis on vajalikud head läbirääkimisoskused, oskus teha kompromisse ning üldine positiivne hoiak ja suhtumine. Kuna valdkonna põhikutsealadele on sageli iseloomulik individualism, siis on ekspertide sõnul vaja just koostööoskusi rohkem arendada. Ka uuringust „*Future of*

¹⁵⁰ World Economic Forum. *The Future of Jobs Report 2018*. http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2018.pdf

¹⁵¹ Peatükis ei ole kirjeldatud kõiki kultuuri- ja loometegevuse valdkonna põhikutsealadel vajaminevaid oskusi, vaid keskendutud on arendamist vajavatele kasvava olulisusega oskustele.

¹⁵² Valdkonna põhikutsealade erialased baasteadmised ja -oskused on täpsemalt kirjeldatud vastavates kutsestandardites (vt ptk 4.2 ja <http://www.kutsekoda.ee/et/kutsereregister/kutsestandardid>).

¹⁵³ Oskuste kirjeldustel on siin ja edaspidi lähtutud abimaterjalist „Üldised kompetentsid. Kvalifikatsiooniga seonduvad terminid“. Riigikantselei ja SA Kutsekoda (2013). <http://www.kutsekoda.ee/fwkw/contenthelper/10448381/10506333>

*Skills 2030*¹⁵⁴ selgub, et järgmisel kümnel aastal muutuvad olulisemaks oskused, mis toetavad inimestevahelist suhtlemist. Kuna valdkonnas on levinud vabakutselisena töötamine ning iseendale tööandjaks olemine, siis on eluliselt olulised **ettevõtlus- ning projektijuhtimisoskused**, mis on iga alavaldkonna puhul täpsemalt lahti kirjeldatud järgmistes alapeatükkides. Üha enam peab haridussüsteem kaasa aitama sellele, et koolilõpetajatel oleks soovi korral võimalus ja vajalikud oskused asutada ettevõtte ning hakata ise endale tööandjaks. Oluline on ka mõista võimalikke ärimudeleid ja innovatsiooniprotsesse. Sarnase probleemiga on silmitsi ka teised riigid ning rahvusvahelised uuringud¹⁵⁵ toovad välja, et nõrkade majandus- ja ettevõtlusalaste pädevuste põhjuseks on tõik, et neid ei ole varem loomevaldkonnas suurel määral tähtsustatud ja sellest tulenevalt ka teadlikult õpetatud või piisavalt arendatud. Seejuures toonitab ka European Skills Councili¹⁵⁶ uuring, et tulenevalt loomevaldkonna, eriti audiovisuaal- ning kunsti ja disaini alavaldkonna küllaltki suurest sõltuvusest riigifinantseeringust on loomeinimeste nn kohustuslikeks oskusteks lisarahastuse leidmise ning projektikirjutamisoskus.

Tulenevalt kultuuri ja loometegevuse avatusest ja sõltuvusest tehnoloogia arengust ning sellest johtuvatest võimalustest on kõikidel valdkonna põhikutsealadel oluline järjepidevalt arendada ning nüüdisajastada **digipädevusi**. Sarnast järeldust toetavad ka rahvusvahelised uuringud¹⁵⁷, mis tõdevad, et valdkond tervikuna vajab üha enam kõrgema digikirjaoskusega töötajaid, et olla võimelised tegutsema erinevatel platvormidel ning saada osa ja kasutada oma töös ära uusi avanevaid turge ning rahvusvahelisi võrgustikke. Sealjuures toonitasid siinse uuringu raames intervjuueeritud eksperdid, et arusaam erinevatest tehnoloogilistest lahendustest võib sageli olla üldine, kuid töötajal peab olema tahtmine areneda ning uusi lahendusi katsetada ja õppida. Sama lähenemist toetavad ka rahvusvahelised uuringud¹⁵⁸, mis samuti tõdevad, et pole oluline mitte omada konkreetsete programmide ja tehnoloogiate kasutusoskust, vaid pigem teadmist ja teadlikkust, kuidas ja kus enda digipädevusi efektiivselt rakendada.

Valdkonnaüleselt arendamist vajavana võib veel välja tuua **oskuse töötada mitmekultuurilises keskkonnas, strateegilise ja kontseptuaalse mõtlemise, juhtimiskompetentsid, vastutuse võtmise, uuenduslikkuse ja loovuse, kiire kohanemisvõime ning kirjaliku ja suulise eneseväljendusoskuse**. Sealjuures toob Maailma Majandusfoorumi raport¹⁵⁹ välja, et paljud just kultuurile ja loometegevusele iseloomulikud ja vajalikud oskused nagu loomingulisus, uuenduslikkus, kriitiline mõtlemine, läbirääkimisoskused ning veenmine muutuvad tööturul üha väärtuslikumaks kõikides majandussektorites ning need ei ole automatiseeritavad.

¹⁵⁴ Bakshi et al (2017). *The Future of Skills*. Employment in 2030. Pearson. Nesta.

<https://futureskills.pearson.com/research/assets/pdfs/technical-report.pdf>

¹⁵⁵ The National Skills Academy (2018). *Building A Creative Nation: Current and future skills needs. Addressing skills gaps and shortages in the creative and cultural industries*. https://ccskills.org.uk/downloads/Building_a_Creative_Nation_-_Current_and_Future_Skills_Needs.pdf

¹⁵⁶ European Skills Council (2016). Trends and skills in the European audiovisual and live performance sectors.

http://www.creativeskillseurope.eu/wp-content/uploads/2016/06/CSE_final_report.pdf

¹⁵⁷ The National Skills Academy (2018). *Building A Creative Nation: Current and future skills needs. Addressing skills gaps and shortages in the creative and cultural industries*. https://ccskills.org.uk/downloads/Building_a_Creative_Nation_-_Current_and_Future_Skills_Needs.pdf

¹⁵⁸ The National Skills Academy (2018). *Building A Creative Nation: Current and future skills needs. Addressing skills gaps and shortages in the creative and cultural industries*. https://ccskills.org.uk/downloads/Building_a_Creative_Nation_-_Current_and_Future_Skills_Needs.pdf

¹⁵⁹ World Economic Forum (2018). *The Future of Jobs Report 2018*. http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2018.pdf

Kuna uuringus käsitletud alavaldkondades esineb oskuste vajadustes erisusi, siis on järgnevalt esitatud alapeatükkidena kokkuvõtte kasvava vajadusega ja arendamist nõudvatest oskustest kultuuri ja loometegevuse alavaldkondade ning põhikutsealade kaupa. Eksperdid pöörasid palju tähelepanu just valdkonnas töötamiseks vajalikele üldoskustele, kuivõrd erialaste teadmiste ja oskuste rakendamine on nendega väga tugevalt seotud.

4.1.1. Audiovisuaalvaldkond

Kuna audiovisuaalvaldkonnas on mõnel juhul levinud töökohapõhine õpe, kus uus töötaja koolitatakse välja projekti käigus või ettevõttes kohapeal, siis ei ole alati töö saamisel kriteeriumiks erialase tasemehariduse olemasolu. Alavaldkonna väiksusest tulenevalt saavad tihti otsustavaks hoopis isikuomadused ning hea kontaktide võrgustik. Seda arvestades toodi ühe olulisema arendamist vajava oskusena välja **suhtlemisoskus**, mis ühelt poolt väljendub meeskonnatöös, mis filmi- ja telemaailmas on vältimatu, ning teisalt kompromisside tegemises, läbirääkimisoskuses ning positiivses eluhoiakus. Lisaks suhtlusoskusele peetakse valdkonnas oluliseks ka **eneseväljendusoskust**. Tehniliste teostajate puhul ning tehniliste tugitöötajate puhul on oluline olla nii 'tark tellija', kes on kursis kõige uuemate valdkondlike tehniliste uuenduste ja võimalustega, ning samas inimene, kes koolitab kolleege ja õpetab seadmeid kasutama. Tehnoloogia arengust hoolimata ei kao vajadus inimeste järele, vaid vastupidi – pigem nähakse, et tulenevalt seadmete keerulisemaks muutumisest võib see kasvatada vajadust töötajate järele, kes oleksid võimelised tehnoloogiat haldama ning ka arendama. Üha olulisemaks muutub kuulamisoskus ja empaatia, et mõista, mida oodatakse ning vastavalt sellele oskus pakkuda oma lahendusettepanekuid. Selle tulemusel tekib väga oluline koostöö audiovisuaalse sisu loojate ja tehniliste teostajate ning tehnilise toe vahel. Kiire tehnoloogiline areng seab tehnilistele töötajatele ülesande olla ise uudishimulik, olla kursis valdkondlike arengutega ning samuti olla võimeline iseseisvalt õppima. Fotograafide puhul tähendab eneseväljendus ka esitlusoskust, mistõttu pole oluline ainult see, kui häid fotosid osata teha, vaid ka see, kuidas neid fotosid erinevates kanalites presenteeritakse.

Alavaldkonnaülese kompetentsina nähakse **üldkultuurilisi teadmisi ning laia silmaringi**, mis ekspertide hinnangul on sageli vajaka puudu ning see võib pärssida ka erialaseid kompetentse nagu näiteks **loo jutustamise oskus**. Nõrka loo jutustamise oskust, mis väljendub narratiivi ja sisu loomises nii personaalses kui ka impersonaalses (sh ka korporatiivses) kommunikatsioonis, nähakse ühe suurima alavaldkondliku puudujäägina kõigil alavaldkonna põhikutsealadel. Oluline, eriti audiovisuaalse sisu loojate puhul, on olla kontaktis tegeliku maailmaga, kujutatava valdkonna tundmine ning ühiskondlik taju. Produtsentide puhul võib see väljenduda väärt loo üles leidmises, selle arendamises ning oskuslikus turundamises, režissööride puhul aga loo atraktiivses edasiandmises ekraanil ja auditooriumi köitmisel. Ühe põhilise eeldusena sellele nähakse just üldkultuurilist tausta, huvi maailma vastu ning visuaalhariduse (sh filmi- ja meediakirjaoskuse) omandamist juba lapsena, mis seni jääb Eestis ekspertide hinnangul sageli puudulikuks. Kuna audiovisuaalmaailm on aldis globaliseerumisele, siis konkurentsivõimeline olemiseks ja vaataja köitmiseks on oluline omada rahvusvahelist vaadet ning mõista eri kultuuriruumi.

Kuna valdkonna põhikutsealadel töötamine on sageli vabakutseline ning töötajad on iseendale tööandjad, siis on oluline omada häid teadmisi **ettevõtlusest, õigusest ning majandusest**. Teadmine, kuidas valmiva tootega on võimalik raha teenida, finantsiline vastutus, administratiivne aruandlus, eelarvestamine, teadmised õigusruumist (sh ka autorikaitsest) ning kuidas kaasata investoreid on mõned näited kompetentsidest, mis on vajalikud nii audiovisuaalse sisu loojatele kui ka koordinaatoritele. Kuna need protsessid on pidevas muutumises, tuleb ka siin rõhutada huvi ja

iseseisvalt info otsimise võimet, et kõige uuemate arengutega kursis olla. Johtuvalt valdkonna väiksusest, rahalisest piiratusest ning üldistest trendidest on ekspertide hinnangul tulevikus vajalik üha suurenev **multifunktsionaalsus** ning roteerumine filmi ja televisiooni vahel. Kuna Eestis filme palju ei toodeta, on üpris tavapärane olukord, kus nii AV sisu loojate kui ka tehniliste teostajate erialased oskused mõningal määral vananevad. Seetõttu on ekspertide hinnangul vajalik võimalusel ka televisioonis praktiseerida, et hoida juba omandatud pädevusi. *Youtuber*'ite võidukäigust tulenevalt nähakse filmi ja televisiooni liikuvat trendi suunas, kus audiovisuaalse sisu looja, tehniline teostaja ning sageli ka koordinaator on kõik ühes isikus, mis seab ülesanded valdkondlikule tasemeharidusele, kuna oodatakse üha enam mitmetahulisust ning geneerilisust. Turu väiksuse tõttu on ka fotograafide puhul üha olulisem olla heade oskustega võimalikus laias spektris ning spetsialiseerumist saavad endale lubada vähesed.

Kuna audiovisuaalne looming on kommertsialiseeritav, on eriti audiovisuaalse sisu loojate, koordinaatorite ja fotograafide puhul olulised **müügi- ja turundusalased pädevused**. Produktent ja programmijuht peavad tunnetama turgu ning auditoriumit, olema orienteeritud tulemusele ja väärtusarendusele, olema kursis uute ja arenevate levimudelitega ning kasutama erinevaid müügikanaleid ja -tehnoloogiaid. Nii režissöör kui ka produktent peavad teadma, kuidas ja milliste kanalite kaudu looming auditoriumini viia; nad peavad mõistma ja oskama kujundada kasutajakogemust (UX – *user experience*) ning ka seda, kuidas luua loomingule lisaväärtust multiplatvormilises (ristmeedialises) keskkonnas: näiteks mängutööstuse kaudu tekitada täiendavat raha genereerivat väljundit. Fotograaf peab väikesel turul läbilöömiseks ja ellujäämiseks peale erialaste oskuste pöörama üha rohkem rõhku ka turundusele (sh sotsiaalmeedia kasutamisele), et reklaamida oma teenust võimalikult laiale auditoriumile. Lisaks loomingulise toote müügile on põhikutsealadel läbivalt oluline ka enda ideede ja ekspertiisi müümine, mis saavad sageli valdkonnas läbilöömisel otsustavaks.

Põhikutsealast olenemata pidasid valdkonna eksperdid väga oluliseks häid **üldoskusi, hoiakuid ja isikuomadusi**, mida kujundatakse juba üldhariduskoolis. Levinud on arvamus, et oskused on valdkonnas töötades omandatavad, kuid inimese isikuomadusi ja hoiakuid ei muuda. **Kiire kohanemisvõime, otsustuvõimelisus, pingetaluvus, vastutuse võtmine, proaktiivsus, kriitiline mõtlemine, positiivne suhtumine, kriitikataluvus, pühendumine ning enese- ja ajajuhtimine** on kõigile alavaldkonna põhikutsealadele vajalik üldoskuste, isikuomaduste ja hoiakute komplekt, mis muutub üha olulisemaks seoses muutustega töökultuuris ja teiste tööturu trendidega.

4.1.2. Sõna ja keel

Nii ajakirjanike, keeletespetsialistide kui ka loovkirjutajate puhul muutub veelgi olulisemaks igasugune meeskonnatöö. Ajakirjanike puhul võib see väljenduda näiteks allikatega suhtluses ja faktide kontrollimises või uurivas ajakirjanduses suuremate uudislugude puhul terve toimetuse kaasamises loo valmimisse. Keeletespetsialistide ja loovkirjutajate töös on olulisel määral kliendisuhtlust, enda seisukohtade põhjendamist ja kompromisside tegemist. Keeletespetsialistid arutavad kas virtuaalselt või füüsiliselt teksti loojaga võimalikke parandusi. Loovkirjutajad, eriti *copywriter*'id, peavad koostöös ettevõtetega välja töötama viimase identiteeti parimal moel kandvaid reklaamtekste. Kirjastustes töötavad omavahel tihedas koostöös keele- ja sisutoimetajad. Põhikutsealade üleselt võib analüüsi tulemusena väita, et valdkonnas on üha olulisemad erinevad meeskonnatööpädevused ning töötajatelt oodatakse suutlikkust teha koostööd teiste inimestega.

Oluliste põhikutsealade üleste kompetentsidena nähakse **üldist laia silmaringi, kultuurilist ja ühiskondlikku taju ning tunnetust**. Tõlkide puhul toodi eraldi välja vajadus tunda eri kultuuriruumi, et olla võimeline tajuma sõnade tähendusi olenevalt keelest või riigist. Ajakirjanike puhul on suureks eeliseks mõne konkreetse valdkonna, näiteks majanduse, meditsiini, hariduse, rahvakultuuri või teaduse tundmine, sest nende kajastamine nõuab sageli erihuve ja -teadmisi. Ajakirjanik peab aru saama laiemalt ühiskonnast, suutma tõlgendada seal toimuvat ja andma sellest adekvaatse pildi. Lai silmaring on ülioluline lisaks kirjutavatele ajakirjanikele ka näiteks raadioajakirjanikel, keda oleks huvitav kuulata ja kes ainult läbi suulise kõne peavad olema suutelised kuulajaid kanalil hoidma. Sarnaselt peab ka *copywriter* või blogija olema n-ö ekspert igal alal, süüvima erinevatesse valdkondadesse ja tegema hulgaliselt taustatööd, et olla võimeline kirjutama etteantud teemast uudset ja atraktiivselt.

Sageli nähakse just laia silmaringi ja uudishimu puudust ning vähest lugemust pärssiva tegurina valdkonnas üliolulisele **loojutustamise** oskusele, mis on hügieenifaktor nii ajakirjanikele kui ka loovkirjutajatele. Ajakirjanik peab olema võimeline lugu haaravalt rääkima ja kirjutama, kaasama auditooriumit ning tekitama diskussiooni. Seda tuleb teha erinevatel platvormidel ja formaatides, osates seda kirjutada, visualiseerida ja suuliselt vahendada. Samuti tuleb osata oma lugu esile tõsta ja levitada erinevates kanalites (ristmediaalselt), näiteks sotsiaalmeedias. Just visualiseerimine on ajakirjanike puhul kasvava olulisusega oskus, mis eeldab, et ajakirjanik oskab teksti muuta multimediaalselt mitmekesisemaks näiteks graafikute, fotode, videote jmt taolisega, et pakkuda auditooriumi tähelepanu hoidvat sisu. Üha enam on ootuseks, eriti veebi puhul, et ka tehnilise teostuse viib ellu ajakirjanik ise. Siinkohal esinesid valdkondlike ekspertide arvamustes ka mõningad vastuolud, kus ühelt poolt arvatakse, et hea ajakirjanik on multifunktsionaalne ning teeb loo algusest lõpuni kõik ise, sageli kandes ka fotograafi ja graafilise disaineri rolli. Teisalt esineb arvamusi, mille kohaselt head ajakirjanikke defineerib siiski köitva loojutustamise oskus ning oskus kõike muud v ajaminevat tugipersonaalselt küsida.

Eraldi kitsaskohana tõusid eriti just ajakirjanduse puhul puudujäägid keskastmejuhtide **juhtimispädevustes ning inimeste juhtimises** ning seda eriti uuenevate oskuste kontekstis, mis nõuavad ka uuenenud lähenemist nende oskuste juhtimisel ja arendamisel. Oskuse puudus inimesi juhtida võib sealhulgas väljenduda nii praktikantide kui ka töötavate spetsialistide puhul. Intervjueeritud ekspertide puhul peaksid meediaorganisatsioonide juhid pöörama suuremat tähelepanu uuenduslikele meeskonnatööoskustele, psühholoogilisele inimeste juhtimisele, *mindfulness*-tehnikatele jms, et edukamalt juhtida kompetentseid töötajaid.

Tehnoloogia arengust johtuvalt peavad kõik valdkonna põhikutsealad pöörama rohkem tähelepanu **digipädevuste** arendamisele. Ajakirjanike puhul väljendub see juba eelmises lõigus kirjeldatud loojutustamises erinevatel platvormidel, mille puhul peab veel kord eraldi toonitama näiteks andmete visualiseerimist, infograafika loomist, pildi- ja videotöötlusprogrammide kasutamist ja videote monteerimise oskust, tekstitöötlusprogrammide kasutamist, kaamera kasutusoskust. Ühe tulevikuoskuseks näevad eksperdid ka andmekaevet ja suurandmete kasutusoskust, et käsitleda infolt mahukaid teemasid ja töödelda suuri andmemassiive, kuid selline pädevus praegu Eesti toimetustes puudub. Keelespetsialistide puhul muutub oluliseks erinevate tarkvaraliste lahenduste nagu tekstitöötlus- ja tõlkemäluprogrammide kasutamine. Hoolimata sellest, masintõlge on üha arenenum, ei kao ekspertide hinnangul vajadus tõlkijate järele, vaid nende tööülesanded teisenevad pigem kontrollivaks, toimetavaks ja tehnoloogiat käsitsevaks.

Loovkirjutajate ja ajakirjanike puhul rõhutati ekspertide poolt vajadust **turundus- ja müügialaste pädevuste** järele. Ajakirjanik peab aitama kaasa loetavuse kasvule. Oluline on laiem arusaamine n-ö

meedialiiklusest, st millistel platvormidel lugu tasuks avaldada, kus on suurim auditoorium ning millised võiksid olla võimalikud huvigrupid. Sarnased pädevused peavad olema ka loovkirjutajal, kes peab teadma ja tundma enda sihtrühma ja turgu laiemalt ning suutma kirjutada vastavalt kanalile, kus tema looming avaldatakse. Turundusega seoses muutub üha olulisemaks ka selle **eetiline** külg ning üha rohkem tuleb kaaluda, kus ja kellele mida turundada. Ajakirjanike puhul on eetika baaskompetents, kuid arvestades inforohkust ja infotootmist meie ümber, on eetiliste valikute tegemine teemakäsitlustes muutumas üha kriitilisemaks vajaduseks.

Seoses tööga, et valdkonnas töötab palju vabakutselisi ning trend olla iseendale tööandja on ka ajakirjanike seas kasvav, on üha olulisemad **majandus- ja ettevõtlusalased** kompetentsid. Ka meediamajades töötavatelt ajakirjanikelt eeldatakse, et nad saavad aru, kuidas meediamaja toimib, kuidas toimub rahastus ja üldine meediamajandus. Suure murekohana nähakse alavaldkonnaüleselt **kirjalikku ja suulist eneseväljendusoskust**. Sealjuures väljendub arendamist vajav kirjalik eneseväljendus ka kehvast õigekeeleoskusest. Väga hea keeleoskus ning loov ja mitmekesine väljenduslaad on nii ajakirjanike, keeletespetsialistide kui loovkirjutajate puhul kõige aluseks, mille järel vajadus tulevikus ei kahane. Lisaks eesti keele oskusele tõid eksperdid ajakirjanike puhul välja ka vajaduse vene keele oskuse järel, mis näiteks Tallinnas või Ida-Virumaal on kindlasti konkurentsieeliseks. Peale eneseväljenduse on ajakirjanike puhul olulisel kohal ka avalik **esinemisjulgus ja -oskus** nii helis kui ka pildis, mille järel näevad eksperdid kasvavat vajadust.

Kriitilist mõtlemist, analüüsi- ja sünteesioskust tõid valdkonna eksperdid just ajakirjanike ning keeletespetsialistide puhul välja ehk kõige olulisema ja kasvava vajadusega erialaste kompetentsidena. Mõlema põhikutseala esindaja kutseoskuseks on pidevalt kahelda, luua ja näha seoseid ning kriitiliselt hinnata infot, mis temani jõuab, samal ajal eristades olulist ebaolulisest. Ajakirjanike puhul toonitasid eksperdid ka faktide kontrollimist, allikakriitilisust ja infoväärtuse hindamist kui järgmise kümne aasta võtmeoskust.

Eksperdid pöörasid palju tähelepanu just valdkonnas töötamiseks vajalikele üldoskustele, kuna erialaseid teadmisi ja oskusi omandatakse sageli töökohal läbi kogemuste. Levinud on arvamus, et oskused on valdkonnas töötades omandatavad, kuid inimese isikuomadusi ja hoiakuid ei muuda. **Kiire kohanemisevõime, stressitaluvus, kriitikataluvus, pühendumine, protsesside ja inimeste juhtimine, loovus ning enese- ja ajajuhtimine** on kõigile alavaldkonna põhikutsealadele vajalik üldoskuste, isikuomaduste ja hoiakute komplekt, mis muutub üha olulisemaks seoses muutustega töökultuuris ja teiste tööturu trendidega.

4.1.3. Turundus ja kommunikatsioon

Teiste kultuuri ja loometegevuse alavaldkondadega võrreldes toonitasid eksperdid turunduse ja kommunikatsiooni puhul eriliselt **isikuomaduste ja hoiakute** tähtsust, millest eraldi toodi välja **sotsiaalne närv ja tunnetus, loovus ja uuenduslikkus, positiivne suhtumine, proaktiivsus, avatus, valmisolek elukestvaks õppeks ja enesearenguks ning valmisolek töötada olenemata kellaajast või päevast**. Tööks sobivad iseloomuomadused on ekspertide sõnul olulisemad kui mistahes hariduslik ettevalmistus. Sellest hoolimata on ootused ja ettekujutus nii erialastest kui üldoskustest, mida turundus- ja kommunikatsioonispetsialistid valdama peaks, väga kõrged ning tööandjad tunnistavad, et sageli otsitakse **laia ampluaaga** multifunktsionaalset generalisti, kes vastavalt kliendile, situatsioonile või valdkonnale on võimeline kiirelt ümber lülituma. Johtuvalt väga kõrgetest ootustest

erialaspetsialistidele ning koolilõpetajatele töid tööandjad esile mitmeid puudujääke töötajate oskustes ning samuti pakutavas erialahariduse kvaliteedis.

Kommunikatsiooni- ja turundusspetsialistide tööülesanded ning nendeks vajalikud pädevused on sageli kattuvad. Nagu teistegi alavaldkondade puhul, toonitati ka siin **suhtlus- ja koostööoskuse** olulisust ning seda toodi välja kui üht enim arendamist vajavat pädevust, mis üldjuhul kipub väheseks jääma. Nii turundus- kui ka kommunikatsioonispetsialistide töö rajaneb paljuski võrgustikel ja sotsiaalsel kapitalil. Üha enam saavutatakse edu ja tulemusi klientide ning partneritega koostöös ja läbirääkimistel, kus tuleb teada ja kaaluda, millisel viisil mingit infot partnerini viia.

Kuna alavaldkond on kiires muutuses ning juba aasta pärast võivad nii tehnoloogilised lahendused kui ka muud erialaspetsiifilised trendid olla muutunud, siis toodi ühe peamise oskusena mõlema põhikutseala puhul välja valmisolekut ja soovi järjepidevalt ise õppida ja olla kursis muutuvate oludega. Enim muutuvadki ekspertide hinnangul erinevad digikanalid ja -platvormid, kus tööd tehakse, mistõttu peavad mõlema põhikutseala esindajatel olema head **digipädevused**, et kasutada oma töös oskuslikult erinevaid tehnoloogilisi lahendusi ja meediumeid, alustades sotsiaalmeediast ja kodulehest ning lõpetades erinevate võrgustikega. Tulenevalt pildikeele ja visuaalse loo jutustamise trendi jätkuvast kasvust ning tõigast, et sageli vastutab asutustes üks töötaja nii turunduse kui ka kommunikatsiooni eest, on kommunikatsiooni- ja turundusspetsialistide puhul kasvav vajadus visualiseerimise- ja graafilise disaini programmide kasutamise oskuse järele. Hoolimata pildikeele olulisemaks muutumisest ei muutu vähem tähtsaks **suuline ja kirjalik eneseväljendusoskus**, mis eriti kommunikatsioonispetsialistide puhul on ekspertide sõnul arendamist vajav baasoskus ning millega tööandjad ei ole rahul. Ühelt poolt toonitati õigekirja ja korrektse keelekasutuse olulisust, teisalt töid eksperdid välja eri tekstiliikide tundmise, näiteks pressiteade või sotsiaalmeediapostitus ning kuidas sobitada sama sisu neisse erinevatesse formaatidesse. Kuna nii turundus kui ka kommunikatsioon on rahvusvahelise mõõtmega valdkonnad ning ettevõtted tegutsevad globaalsel turul, siis muutub lisaks korrektsele emakeelele üha olulisemaks ka sõnumite edastamise ning sisu ja kultuuri konteksti tajumise oskus **võõrkeeltes**. Eriti toodi siinkohal Eesti puhul välja vene keele oskuse olulisust, mis eesti noorte puhul on kaduv oskus.

Kuna nii kommunikatsioon kui ka turundus on reaktsioonidele suunatud tegevusalad, siis on üks olulisemaid pädevusi **psühholoogia tundmine**, mis aitab prognoosida sõnumi või kampaania tekitatavaid erinevaid käitumismudeleid ja reaktsioone. Oluline on omada empaatilist suhtumist vajaliku sihtrühma kõnetamisel. Tuleb mõista ja aimata, kuidas oma sõnumit parimal moel sihtrühmani viia ja kuidas seda parimal viisil mõjutada. Selliste psühholoogiliste nüansside tajumise eelduseks on sageli **analüüsioskus**, et turustada võimalikult tõenduspõhiselt. Enne iga kampaaniat tuleb põhjalikult seada eesmärgid ja analüüsida neid, hinnata konkurentsiolukorda ja riske ning samuti orienteeruda suurtes andmemassiivides ja kriitiliselt hinnata olemasolevat infot. Nii kommunikatsiooni- kui ka turundusspetsialistide puhul rõhutasid eksperdid **kontseptuaalse ja strateegilise mõtlemise** kasvavat olulisust, mis johtub ametite profiilide muutusest. Kommunikatsioonispetsialist ei ole enam lihtsalt pressiesindaja, kes edastab organisatsiooni sõnumit, vaid temalt oodatakse üha enam strateegilist panust ettevõtte juhi nõustamisel. Sama eeldatakse turundusspetsialistilt, kelle ülesandeks on välja töötada asutuse turundusstrateegia ja pikemaajalised eesmärgid. Kuna sarnaselt teiste uuringu alavaldkondadega on ka turunduses ja kommunikatsioonis levinud iseendale tööandjaks olemine ja ettevõtetus, siis rõhutasid eksperdid kasvava vajadusega oskusena ka **finantskirjaoskust ning projektijuhtimist**. Sealjuures on majandusarvestus, eelarvestamine, ajaliste ja tulemuslike eesmärkide

seadmine, finantsplaneerimine ning oma töö rahalise tulemuslikkuse hindamine vajalikud mitte vaid vabakutselistele, vaid ka palgalistele spetsialistidele.

4.1.4. Disain ja kunst

Disainerite, kunstnike, tehniliste teostajate ning ka koordinaatorite töö tähendab pidevat koostööd kliendiga ning samuti töötamist loovtiimides. Vajalikud on nii head läbirääkimisoskused, oskus teha kompromisse, transdistsiplinaarsed koostööoskused ning ka üldine positiivne hoiak ja suhtumine. Kuna eriti just disaineritele, kunstnikele ja tehnilistele teostajatele on sageli iseloomulik individualistlik lähenemine, siis on ekspertide sõnul just **koostööoskusi** vaja rohkem arendada. Disainerite puhul toonitasid eksperdid üliolulisena ka empaatiavõimet nii kasutaja kui ka tellija suhtes, et tunnetada kasutuskogemust ning seda sellest johtuvalt edasi arendada. Disainer peab olema suuteline asetama end tellija rolli ja keskkonda ning seda olenemata valdkonnast.

Kõigi põhikutsealade puhul toodi üha olulisemaks muutuva oskusena välja **teabe esitamine**, mis väljendub eelkõige enda mõtete ja ideede julges ning selges esitlemises, oma disainiotsuste põhjendamises ja nende ideede eest seismises, mille tulemusena on võimalik soovitud muutusi ellu viia ja eesmärkideni jõuda. Disaineritelt, kunstnikelt ning tehnilistelt teostajatelt oodatakse üha enam **transdistsiplinaarsust** ning orienteerumist erinevates tehnikates ja nende kasutusoskust. Kuna valdkonnas on levinud töötamine vabakutselisena, on disainerite ja kunstnike puhul vaja arendada ka kompetentse **ettevõtlusest ning autorikaitsest ja -õigusest**, mis lõpetajatel on sageli nõrgad. Ühe olulise arendamist vajava pädevusena tõid eksperdid välja projektitaotluste ja aruannete kirjutamise võimekuse, mis loomevaldkonnas on oluline rahastusallikas enda tegevusele.

Ekspertid tõid üha olulisemaks muutuva pädevusena välja **strateegilise ja kontseptuaalse mõtlemise**, mida oodatakse kõigilt alavaldkonna põhikutsealadelt. Ametist sõltumata on oluline, et töötaja hoomaks tervikpilti. Eriti just disainerite puhul on ootused tema pädevustele muutumas üha kõrgemaks, mistõttu oodatakse neilt üha enam strateegilist panust ettevõtte juhtimisse ja strateegiliste eesmärkide saavutamisse. Trendidest lähtuvalt tõid eksperdid ühe tulevikuoskusena disainerite puhul välja **keskkonnateadlikkuse ja ringdisainipädevused**, mis väljendub üha enam taaskasutuses, tootmisjäätmete ärakasutamises, materjalide valikus jne ning oskuses hinnata toote olelusringi selle valmimisest kuni kasutamise lõpetamiseni. Demograafilistest muutustest tulenevalt muutuvad aina olulisemaks ka teadmised **universaalsisainist**, mis väljendub disainilahendustes arvestamises nii eakate kui ka erivajadustega inimestega.

Olulise erialase oskusena, mis koolilõpetajatel sageli vajaka jääb, võib analüüsi tulemusena disainerite ja kunstnike puhul välja tuua **materjalitunnetuse ja -tehnoloogiad**. Ühelt poolt võib selle põhjuseks olla materjaliteaduste kiire areng, millega koolid ei jõua sammu pidada, teisalt vähene praktiline kogemus eri materjalidega töötamisel. Johtuvalt tehnoloogia kiirest arengust tõid eksperdid nii disainerite, kunstnike kui ka tehniliste teostajate puhul välja kasvava vajaduse **digipädevuste** arendamise järele. Kuna disainerite, kunstnike ja tehniliste teostajate jaoks peitubki sageli loovus ning uuenduslikkus uute tehnoloogiate kasutamises ja vastupidi – tehnoloogia võimaldab olla uuenduslik –, siis on üha olulisem olla kursis uute võimaluste ja trendidega, mida tehnoloogia areng pakub. Ekspertide sõnul on see ka üks suurimaid puudujääke, mis koolilõpetajate oskustes esineb, sest sageli ei olda lihtsalt kursis, milliste tehnoloogiliste abivahenditega on oma ideid võimalik ellu viia. Vastavad oskused tulevad aga üldjuhul töö ja praktika käigus. Disainerite ja kujundajate puhul on ka koolilõpetajate puhul arendamist

vajavateks oskusteks erinevad tarkvaralised lahendused ja kujundusprogrammid, millega on võimalik nii 3D-mudeldada kui ka graafiliselt kujundada. Näidetena võib siin välja tuua programmid SolidWorks, Solid Edge ja Adobe.

Disaini ja kunsti tehniliste teostajate puhul toodi eraldi arendamist vajava oskusena välja **enese- ja ajajuhtimine**, kuna neist sõltuvad sageli väga suured ja ajamahukad produktsioonid ning ajaplaneerimine ja graafikus püsimine on lõppresultaati silmas pidades vältimatud. **Juhtimispädevusi** rõhutati peamiselt disaini- ja kunstikoordinaatorite ning disainijuhtide puhul, kes puutuvad oma töös kokku nii protsesside kui ka inimeste juhtimisega. Põhikutsealast olenemata pidasid valdkonna eksperdid väga oluliseks häid **üldoskusi, hoiakuid ja isikuomadusi**, mis kujunevad välja ja mis omandatakse üsna varakult juba üldhariduskoolis. Eksperdid pöörasid palju tähelepanu just valdkonnas töötamiseks vajalikele üldoskustele, kuna erialaseid teadmisi ja oskusi omandatakse sageli töökohal. Levinud on arvamus, et oskused on valdkonnas töötades omandatavad, kuid inimese isikuomadusi ja hoiakuid ei muuda. **Kiire kohanemisvõime, analüüsi- ja sünteesioskus, veenmisoskus, pingetaluvus, vastutuse võtmine, kriitikataluvus, kriitiline mõtlemine, üldkultuurilised teadmised (sh oskus töötada mitmekultuurilises keskkonnas ja mõista rahvusvahelisi trende) ja tunnetus ning uuenduslikkus** on kõigile disaini ja kunsti põhikutsealadele vajalik üldoskuste, isikuomaduste ja hoiakute komplekt, mis muutub üha olulisemaks seoses muutustega töökultuuris ja teiste tööturu trendidega.

4.1.5. Trükitööstus

Kuna alavaldkonnas on levinud töökohapõhine õpe, kus uus töötaja koolitatakse välja ettevõttesiseselt, siis ei ole tööle võtmisel erialase tasemehariduse olemasolu peamiseks kriteeriumiks. Johtuvalt sellisest värbamismustrist peavad valdkonna eksperdid oluliseks **strateegilist ja kontseptuaalset mõtlemist**, kus kõikidel ametikohtadel töötavad töötajad tajusid ja saaksid aru enda kohast ettevõttes, ettevõtte rollist tööstuses, tajusid tervikuna suuremat pilti ja oskaksid luua seoseid. Kuna trükiettevõtteid on pigem väikesed, siis muutub üha olulisemaks, et töötajad oleksid võimalikult **laia ampluaaga ja universaalsete oskustega ning** saaksid hakkama erinevate seadmete, masinate ja tehnoloogiatega. Valdkonna eksperdid näevad võimaliku trendina ka seda, et erinevad põhikutsealad ja kompetentsid hakkavad üheks sulanduma ja enam ei ole võimalik eri ameteid nii täpselt määratleda, vaid kõik töötajad on tootmisprotsessi osad ja peavad olema suutelised katma erinevaid tööloike. Ühe näitena võib siinjuures tuua trükkali, kelle puhul tõid eksperdid välja, et tema oskused mehaanikuna taanduvad, kuid samas kasvab vajadus protsessijuhtimise järele. Samuti oodatakse tulevikus trüki ettevalmistajalt rohkem ruumilist mõtlemist ja uudsete lahenduste väljatöötamist. 3D-mõtlemist ja kujutlusvõimet rõhutasid eksperdid ka järeltööstusseadmete operaatori puhul. Selline multifunktsionaalsus eeldab töötajatelt üsna kõrget tehnilist taipu ja head ettevalmistust. Hinda lähevad veelgi enam teadmised loodus- ja reaalainetest nagu matemaatika, füüsika ja keemia ning eriti geomeetria.

Trükitööstus on väga aldis tehnoloogia arengust tulenevatele muutustele. Trükimasinad ning tootmisprotsess muutuvad **robotiseeritumaks ning automatiseeritumaks**, millest johtuvalt nähakse väikest kasvu trükitehnoloogiaalaste kompetentside ja trükitehnoloogide järele, kes oleksid suutelised uusi innovatiivseid masinaid haldama, uusi tooteid ja teenuseid arendama ning nägema neid uute ja kasvavate kliendivajaduste võtmes. Valdkonna üha laialdasema digitaliseerimise tõttu on **digipädevused** lähiaastatel vajalikud kõikidel põhikutsealadel. Siin on oluline roll ettevõtetel, et nüüdisajastada töötajate oskusi, aidata vanemal põlvkonnal tehnoloogia arenguga kohaneda ning enda

konkurentsivõimet tööturul hoida. Ekspertid rõhutasid eelkõige oskust töötada erinevate tarkvarasüsteemidega ning oskust kasutada ja analüüsida trükiprotsessi käigus tekkivaid andmeid.

Hoolimata töökeskkondade üha tehnoloogiarikkamaks kujunemisest muutub kõikide põhikutsealade puhul üha olulisemaks **suhtlusoskus**, mis ühelt poolt väljendub meeskonnatöös ning teisalt teabe esitamises ning tagasisidestamises. Tagasiside andmise olulisust rõhutasid ekspertid eelkõige trükiettevalmistajate puhul, kes peavad olema võimelised koostööks kujundajatega, julged väljendama enda arvamust ning vajadusel konsulteerima ning pakkuma alternatiivseid lahendusi, kuidas teha teistmoodi. Valdonna suurimaks ülesandeks peavad ekspertid **inimeste juhtimise** oskuste arendamist ning koostööd alluvatega, mis on eriti oluline tootmisjuhtide puhul.

Põhikutsealast olenemata pidasid valdkonna ekspertid väga oluliseks häid **üldoskusi**, **hoiakuid** ja **isikuomadusi**, mis kujunevad välja ja mis omandatakse üsna varakult juba üldhariduskoolis. Ekspertid pöörasid palju tähelepanu just valdkonnas töötamiseks vajalikele üldoskustele, kuna erialaseid teadmisi ja oskusi omandatakse sageli töökohal. Levinud on aramus, et oskused on valdkonnas töötades omandatavad, kuid inimese isikuomadusi ja hoiakuid ei muuda. **Kiire kohanemisvõime, võime töötada stabiilselt, püsivus, kiirus, otsustuvõimelisus, pingetaluvus, julgus küsida, huvi tundmine valdkonna vastu, kiiresti ümberõppimine, julgus võtta kasutusele uusi töövõtteid, vastutuse võtmine ja initsiatiivikus** on on kõigile alavaldkonna põhikutsealadele vajalik üldoskuste, isikuomaduste ja hoiakute komplekt, mis muutub üha olulisemaks seoses muutustega töökultuuris ja teiste tööturu trendidega.

4.2. Kutsestandardite vajadus

Kutsestandard¹⁶⁰ on dokument, mis kirjeldab kutsetegevust ning vastaval kutsel tegutsemiseks vajalikku kompetentsust. Kompetentsus on töö edukaks tegemiseks vajalike oskuste, teadmiste, kogemuste ja hoiakute kogum. Kutsestandarditega seonduvat tegevust juhib erinevatel valdkonna kutsealadel vastav Kutsenõukogu, kes juhib kutsestandardite regulaarset üle vaatamist ja uuendamist. Kutsestandardite uuendamisse kaasatakse valdkonna erialaliite ja ettevõtjaid, samuti koolitajate esindajaid. Alljärgnevalt on kirjeldatud kutsestandardite vajalikkust alavaldkondade lõikes.

4.2.1. Audiovisuaalvaldkond

Alavaldkonna kutsestandarditega on võimalik tutvuda Kutsekoja veebilehel: <http://www.kutsekoda.ee/et/kutseregister/kutsestandardid>, valides otsinguvormis kutsetegevuse valdkonna „Kultuur“. Praegu kehtivad alavaldkonnas järgmised kutsestandardid:

- Valgustaja, tase 4 (kehtib kuni 9.04.2024);
- Valgusmeister, tase 6 (kehtib kuni 9.04.2024);
- Fotograaf, tase 4 (kehtib kuni 24.04.2023);
- Fotograaf, tase 5 (kehtib kuni 24.04.2023);
- Fotograaf, tase 6 (kehtib kuni 24.04.2023);
- Juhtoperaator, tase 6 (kehtib kuni 13.11.2023);

¹⁶⁰ <https://www.kutsekoda.ee/kutsestandardid/>

- Teleoperaator, tase 4 (kehtib kuni 13.11.2023);
- Välioperaator, tase 5 (kehtib kuni 13.11.2023).

Alavaldkond on operaatori näidisametitel ning fotograafi põhikutsealal hästi kutsestandarditega kaetud. Lisaks operaatoritele näevad filmi- ja teleekspertid ositi vajadust kutsestandardite järele ka teistel tehnilise teostaja ja toe näidisametitel. Ühelt poolt aitaks see kaasa valdkonna tehniliste ametite selgemale kirjeldamisele, mis hetkel on vajaka ja sageli ei tea ka valdkonna inimesed ise täpselt, kes millega tegelema peaks. Teisalt on see vajalik ametile vajalike kompetentsikaartide koostamisele, mis saaksid olla aluseks tasude määramisel ning hinnapoliitika kujundamisel. Fotograafide puhul toodi standardite uuendamise puhul välja vajadus rõhutada kõrvalkompetentside vajalikkust nagu turundus, mis eriti just vabakutseliste fotograafide seas muutub üha olulisemaks.

4.2.2. Sõna ja keel

Valdkonna kutsestandarditega on võimalik tutvuda Kutsekoja veebilehel: <http://www.kutsekoda.ee/et/kutseregister/kutsestandardid>, valides otsinguvormis kutsetegevuse valdkonna „Teenindus“. Praegu kehtivad alavaldkonnas järgmised kutsestandardid:

- Keeletoimetaja, tase 6 (kehtib kuni 2.02.2021);
- Noorem-viipekeeletõlk, tase 5 (kehtib kuni 25.04.2023);
- Vanem-viipekeeletõlk, tase 6 (kehtib kuni 25.04.2023);
- Meister-viipekeeletõlk, tase 7 (kehtib kuni 25.04.2023).

Kuna keeletoimetaja kutsestandard loodi ja kinnitati alles 2016. aastal, siis ei ole ekspertide sõnul veel piisavalt kogemust, mille pinnalt hinnata, kas kutsestandardit ka tulevikus vaja läheb ja kas seda peaks pikendama. Küll aga ollakse hetkel siiski lootusrikkad ning arvatakse, et tööandja hakkab üha enam eelistama kutsetunnistusega töövõtjaid. Tõlkijatel kehtiv kutsestandard puudub ning kuna valdkonna spetsialiste on väga vähe, siis ei nähta praegu ka selle järele vajadust.

4.2.3. Turundus ja kommunikatsioon

Turunduse ja kommunikatsiooni alavaldkonnas kehtivad kutsestandardid puuduvad ning neid ei ole ka kunagi olnud. Kuna valdkonna tööandjate ootused ja eeldused pakutava erialase hariduse kvaliteedile ning lõpetajate oskustele on siinse uuringu käigus läbi viidud analüüsis osutunud sageli negatiivseks, nägid eksperdid pärast OSKA uuringu valmimist vajadust kaaluda mõlema põhikutseala puhul kutsestandardite koostamist. Peamiseks põhjuseks on vajadus koostöös tööandjatega välja selgitada ja kokku leppida erialaste ning üldoskuste profiil, mille andmist katab turundus- ja kommunikatsioonialane kutse- või kõrgharidus. Selline nn oskuste kaart aitaks paremini juhtida vastastikusi ootuseid hariduse kvaliteedile ning pikemas perspektiivis parendada koostööd koolide ja tööandjate vahel.

4.2.4. Disain ja kunst

Valdkonna kutsestandarditega on võimalik tutvuda Kutsekoja veebilehel: <http://www.kutsekoda.ee/et/kutseregister/kutsestandardid>, valides otsinguvormis kutsetegevuse valdkonna „Kultuur“. Praegu kehtivad alavaldkonnas järgmised kutsestandardid:

- Kujundaja, tase 4 (kehtib kuni 31.12.2021);
- Kujundaja, tase 5 (kehtib kuni 31.12.2021).

Sarnaselt teistele uuringu alavaldkondadega ei ole ka disain ja kunst suurel määral standardiseeritud ning kutsestandardid on koostatud ainult tehniliste teostajate alla kuuluvale kujundaja näidisametile.

Enne OSKA kultuuri ja loometegevuse rakendusuuringu algust tegi Eesti Disainikeskus SA Kutsekojale ettepaneku disaineri kutsestandardi koostamiseks. Selle eesmärgiks on ühelt poolt kirjeldada kutseala tuumkompetentse ning teisalt korrastada ning muuta läbipaistvamaks disainiturgu. Sarnane vajadus nähtub ka siinsest uuringust, kus analüüsi tulemusena võib väita, et disainivaldkond on kohati defineerimata ning tööturul pole selle potentsiaal erinevates sektorites piisaval määral avaldunud. Samuti peavad uuringu autorid vajalikuks kirjeldada disaineri põhipädevusi koos spetsialiseerumistega, et paremini kooskõlastada tööandjate ootusi pakutava disainihariduse kohta. Disaineri kutsestandardi väljatöötamine on pandud ootele kuni käesoleva OSKA uuringu valmimiseni, et maksimaalselt ära kasutada uuringu käigus selgunud tulemusi.

4.2.5. Trükitööstus

Valdkonna kutsestandarditega on võimalik tutvuda Kutsekoja veebilehel: <http://www.kutsekoda.ee/et/kutseregister/kutsestandardid>, valides otsinguvormis kutsetegevuse valdkonna „Tehnika, tootmine, töötlemine“. Praegu kehtivad alavaldkonnas järgmised kutsestandardid:

- Digitaalse trükiseadme operaator, tase 4 (kehtib kuni 4.10.2021);
- Ofsettrükkal, tase 4 (kehtib kuni 10.05.2022);
- Trükiettevalmistaja, tase 4 (kehtib kuni 10.05.2022);
- Trükiste järeltöötlusseadmete operaator, tase 4 (kehtib kuni 7.05.2024).

Trükitööstuse valdkond on hästi kaetud 4. taseme kutsestandarditega. Kõikidel nimetatud kutsealadel õpe toimub ja kutseid välja antakse, seega on plaanis kõiki kutsestandardeid nende kehtivuse lõppedes ka pikendada ning vajadusel uuendada. Siinkohal on soovituslik kutsestandardite uuendamisel võtta aluseks käesolev OSKA uuring ning viia sisse vajalikud muudatused ja täiendused arendamist vajavate pädevuste kirjeldustes.

Ühe murekohana töid valdkonna eksperdid välja, et 4. tase jääb tööandjate ootuste jaoks liiga madalaks, mistõttu oleks vaja luua võimalused trükierialadel taotleda ka 5. taseme kutset. Ühe lahendusena nähti siinkohal 5. taseme jätkuõppe avamist trükitehnoloogi erialal, mille järele on pidev ja tulevikus isegi veidi kasvav vajadus, kuid mitte nii suur, et neid koolitada tasemeõppes. Vastava jätkuõppe õppekava avamise korral tuleks välja töötada ka trükitehnoloogi kutsestandard.

4.3. Lühikokkuvõte

Kiire tehnoloogiline, demograafiline ja sotsiaal-majanduslik areng toob kaasa suuri muutusi nii ühiskonna toimimises kui majanduses. Selle protsessi paratamatu osa on tööturul vajatavate oskuste kiire vananemine ja uute arendamist vajavate oskuste ilmnemine. Et tulla tööelus edukalt toime, tuleb

pidevalt täiendada olemasolevaid ning omandada uusi teadmisi ja oskusi. Üleilmsete trendide ja valdkonna suundumuste mõjul muutuvad ekspertide hinnangul kultuuri ja loometegevuse põhikutsealadel järjest vajalikumaks järgmised teadmised, oskused ja isikuomadused.

- Mitmekülgsed erialased teadmised ja oskused.
- Koostöö- ja suhtlemisoskus, sh suhtlemispsühholoogia.
- Juhtimiskompetentsid, sh inimeste juhtimine.
- Transdistsiplinaarse koostöö oskused.
- Ettevõtlus-, õigus- ja projektijuhtimiskompetentsid.
- Keeleoskus, sh eesti keele oskus.
- Üldkultuurilised teadmised ja lai silmaring.
- Oskus töötada mitmekultuurilises keskkonnas ja kultuuridevahelised kompetentsid.
- Kirjalik ja suuline eneseväljendusoskus.
- Info tõlgendamise ja analüüsioskus.
- Müügi-, turundus- ja kommunikatsioonikompetentsid.
- Digi- ja tehnoloogiapädevused, sh valmisolek elukestvaks õppeks ja ise õppimiseks.
- Uuenduslikkus ja loovus.
- Kriitikataluvus.
- Kiire kohanemisvõime.
- Strateegiline ja kontseptuaalne mõtlemine.
- Valmisolek ja oskused täita erinevaid funktsioone ja laia amplituuda ülesandeid.

Kultuuri- ja loometegevuse valdkond on kutsestandarditega kaetud peamiselt tehnilistel ametikohtadel. Enim kutsestandardeid on audiovisuaalvaldkonnas ja trükitööstuses. Analüüsi käigus selgus, et nii mõnigi valdkond, eelkõige audiovisuaal-, disain ning turundus ja kommunikatsioon, on juba algatanud või kaalub vajadust alata kutsestandardi väljatöötamise protsess. Kutsestandardi väljatöötamise eesmärgiks on kirjeldada veelgi selgemalt valdkonna ametid, anda selgem ülevaade ametite kompetentsidest ja seeläbi juhtida vastastikusi ootusi hariduskvaliteedi ja -sisu kohta ning pikemas perspektiivis parendada koostööd koolide ja tööandjate vahel.

5. Valdkonna tööjõuvajadus ja hõiveproгноос

Selles peatükis käsitletakse tööjõuvajadust kultuuri ja loometegevuse põhikutsealadel kuni aastani 2026. Hõive- ja tööjõuvajaduse progноос kõigi viie uuringus käsitletud alavaldkonna põhikutsealade kohta esitatakse eraldi alapeatükkides.

Hõiveproгноосi koostamisel on arvestatud võimalike oluliste mõjutajatena erinevaid trende (vt ptk 2), senist tööturu ja majanduse arengut (vt ptk 3) ning suundumusi alavaldkonna- ja põhikutseala põhiselt. Andmeallikadena on samaväärselt olulised nii olemasolev statistika, uuringud ja arengukavad kui ka uuringu raames läbi viidud intervjuud, fookusgrupid ja valdkondlikud eksperdikogud. Lähema kümne aasta hõivatute arvu mõjutavaid tegureid võib liigitada valdkonnaülesteks ja valdkonnaspetsiifilisteks. Samuti saab trende ja tegureid liigitada nende sisulise olemuse järgi, näiteks kas tegu on demograafiliste või tehnoloogiliste muutustega, ning seda kõike on progноосi tehes ka arvestatud.

Hõiveproгноос on erinevat tüüpi **trendide ja tegurite kombineeritud mõju**. Kuna erinevaid trende ja tegureid on põhjalikult käsitletud 2. ja 3. peatükis, tuuakse siin peatükis esile peamised märksõnad ja mõju olemus. Hõive muutuse hindamiseks kasutatakse alljärgnevat skaalat, kus näiteks suurest kasvust võib rääkida siis, kui oodatav hõivatute arvu kasv on üle 20%, stabiilsust tähistab muutus mitte üle 5%.

↑ – suur kasv (üle 20% 10 aasta jooksul)

↗ – keskmine kasv (kuni 20% 10 aasta jooksul)

↗→ – väike kasv (kuni 10% 10 aasta jooksul)

→ – püsib stabiilsena ($\pm$ 5% 10 aasta jooksul)

↘→ – väike kahanemine (kuni -10% 10 aasta jooksul)

↘ – keskmine kahanemine (kuni -20% 10 aasta jooksul)

↓ – suur kahanemine (üle -20% 10 aasta jooksul)

Tööjõuvajaduse progноосi koostamisel on hõiveproгноосile lisatud komponendina töötajate asendusvajadus. Asendusvajadus arvestab demograafilisi arenguid ning annab arvilise hinnangu sellele, kui palju on vaja juurde töötajaid asendamaks tööturult vanuse tõttu lahkujaid. Asendusvajaduse hindamisel kasutati MKM-i tööjõuproгноосi arvutusi (vt Lisa 6), mis lähtuvad põhikutsealade vanusestruktuurist ning kutsealal hõivatute reaalsest pensionile jäämise vanusest. Siinkohal tuleb rõhutada, et asendusvajadus ei arvesta teistesse sektoritesse lahkuvate inimeste asendusvajadusega. Eelduseks on, et lahkuvaid töötajaid aitavad asendada omakorda teistest sektoritest lahkuvad inimesed.

5.1. Hõivatute arvu muutus põhikutsealadel

Muutused valdkonna hõivatute arvus ei sõltu ainult valdkonnasisestest arengutest, vaid tihtilugu mängivad suuremat rolli hoopis üleilmsed suundumused, mis mõjutavad kõiki valdkondi suuremal või vähemal määral. Tabelis 3 on kokkuvõtlikult esitatud tulevikutööd enim mõjutavad trendid ning markeeritud ka mõju valdkonna põhikutsealade hõivele. Paratamatult on noorte arvu vähenedes uue

tööjõu leidmine keeruline kõikidel elualadel. Sellega peavad arvestama ka kultuuri- ja loometegevuse valdkonnad. Võitjad ollakse ka siis, kui suudetakse olemasolevat hõivatute arvu säilitada. Majandusele headel aegadel saab oma tingimusi dikteerida töötaja. Töö valimisel saab järjest olulisemaks see, millised on töötingimused ja palk, kuivõrd on võimalik tööaja paindlikkus, töö- ja pereelu ühildamine jne. Nii väljuvadki võitjatena võitlusest töötajate pärast need valdkonnad ja ettevõtted, kes töötajate ootustele paremini vastavad. Kultuuri- ja loometegevuse valdkonna põhikutsealade hõivele mõjuvad eelnimetatud muutused kindlasti soodsalt, välja arvatud trükitööstuse põhikutsealad. Selge on ka see, et kasvav majandus ise suurendab nõudlust tööjõu järele ning mõjub hõivet kasvatavalt enamikus sektorites ja ametites. Ei ole põhjust arvata, et mõju avalduks teisiti ka käesolevas uuringus käsitletud põhikutsealade puhul.

Tehnoloogiline areng ei ole protsess iseeneses, vaid üldjuhul on uute lahenduste väljapakkumise eesmärgiks teha tööd kiiremaks ja efektiivsemaks, pakkudes tarbijale rohkem ja kõrgemal tasemel tooteid. Üks märksõna tehnoloogilise arengu puhul on automatiseerimine/digitaliseerimine, mis üldjuhul vähendab vajadust töökäte järele ning mõjub seega kas hõivet vähendavalt või ametialast struktuuri muutvalt. Sõltuvalt valdkonnast ja ametist on mõju mõistagi erinev. Siinkohal tuleb esile tuua seda, et oskusi ja pädevusi, mis on vajalikud uuendusteks ja loominguks, ei saa tehnoloogiaga vabalt asendada. Kui tulla käesoleva uuringu põhikutsealade juurde, siis tehnoloogia mõju on suurem trükitööstuses ja tehniliste teostajate puhul. Tehniliste teostajate osas võib tehnoloogia areng samas nii kaotada kui ka luua uusi töökohti.

Tabel 3. Kokkuvõtlikud märksõnad valdkonnaülesed trendide ja nende mõju osas lähituleviku hõivemuutusele põhikutsealadel

Trend	Trendi iseloomustavad märksõnad	Mõju põhikutsealade hõivele
Arengud majanduses ja tööturul	Ajaloo üks kõrgemaid majandusliku aktiivsuse näitajaid, madal töötus, tööränne Eestisse. Jätakuvalt probleeme tootlikkusega (63% EL keskmisest). Palk, sh reaalpalk on alates 2011. a tõusnud. Tööandjad tunnetavad tööjõupuudust, mis on paljuskki tingitud palgatasemest jm tingimustest. Tööstustoodang, eksport, jaekaubandusmahud kasvanud. Suuresti palkade arvel on vähenenud ettevõtete kasumid ja investeringud. Lähitulevikuks ennustatakse majanduse jähennemist, kuid mitte kriisi.	Positiivsed arengud majanduses ja kasvav sise- ja välisnõudlus mõjutavad põhikutsealade hõivet kasvu suunas.
Demograafilised muutused	Rahvastiku kahanemine lakanud, positiivne rändesaldo ka edaspidi võib tööealiste arvu langust pidurdada. Siiski jääb jätkuvalt 20–64-aastasi inimesi vähemaks, nii 40 000 võrra aastani 2026, 15–74-aastasi 14 000. Prognoosi kohaselt jääb hõivatute arv 2026. aastaks ligikaudu samaks kui täna. Hõive säilitamiseks peab veelgi kasvama hõivemäär, seda eriti vanemaealiste seas. 20–26-aastaste noorte arv väheneb 2026. aastaks 20 000 võrra. Kokkuvõtlikult: rahvastiku kahanemine pidurdub, kuid rahvastik vananeb (ka keskmine eluiga tõuseb).	Mõju hõivele on pigem negatiivne, kuna tööturule tulevad noored ei suuda asendada lahkuvaid vanemaealisi. See ei jäta mõjutamata ühtegi põhikutseala.
Töövormid, kultuur ja väärtused	Traditsiooniline töö muutub paindlikumaks, kasvab virtuaal- ja platvormitöö osa, töösuhted muutuvad eriilmelisemaks. Karjäärile, materialistlikule edule orienteeritus vs oluliste eesmärkide saavutamine, töö mõtestatus, paindlikkus. „Töötamine igal pool ja igal ajal“. Ajapaindlikkus, kohapaindlikkus ja tööaja autonoomia. Üha rohkem inimesi leiab võimaluse olla	Töövormide, kultuuri ja väärtustega seotud muutused mõjutavad enamikku põhikutsealasid positiivselt. Rõhutada

	iseendale tööandja ning duaalse töötaja-tööandja töösuhte asemele tekivad teenusepakkuja-klientide suhted. Paindlikule tööle ligipääs on eeskätt suurettevõtetes ning kõrgema haridustaseme ja kvalifikatsiooniga töötajatel. Tööaja paindlikkus on Eestis suurenenud, kasvab kaugtöö võimalusi pakkuvate tööandjate hulk.	võiks siin nõutud kõrgemat haridustaset ja head valmisolekut paindlikkuseks. Erandiks on siin trükitööstus, kus mõju võib olla pigem negatiivne.
Tehnoloogiline areng	Tehnoloogiline areng: automatiseerida, teha tööprotsesse kiiremini, asendada/toetada inimest. Tehisintellekti kasutusvõimaluste kasv, audiovisuaalse kommunikatsiooni pealetung, maailm internetis. Tehnoloogia arengu tagajärjel lisandub kõrgemat oskusteavet nõudvaid ametikohti, kaob keskmist oskusteavet vajavaid. Digitaalsete platvormide levik, automatiseerimise tõttu kasvab nõudlus nii peamiste digioskuste kui ka keerukamate tehnoloogiliste oskuste järele. Tehnoloogilised arengud lisavad hõivet tertsiaarsektoris, rutiinsetel töödel suurim risk kaduda. Enam läheb vaja neid ameteid, mis eeldavad ekspertteadmiste kasutamist, inimeste juhtimist ja suhtlemisoskust. Arenevad virtuaal- ja liitreaalsus, andme- ja sensorimajandus, 3D-printimine, küberturvalisus, autonoomsed robotid, asjade internet, pilvetechnoloogiad. Kõik see seotud neljanda tööstusrevolutsiooniga. Käes on digitaalturunduse aeg: turundus ja tehnoloogia segunevad.	Tehnoloogiline areng ühelt poolt vähendab tööjõuvajadust, teiselt poolt aga lisab töökohti. Nimetatud mõjud tasakaalustavad teineteist ja kogumõju hõivele võib olla neutraalne. Tehnoloogia areng puudutab loometegevuse põhikutsealasid (v.a trükitööstus) mõnevõrra vähem kui näiteks tööstuses.

Järgnevates alapeatükkides on kokkuvõtlikult esile toodud peamised alavaldkonna ja selle põhikutsealade spetsiifilised arengud, mis mõjutavad hõive muutumist lähitulevikus. Lisaks on toodud erinevatel trendidel ja teguritel põhinev kombineeritud hõiveprognoos ning tööjõuvajadus põhikutsealati.

5.2. Audiovisuaalvaldkonna põhikutsealade hõiveprognoos ja tööjõuvajadus

Audiovisuaalvaldkonna hõivet on prognoositud kolme põhikutseala – audiovisuaalse sisu loojate, audiovisuaalse töö tehniliste teostajate/toe ning audiovisuaalse töö koordinaatorite – põhjal (vt tabel 4). Tinglikult on valdkonna alla liigitatud ka fotograafid. Hõivet mõjutavad peamised valdkonnaspetsiifilised tegurid on kokkuvõtlikult järgnevad.

- Filmivaldkonna teenuste eksport (eelkõige tehniline teostus) on kasvutrendis ning müügitulu on kasvanud. Samas ei ole filmitegijate hinnangul riigipoolne filmi rahastamine piisav valdkonna stabiilseks arenguks.
- Ringhäälinguettevõtete reklaamikäibed ja vaatajaarvud pole keskmiselt oluliselt kasvanud, ka töötajate arv on olnud stabiilne.
- Globaalsed sisuedastajad (Netflix, Apple, Google jne) võivad oma osatähtsust Eesti teleturul kasvatada.
- On võimalus rakendada kiirelt ja globaalselt arenevas mängutööstuses, virtuaal- ja liitreaalsuse väljatöötamisel jne.

- Ekspertid on rõhutanud kasvavat tööjõuvajadust eelkõige tehnilise teostuse vallas, sh keerukamate oskuste vajadust, sest tootmise tehniline pool on läinud keerukamaks. Kasvuvajadust nähakse eelkõige filmisektoris, ringhäälingu puhul jätkuks stabiilne areng.
- Hoolimata võimalusest ise üha kvaliteetsemaid fotosid teha, võib kasvada nõudlus professionaalse fototeenuse järele (perepildid, mitmesugused üritused, reklaam jne). Siiski võib tavatarbijale piisata olemasolevate vahenditega (nutitelefonid) tehtavatest fotodest, mistõttu pööratakse vähem professionaalse fotograafi poole.
- Fotograafi rolli täidavad üha enam teiste ametite esindajad, näiteks ajakirjanikud meedias.

Kokkuvõtlikult saab öelda, et arvestades erinevate tegurite ja trendide kombineeritud mõju ja valdkonnaekspertide eksperthinnanguid hõive muutumise kohta lähitulevikus, ootab audiovisuaalvaldkonna põhikutsealasid lähitulevikus ees väike kasv. Fotograafide hõive jääks stabiilseks.

Tabel 4. Audiovisuaalvaldkonna põhikutsealade hõiveprognoos

	Audiovisuaalse sisu looja	Audiovisuaalse töö tehniline teostaja ja tugi	Audiovisuaalse töö koordinaator	Fotograaf
Töötajate arv	350	800	200	450
Prognoositud muutus aastaks 2026	10%	10%	10%	0%
Arengud majanduses ja tööturul	↗→	↗→	↗→	↗→
Töökultuur ja väärtused	↗→	↗→	↗→	↗→
Demograafilised muutused	↘→	↘→	↘→	↘→
Tehnoloogia areng	→	↘→	→	↘→
Põhikutseala ja valdkonna- spetsiifilised arengud	↗→	↗→	↗→	→
Prognoositud hõivatute arvu muutus	↗→	↗→	↗→	→
Prognoositav hõivatute arv	350	900	250	450

Märkus: Hõivatute arv ja hõivemuutus on ümardatud viiekümnelisteni

Lisaks asendusvajadusest tingitud hõivatute lisandumisele suurendab audiovisuaalse valdkonna põhikutsealade tööjõuvajadust ka kasvuvajadus. Seega kasvab kogu tööjõuvajadus. Lähema kümne aasta jooksul on valdkonna õppe läbinud koolilõpetajate seast juurde vaja hinnanguliselt 100 audiovisuaalse sisu loojat, üle 200 audiovisuaalse töö tehnilise teostaja ning hinnanguliselt 70 audiovisuaalse töö koordinaatorit. Fotograafide tööjõuvajadus on hinnanguliselt üle saja uue koolilõpetaja.

Tabel 5. Audiovisuaalvaldkonna põhikutsealade tööjõuvajadus

Põhikutseala	Hõivatute arv	Kasvu/kahanemisvajadus aastas	Asendusvajadus aastas	Tööjõuvajadus 10 aasta jooksul
Audiovisuaalse sisu looja	350	3	7	100
Audiovisuaalse töö tehniline teostaja ja tugi	800	8	13	200
Audiovisuaalse töö koordinaator	200	2	5	100
Fotograaf	450	0	11	100
KOKKU	1800	13	25	400

Märkus: Hõivatute arv ja tööjõuvajadus on ümardatud viiekümnelisteni

5.3. Sõna- ja keelevaldkonna põhikutsealade hõiveproгноos ja tööjõuvajadus

Sõna- ja keelevaldkonnas saab hõivet mõjutavaid peamisi valdkonna ja põhikutseala spetsiifilisi tegureid tuua välja kolme põhikutseala lõikes (vt tabel 6). Ajakirjanike puhul saab välja tuua järgnevad.

- Kasvab tarbijate hulk, kes teadvustavad üha enam vajadust usaldusväärse, tõese ja kvaliteetse info järele ning seega kasvab vajadus professionaalse ajakirjanduse järele.
- Tehnoloogia areng on laiendamas ajakirjaniku harjumuspärast profiili, lisaks sõltub ajakirjanik üha vähem info väljundkanalist. Pidevalt areneb andmekorje robotite ja muude tööd kergendavate programmide abil, sh areneb info automaatse esitamise hulk.
- Reklaamitulused napib nii televisioonis kui ka kirjastustes, Eesti ettevõtetele jäävate tulude kasvu pidurdab globaalsete platvormide (nt Facebook, Google) poolt Eestist välja viidavate reklaamirahade suurenemine.
- Ajakirjanduse eriala lõpetanud kipuvad mujale valdkondadesse tööle nt palga ja väiksema stressitaseme tõttu.
- Elanike liikumine suurtesse tömbekeskustesse võib mõjutada kohalike lehtede käekäiku.
- Ajakirjandus peab nägema üha enam vaeva säilitamiseks oma osatähtsusest üha küllastuval infoturul. Kui lugejaskond väheneb, vähenevad ka reklaamitulud ning vajadus uute töötajate järele.
- Riigieelarve ei kasva vajadusele vastavalt ja see mõjutab ennekõike avalik-õiguslikus ringhäälingus hõivatute arvu.

Keelespetsialistide ja loovkirjutajate hõivet võivad oluliselt mõjutada järgnevad aspektid.

- On hakatud rohkem hindama korrektset keelekasutust, toimetamist ja tõlke kvaliteeti, samas on jätkuvalt arenguruumi.

- Majanduse hea käekäik suurendab nõudlust keeletespetsialisti ja loovkirjutaja järele (raamatute ostmise, juhendid toodetele jne).
- Eesti kirjandusel on hea tase ja peale kasvab noori kirjanikke. Täistööajaga keeletespetsialisti ja loovkirjutaja ametikohti napib, mistõttu ei pruugi amet uutele tulijatele atraktiivne olla (vabakutselise töö on ebastabiilne).
- Tõlke- ja tekstitöötlusprogrammide areng võib tõlkijate tööjõuvajadust vähendada, samas suurendades toimetajate vajadust.
- Keeletoimetajate ja tõlkijate palgatase on madal ning selle tõttu ei pruugi noori piisavalt juurde tulla.
- Noorte loevad vähem eestikeelset kirjandust, kasvanud on ingliskeelsete tekstide tarbimine.

Kokkuvõtlikult saab öelda, et arvestades erinevate tegurite ja trendide kombineeritud mõju ja valdkonnaekspertide eksperthinnanguid hõive muutumise kohta lähitulevikus, ei oota sõna- ja keelevaldkonna põhikutsealasid ees kuigi suured muutused hõivatute arvus. Oodata on seega hõivatute arvu jäämist stabiilseks.

Tabel 6. Sõna- ja keelevaldkonna põhikutsealade hõiveprognoos

	Ajakirjanik	Keeletespetsialist	Loovkirjutaja
Töötajate arv	1500	1000	450
Prognoositav muutus aastaks 2026	-5%	-5%	-5%
Arengud majanduses ja tööturul	↗→	↗→	↗→
Töökultuur ja väärtused	↗→	↗→	↗→
Demograafilised muutused	↘→	↘→	↘→
Tehnoloogia areng	↘→	↘→	→
Põhikutseala- ja valdkonna-spetsiifilised arengud	→	→	→
Prognoositav hõivatute arvu muutus	→	→	→
Prognoositav hõivatute arv	1400	950	450

Märkus: hõivatute arv ja hõivemuutus on ümardatud viiekümnelisteni

Sõna- ja keelevaldkonna põhikutsealade tööjõuvajadust mõjutab kõige enam tööturult lahkuvate töötajate asendusvajadus. Kokku oleks kümne aasta jooksul põhikutsealadele uute koolilõpetajate näol vaja juurde üle 500 uue töötaja. Kui vaadata põhikutsealasid eraldi, siis ajakirjanike ja keeletespetsialistide tööjõuvajadus oleks hinnanguliselt ligi 200 põhikutsealal rakendunud koolilõpetajat, loovkirjutajate puhul oleks vajadus ligi 100.

Tabel 7. Sõna- ja keelevaldkonna põhikutsealade tööjõuvajadus

Põhikutseala	Hõivatute arv	Kasvu/kahanemisvajadus aastas	Asendusvajadus aastas	Tööjõuvajadus 10 aasta jooksul
Ajakirjanik	1500	-8	30	200
Keelespetsialist	1000	-5	25	200
Loovkirjutaja	450	-2	11	100
KOKKU	3000	-15	66	500

Märkus: hõivatute arv ja tööjõuvajadus on ümardatud viiekümnelisteni

5.4. Turunduse ja kommunikatsiooni valdkonna põhikutsealade hõiveproгноos ja tööjõuvajadus

Turunduse ja kommunikatsiooni valdkonnas prognoositi hõive kasvu või kahanemist turundusspetsialisti ja kommunikatsioonispetsialisti põhikutsealadel. Turundusspetsialistide puhul saab välja tuua järgnevaid hõivet mõjutavaid olulisi tegureid.

- Reklaamialal tegutsevate firmade loominguline tase on Eestis hea ja konkurentsivõimeline ning reklaamiagentuurid on oma tegevuses uuendusmeelsed. Vajadus turundusspetsialisti järele kasvab kaudselt, kuna üha enam on väiksemad ettevõtjad ka turundajad ja mõistavad turunduse olulisust.
- Turundusettevõtte või tegevuste käivitamiseks pole vaja kuigi suuri investeeringuid ja turundajate vajadus kasvab käsikäes ekspordiaktiivsuse kasvuga.
- Reklaamifirmade müügitulu ja käibed ei ole viimastel aastatel olulisel määral kasvanud, ka töötajate arv on olnud stabiilne (väikese kasvutrendiga).
- Turundusspetsialistide vajaduse hindamisel on võtmetähtsusega see, kuivõrd ettevõtted kogu majanduses mõistavad turunduse rolli müügi ja lisandväärtuse kasvul ning investeerivad sellesse teenusesse. Turundustegevuse olulisuse mõistmine kasvatab turundusspetsialistide arvu.

Kommunikatsioonispetsialistide hõive prognoosimisel on oluline järgnev.

- Kommunikatsioonispetsialistide arv on seni olnud väikeses kasvutrendis. Kommunikatsioon läheb järjest personaalsemaks, mistõttu kasvab tööjõuvajadus.
- Noorte seas on kommunikatsioonivaldkond populaarne ja kommunikatsioonispetsialistide palgatase üle keskmise.
- Infooperatsioonide ajastul muutub hea kommunikatsioonispetsialist üha olulisemaks. Lähitulevikus tähtsustuvad hästi korraldatud kommunikatsiooniprotsessid veelgi, samas ei pruugi piisata vajalike oskustega inimesi. Enamik Eesti ettevõtteid on liiga väikesed eraldi kommunikatsioonispetsialisti palkamiseks.

Kokkuvõtlikult saab öelda, et arvestades erinevate tegurite ja trendide kombineeritud mõju ja valdkonnaekspertide eksperthinnanguid hõive muutumise kohta lähitulevikus, ootab nii kommunikatsiooni- kui ka turundusspetsialistide hõivet lähitulevikus ees väike kasv.

Tabel 8. Turunduse ja kommunikatsiooni valdkonna põhikutsealade hõiveprognosis

	Turundusspetsialist	Kommunikatsioonispetsialist
Töötajate arv	1900	1200
Proгноositud muutus aastaks 2026	10%	10%
Arengud majanduses ja tööturul	↗→	↗→
Töökultuur ja väärtused	↗→	↗→
Demograafilised muutused	↘→	↘→
Tehnoloogia areng	↘→	↘→
Põhikutseala- ja valdkonna-spetsiifilised arengud	↗→	↗→
Proгноositav hõivatute arvu muutus	↗→	↗→
Proгноositav hõivatute arv	2100	1300

Märkus: hõivatute arv ja hõivemuutus on ümardatud viiekümnelisteni

Nii turundus- kui ka kommunikatsioonispetsialistide tööjõuvajadust mõjutab lisaks asendusvajadusele ka progноositud hõive kasv. Seega mõlema põhikutseala puhul tööjõuvajadus kasvab. Lähema kümne aasta jooksul oleks uute valdkonda rakendunud koolilõpetajate näol juurde vaja hinnanguliselt 360 turundusspetsialisti ning üle 200 kommunikatsioonispetsialisti.

Tabel 9. Turunduse ja kommunikatsiooni valdkonna põhikutsealade tööjõuvajadus

Põhikutseala	Hõivatute arv	Kasvu/kahanemis-vajadus aastas	Asendus-vajadus aastas	Tööjõu-vajadus 10 aasta jooksul
Turundusspetsialist	1900	10	26	350
Kommunikatsiooni-spetsialist	1300	6	16	200
KOKKU	3200	16	42	600

Märkus: hõivatute arv ja tööjõuvajadus on ümardatud viiekümnelisteni

5.5. Disaini- ja kunstivaldkonna põhikutsealade hõiveprognosis ja tööjõuvajadus

Disaineri puhul võib hõivet mõjutavate teguritena välja tuua järgmist.

- Uuringud toovad disaini- ja audiovisuaalvaldkonna puhul välja suurt arengu- ja innovatsioonipotentsiaali, mis moodustavad koos moetööstusega ka lõviosa maailma

loomekaubandusest. Sealjuures annab suure osa nimetatud valdkondade edusse omakorda koostöös IT-sektoriga üha kiiremini kasvav videomängutööstus.

- Lähimõeldud disain toetab toote või teenuse kasutusmugavust, mis omakorda parandab kliendi rahulolu. Rahulolevad kliendid suurendavad omakorda ettevõtte konkurentsivõimet. Võtmetähtsusega on disaini rolli teadvustamine. Seda ka tehakse üha enam, sh riik toetab läbi erinevate programmide.
- Nõudlus disainiteenuste järele on kasvanud, mida näitab müügitulu ja töötajate arvu kasv disainibüroodes viimastel aastatel. Eksperdid on toonud eriti välja nõudluse kasvu heade teenuse- ja interaktsioonidisainerite järele ning kasvanud on ka disainibüroode ja tööstusettevõtete omavaheline koostöö.
- Disainiteenuste ekspordivõimekus on riiklike toetusprogrammide toel viimastel aastatel kiiresti kasvanud. Kiiresti on kasvanud ka Eesti disainerite kompetents ja tööde kvaliteet. Üha enam disainibüroosid otsib ja leiab rakendust eksporditurgudel.
- Lähitulevikus kasvab oluliselt disainerite vajadus kogu majanduses, kuna seniste, peamiselt allhankel põhinevate majandusmudelitega ei saa ettevõtted enam jätkata (nt palgasurve). Vaja on olulisel määral tõsta loodud lisandväärtust ja pakkuda n-ö kallimaid kaupu ja teenuseid. Disainerite roll on siin väga oluline.

Kunstnike ning disaini- ja kunstikoordinaatorite lähituleviku hõivet mõjutavate tegurite kontekstis saab välja tuua järgnevat.

- Kunstitehingute maht on olnud märkimisväärses tõusutrendis. Üha enam osalevad Eesti kunstnikud välisnäitustel ning muudel piiritagustel kunstisündmustel. Eesti kunstil on välismaal hea maine ja omatakse häid rahvusvahelisi suhteid.
- Eestis on tugevad traditsioonid ja head kogemused rahvusvaheliste kunstisündmuste korraldamisel. Samuti on aktiveerunud näitusetevetus, kunstiprojektide ja -sündmuste korraldamine ning kasvanud külastatavuse arv, kunstikogude säilitamine kunstimuuseumides ja professionaalsetes kunstigaleriides on paranenud.
- Kunstniku elukutset iseloomustab stabiilsuse puudumine ning keeruline on vaid kunstnikuna ära elada. Üldjuhul on kunstniku müügiplane suutlikkus nii sise- kui ka välisturul madal.
- Hoolimata sellest, et EAS-i ja kohalike programmide (nt LEADER) kaudu on viimastel aastatel toetatud mitmeid kunstivaldkonna investeeringuid (nt Eesti Kaasaegse Kunsti Arenduskeskuse rajamine Noblessnerisse; samuti on toetatud üle Eesti kunstiresidentuuride käivitamist ja sisseseadet jne), on valdkonnas probleemiks rahastusallikate vähesus arendustegevusteks ja investeeringuteks ning eraraha ja kohalike omavalitsuste vähene kaasatus kunsti valdkonda (sh vähene regionaalne koostöö).
- Arendamist vajavad majandus- ja ettevõtlusalased teadmised, sellest tulenevalt on nõrgad müügioskused ja ka müügisooovid, lisaks napib kunstivahendajaid.

Disaini ja kunsti tehniliste teostajate puhul võib lisaks eelnevale kokkuvõtvalt välja tuua järgnevat.

- Infograafika ja visuaalse interaktsiooni võidukäik praegu ja tulevikus suurendab oluliselt vajadust tehniliste teostajate järele ja seda mitte ainult meediasektoris.

- Noored on võrreldes vanema põlvkonnaga oluliselt digialtimad ja huvituvad Infograafika ja visuaalse interaktsiooni õppimisest ning sellel alal töötamisest, seega ka uut tööjõudu peaks tulevikus olema enam.
- Tehnoloogiline areng ühelt poolt kiirendab tehniliste teostajate tööd, kuid teiselt poolt loob rohkelt juurde uusi rakendumisvõimalusi.

Arvestades erinevate tegurite ja trendide kombineeritud mõju ja valdkonnaekspertide eksperthinnanguid hõive muutumise kohta lähitulevikus, ootaks disainerite hõivet keskmine kasv (20%) ning kunstnike hõive jääks lähituleviku vaates stabiilseks. Väike kasv (10%) ootaks ees ka disaini ja kunsti tehnilisi teostajaid ja disaini- ja kunstikoordinaatoreid.

Tabel 10. Disaini- ja kunstivaldkonna põhikutsealade hõiveprognoos

	Disainer	Kunstnik	Disaini ja kunsti tehniline teostaja	Disaini- ja kunstikoordinaator
Töötajate arv	1600	650	1600	100
Prognoositav muutus aastaks 2026	20%	0%	10%	10%
Arengud majanduses ja tööturul	↗→	↗→	↗→	↗→
Töökultuur ja väärtused	↗→	↗→	↗→	↗→
Demograafilised muutused	↘→	↘→	↘→	↘→
Tehnoloogia areng	↘→	↘→	↘→	→
Põhikutseala- ja valdkonnaspetsiifilised arengud	↗	↗→	↗→	↗→
Prognoositav hõivatute arvu muutus	↗	→	↗→	↗→
Prognoositav hõivatute arv	1900	650	1800	100

Märkus: hõivatute arv ja hõivemuutus on ümardatud viiekümnelisteni

Uute rakendunud koolilõpetajate näol oleks juurde vaja 650 disainerit ja üle 100 uue kunstniku. Disaini ja kunsti tehnilisi teostajaid oleks kümne aasta jooksul vaja üle 400. Disaini- ja kunstikoordinaatoreid oleks vaja juurde ligi 50 ja seda samuti uute valdkonda rakenduvate koolilõpetajate näol.

Koondnäitajatest oluliselt suurem vajadus on eraldi võttes nende disaineri rollide järele, mis on meie majanduses uudsemad. Teenusedisainerid, kasutajaliidese- ja kasutajakogemuse disainerid ning disainijuhid on praegu kõige kiiremini kasvava nõudlusega ametikohad ja nende tööjõuvajadus on viimastel aastatel oluliselt kasvanud. Seda just eriti IKT-, finantsteenuste, avalike teenuste ja *start-up*-valdkondades.

Tabel 11. Disaini- ja kunstivaldkonna põhikutsealade tööjõuvajadus

Põhikutseala	Hõivatute arv	Kasvu/kahanemisvajadus aastas	Asendusvajadus aastas	Tööjõuvajadus 10 aasta jooksul
Disainer	1600	30	35	650
Kunstnik	650	0	12	100
Disaini ja kunsti tehniline teostaja	1600	18	24	400
Disaini- ja kunstikoordinaator	100	1	3	50
KOKKU	4000	49	74	1200

Märkus: hõivatute arv ja tööjõuvajadus on ümardatud viiekümnelisteni

5.6. Trükitööstuse valdkonna põhikutsealade hõiveproгноos ja tööjõuvajadus

Trükitööstuses on kokku neli põhikutseala ning ei valdkonnatrendidest ega ka valdkonnaekspertide hinnangutest ei tulnud välja erinevat mõju avaldumist põhikutsealade lõikes. Seega on hõive muutumise suund kõigil põhikutsealadel sama.

Trükitööstuse puhul mõjutavad edasisi arenguid järgnevad tegurid.

- Trükitööstus on sektorina tugev ning hea on omavaheline koostöö õppeasutuse, alaliidu jne tasandil. See loob eeldused lahenduste leidmiseks edasiseks konkurentsipüsimeks.
- Töötajate arv on viimastel aastatel olnud stabiilne, samuti pole märkimisväärset kasvutempot näidanud müügitulu, sh müük mitteresidentidele ehk eksport.
- Väga olulise mõjuga on see, kuidas Eesti trükitööstus suudab konkureerida nt Poola, Läti ja Leeduga. Eesti trükitööstus on lähedal olukorrale, kus oli Skandinaavia trükitööstus 2000. aastatel – on oht mitte püsida edasises konkurentsipüsimeks. Eesti ettevõtte ei võistle enam madalaima hinna turul, tulevik seisneb eelkõige ressursitõhusamas tootmises, automatiseerimises, tootearenduses ja pidevas kvaliteedi parandamises. Võtmesõnaks on ettevõtete valmisolek ja võimekus investeerida üha enam tiptasemel tehnoloogiasse.
- Ofsettrükk ei kao lähiajal kuhugi, kuid digitrüki osatähtsus kasvab, eelkõige vähendab automatiseerimine ja robotiseerimine töökäte vajadust seal. Automatiseerimine ja tehnoloogia areng vähendab vajadust eelkõige lihttööde järele.

Kokkuvõtlikult saab öelda, et arvestades erinevate tegurite ja trendide kombineeritud mõju ja valdkonnaekspertide eksperthinnanguid hõive muutumise kohta lähitulevikus, ei oota trükitööstuse valdkonna põhikutsealasid ees kuigi suured muutused hõivatute arvus. Oodata on seega hõivatute arvu jäämist stabiilseks.

Tabel 12. Trükitööstuse valdkonna põhikutsealade hõiveprognoos

	Trükkal	Trüki ettevalmistaja	Järeltöötlus-seadmete operaator	Trükitööstuse tootmisjuht/meister
Töötajate arv	600	300	1100	200
Prognoositud muutus aastaks 2026	-5%	-5%	-5%	-5%
Arengud majanduses ja tööturul	→	→	→	→
Töökultuur ja väärtused	↘→	↘→	↘→	↘→
Demograafilised muutused	↘→	↘→	↘→	↘→
Tehnoloogia areng	↘→	↘→	↘→	↘→
Põhikutseala- ja valdkonnaspetsiifilised arengud	↗→	↗→	↗→	↗→
Prognoositav hõivatute arvu muutus	→	→	→	→
Prognoositav hõivatute arv	600	300	1050	200

Märkus: hõivatute arv ja hõivemuutus on ümardatud viiekümnelisteni

Trükitööstuse põhikutsealade tööjõuvajadus lähima 10 aasta jooksul on hinnanguliselt üle 250 põhikutsealadele rakendunud uue koolilõpetaja. Neist kõige enam on juurde vaja trükiste järetöötlusseadmete operaatoreid, ligi 100 uut koolilõpetajat on vaja trükkaliks. Trükiettevalmistajaid ja tootmisjuht-meistreid on vaja arvuliselt mõnevõrra vähem. See ei tähenda, et need põhikutsealad oleks vähem olulised, tööjõuvajadust mõjutab siin nende praegune väiksem hõivatute arv.

Tabel 13. Trükitööstuse valdkonna põhikutsealade tööjõuvajadus

Põhikutseala	Hõivatute arv	Kasvu-/kahanemis-vajadus aastas	Asendusvajadus aastas	Tööjõuvajadus 10 aasta jooksul
Trükkal	600	-3	11	100
Trüki ettevalmistaja	300	-2	6	50
Järeltöötlemis-seadmete operaator	1100	-6	17	100
Tootmisjuht/meister	200	-1	4	50
KOKKU	2200	-12	38	300

Märkus: hõivatute arv ja hõivemuutus on ümardatud viiekümnelisteni

5.7. Kokkuvõte

Kultuuri- ja loometegevuse uuringus käsitletud alavaldkondade põhikutsealade hõive- ja tööjõuproгноos ühegi põhikutseala osas hõive olulist langust ega tööjõuvajaduse vähenemist ette ei näinud. Kahe alavaldkonna – sõna ja keele ning trükitööstuse – hõive- ja tööjõuvajadus jääb lähitulevikus stabiilseks. Disaini- ja kunsti-, audiovisuaalvaldkonna ning turunduse ja kommunikatsiooni valdkonna põhikutsealasid ootab ees väike kasv ning tööjõuvajadus pigem kasvab. Oluline on silmas pidada, et prognoos annab hinnangu just uute, põhikutsealale rakenduvate koolilõpetajate vajaduse kohta. Valdkond ise võib arvuliselt suuremat tööjõuvajadust tunnetada, kuna asendada on vaja ka neid, kes lahkuvad teistesse sektoritesse ja ka Eestist välja. Samas ei pea kogu tööjõuvajadust katma uued koolilõpetajad, seda võib teha ka teistes sektorites hõivatud olev erialase väljaõppega potentsiaalne tööjõud.

6. Koolituspakkumine

Selles peatükis antakse ülevaade kultuuri- ja loometegevuse valdkonna siinses uuringus analüüsitud alavaldkondade koolituspakkumisest. Vaatluse all on nii tasemeõppe statistika kui ka õppe kvaliteedi ning arenguvajadustega seonduv. Samuti käsitletakse täiendus- ja ümberõppe võimalusi ning vajadusi. Tasemeõppe statistiline ülevaade on koostatud Eesti Hariduse Infosüsteemi (EHIS) andmete põhjal ning analüüsitud on õppeaastaid 2013/14 kuni 2018/19. Viie viimase aasta näitajate analüüs võimaldab paremini esile tuua trende nii kutse- ja kõrghariduses nii vastuvõttu, katkestamist kui ka lõpetamist kajastava statistika puhul. Lõpetajate puhul on viimaseks vaatlusaluseks õppeaastaks 2017/18, kuivõrd 2018/19. õppeaasta lõpetajate statistikat raporti kirjutamise ajal veel polnud. Analüüs puudutab õppekavu, kust lõpetajad võiksid pärast lõpetamist asuda tööle valdkonna põhikutsealadele. Sideme loomisel on õppekavades analüüsitud põhjalikult seda osa, mis puudutab lõpetajate rakendusvõimalusi ehk õpiväljundeid pärast õppe lõpetamist. Nimetatud sideme kindlaksmääramisel on abiks olnud valdkonna eksperdid nii töö- kui ka haridusmaailmast. Rõhutada tuleb, et kui silmas pidada lõpetajaid, siis analüüsis ja joonistel toodud lõpetajate arv on suurem, kui nähtub tööjõuvajaduse ja koolituspakkumise võrdlusest. Seda seetõttu, et on arvestatud majandusliku aktiivsuse määra koefitsiendiga, välditud topeltarvestust juhul, kui bakalaureuseõppes saab liikuda samale erialale ka magistris. Samuti ei ole arvestatud enamikku välisüliõpilastest lõpetajaid, kuna vähesed neist jäävad Eestisse. Arvestatud on ka sellega, et juba valdkonnas töötavad inimesed lähevad end peamiselt magistriõppesse täiendama.

Õppekavad on jaotatud viide gruppi alavaldkondade ja nende põhikutsealade põhjal. Nendeks gruppideks on audiovisuaalvaldkond, sõna ja keel, kommunikatsioon ja turundus, disain ja kunst ning trükitööstus. Valdkondlik jaotus on samas mõneti tinglik, sest mitmete põhikutsealade esindajaid võib kohata ametis terves majanduses, paljudel tegevusaladel. Nendeks põhikutsealadeks on näiteks turundus- ja kommunikatsioonispetsialistid, aga ka disainerid. Samuti kattuvad sageli alavaldkondade ja põhikutsealade omavahelised piirid ja valdkonnad on ka omavahel sidusad. Analüüsitud õppekavasid võib antud juhul, arvestades nende sidet põhikutsealadega, jaotada kahte tüüpi. **Esimene tüüp** hõlmab õppekavasid, mille lõpetanud on peamiselt mõeldud asuma tööle kas ühele või mitmele valdkonna põhikutsealale. Mitmele põhikutsealale arvestati lõpetanuid näiteks disaini ja kunsti, aga ka audiovisuaalvaldkonna õppekavade puhul. **Teist tüüpi õppekavasid** iseloomustas see, et valdkonna põhikutsealad on lõpetajatele üks võimalikke rakendusvõimalusi, kuid kindlasti mitte peamine. Teist tüüpi õppekavadelt arvestati enamikul juhtudel valdkonna koolituspakkumisse 10–20% lõpetanutest, sõltuvalt õppekavast. Näitena saab siin esile tuua äriduse õppekavad, kust väike osa lõpetajatest arvestati turundusspetsialisti koolituspakkumisse. Järgnevalt käsitletakse põhjalikumalt esimest tüüpi õppekavu, kuid lühike ülevaade antakse ka teise tüübi õppekavadest, kus see on asjakohane. Kindlasti tuleb rõhutada seda, et analüüsides alavaldkondlike haridustrende õppekavarühmiti, ei ole kajastatud kõiki õppekavarühma kuuluvaid õppekavu, vaid ainult **neid, mille puhul on loodud side alavaldkonna põhikutsealadega**.

6.1. Üldised haridustrendid statistika põhjal

Alapeatükis keskendutakse viimase viie aasta statistikal põhinevatele trendidele kõrg- ja kutsehariduses vastuvõetute, õppijate, lõpetajate ja katkestajate puhul. Viimase viie aasta jooksul on kutseharidust iseloomustanud õppijate arvu langus, kuid see langus on olnud üsnagi mõõdukas. Kui 2014/15. õppeaastal oli õppimas 25 200 õpilast, siis 2018/19. õppeaastaks oli õppijate arv langenud 23 400-ni. Vastuvõetute arv on aga püsinud viie aasta jooksul stabiilsena, 11 000 ja 12 000 vahel. Ka katkestamise määr on püsinud stabiilsena, olles 19–21%.¹⁶¹

Katkestamise protsent on suurem esimesel õppeaastal, kus neljandik õppima asunutest katkestab õpingud. Järgnevatel aastatel katkestamisrisk oluliselt väheneb. Suur osa katkestanutest alustab õpinguid uuesti, teisel erialal. Katkestamise protsent varieerub suurel määral, sõltudes koolist, regioonist ja õppekavarühmast (OECD 2018¹⁶²). Kuna katkestamise määr on olnud stabiilne, võiks eeldada, et ka lõpetanute arv on viimastel aastatel olnud stabiilne. Nii on see ka olnud, viimastel aastatel on lõpetajate arv jäänud 8200–8600 piiridesse. Stabiilsuse taga on oluliselt kasvanud täiskasvanute (25+) suundumine kutseõppesse, samal ajal kui noorte arv on vähenenud.¹⁶³ 2016/17. õppeaastal moodustasid 25-aastased ja vanemad õppijad juba 35% kõigist õppijatest kutsehariduses.¹⁶⁴ Täiskasvanud õppijate arv kutsehariduses on kasvanud 2014/15. õppeaasta 7400-lt 2018/19. õppeaasta 9300 õppijani.¹⁶⁵

Noorte arvu kutseõppes aitaks tõsta see, kui enamad põhikoolilõpetajad valiksid üldkeskhariduse asemel kutsehariduse. Viimasel viiel aastal pole kutseharidusse suundunud põhikoolilõpetajate osatähtsus aga kuigivõrd muutunud, olles 26–28%. Aastaks 2020 on seatud eesmärgiks, et 35% lõpetajatest valiksid kutsehariduse.¹⁶⁶

Kõrghariduses on aset leidnud küllaltki suur üliõpilaste arvu langus. Kui 2014/15. õppeaastal õppis Eesti kõrgkoolides 55 000 üliõpilast, siis 2018/19. õppeaastaks oli nende arv langenud 46 000-ni¹⁶⁷. Seejuures viimasel kolmel aastal on üliõpilaste arvu langus selgelt aeglustunud. Kui vaadata vastuvõttu, siis viie aasta jooksul on olnud see pigem stabiilne, jäädes sõltuvalt aastast suurusjärku 13 000–14 000. Seda vastuolu üliõpilaste arvu languse ja stabiilse vastuvõetute arvu vahel aitab selgitada mõnevõrra kasvanud katkestamise määr analüüsitava perioodi esimeses pooles.

Üliõpilaste arvu langus Eestis olnud üks Euroopa suuremaid ning vähenemine ei ole tulenenud üksnes rahvastiku, sh noorte arvu vähenemisest või vananemisest. Gümnaasiumi lõpetamisele järgneval õppeaastal on kõrghariduses edasi õppijate osakaal viimastel aastatel kahanenud. Kõrghariduses jätkas

¹⁶¹ Eesti Hariduse Infosüsteemi andmestik 2019. aasta seisuga.

¹⁶² *Background report for OECD on vocational education and training (VET) in Estonia.*
https://www.hm.ee/sites/default/files/uuringud/oecd_vet_background.pdf

¹⁶³ Eesti Hariduse Infosüsteemi andmestik 2019. aasta seisuga.

¹⁶⁴ *Background report for OECD on vocational education and training (VET) in Estonia.*
https://www.hm.ee/sites/default/files/uuringud/oecd_vet_background.pdf

¹⁶⁵ Eesti Hariduse Infosüsteemi andmestik 2019. aasta seisuga.

¹⁶⁶ Haridus- ja Teadusministeeriumi aastaanalüüs 2017, kokkuvõte.

¹⁶⁷ Eesti Hariduse Infosüsteemi andmestik 2019. aasta seisuga.

vahetult gümnaasiumi lõpetamise järel 2017. aastal ligi 10% vähem lõpetanuid kui kümme aastat tagasi.¹⁶⁸

Langus oleks olnud veelgi suurem, kui välisüliõpilaste arv poleks kasvanud viie aastaga enam kui 2000 võrra, jõudes 2018/19. õppeaastaks rohkem kui 5000 välisüliõpilaseni.¹⁶⁹

Katkestamise määr on kõrgem just Eesti päritolu üliõpilaste seas. Kui 2018/19. õppeaastal oli kõrghariduses tervikuna katkestamise määraks 14%, siis välisüliõpilaste seas oli see 9%.¹⁷⁰ Omaette küsimus on, kui palju välisüliõpilastest pärast õpinguid Eestisse jääb. Riigikontrolli auditi järgi on see olnud viiendik lõpetanutest ehk siis enamik välisüliõpilastest Eestisse tööle ei jää.¹⁷¹

1990-ndatel oli täiskasvanud õppijate osakaal kõigi kõrghariduse tasemel õppijate hulgas umbes viiendik. Suur tõus täiskasvanud õppijate osakaalus toimus aastatuhande vahetusel ning alates õppeaastast 2003/2004 hõlmavad üle 25-aastased õppijad kõigist tudengitest stabiilselt ligi 40%.¹⁷² Ka viimastel aastatel on täiskasvanud üliõpilaste osatähtsuse kasvutrend jätkunud. Vaadates kõrgkoolidesse astujate arve, näeme, et viimase viie aasta jooksul on kasvanud 30-aastaste ja vanemate õppida soovijate vastuvõtt. 2014/15. õppeaasta alguses võeti vastu 2360 uut vanuses 30+ üliõpilast, 2018/19. õppeaastal aga juba 2900. Üliõpilaste arv selles vanusegrupis on sama aja jooksul aga isegi pisut langenud, mis viitab kasvanud katkestamistele. Ka Haridus- ja Teadusministeeriumi 2017. aasta kokkuvõttes tuuakse välja, et kõrgharidusega 30–34-aastaste osatähtsus on olnud kasvutrendis ning oli 2016. aastal 45% vanuserühmast. Sellega on ületatud 2020 aastaks Eesti ja EL eesmärgiks¹⁷³ seatud 40% piir. Lõhe kõrgharitud meeste ja naiste osakaalus on endiselt suur: kui 30–34-aastastest meestest on kõrgharidusega 38,8%, siis naistest 52,4%.¹⁷⁴

Kõrghariduses tervikuna on lõpetajate arv viimasel viiel aastal olnud langustrendis. Kui kuni 2015/16. õppeaastani oli lõpetanuid üle 10 000, siis viimasel kahel õppeaastal on see olnud üle 9500.¹⁷⁵ Täht *et al* 2013 uuring toob välja, et kui võrrelda omavahel õppevaldkondi, siis väikseima lõpetamise šansiga on tehnikaalad ning humanitaar- ja sotsiaalteaduste valdkond. Parima lõpetamise šansiga¹⁷⁶ on tervishoiu õppevaldkond, sellele järgneb põllumajandus.¹⁷⁷

Kõik lõpetajad ei pruugi leida oma haridustasemele vastavat tööd, kuid PIAAC uuringu andmetel on üleharitus kõrgharidusega noorte hulgas Eestis väiksem probleem kui OECD riikides keskmiselt¹⁷⁸. Haridustasemele vastava töö mitteleidmine võib peegelduda ka hiljem saadavas sissetulekus. Leppik (2018)¹⁷⁹ on põhjalikult analüüsinud kutse- ja kõrghariduse lõpetanute tulevast sissetulekut. Oma

¹⁶⁸ Kreegipuu, T., Jaggo, I. (2018). Õpingutega jätkamine pärast üldkeskharidust. Haridus ja Teadusministeerium. https://www.hm.ee/sites/default/files/uuringud/keskhariduse_jatk_kreegipuu.pdf

¹⁶⁹ Eesti Hariduse Infosüsteemi andmestik 2019. aasta seisuga.

¹⁷⁰ Välisüliõpilaste õppimine ja õpetamine Eesti kõrgkoolides. EKKA. http://ekka.archimedes.ee/wp-content/uploads/Temaatilise_hindamise_aruanne_2019.pdf

¹⁷¹ Riigikontrolli audit (2015). Ülevaade riigi rändepoliitika valikutest. Milline on rände roll tööjõupuuduse vähendamisel?

¹⁷² Roosalu, T. 2013. Täiskasvanud õppijad Eesti kõrgharidussüsteemis. Uuringu aruanne. SA Archimedes.

¹⁷³ Euroopa Liidus 12.05.2009 vastuvõetud strateegiline raamistik Education and Training 2020.

¹⁷⁴ Haridus- ja Teadusministeeriumi aastaanalüüs 2017, kokkuvõtte.

¹⁷⁵ Eesti Hariduse Infosüsteemi andmestik 2019. aasta seisuga.

¹⁷⁶ Võrrelduna sotsiaalteadustega.

¹⁷⁷ Täht, K., Must, O., Must, A. 2013. Programmi TULE uuringu „Haridustee valikud ning õpingute katkestamise asjaolud Eesti kõrghariduses” aruanne. ESF programmi „Kõrghariduse katkestanud haridustee jätkamine” – TULE.

¹⁷⁸ Haridus- ja Teadusministeeriumi aastaanalüüs 2017, kokkuvõtte.

¹⁷⁹ Leppik, M. (2018). Kutse- ja kõrgharidusõpingud lõpetanute edukus tööturul 2016. Tartu: Haridus- ja Teadusministeerium.

analüüsis toob ta välja ka tulemusi teiste riikide kohta, kus (Chevalier 2011, Machin ja Puhani 2006) järgi¹⁸⁰ teenivad mitmetes riikides (Saksamaa, Prantsusmaa, Ameerika Ühendriigid jt) tervise, teaduse ja sotsiaalteaduste (eeskätt majanduse, õiguse ja äri) valdkonna lõpetajad rohkem kui humanitaarteaduste, hariduse ja kunstide valdkonna lõpetajad. Ka Eestis on diferentseerumine küllaltki märkimisväärne. Kõrgharidusõppe IKT õppesuuna ning kunstide suuna lõpetanute keskmine töine sissetulek erineb peaaegu 100% – IKT lõpetajad teenivad kunstide suuna lõpetajatest kaks korda rohkem. Samal ajal on näiteks ärimise ja halduse suuna lõpetajate sissetulek kunstide suuna lõpetajate omast 44% võrra kõrgem. Ka keelte õppega seotud õppekavarühmad olid pingerea tagaosas. Kokkuvõtlikult saab öelda, et IKT-d ja tehnilisi erialasid on tulevast palka silmas pidades kasulikum õppida kui n-ö pehmeid erialasid.¹⁸¹

6.2. Audiovisuaalvaldkond

Audiovisuaalvaldkonnas arvestatud õppekavad kuulusid audiovisuaalsete tehnikate ja meedia tootmise ja kunst mujal liigitamata õppekavarühmadesse. Kunst mujal liigitamata õppekavarühma kuulus Kõrgema Kunstikooli Pallas fotograafia rakenduskõrghariduse õppekava. Üks õppekava kuulus humanitaaria ja kunsti interdistsiplinaarsesse õppekavarühma. Analüüsi on kaasatud õppekavad, mille lõpetajad võiksid asuda tööle audiovisuaalse sisu looja, tehnilise teostaja ja toe, fotograafi ning audiovisuaalvaldkonna koordinaatori põhikutsealadele.

Peamiseks ja kõige olulisemaks kõrgharidust pakkuvaks õppeasutuseks audiovisuaalvaldkonnas on TLÜ BFM, kus eeltoodud põhikutsealadele koolitavatele õppekavadele toimus 2018/19. õppeaastal vastuvõtt kahele bakalaureuse-, viiele magistri-, ühele doktori- ning ühele rakenduskõrgharidusõppe õppekavale. Võib öelda, et audiovisuaalvaldkonna õpet käsitlev statistika peegeldabki suurel määral TLÜ BFMi õpet puudutavates arvudes aset leidnud muutusi. Ühte õppekava (fotograafia) võeti arvesse ka Eesti Kunstiakadeemia ja Kõrgema Kunstikooli Pallas puhul. Eraldi tuleb rõhutada seda, et BFM-is moodustab just tasuline õpe olulise osa. Magistritasemel on tasulised ühisõppekavad ViewFinder ja KinoEyes, bakalaureusetasemel õppekavad Audiovisuaalmeedia ja Ristmeedia filmis ja televisioonis. Üliõpilaste ja lõpetanutega õppekavade arv pisut erines vastuvõttuga õppekavade arvust põhjusel, et mõnel õppekaval, kus on veel nii üliõpilasi kui ka lõpetajaid, pole enam vastuvõttu või siis on õppekava niivõrd uus, et pole veel lõpetajaid. Erinevusi oli siin Tallinna Ülikooli õppekavade puhul. Kui võtta kokku nii rakendus-, bakalaureuse- kui ka magistriõppe õppekavad, siis vastuvõtt toimus üheksal ning lõpetajaid oli kaheksal õppekaval.

¹⁸⁰ Chevalier, A. (2011). *Subject Choice and Earnings of UK Graduates*. IZA Discussion Paper no. 5652, Machin, S. ja Puhani, P. (2006). *The contribution of Degree Subject to the Gender Wage Gap for Graduates: A Comparison of Britain, France and Germany. Report to the Anglo-German Foundation*.

¹⁸¹ Leppik, M. (2018). *Kutse- ja kõrgharidusõpingud lõpetanute edukus tööturul 2016*. Tartu: Haridus- ja Teadusministeerium.

Tabel 14. Vastuvõtu, õpilastega ning lõpetajatega audiovisuaalvaldkonna õppekavad kõrghariduses õppeasutuse ja astme järgi

	Rakenduskõrgharidus	Bakalaureus	Magister	Doktor
Vastuvõtt 2018/19				
Eesti Kunstiakadeemia	0	1	0	0
Kõrgem Kunstikool Pallas	1	0	0	0
Tallinna Ülikool	1	2	5	1
<i>Kokku</i>	2	3	5	0
Üliõpilased 2018/19				
Eesti Kunstiakadeemia	0	1	0	0
Kõrgem Kunstikool Pallas	1	0	0	0
Tallinna Ülikool	1	2	5	1
<i>Kokku</i>	2	3	5	1
Lõpetanud 2018				
Eesti Kunstiakadeemia	0	1	0	0
Kõrgem Kunstikool Pallas	1	0	0	0
Tallinna Ülikool	0	3	3	0
<i>Kokku</i>	1	4	3	0

Märkus: tabelis on esimest tüüpi õppekavad.

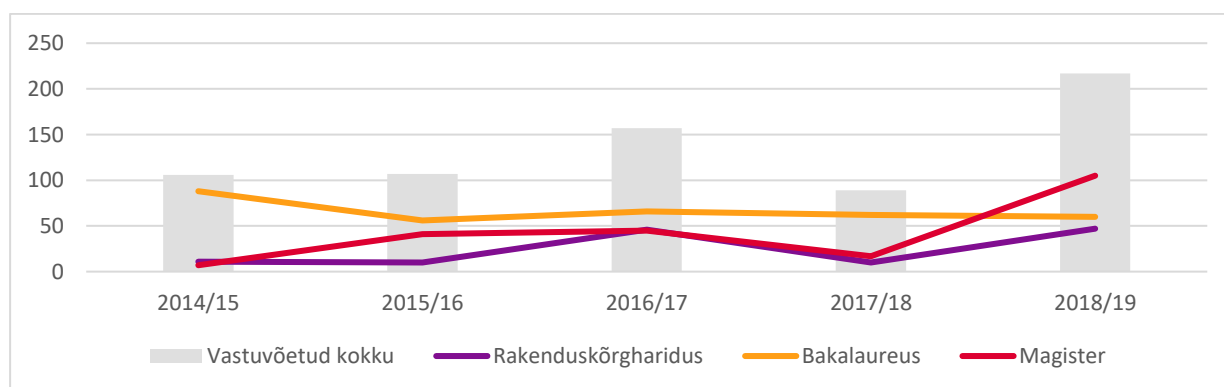
Allikas: Eesti Hariduse Infosüsteem (EHIS)

Audiovisuaalvaldkonnas annab haridust ka üks kutsekool, nimelt Tallinna Polütehnikum. 2018/19. õppeaastal oli õpilasi, toimus vastuvõtt ning olid lõpetajad fotograafi õppekaval, samas eelnevatel aastatel on vastu võetud õpilasi ka teleoperaatori õppekavale ja lähitulevikus on seda veelgi plaanis teha.

6.2.1. Vastuvõtt audiovisuaalvaldkonna tasemeõppes

Võrreldes 2014/15. õppeaastaga oli 2018/19. õppeaastal vastu võetud üliõpilaste arv oluliselt suurem, ületades 200 piiri. Viis aastat tagasi oli vastuvõetuid pisut üle saja. Kasvu tõi kaasa eelkõige vastuvõetute arvu kasv magistriõppesse, seda just uute tasuliste õppekavade avamise tõttu. Mõnevõrra kasvas ka rakenduskõrgharidusõppesse vastuvõetute arv. Bakalaureuseõppesse vastuvõetute arv on olnud viimastel aastatel stabiilne, olles suurusjärgus 60 vastuvõetut. Vastuvõetute arvu kasvu on toonud kaasa eelkõige välisüliõpilaste vastuvõtu kasv, kuna on avatud uued ingliskeelsed õppekavad. Kui enne võeti vastu alla 50 välisüliõpilase aastas, siis 2018/19. õppeaastal võeti vastu 122 välisüliõpilast.

Joonis 22. Vastuvõtt audiovisuaalvaldkonna õppekavadel aastate järgi



Märkus: joonisel on esimest tüüpi õppekavad.

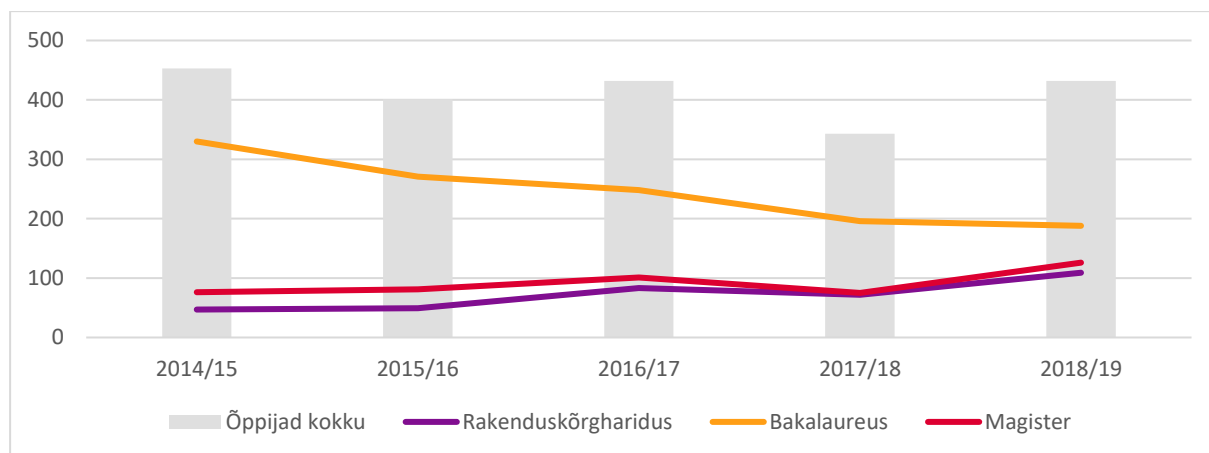
Allikas: Eesti Hariduse Infosüsteem (EHIS)

Kui vaadata kutseharidust, siis Tallinna Polütehnikumis on olnud vastuvõtt viimasel viiel aastal stabiilselt 20–30 õpilast.

6.2.2. Õppijad audiovisuaalvaldkonna tasemeõppes

Üliõpilaste arv on audiovisuaalvaldkonna kõrgharidusõppes püsitud pigem stabiilsena, kui välja arvata 2017/18. õppeaasta, mil see oli oluliselt väiksem. Teistel aastatel on üliõpilaste arv püsitud üle 400 üliõpilase. Siiski on üliõpilaste arv võrreldes viie aasta taguse ajaga mõnekümne üliõpilase võrra langenud. Õppe liikide lõikes on üliõpilaste arv muutunud aga küllaltki erinevates suundades. Oluliselt on langenud bakalaureuseõppes õppijate arv, vähenedes viie aasta jooksul kolmandiku võrra. Seevastu on kasvanud rakendus- ja magistriõppe üliõpilaste arv. 2018/19. õppeaastal on õppimas ka 9 doktoranti audiovisuaalkunsti ja meediauuringute õppekaval. Audiovisuaalse õppe puhul tulevad eriti esile arengud, mis üliõpilaste arvu langust pidurdada on aidanud ehk siis välisüliõpilaste arvu kasv. Nimelt on audiovisuaalõppes viie aasta jooksul välisüliõpilaste arv kasvanud saja võrra ning ilma nendeta võiks rääkida märkimisväärselt üliõpilaste arvu langusest. Üliõpilaste vanuselises struktuuris suuri muutusi pole olnud, aastast sõltumata moodustasid õppuritest lõviosa 20–29-aastased, kõige enam oli neist 20–24-aastaseid üliõpilasi. Vanemaid kui 30-aastaseid üliõpilasi oli, kuid nende osatähtsus polnud kuigi suur. Kutsehariduses on viimastel aastatel olnud stabiilselt ligi 50 õppijat.

Joonis 23. Õppijate arv audiovisuaalvaldkonna õppekavadel kõrg- ja kutsehariduses



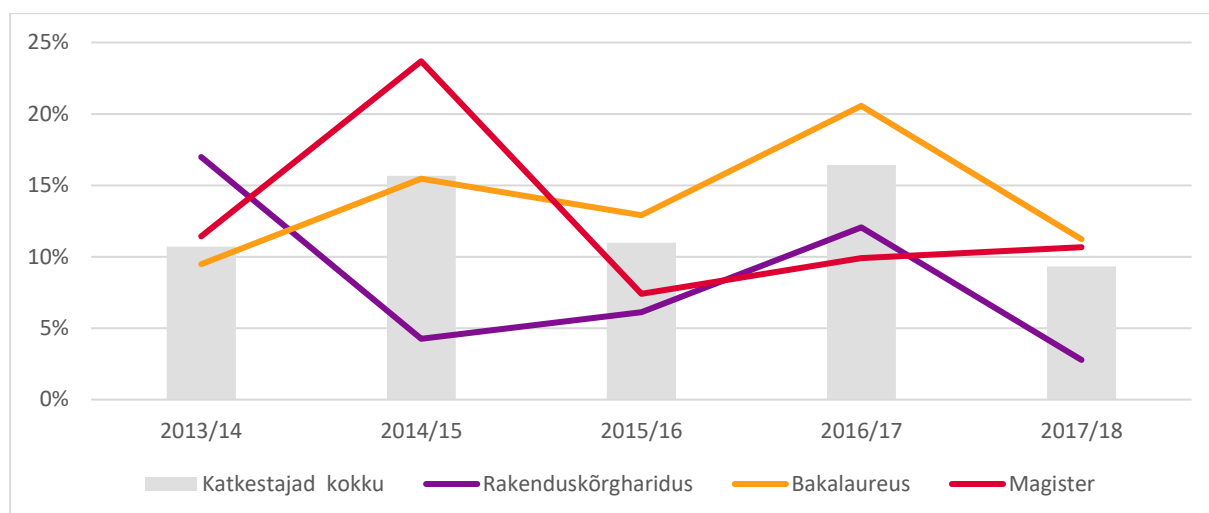
Märkus: joonisel on esimest tüüpi õppekavad.

Allikas: Eesti Hariduse Infosüsteem (EHIS)

6.2.3. Katkestajad audiovisuaalvaldkonna tasemeõppes

Katkestamise määra nii kõrg- kui ka kutsehariduses on viimase viie aasta jooksul iseloomustanud üsna suur variatiivsus. Katkestamise määr audiovisuaalvaldkonna kõrgharidusõppes 2017/18. õppeaastal oli 9%, mis jääb alla ka Eesti keskmisele. Samas oli see sellele eelnenud aastal kõrgem (16%) kui Eesti keskmine. Veelgi enam on määr kõikunud õppeastmete lõikes, ulatudes näiteks bakalaureuseõppes 2016/17. õppeaastal ja magistriõppes 2014/15. õppeaastal üle 20%. Ka kutsehariduses oli õppeaastaid, kus katkestamise määr oli 9%, aga ka õppeaastaid, mil katkestamise määr ulatus 25%-ni. Kuigi katkestamise määr võib ajas muutuda ning sõltuda konkreetsest lennust, ei ole tõenäoliselt see niivõrd suure variatiivsuse peamine põhjus ning see võib olla n-ö tehnilist laadi, seotud õppekavade ümberkorraldamisega jms.

Joonis 24. Katkestamise määr kõrg- ja kutsehariduses audiovisuaalvaldkonna õppekavadel

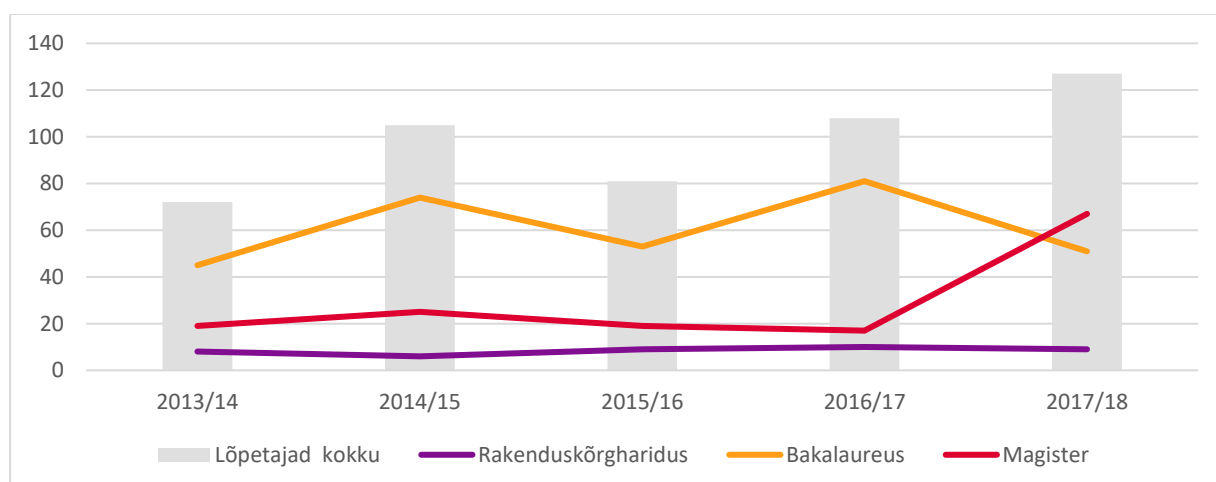


Märkus: joonisel on esimest tüüpi õppekavad.
Allikas: Eesti Hariduse Infosüsteem (EHIS)

6.2.4. Lõpetajad audiovisuaalvaldkonna tasemeõppes

Audiovisuaalvaldkonna õppekavadelt lõpetas kooli 2013/14. õppeaastal üle 70 üliõpilase, 2017/18. õppeaastaks oli lõpetajate arv kasvanud üle 120. Valdav osa lõpetanutest viimasel viiel aastal on tulnud bakalaureuseõppest, kui mitte arvesse võtta viimast, 2017/18. õppeaastat. Sellel õppeaastal oli magistriõppe lõpetanuid pisut enam, kolmekordistudes võrreldes eelnevate aastatega. Lõpetanute arvu järsu kasvu taga magistriõppes olid oma õpingud lõpetanud välisüliõpilased õppekavadelt, mida enne ei olnud. Samas ka bakalaureuseõppes moodustasid 2017/18. õppeaastal lõpetanutest ligi kolmandiku välisüliõpilased. Seega on ka lõpetajate arvu kogukasvu silmas pidades selle kaasa toonud peamiselt välisüliõpilaste lisandumine. Õppekavade lõikes oli 2017/18. õppeaastal enim lõpetanuid (44) filmikunsti õppekavalt, järgnesid audiovisuaalne meedia (32) ning televisioon: režii, toimetamine ja tootmine õppekava (19). Fotograafia lõpetanuid oli kõrghariduses (rakendus- ja bakalaureuseõpe) kokku 13.

Joonis 25. Lõpetajate arv audiovisuaalvaldkonna õppekavadelt kõrg- ja kutsehariduses



Märkus: joonisel on esimest tüüpi õppekavad.
Allikas: Eesti Hariduse Infosüsteem (EHIS)

Kutsehariduses viimastel aastatel lõpetajaid kuigi palju pole olnud. Kõige enam oli lõpetajaid 2015/16. õppeaastal, mil lisaks fotograafidele lõpetas ka kümnekond teleoperaatorit. Kahel viimasel aastal on lõpetajaid olnud ligi 20 ja seda fotograafia õppekavalt.

6.2.5. Koolituspakkumine tasemeõppes ja lõpetajate prognoos

Tabel 15. Koolituspakkumine audiovisuaalvaldkonna põhikutsealadele

Põhikutseala	Lõpetajaid tasemeõppes (2014/15–2017/18 keskm)					Lõpetajate arv kokku	Arvestatud koolituspakkumisse (peale selektsiooni)	Koolituspakkumine kokku (sh aktiivsuse määr)	Lõpetajate prognoos lähiaastateks
	kutsehar.	rak	bak	mag	PhD				
Audiovisuaalse sisu loojad	22	9	62	34		127	20	18	15
Audiovisuaalse töö tehnilised teostajad ja tugi							22	20	17
Audiovisuaalse töö koordinaatorid							16	14	11
Fotograafid							31	28	28

Audiovisuaalvaldkonnas oli kõrghariduses 2014/15. ja 2017/18. aastate keskmisena kõige enam lõpetanud bakalaureuseõppes, magistriõppe lõpetanute arv oli bakalaureuse õppe lõpetanutest poole väiksem. Rakenduskõrghariduses ja kutsehariduses oli lõpetajaid veelgi vähem. Lõpetajate arv kokku oli ligi 130. Koolituspakkumisse arvestatud valdkonna põhikutsealadele tööle asuda võivate lõpetajate arv kujunes siiski väiksemaks. Olulist rolli mängisid siinkohal topeltarvestuse (samal erialal bakalaureuse- ja magistriõppe) vältimine ja võrdlemisi suur välisüliõpilaste arv, kellest enamik uuringute järgi pärast lõpetamist Eestisse ei jää. Oma osa tegeliku koolituspakkumise väiksemasse mahtu andis ka valdkonnas juba töötajate mahaarvestus ning arvestus, et kõik lõpetajad ei asu pärast lõpetamist tööle. Kokkuvõttes ei ole audiovisuaalvaldkonna põhikutsealadele tööle asuda võivate lõpetajate arv kuigi suur ning audiovisuaalse sisu loojate ja koordinaatorite puhul jäi see viimase kolme aasta keskmisena alla kahekümne. Lisaks näitab lähiaastatel lõpetajate prognoos pigem lõpetajate arvu langust. Vaid fotograafide koolituspakkumine on mõnevõrra suurem ning langust pole oodata ka lähiaastatel.

6.3. Sõna ja keel

Sõna ja keele alavaldkonnas analüüsitud õppekavad kuuluvad kolme õppekavarühma – keeleõpe, kirjandus ja lingvistika ning ajakirjandus. Peamiselt õpitakse Tartu Ülikoolis ja Tallinna Ülikoolis, lisaks koolitatakse Euroakadeemias tõlkijaid. Kaks kolmandikku vaatlusalustest üliõpilastest õpib Tartu Ülikoolis, ligi kolmandik Tallinna Ülikoolis ning väike osa Euroakadeemias. Analüüsiga on hõlmatud õppekavad, mille lõpetajad võiksid asuda tööle ajakirjaniku, keeletespialisti või loovkirjutaja põhikutsealadele. Nimetatud põhikutsealadele kutseharidust ei pakuta ning seega liigitusid õppekavad kas rakendus- või akadeemilise kõrghariduse alla. Tallinna Ülikooli puhul toimus 2018/19. õppeaastal

vastuvõtt viiele bakalaureuse-, kuuele magistri- ja ühele doktoriõppekavale. Tartu Ülikoolis oli vastuvõetutega õppekavu enam, vastu võeti üheksale bakalaureuse-, kuuele magistri- ning neljale doktoriõppekavale. Euroakadeemias toimus vastuvõtt ühele rakenduskõrgharidusõppe õppekavale. Üliõpilaste ja lõpetanutega õppekavade arv erines vastuvõtuga õppekavade arvust. Selle põhjuseks on, et mõnel õppekaval, kus on veel nii üliõpilasi kui ka lõpetajaid, pole enam vastuvõttu. Või siis on õppekava niivõrd uus, et pole veel lõpetajaid. Erinevusi oli siin nii Tallinna kui ka Tartu ülikooli puhul. Kui võtta kokku rakendus-, bakalaureuse-, magistri- ja doktoriõppekavad, siis vastuvõtt leidis aset 32, üliõpilasi oli 41 ning lõpetajaid 42 õppekaval.

Tabel 16. Vastuvõtu, õpilastega ning lõpetajatega sõna- ja keelevaldkonna õppekavad kõrghariduses õppeasutuse ja astme järgi

	Rakenduskõrgharidus	Bakalaureus	Magister	Doktor
Vastuvõtt 2018/19				
Euroakadeemia	1	0	0	0
Tartu Ülikool	0	9	6	4
Tallinna Ülikool	0	5	6	1
Kokku	1	14	12	5
Üliõpilased 2018/19				
Euroakadeemia	1	0	0	0
Tartu Ülikool	1	9	6	5
Tallinna Ülikool	0	11	7	1
Kokku	2	20	13	6
Lõpetanud 2018				
Euroakadeemia	1	0	0	0
Tartu Ülikool	1	9	9	5
Tallinna Ülikool	0	9	7	1
Kokku	2	18	16	6

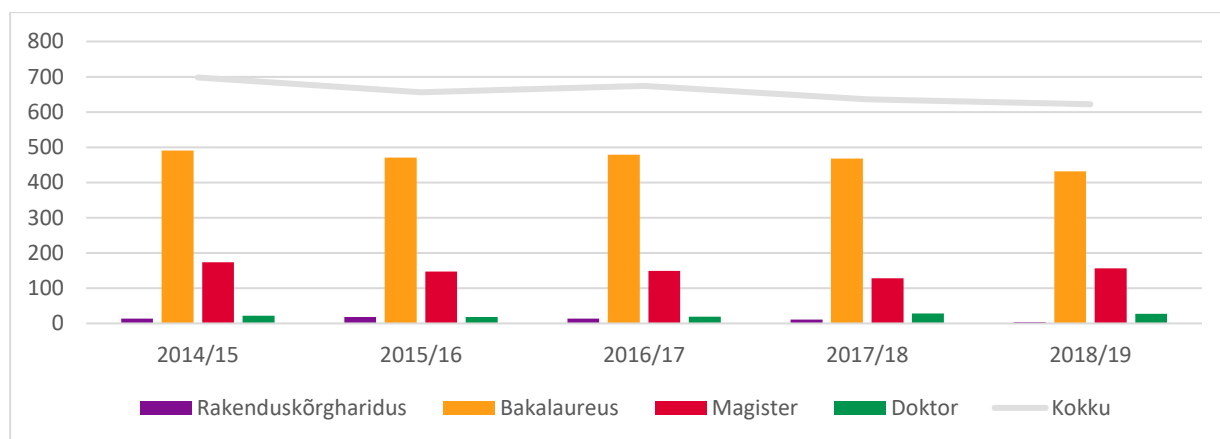
Märkus: tabelis on esimest tüüpi õppekavad.

Allikas: Eesti Hariduse Infosüsteem (EHIS)

6.3.1. Vastuvõtt valdkonna tasemeõppes

Valdav osa vastuvõtust on läbi aastate toimunud bakalaureuseõppesse ning 2018/19. õppeaastal võeti vastu üle 400 bakalaureuseõppe üliõpilase. Vastuvõetute arv bakalaureuseõppesse on viie aastaga mõnevõrra langenud võrreldes 2014/15. õppeaastaga, mil võeti vastu ligi 500 üliõpilast. Mõnekümne vastuvõetu võrra on vähenenud ka magistriõppesse vastuvõtt. Doktoriõppesse vastuvõtt on viimasel viiel aastal olnud mõnikümmend uut vastuvõetut ning rakenduskõrgharidusõppes on see olnud veelgi väiksem.

Joonis 26. Vastuvõtt sõna- ja keelevaldkonna õppekavadel õppeaastate järgi



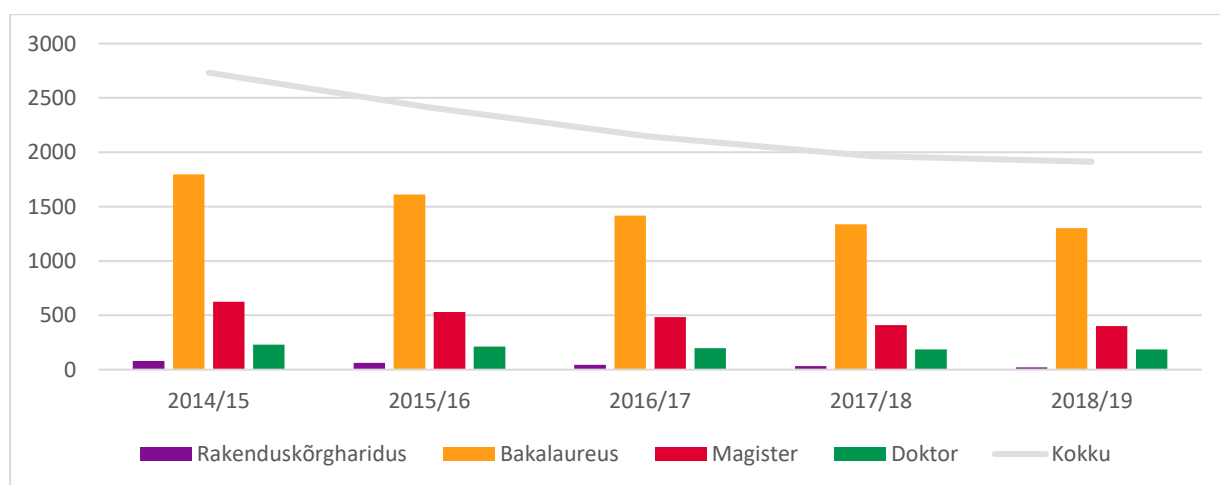
Märkus: joonisel on esimest tüüpi õppekavad.

Allikas: Eesti Hariduse Infosüsteem (EHIS)

6.3.2. Õppijad sõna- ja keelevaldkonna tasemeõppes

Üliõpilasi on valdkonna õppekavadel õppimas ja õppinud küllaltki palju. 2018/19. õppeaastal oli õppimas ligi 2000 üliõpilast. Nende arv on samas oluliselt langenud, kuna viis aastat tagasi oli õppijaid üle 2700. Välisüliõpilasi on läbi aastate olnud suurusjärgus kuni 100 üliõpilast ning seega on nende arv on olnud viimastel aastatel stabiilne. Vanemaid õppijaid, st 30-aastaseid ja vanemaid, õppis 2018/19. õppeaastal ligi 400 ning ka nende arv on langenud, olles ligi 500 veel paar aastat tagasi. Enamik ehk suurusjärgus 1500 üliõpilast on jätkuvalt alla 30-aastased, neist omakorda 20–24-aastaseid 900. Kõige enam oli ja on üliõpilasi, lõpetajaid ja vastuvõetuid keeleõppe õppekavarühmas, millele järgnes kirjandus ja lingvistika ning ajakirjandus. 2018/19. õppeaastal õppis keeleõppe õppekavarühmas 1100, kirjanduse ja lingvistika õppekavarühmas pisut üle 500 ning ajakirjanduse õppekavarühmas ligi 300 üliõpilast. Õppijate arv on vähenenud kõigis õppekavarühmades. Välisüliõpilased on peamiselt kahes n-õ suuremas õppekavarühmas.

Joonis 27. Üliõpilaste arv sõna- ja keelevaldkonna õppekavadel



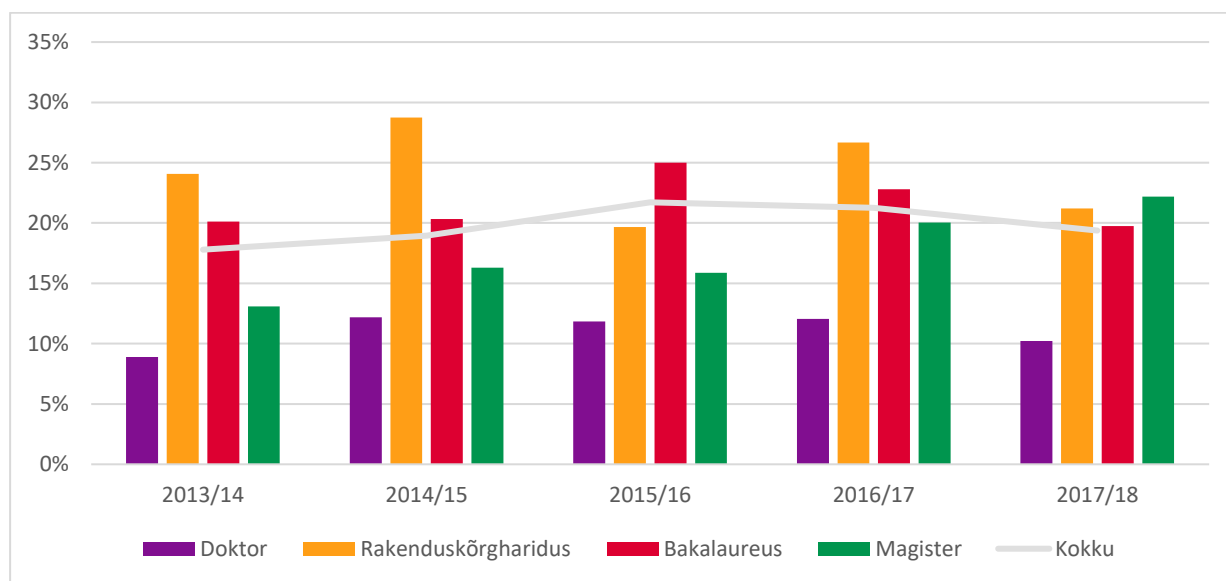
Märkus: joonisel on esimest tüüpi õppekavad.

Allikas: Eesti Hariduse Infosüsteem (EHIS)

6.3.3. Katkestajad sõna- ja keelevaldkonna tasemeõppes

Viimasel viiel aastal on katkestamise määr olnud sõltuvalt aastast 18–22%, 2017/18. õppeaastal oli see 19%. Katkestamise määr sõna- ja keelevaldkonna õppekavadel sobiks kirjeldama väljend 'stabiilne, aga kõrge'. Teisisõnu – katkestamise määr on sõltumata aastast olnud mõnevõrra kõrgem kui kõrghariduses keskmiselt. Viimase viie aasta jooksul on õppeastmeti katkestamise määr küllaltki palju erinenud, kuid 2017/18. õppeaastal oli katkestamise määr bakalaureuse-, magistri- ja rakenduskõrgharidusõppes üsna sarnane. Vaid doktoriõpe eristus neist oluliselt madalama katkestamise määrast.

Joonis 28. Katkestamise määr sõna ja keele õppekavadel



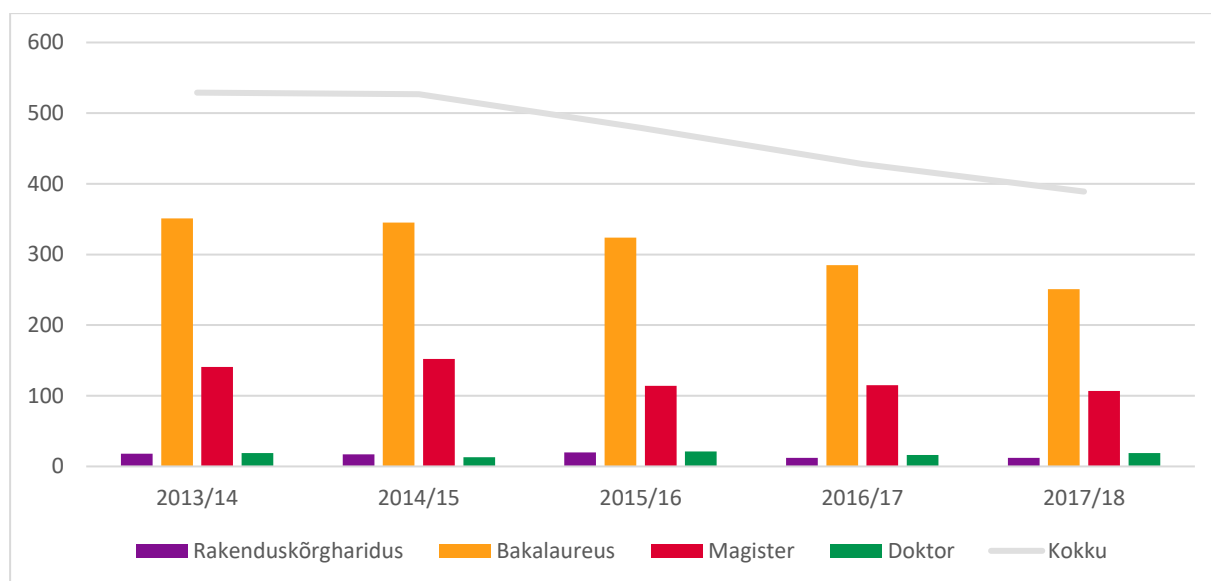
Märkus: joonisel on esimest tüüpi õppekavad.

Allikas: Eesti Hariduse Infosüsteem (EHIS)

6.3.4. Lõpetajad sõna- ja keelevaldkonna tasemeõppes

Õppijate arvu pidev langus viimasel viiel aastal ei ole jäänud mõjutamata ka lõpetajate arvu, mis viie aastaga on langenud üle 500-lt lõpetajalt pisut alla 400-ni. Bakalaureuseõppe lõpetajate arv on siinjuures vähenenud kõige enam. Üle poole lõpetajatest õppis õppekavadel, mis kuulusid keeleõppe õppekavarühma, ligi 100 kirjanduse ja lingvistika õppekavarühma ning 60 ajakirjanduse omasse. Lõpetajate arvu langusest hoolimata on ligi 400 lõpetajat ikkagi küllaltki suur arv. Siin tuleb rõhutada, et koolituspakkumisse arvestati neist oluliselt vähem. Teiste alavaldkondadega võrreldes mängis siin suuremat rolli, et mõnevõrra enam oli õppekavasid, kus lõpetajaid arvestati suuremal määral rakenduma mujale kui alavaldkonna põhikutsealadele.

Joonis 29. Lõpetajate arv sõna- ja keelevaldkonna õppekavadel



Märkus: joonisel on esimest tüüpi õppekavad.
Allikas: Eesti Hariduse Infosüsteem (EHIS)

6.3.5. Koolituspakkumine tasemeõppes ja lõpetajate prognoos

Tabel 17. Koolituspakkumine sõna- ja keelevaldkonna põhikutsealadele

Põhikutseala	Lõpetajaid tasemehariduses (2014/15–2017/18 keskm)					Lõpetajate arv kokku	Arvestatud koolituspakkumisse (peale seleksiooni)	Koolituspakkumine kokku (sh aktiivsuse määr)	Lõpetajate prognoos lähiaastateks
	kutsehar.	rak	bak	mag	PhD				
Ajakirjanikud							49	44	33
Keelespetsialistid	15	287	112	19		432	87	78	59
Loovkirjutajad							20	18	13

Sõna- ja keelevaldkonnas valmistatakse tasemeõppes põhikutsealadele spetsialiste vaid kõrgkoolides. Üle kahe kolmandiku 2014/15. kuni 2017/18. õppeaasta lõpetajatest lõpetas bakalaureuseõppe. Magistriõppe lõpetanute arv oli bakalaureuseõppe lõpetanutest peaaegu kolm korda väiksem. Rakenduskõrgharidusõppes ja doktoriõppes oli lõpetajaid kümme-kolm. Lõpetajate arv kokku oli üle 400. Koolituspakkumisse arvestatud valdkonna põhikutsealadele tööle asuda võivate lõpetajate arv oli pärast arvutusi siiski üle kahe kolmandiku väiksem. Olulist rolli mängisid siinkohal nii topeltarvestuse vältimine kui ka see, et rakendamisvõimalusi on paljude õppekavade puhul ka mujal kui sõna ja keele põhikutsealadel. Näiteks on üheks oluliseks rakendusvõimaluseks keele ja kirjanduse õppekavadel õpetajaks tööle asumine, samuti on kultuuri ja kirjandusega seotud õppekavadelt mõeldud lõpetajaid rakenduma laiemalt kultuurivaldkonnas. Ajakirjanduse õppekavarühma lõpetanutest arvestati osa koolituspakkumisest kommunikatsioonispetsialisti põhikutsealale. Viimase kolme aasta keskmisena oli keelespetsialistide koolituspakkumine ligi 80 ja ajakirjanikel üle 40. Loovkirjutajate puhul on koolituspakkumine tinglik, kuna vaid stsenaaristide puhul on olemas tasemekoolitus. Teiste loovkirjutaja

põhikutseala ametite puhul arvestati osa keele, kultuuri ja kirjanduse õppekavadel lõpetanutest. Lähiaastatel lõpetavate prognoos näitab kõigi põhikutsealadega seotud õppekavade puhul lõpetajate arvu langust.

6.4. Turundus ja kommunikatsioon

Turunduse ja kommunikatsiooni alavaldkonnas analüüsi aluseks olevad kõrghariduse õppekavad olid turunduse ja reklaami ning ajakirjanduse õppekavarühmas Tartu Ülikoolis ja Tallinna Ülikoolis. Analüüsi on kaasatud õppekavad, mille lõpetajad võiksid asuda tööle kommunikatsioonispetsialisti või turundusspetsialisti põhikutsealale. Tallinna Ülikooli puhul toimus 2018/19. õppeaastal vastuvõtt kolmele bakalaureuse- ja kahele magistriõppe õppekavale. Tartu Ülikoolis oli vastuvõtt kahele magistriõppekavale. Tinglikult võiks siia lisada ka Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni bakalaureuseõppe, mida arvestati ka sõna- ja keelevaldkonna õppes.

Üliõpilaste ja lõpetanutega õppekavade arv erines vastuvõtuga õppekavade arvust. Selle põhjuseks on, et mõnel õppekaval, kus on veel nii üliõpilasi kui ka lõpetajaid, pole enam vastuvõttu. Või siis on õppekava niivõrd uus, et pole veel lõpetajaid. Erinevusi oli siin nii Tallinna kui ka Tartu Ülikooli puhul. Kui võtta kokku rakendus-, bakalaureuse-, magistri- ja doktoriõppe õppekavad, siis vastuvõtt toimus seitsmel, üliõpilasi oli kümnel ning lõpetajaid seitsmel õppekaval.

Tabel 18. Vastuvõtu, üliõpilastega ning lõpetajatega turunduse ja kommunikatsiooni õppekavad kõrghariduses õppeasutuse ja astme järgi

	Rakenduskõrgharidus	Bakalaureus	Magister	Doktor
Vastuvõtt 2018/19				
Tartu Ülikool	0	1	2	1
Tallinna Ülikool	0	3	2	0
Kokku	0	3	4	0
Üliõpilased 2018/19				
Tartu Ülikool	0	1	2	1
Tallinna Ülikool	0	3	5	0
Kokku	0	3	7	0
Lõpetanud 2018				
Tartu Ülikool	0	1	2	1
Tallinna Ülikool	0	3	2	0
Kokku	0	3	4	0

Märkus: tabelis on esimest tüüpi õppekavad.

Allikas: Eesti Hariduse Infosüsteem (EHIS)

Kutsehariduses pakkusid valdkonna põhikutsealadele õpet kaks kutsekooli, Tallinna Majanduskool ning Võrumaa Kutsehariduskeskus. Vastuvõtt ja õpe toimus 2018/19. õppeaastal Tallinna Majanduskoolis kolmel ning Võrumaa Kutsehariduskeskuses ühele õppekavale. Lõpetanuid Võrumaa Kutsehariduskeskuses veel polnud, Tallinna Majanduskoolis oli lõpetajaid kahel õppekaval.

Tabel 19. Turunduse ja kommunikatsiooni alavaldkonna kutsehariduse õppekavade arv õppeasutuse järgi (vastuvõetud, õppijad ning lõpetanud)

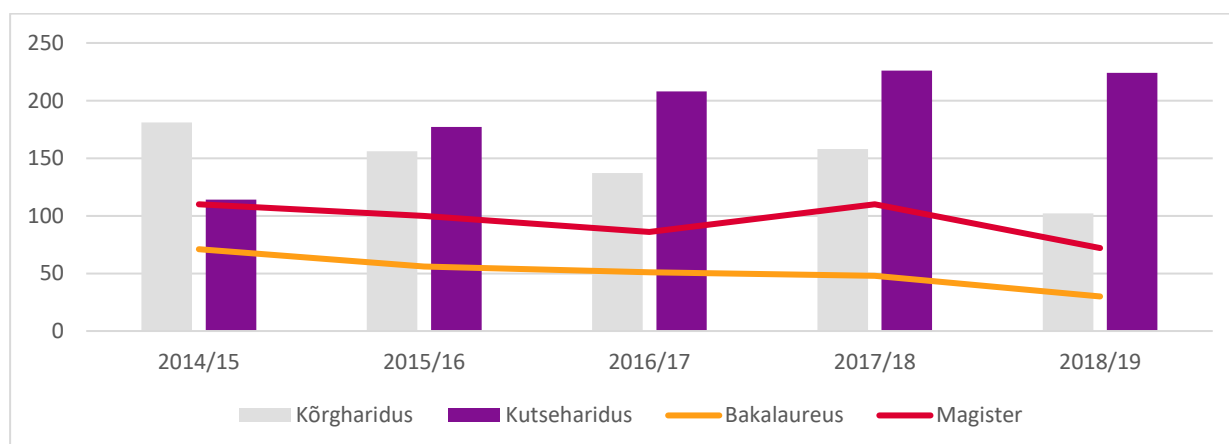
	Vastuvõtt 2018/19	Õppijad 2018/19	Lõpetanud 2018
Tallinna Majanduskool	3	3	2
Võrumaa Kutsehariduskeskus	1	1	0

Turunduse ja kommunikatsiooni valdkonna puhul tuleb esile tuua, et statistilises ülevaates on toodud õppekavad, mille lõpetamise järel võiks peamine tööalane rakendumine olla kas turundus- või kommunikatsioonispetsialistina. Osa õppekavasid, mis võiksid samuti sobida turundusspetsialisti põhikutsealale rakendumiseks, on arvestatud juba OSKA Kaubanduse, rentimise ja paranduse uuringus. Lisaks eeltoodud õppekavadele oli õppekavasid, kust eelkõige turundusspetsialisti põhikutseala koolituspakkumisse arvestati väike osa lõpetanutest, sõltuvalt õppekavast 10% või 20%. Nendeks õppekavadeks olid ärijuhtimine rakenduskõrghariduses, ärijuhtimise spetsialist ja väikeettevõtja erinevates kutsekoolides. Eraldi tuleb esile tuua Ettevõtluskõrgkooli Mainor ärijuhtimise õppekava, kust paljud valivad turunduse lisaeriala, ning Tallinna Majanduskooli, kus 2015/16. õppeaastani oli õppureid veel rakenduskõrgharidusõppes turundust õppimas.

6.4.1. Vastuvõtt valdkonna tasemeõppes

Vastuvõtt valdkonna kõrghariduse õppekavadele on viie aasta jooksul olnud langustrendis. Kui 2014/15. õppeaastal oli vastuvõetuid ligi 200, siis 2018/19. õppeaastal vaid 100. Panuse langusesse on andnud vastuvõtu vähenemine nii bakalaureuse- kui ka magistriõppes. Igal aastal on vastu võetud ka 3 doktoranti Tartu Ülikooli meedia ja kommunikatsiooni doktoriõppekavale. Vastuvõtt valdavalt kommunikatsioonispetsialiste koolitavatele õppekavadele on vähenenud oluliselt enam kui turundusspetsialiste koolitavatele. Vastuvõetavate arvud ei ole kuigivõrd mõjutanud välisüliõpilased, keda on vastu võetud vähe. Kutsehariduses vastupidi kõrgharidusele on toimunud vastuvõetute lausa kahekordne kasv. Kui 2014/15. õppeaastal võeti vastu pisut üle saja, siis 2018/19. õppeaastal juba üle 200 õpilase. Peamiselt on see puudutanud vastuvõttu just turundusspetsialiste koolitavatele õppekavadele.

Joonis 30. Vastuvõtt turunduse ja kommunikatsiooni alavaldkonna õppekavadel õppeaastate järgi

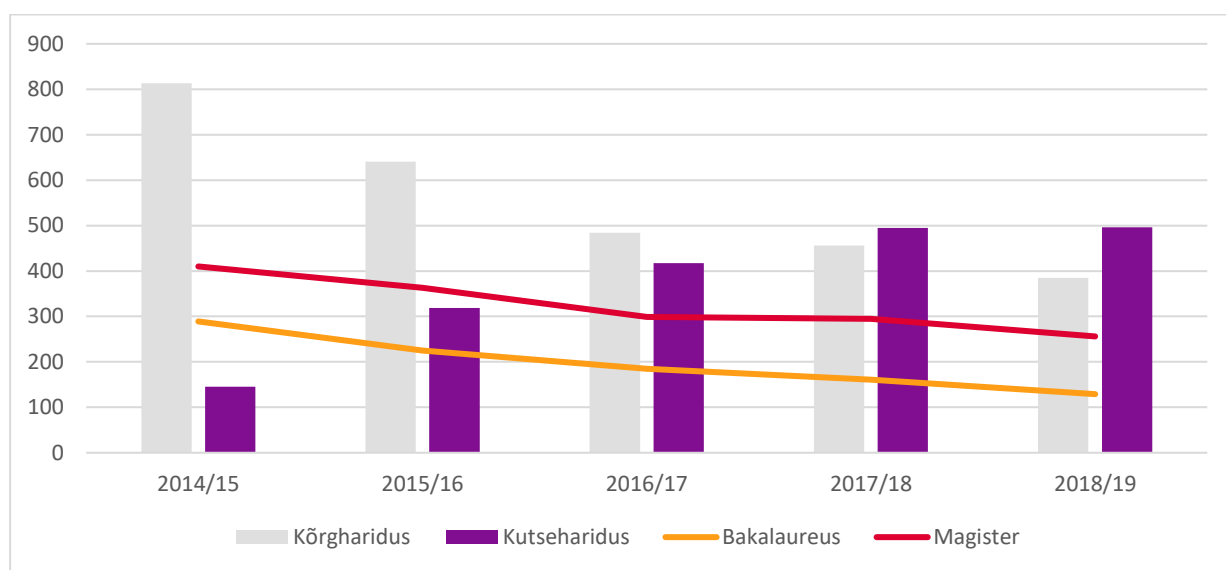


Märkus: joonisel on esimest tüüpi õppekavad.
Allikas: Eesti Hariduse Infosüsteem (EHIS)

6.4.2. Õppijad turunduse ja kommunikatsiooni valdkonna tasemeõppes

Aasta-aastalt vähenenud vastuvõetute arvu langus ei ole jätnud mõju avaldamata üliõpilaste arvule kõrghariduses, mis on oluliselt vähenenud nii bakalaureuse- kui ka magistriõppes. Õppijate arvu langus on olnud suurem kui kõrghariduses tervikuna, valdkonna õppekavadel üle kahe korra. 2018/19. õppeaastal õppis turundus- ja kommunikatsioonispetsialiste väljakoolitavatel õppekavadel ligi 400 üliõpilast. Kõrghariduse omandajatest neljandik olid 2018/19. õppeaastal vanemad kui 30 aastat. Kutsehariduses aga oli vanemaid õppureid oluliselt enam. Üle 25 aasta vanuste õppijate osatähtsus 2018/19. õppeaastal oli üle poole kõigist õppijatest ning võib öelda, et peamiselt turundust õppivate inimeste arvu kasvu taga kutsehariduses ongi täiskasvanud õppija. 2018/19. õppeaastaks oli õppijate arv kokku kasvanud ligi 500 õppijani, tinglikult võiks siia lisada ka need, kes on arvestatud õppekavadel, kus turundusspetsialist on vaid üks tööalastest väljunditest.

Joonis 21. Õppijate arv turunduse ja kommunikatsiooni valdkonna õppekavadel kõrg- ja kutsehariduses



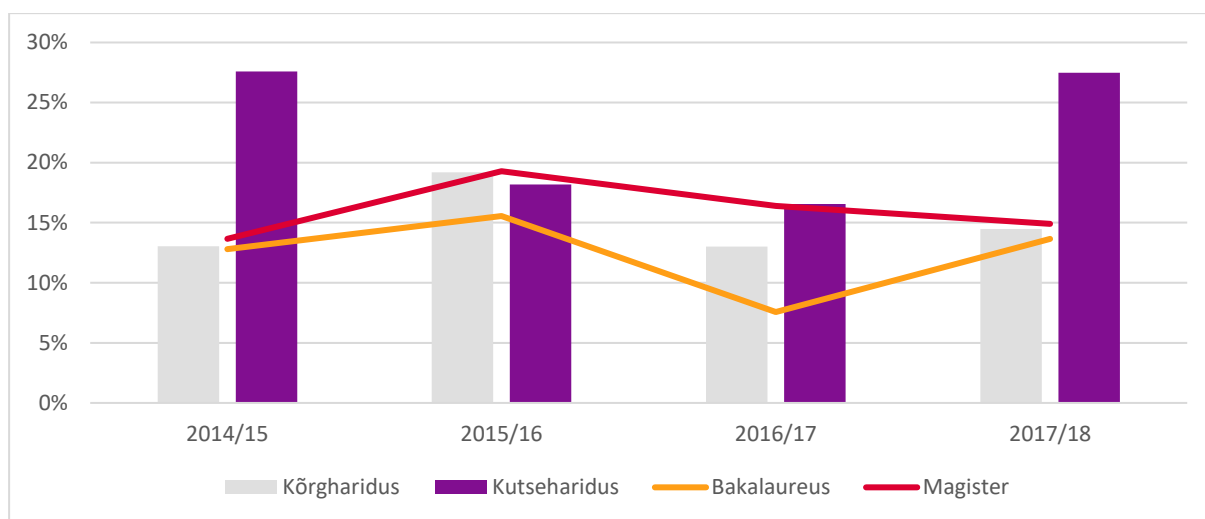
Märkus: joonisel on esimest tüüpi õppekavad.

Allikas: Eesti Hariduse Infosüsteem (EHIS)

6.4.3. Katkestajad turunduse ja kommunikatsiooni valdkonna tasemeõppes

Kõrghariduses on katkestamise määr viimasel kahel aastal olnud alla 15%, mis on üsnagi lähedane näitaja Eesti keskmisele katkestamise määrale kõrghariduses. 2017/18. õppeaastal oli üsna sarnane katkestamise määr nii bakalaureuse- kui ka magistriõppes. Katkestamise määr kutsehariduses oli 2017/18. õppeaastal aga märgatavalt kõrgem kui kõrghariduses.

Joonis 32. Katkestamise määr kõrg- ja kutsehariduses turunduse ja kommunikatsiooni õppekavadel



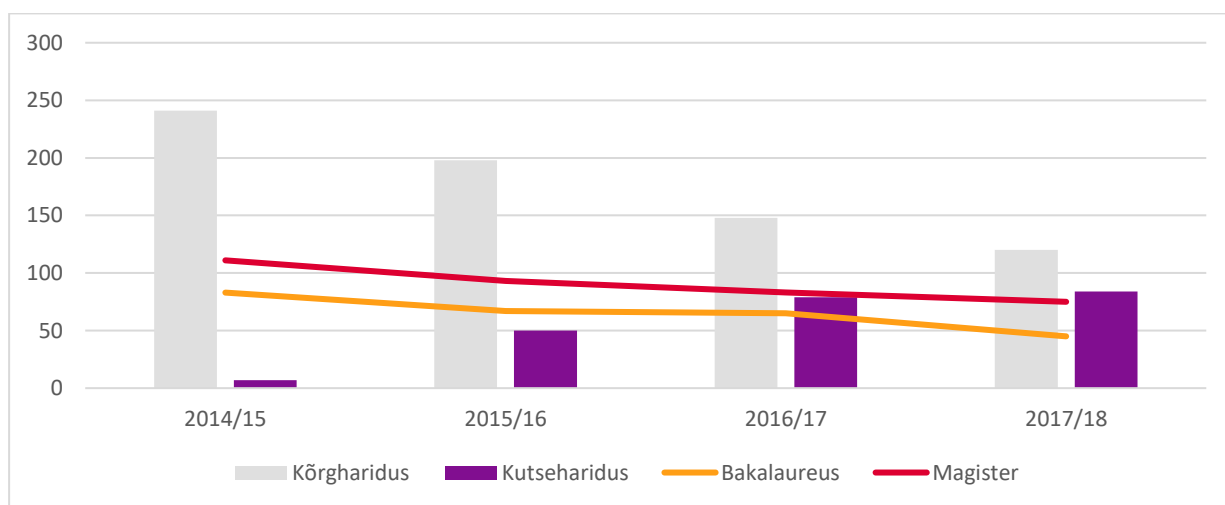
Märkus: joonisel on esimest tüüpi õppekavad.

Allikas: Eesti Hariduse Infosüsteem (EHIS)

6.4.4. Lõpetajad turunduse ja kommunikatsiooni valdkonna tasemeõppes

Kuna vastuvõetute ja õppijate arv kõrghariduses on aasta-aastalt langenud, võiks eeldada sama ka lõpetajate arvu puhul. Lõpetajate arvu langus on viimastel aastatel olnud üsna suur. Kui 2014/15. õppeaastal oli lõpetajaid veel ligi 250, siis 2017/18. õppeaastaks oli neid vaid pisut üle saja. Küllaltki võrdses tempos on langenud nii bakalaureuse- kui ka magistriõppe lõpetanute arv. Kutsehariduses on 2014/15. õppeaastal nullist alustades lõpetanute arv 2017/18. õppeaastaks kasvanud ligi saja lõpetajani, kes on lõpetanud peamiselt turunduse. Eraldi vajab siin rõhutamist asjaolu, et veel paar aastat tagasi oleks enamik neid lõpetanuid saanud rakenduskõrghariduse diplomi. Kuna aga Tallinna Majanduskool kaotas õiguse anda rakenduskõrgharidust, jätkati turundusõpet kutsehariduse õppekavadena.

Joonis 33. Lõpetajate arv turunduse ja kommunikatsiooni valdkonna õppekavadel kõrg- ja kutsehariduses



Märkus: joonisel on esimest tüüpi õppekavad.

Allikas: Eesti Hariduse Infosüsteem (EHIS)

6.4.5. Koolituspakkumine tasemeõppest ja lõpetajate prognoos

Turunduse ja kommunikatsiooni alal oli õppeaastate 2014/15 ja 2017/18 keskmisena lõpetanud üle kaheksa. Kõige enam oli magistriõppe lõpetanud, üsna samas suurusjärgus oli ka kutseharidusõppe lõpetajate arv. Bakalaureuseõppe lõpetanud oli ligi 60 ning rakenduskõrghariduse lõpetanud kümnekond. Kutsehariduses on koolituspakkumine vaid (v.a. üks õppekava) turundusspetsialisti põhikutsealale. Koolituspakkumisse arvestatud valdkonna põhikutsealadele tööle asuda võivate lõpetajate arv kujunes ligi neljandiku võrra väiksemaks. Olulist rolli mängisid siinkohal nii topeltarvestuse vältimine kui ka see, et rakendamisvõimalusi on paljude õppekavade puhul ka mujal kui turundus- ja kommunikatsioonispetsialistina. Viimase kolme aasta keskmisena arvestati turundusspetsialisti koolituspakkumisse pisut üle saja, kommunikatsioonispetsialisti koolituspakkumisse aga üle 70 koolilõpetaja. Kui turundusspetsialistide koolituspakkumine lähiaastatel lõpetajate prognoosi järgi mõnevõrra isegi kasvab, siis kommunikatsioonispetsialistide puhul on oodata lõpetajate arvu vähenemist. Turundusspetsialistide koolituspakkumise suurenemise toob ennekõike kaasa õpilaste arvu kasv kutsehariduses.

Tabel 19. Koolituspakkumine turundus- ja kommunikatsioonispetsialisti põhikutsealale

Põhikutseala	Lõpetajaid tasemehariduses (2014/15-2017/18 keskm)					Lõpetajate arv kokku	Arvestatud koolituspakkumisse (pärast selektsiooni)	Koolituspakkumine kokku (sh aktiivsuse määr)	Lõpetajate prognoos lähiaastateks
	kutsehar.	ra k	ba k	ma g	Ph D				
Turundusspetsialist							115	104	111
Kommunikatsioonispetsialist	71	13	59	84		226	80	72	55

6.5. Disain ja kunst

6.5.1. Õppekavad

Disaini ja kunsti alavaldkonnas arvestatud õppekavadest kuulusid enamik moe-, sise- ja tööstusdisaini, käsitöö (ainult kõrgharidus), audiovisuaalsed tehnikad ja meedia tootmise, kunst mujal liigitamata, kujutava kunsti ja kunstiteaduse õppekavarühmadesse. Üks õppekava arvestati siiski ka juhtimise ja halduse, kaks tarkvara- ja rakenduste arenduse õppekavarühmast. Analüüsi aluseks on õppekavad, mille lõpetajad võiksid asuda tööle disaineri, kunstniku, disaini ja kunsti tehnilise teostaja ning koordinaatori põhikutsealadele. Nii-öelda baasülikooliks disaini ja kunsti valdkonnas on Eesti Kunstiakadeemia, kus eespool toodud põhikutsealadele koolitavatele õppekavadele oli 2018/19. õppeaastal vastuvõtt 12 bakalaureuse-, 4 magistri- ning ühele doktoriõppe õppekavale. Kõrgemas Kunstikoolis Pallas toimub vastuvõtt kuuele rakenduskõrghariduse õppekavale. Tallinna Ülikooli puhul arvestati ühte rakenduskõrgharidus-, kahte bakalaureuse- ja ühte magistriõppe õppekava. Arvesse läks üks õppekava ka Tallinna Tehnikaülikoolist, Eesti Ettevõtluskõrgkoolist Mainor ja Tartu Ülikoolist. Üliõpilaste ja lõpetanutega õppekavade arv pisut erines vastuvõtuga õppekavade arvust. Selle põhjuseks on see, et mõnel õppekaval, kus on veel nii üliõpilasi kui ka lõpetajaid, pole enam vastuvõttu. Või siis on õppekava niivõrd uus, et pole veel lõpetajaid. Erinevusi oli siin nii Tallinna kui ka Tartu Ülikooli õppekavade puhul.

Kui võtta kokku rakendus-, bakalaureuse-, magistri- ja doktoriõppe õppekavad, siis vastuvõtt toimus 32, üliõpilasi oli 36 ning lõpetajaid 33 õppekaval.

Tabel 20. Disaini ja kunsti alavaldkonnaga seotud õppekavad kõrghariduses õppeasutuse ja astme järgi

	Rakenduskõrgharidus	Bakalaureus	Magister	Doktor
Vastuvõtt 2018/19				
Eesti Kunstiakadeemia	0	12	4	1
Eesti Ettevõtluskõrgkool Mainor	2	0	0	0
Euroakadeemia	1	0	0	0
Kõrgem Kunstikool Pallas	6	0	0	0
Tallinna Ülikool	1	2	1	0
Tartu Ülikool	0	0	1	0
Tallinna Tehnikaülikool	0	0	1	0
Kokku	10	14	7	1
Üliõpilased 2018/19				
Eesti Kunstiakadeemia	0	12	4	1
Eesti Ettevõtluskõrgkool Mainor	3	0	0	0
Euroakadeemia	1	0	0	0
Kõrgem Kunstikool Pallas	6	0	0	0
Tallinna Ülikool	1	4	1	0
Tartu Ülikool	0	0	2	0
Tallinna Tehnikaülikool	0	0	1	0
Kokku	11	16	8	1
Lõpetanud 2018				
Eesti Kunstiakadeemia	0	12	4	1
Eesti Ettevõtluskõrgkool Mainor	3	0	0	0
Euroakadeemia	1	0	0	0
Kõrgem Kunstikool Pallas	6	0	0	0
Tallinna Ülikool	1	1	1	0
Tartu Ülikool	0	0	2	0
Tallinna Tehnikaülikool	0	0	1	0
Kokku	11	13	8	1

Märkus: tabelis on esimest tüüpi õppekavad.

Allikas: Eesti Hariduse Infosüsteem (EHIS)

Disaini ja kunsti alavaldkonna põhikutsealadele pakuvad tasemeõpet ka kuus kutsekooli, samas piirdub õppekavade arv nelja kooli puhul vaid ühe õppekavaga. 2018/19. õppeaastal olid avatud kujundaja, multimeedia, kunstnik-kujundaja ja kasutajakogemuse disaini õppekavad. Tallinna Polütehnikumis oli lõpetajaid kahel õppekaval ning Tartu Kunstikoolis neljal õppekaval. Valdavalt arvestati kutsekoolide õppekavade lõpetajad disaini ja kunsti tehnilise teostaja koolituspakkumisse.

Tabel 21. Disaini ja kunstivaldkonna kutsehariduse õppekavade arv õppeasutuse järgi (vastuvõetud, õppijad ning lõpetanud)

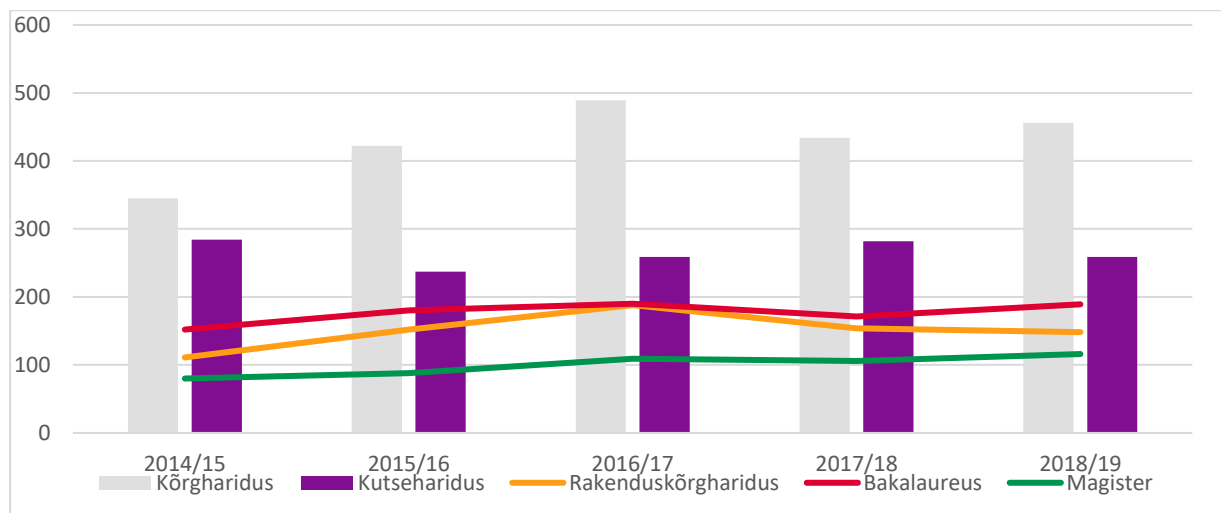
	Vastuvõtt 2018/19	Õppijad 2018/19	Lõpetanud 2018
Ida-Virumaa Kutsehariduskeskus	1	1	1
Kuressaare Ametikool	1	1	1
Pärnu Saksa Tehnoloogiakool	1	1	0
Tallinna Polütehnikum	1	1	2
Tartu Kunstikool	2	2	4
Tartu Kutsehariduskeskus	1	1	0

Märkus: tabelis on esimest tüüpi õppekavad.

6.5.2. Vastuvõtt disaini ja kunsti valdkonna tasemeõppes

Vastuvõetute arv kõrghariduse õppekavadel oli 2018/19. õppeaastal suurem kui 2014/15. õppeaastal. Samas ei ole kasv iseloomustanud kogu vaatlusalust perioodi. Suhteliselt hoogne kasv leidis aset kuni 2016/17. õppeaastani, misjärel on vastuvõetute arv pisut langenud. Kokku võeti disaini ja kunsti põhikutsealadele vastavatele/sobivatele vms õppekavadele 2018/19. õppeaastal vastu 456 üliõpilast. Viimase kahe aasta vastuvõetute arv on langenud rakenduskõrgharidust pakkuvate õppekavade puhul, bakalaureuseõppes on see jäänud stabiilseks ning magistriõppes pisut tõusnud. Seega on viimase kahe aasta vastuvõetute arvu languse taga just rakenduskõrgharidusõppe õppekavadele vastuvõtu vähenemine. Kutsehariduses on vastuvõetute arv viimase viie aasta jooksul kõikunud 230 ja 290 vahel. Võrreldes 2014/15. õppeaastaga oli 2018/19. õppeaastaks vastuvõetute arv kutsehariduses aga mõnekümne võrra väiksem.

Joonis 34. Vastuvõtt disaini- ja kunstivaldkonna õppekavadel õppeaastate järgi



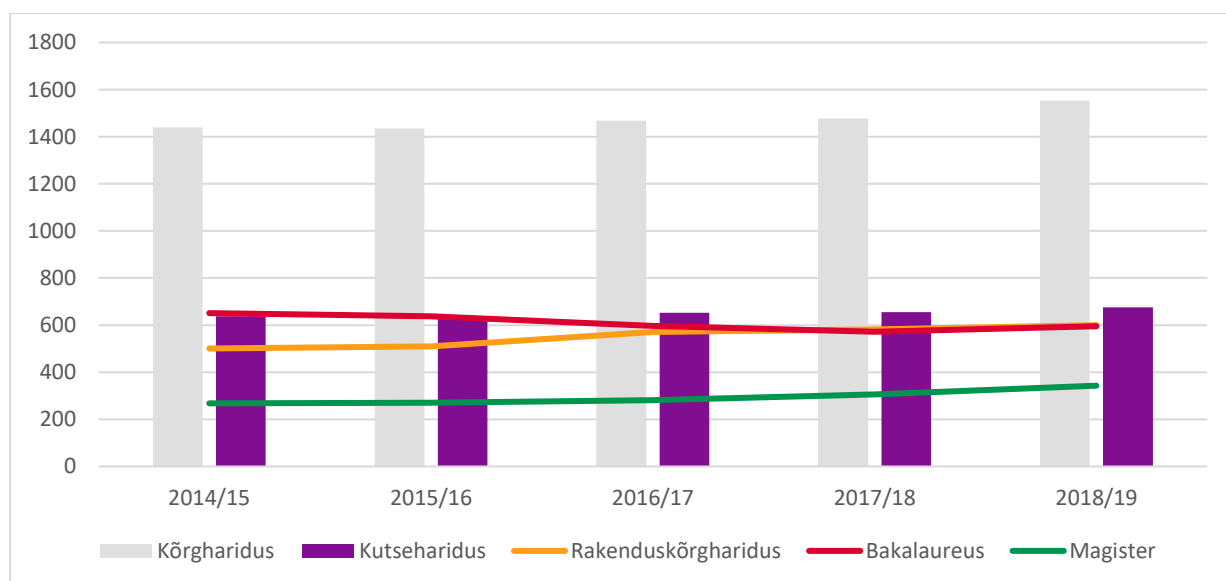
Märkus: joonisel on esimest tüüpi õppekavad.
Allikas: Eesti Hariduse Infosüsteem (EHIS)

Vastuvõetute arvu on mõjutanud välisüliõpilaste arvu kasv kümnekonnalt ligi 60-le välisüliõpilasele. Kui vaadata vastuvõetuid vanuse lõikes, siis kutsehariduses on vanemate kui 25-aastaste osatähtsus püsinud viimasel viiel aastal üle kolmandiku vastuvõetutest. Ka kõrghariduses on vanemate (30+) vastuvõetute osatähtsus viie aasta kokkuvõttes jäänud samasse suurusjärku, kuid üldarv on mõnevõrra kasvanud. Kõige enam oli 2018/19. õppeaastal vastuvõetuid kõrghariduses moe-, sise- ja tööstusdisaini ja kunst mujal liigitamata õppekavarühmadesse. Kutsehariduses võeti aga peaaegu kõik õpilased (peale ühe õppekava) vastu audiovisuaalsed tehnikad ja meedia tootmine õppekavarühma.

6.5.3. Õppijad disaini- ja kunstivaldkonna tasemeõppes

Õppijate arv on mõnevõrra kasvanud viimase viie aasta jooksul nii kutse- kui ka kõrghariduses. Kõrghariduses oli üliõpilasi 2018/19. õppeaastal üle 100 võrra enam kui 2014/15. õppeaastal, arv tõusis üle 1500 üliõpilase. Enamiku sellest kasvust on andnud välisüliõpilased, kelle arv on viie aasta jooksul kasvanud ligi saja võrra. Kutsehariduses on samal perioodil õppurite arv kasvanud mõnekümne võrra, jõudes ligi 700-ni. Kõrgharidusõppes on kahanenud bakalaureuseõppe üliõpilaste arv, kasvanud aga magistri- ja rakenduskõrgharidusõppes õppijate arv. Kui õppijate arvu muutus kutsehariduses ei erine suures plaanis õppijate arvu muutusest kutsehariduses tervikuna, siis kõrghariduses küll, kuna üliõpilaste arv on kõrghariduses tervikuna olnud langustrendis.

Joonis 35. Õppijate arv disaini- ja kunstivaldkonna õppekavadel kõrg- ja kutsehariduses



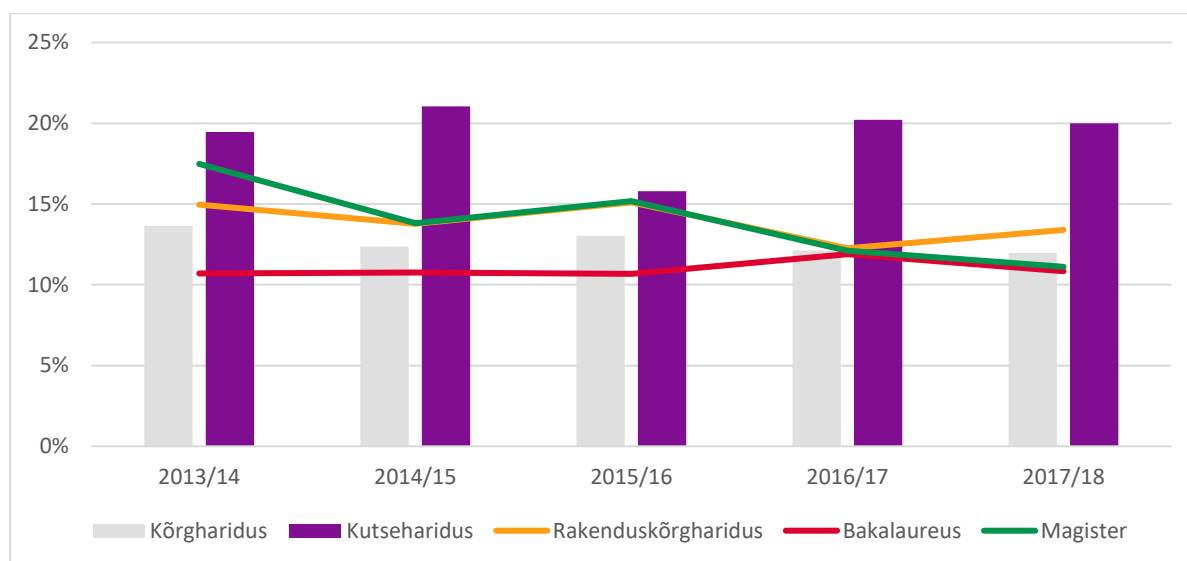
Märkus: joonisel on esimest tüüpi õppekavad.

Allikas: Eesti Hariduse Infosüsteem (EHIS)

6.5.4. Katkestajad disaini- ja kunstivaldkonna tasemeõppes

Katkestamise määr disaini ja kunsti kõrghariduse õppekavadel on olnud viimase viie aasta jooksul stabiilselt 12–14%. See ei erine oluliselt keskmisest katkestamise määrast kõrghariduses. Viimasel kahel aastal ei ole olnud märkimisväärsed erinevusi ka selles, kas tegu on olnud rakenduskõrgharidus-, bakalaureuse- või magistriõppes õppinutega. Katkestamise määr kutsehariduses oli aga märgatavalt kõrgem kui kõrghariduses ning oli viimasel kahel aastal 20%, mis jääb samuti samasse suurusjärku kutsehariduses katkestamise määraga keskmiselt.

Joonis 36. Katkestamise määr kõrg- ja kutsehariduses disaini ja kunsti õppekavadel



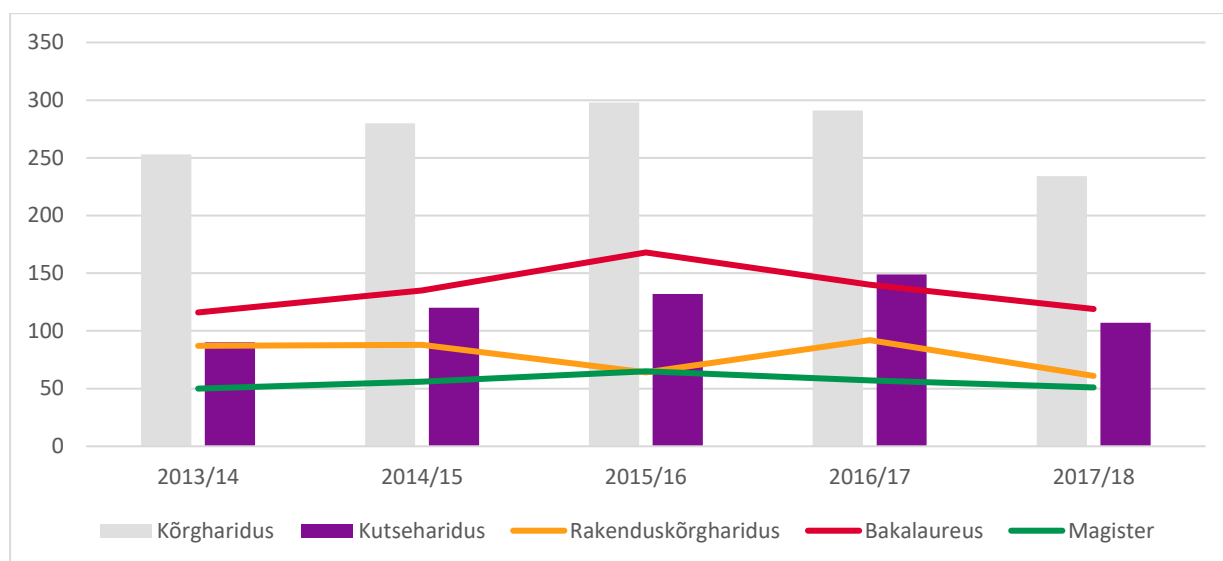
Märkus: joonisel on esimest tüüpi õppekavad.

Allikas: Eesti Hariduse Infosüsteem (EHIS)

6.5.5. Lõpetajad disaini ja kunstivaldkonna tasemeõppes

Disaini ja kunsti kõrghariduse õppekavade lõpetajate arv oli 2017/18. õppeaastal pisut väiksem kui 2013/14. õppeaastal. Tegemist pole siiski olnud püsiva langusega, kuna vahepealsetel aastatel on lõpetajate arv pigem olnud kasvutrendis. Kui 2013/14. õppeaastal oli 250 lõpetajat, siis 2017/18. õppeaastal 234. Langus ei ole seega viie aasta jooksul olnud kuigi suur. Eelneva aastaga võrreldes on langus olnud muidugi tuntav ning kuna katkestamise määr on olnud stabiilne, siis on põhjuseks väiksem sisseastujate arv mõned aastad tagasi. 2014/15. õppeaastal oli vastuvõtt oluliselt väiksem kui sellele eelnenud kahel aastal. Kuna aga 2014/15. õppeaastale järgnevatel aastatel on vastuvõtt olnud arvukam, võib prognoosida lähiaastateks lõpetajate arvu kasvule pööramist. Lõpetajaid on läbi aastate olnud enim bakalaureuseõppes ning kokkuvõttes oli 2017/18. õppeaastal enam-vähem sama palju lõpetajaid kui viis aastat tagasi. Ka magistriõppe lõpetanuid oli samas suurusjärgus võrreldes viie aasta taguse ajaga. Rakenduskõrgharidusõppe lõpetanute arv oli paarikümne võrra väiksem. Kutsehariduse lõpetanute arvu muutumise dünaamika on olnud sarnane kõrghariduse omaga selles osas, et 2017/18. õppeaastal oli vähem lõpetajaid kui sellele eelneval aastal. Erinev oli aga see, et võrreldes viie aasta taguse ajaga kutsehariduse lõpetanute arv mõnevõrra kasvas.

Joonis 37. Lõpetajate arv disaini ja kunstivaldkonna õppekavadel kõrg- ja kutsehariduses



Märkus: joonisel on esimest tüüpi õppekavad.
Allikas: Eesti Hariduse Infosüsteem (EHIS)

6.5.6. Koolituspakkumine tasemeõppes ja lõpetajate prognoos

Disaini ja kunsti valdkonnas oli õppeaastatel 2014/15. ja 2017/18 kõige enam lõpetanud bakalaureuseõppes. Üle saja lõpetanu tuli kutseharidusest ning teiste õppeastmete puhul jäi lõpetajate arv alla saja. Lõpetajate arv kokku oli üle 400. Koolituspakkumisse arvestatud valdkonna põhikutsealadele tööle asuda võivate lõpetajate arv kujunes siiski märksa, st poole väiksemaks. Olulist rolli mängisid siinkohal nii topeltarvestuse (samal erialal nii bakalaureuse-, magistri- või ka doktoriõpe) vältimine kui ka see, et osal õppekavadel oli ka teisi rakendusvõimalusi peale kunsti ja disaini põhikutsealade. Näitena võiks siia tuua võimaliku tööle asumise audiovisuaalse töö tehniliseks teostajaks.

Tabel 22. Koolituspakkumine disaini ja kunsti põhikutsealadele

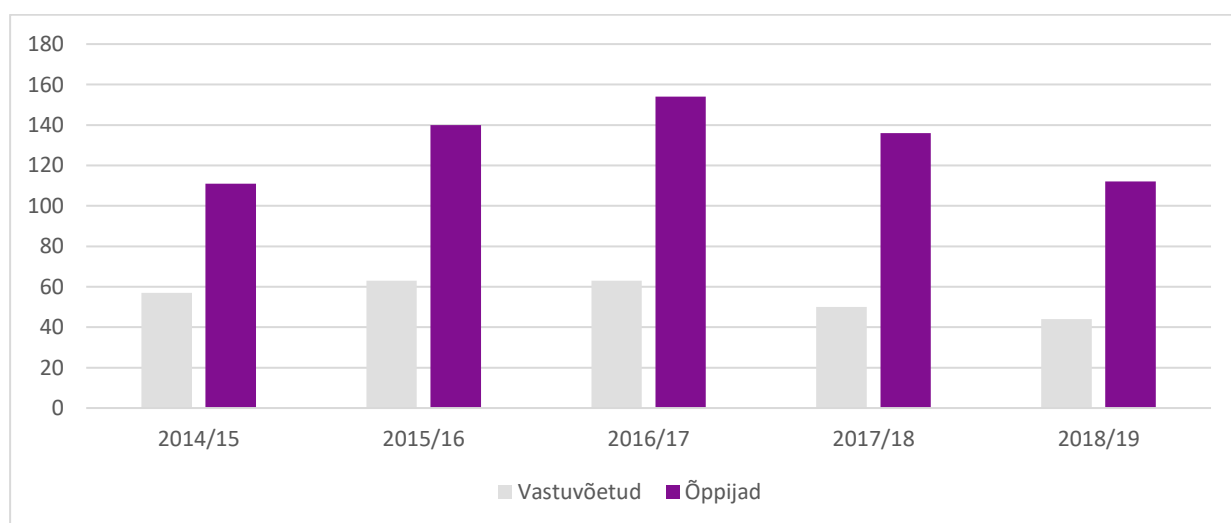
Põhikutseala	Lõpetajaid tasemehariduses (2014/15-2017/18 keskm)					Lõpetajate arv kokku	Arvestatud koolituspakku misse (peale selektiooni)	Koolituspak kumine kokku (sh aktiivsuse määr)	Lõpetajate prognoos lähiaastateks
	kutseh ar.	rak	bak	mag	PhD				
Disainerid	129	72	142	57	2	404	94	85	100
Kunstnikud							56	50	45
Disaini ja kunsti tehnilised teostajad							86	77	96
Disaini- ja kunstikoordina atorid							6	5	4

Kuigi võrreldes audiovisuaalvaldkonnaga oli välisüliõpilasi oluliselt vähem, arvestati koolituspakkumisel siiski ka seda, et enamik neist peale lõpetamist Eesti tööturule ei suundu. Kuigi suure osa õppekavade puhul võib lõpetamisjärgseks väljundiks olla nii disainer kui ka kunstnik, oli piisavalt ka neid õppekavu, kus tööalane rakendumine (või ka vastava valiku tegemine õppe kestel) võiks aset leida kas disaineri või kunstnikuna. Disaini- ja kunstikoordinaatorite koolituspakkumine on mõneti tinglik, kuna otseselt praegu põhikutsealale lõpetajad puuduvad ning arvestatud on väikese osa disaini- ja kunstierialade lõpetajatega. Kokku on viimase kolme aasta keskmisena disaineri ja kunstniku põhikutsealale rakendusvõimalust pakkuvatelt õppekavadelt lõpetajaid üle saja, eraldi võetuna disainereid pisut enam kui kunstnikke. Lähemal 1–2 aastal võib õppijate arvu muutust arvestades prognoosida isegi lõpetajate arvu mõningast kasvu disainerite puhul. Kunstnike puhul oleks tegu lõpetajate arvu langusega. Disaini ja kunsti tehniliste teostajate koolituspakkumine viimase kolme aasta keskmisena oli nii lõpetajate arvu kui ka lähiaastatel prognoositavat lõpetajate arvu kasvu silmas pidades sarnane disainerite omaga.

6.6. Trükitööstus

Trükitööstuses koolitatakse spetsialiste vaid Tallinna Polütehnikumis. Trükitööstuses ametis olevad kujundajad tulevad ka mujalt (kutse)koolidest kujundamise õppekavadelt ning neile on trükitööstus üks võimalikest rakendusvõimalustest. Samuti on koolituspakkumisse arvestatud väike osa Tallinna Tehnikakõrgkooli tootmisjuhi õppekaval õppijatest. Vastuvõtt 2018/19. õppeaastal oli Tallinna Polütehnikumis trükitehnoloogia õppekavale, kus on võimalik spetsialiseeruda kas trükkaliks või trükiettevalmistajaks. Eelnevatel aastatel on olnud lõpetajaid ka trükiste järeltöötuse õppekaval. Vastuvõetute arv on viimase viie aasta jooksul pisut langenud ning kokku võeti 2018/19. õppeaastal vastu 44 uut õppijat. Vastuvõetutest valdava osa on viimasel viiel aastal moodustanud kuni 19-aastased noored, samas on õppijate seas ka 25-aastaseid ja vanemaid. Õppijate arv on võrreldes viie aasta taguse ajaga jäänud aga peaaegu samaks, olles pisut üle 100 õpilase. Samas on viimased kaks aastat õpilaste arv langenud, tehes nii-öelda tasa 2015/16–2016/17. õppeaastate väikese kasvu.

Joonis 38. Vastuvõetud ja õppijad trükitööstuse valdkonna õppekavadel aastate järgi



Märkus: joonisel on esimest tüüpi õppekavad.

Allikas: Eesti Hariduse Infosüsteem (EHIS)

Ka lõpetajate arv on sarnaselt õppijate arvuga võrreldes viie aasta taguse ajaga jäänud samasse suurusjärku. Kui 2013/14. õppeaastal oli trükitehnoloogia õppekavadel lõpetanud 31, siis 2017/18. õppeaastal 29. Katkestamise määr on aga viimastel aastatel olnud kasvutrendis ja oli 2017/18. õppeaastal 29%, mis on kõrgem kui kutsehariduses keskmiselt.

6.6.1. Koolituspakkumine tasemeõppes ja lõpetajate prognoos

Tabel 23. Koolituspakkumine trükitehnoloogia põhikutsealadele

Põhikutseala	Lõpetajaid tasemehariduses (2014/15–2017/18 keskm)					Lõpetajate arv kokku	Arvestatud koolituspakkumisse (peale selektsiooni)	Koolituspakkumine kokku (sh aktiivsuse määr)	Lõpetajate prognoos lähiaastateks
	kutsehar.	rak	bak	mag	PhD				
Trükkal	28					28	14	13	11
Trüki ettevalmistaja							12	11	9
Järeltöötlusseadmete operaator							6	5	4
Tootmisjuht/meister							3	3	3

Trükitehnoloogias annab haridust vaid üks kool, samas on koolituspakkumisse arvestatud väike osa teistes kutsekoolides õpetatava kujundaja õppekavade lõpetanuid. Seetõttu on koolituspakkumisse arvestatud lõpetajate arv paari lõpetaja võrra suurem. Kuna trükiõppe puhul puudub nii rakendus-, bakalaureuse- kui magistriõpe, siis ei ole ka topeltarvestuse ohtu. Samuti ei ole välisüliõpilasi ning õppes on ennekõike nähtud ette rakendumist trükitehnoloogiasse, mitte mõnele muule ametile. Seega ei olnud põhjust koolituspakkumises lõpetajate arvu kuigivõrd väiksemaks korrigeerida. Viimase kolme aasta koolituspakkumisse arvestatud lõpetajate arv on sellest hoolimata üsna väike. Trükkalite ja trükiettevalmistajate koolituspakkumine on kümme lõpetajat aastas, järeltöötlusseadmete operaatoril alla kümne. Lähiaastatel lõpetajate prognoos näitab, et lõpetajate arv väheneb veelgi. Trükitehnoloogia tootmisjuhtide koolituspakkumine on mõneti tinglik, kuna otseselt trükitehnoloogia spetsiifiline õpe puudub. Arvestatud on väike osa Tallinna Tehnikakõrgkooli tootmisjuhi eriala lõpetanute.

6.7. Õppe kvaliteet ja arenguvajadused

Õppe kvaliteedi ja arenguvajaduste analüüsil on tuginetud OSKA uuringus osalenud ekspertide hinnangutele. Täiendava taustainfona on kasutatud Eesti Kõrg- ja Kutsehariduse Kvaliteediagentuuri (EKKA) läbi viidud kutse- ja kõrghariduse kvaliteedi hindamise aruandeid¹⁸². Alapeatükis käsitletakse eraldi kõrghariduse ning täienduskoolituse arenguvajadusi, samuti keskendutakse üldistele

¹⁸² Kvaliteedi hindamises osalevad sõltumatud eksperdid, nende seas valdkonna tööandjad, kõrghariduses ka väliseksperdid ja üliõpilased. Hindamisaruanded ja täiendav info hindamise korralduse kohta on leitavad Eesti Kõrg- ja Kutsehariduse Kvaliteediagentuuri kodulehelt. <http://ekka.archimedes.ee/>

alavaldkondlikku haridust puudutavatele kitsaskohtadele. Käsitletud on ainult siinses uuringus käsitletavate alavaldkondade erialaõpet pakkuvaid kutse- ja kõrgkooli ning õppekavu. Alapeatükis on esitatud ka kokkuvõtte EKKA ekspertide koostatud õppekavagruppide hindamisaruannetest kultuuri ja loometegevuse alavaldkondlikku õpet pakkuvates kutse- ja kõrgkoolides toimunud hindamiste kohta. Arvesse tuleb võtta, et kuna valdkonna õppekavad, mida siin peatükis käsitletakse, on paljuski n-ö noored õppekavad, siis ei ole osa neist läbinud akrediteerimist ega saanud ekspertidelt kvaliteedihinnangut. **Välja toodud üldistusi võib lugeda asjakohaseks enamiku valdkonna õppekavade puhul, kuid need ei puudutata üksüheselt kõiki kooli ja õppekavasid.**

6.7.1. Üldised tähelepanekud

Kultuuri ja loometegevuse alavaldkondade üleselt võib väita, et valdkond tervikuna evib küllaltki sarnaseid ja universaalseid arenguvajadusi ning ka positiivseid ühiseid jooni. Positiivsena võib välja tuua, et kutse- ja kõrgkoolid uuendavad oma õppekavu üha sagedamini ja üritavad kohandada neid üha kiiremini muutuvatele tööjõu- ja oskuste nõudmistele nii õppurite kui ka tööandjate poolt. Erialase hariduse edukaks omandamiseks kultuuri ja loometegevuse alavaldkondades on tähtsad üldhariduses omandatavad **üldised oskused**, mis tulenevalt tööturutrendidest aina olulisemaks muutuvad (vt ptk 4). Lisaks olulistele puudu olevatele üldoskustele nagu nt meeskonnatöö- ja suhtlusoskus on siin uuringus käsitletud alavaldkondade üleseks kitsaskohaks **puudulik eesti keele oskus**, mille puudujäägid ilmnevad eelkõige ajakirjutamise, loovkirjutamise, kommunikatsiooni ja keeletespetsialistide erialadel. Kõrgkoolid tunnetavad, et liiga suur rõhk õppetööst läheb n-ö järeleaitamistundidele, kuid vundament peaks olema loodud juba üldhariduskoolis. Sellest tulenevalt on tööandjate hinnangul nimetatud valdkondades peamiseks konkurentsieeliseks mitte erialane kõrgharidus, vaid korrektse eesti keele oskus.

Intervjueeritud eksperdid tõid välja, et valdkonna arengule aitaks oluliselt kaasa **kunsti- ja visuaalharidusele ning teadlikule pildikeele tarbimisele** suurema tähelepanu pööramine üld- ja huvihariduses. Nii tööandjad kui ka kutse- ja kõrgkoolid tunnetavad, et praeguses haridussüsteemis ei osutata piisavalt tähelepanu kunstide, sh kujutava ja tarbekunsti ning filmikunsti õpetamisele, mis omakorda pärsib andekate noorte varajast märkamist ning nende oskuste arengut. Ekspertide sõnul tuleks nii audiovisuaal- kui ka disaini ja kunsti valdkonnas vajalike käeliste oskuste arendamist alustada varem, kuna nende vilumuste omandamine võtab kaua aega. Lisaks peavad eksperdid vajalikuks, et lisaks käelistele oskustele õpetataks ka eri kunstiliikidest arusaamist ning nende analüüsi- ja mõtestamise oskust. Sarnane kitsaskoht ilmnis ka **loojutustamise oskuse** puhul, mis on oluline kõigis kultuuri ja loometegevuse alavaldkondades peale trükitööstuse. Intervjueeritud eksperdid tõid välja teatavad kitsaskohad üldhariduskoolide metoodikas, kus näiteks kirjutamise, muusika- ja kunstitundides tuleks tegeleda rohkem teoste analüüsi, mitte faktikontrolliga, mille tulemusena areneks ka noorte sõnavara ja loovus. Töömaailmas edukamaks toimetulekuks näevad eksperdid nii kultuuri ja loometegevuse õppekavadel kui ka üldhariduses olulisena **disainiõppe ja disainimõtle**¹⁸³**juurutamist** ning selle lülitamist erinevate haridustasemetega ja erialade õppekavadesse. Siinjuures on oluline toonitada, et disainimõtle arendamine ei ole oluline ainult disainerite puhul, vaid ka disaini toetavate distsipliinide puhul nagu turundus, kommunikatsioon ja ettevõtlus, et arendada õppurite loomingulisust ja probleemilahendusoskust.

¹⁸³ <https://mi.ee/disainimotlemine-praktikas>

Huvitava paradoksina ilmnes uuritud alavaldkondade puhul tõik, et sageli **ei ole erialane hariduslik ettevalmistus tööturul konkurentsieelis**. Eriti akuutselt tõusis see esile audiovisuaalvaldkonna, sõna- ja keeleerialade ning turunduse ja kommunikatsiooni puhul, kus tööandjad tunnistasid, et erialasest kutse- või kõrgharidusest olulisemad on isikuomadused, üldoskused, eesti keele oskus ning üldine lai silmaring. Siinkohal tõuseb valdkondlike kutse- ja kõrgkoolide sõnul aga küsimus sellest, kas ja kui palju tööandjad ise haridust väärtustavad ning oma töötajate erialast arengut toetavad. Analüüsi tulemusel võib tõdeda, et üha olulisem on suurendada sisulist koostööd ning kommunikatsiooni koolide ja tööandjate vahel, et mõlemad osapooled oleksid teadlikud teineteise ootustest ja võimalustest. Suure parendusvaldkonnana koolide ja tööandjate vahelises koostöös nähakse alavaldkondade üleselt **praktikakorralduse ja -süsteemi parendamist**, kuna valdkonnale omasest individualismist tulenevalt on koolide sõnul väga raske leida õppuritele praktikakohti. Ka paljud tööandjad ja valdkonna ettevõtted tunnistavad, et praktikandi võtmist nähakse sageli kui ajalist kulu ning mitte võimalikku potentsiaalset tulu tuleviku jaoks. Kuna loomevaldkonnas on sageli tegu väikeettevõtetega, siis on probleemiks pädevate ja motiveeritud praktikajuhendajate puudus, mistõttu juhtub sageli, et praktikandile ei pakuta mõtestatud juhendamist ning ta ei puutu praktika jooksul kokku tõeliste tööülesannetega. Samal ajal on paradoksaalne, et tööandjate suurim rahulolematuse on üldjuhul alati seotud koolilõpetajate praktiliste oskuste ja nende puudusega.

Olulise alavaldkondade ülese arenguvajadusena võib analüüsi tulemusel välja tuua **erialaõppejõudude ja -õpetajate järelkasvu**, mida on enda aruannetes palju tõstatanud ka EKKA. Eriti kõrghariduse puhul süveneb probleem akadeemiliste ja tööturu pakutavate palkade erinevuses, mistõttu ei ole valdkonna spetsialistid motiveeritud õppetegevuses kaasa lööma, millest tulenevalt kannatab omakorda õppe kvaliteet ja selle ajakohasus. Levinud praktikaks on sobivate eeldustega erialavilistlaste n-ö kasvatamine õpetajateks ja õppejõududeks, mis võib aga vahel päädida olukorraga, kus erialased koolkonnad on väga väikesed ning õpetajate ja õppejõudude taust jääb liiga ühekülgseks. Kuna õpetajaid ja õppejõude on vähe, siis on ka nende töökoormus sageli murettekitavalt kõrge. Valdkonna ekspertide hinnangul on siinkohal vajalik veelgi enam teha koostööd koolituse ja tööturu vahel, et oleks rohkem nn segatud karjäärimudeliga spetsialiste ehk õppejõud-praktikuid, kes korraga on nii tööturul (nt mentorid-juhendajad) ja osalevad akadeemilises töö õppejõudude ja/või teadlastena.

Kultuuri- ja loometegevuse valdkonna õpe eeldab peaaegu kõigil erialadel **kompleksset ja kulukat materiaaltehnolist baasi**, mille hulka kuuluvad valdkonnaspetsiifilised arvutiprogrammid, riist- ja tarkvarad ning stuudiolahendused, mille haldamine ja uuendamine on väga kallis ja sageli teostatud erinevate projektide rahast, mistõttu pole nende ülalpidamine koolide jaoks sageli jätkusuutlik. Kutse- ja kõrgkoolid on seni väga toetavalt pakkunud õppuritele ligipääsu ja võimalusi erinevatele vajaminevatele seadmetele ka väljaspool ametlikku õppetegevust. Koolid tunnistavad, et suur osa sellest tehnilisest baasist on juba praegu moraalselt vananenud. Tulevikku vaatavalt tuleks kaaluda, kas mingite erialade puhul on mõistlik tehniliste lahenduste ülalpidamine koolide poolt, tuleks need lähtuvalt tehnoloogia kiirest arengust hoopis teenusena sisse osta või hoida tehnilist baasi koostöös tööandjatega, kes tehnilist baasi nagunii sagedamini uuendavad ja muudavad.

Järgnevalt on antud üldistatud ülevaade EKKA ekspertide koostatud õppekavagruppide ja õppekavade hindamisaruannetest kultuuri- ja loometegevusalast õpet pakkuvates kutse- ja kõrgkoolides toimunud hindamiste kohta haridustasemetel lõikes.

6.7.1.1. Kutsehariduse õppekavade hindamise tulemused

Kultuuri- ja loometegevuse valdkonnaga otseselt seotud kutsehariduse õppekavu hõlmavate õppekavarühmade EKKA hindamisaruannetes on **tugevustena teiste seas** välja toodud järgmised punktid.

- **Teooria ja praktika tihe seotus** ning erialaspetsialistide kaasamine õppetöösse.
- **Materiaal-tehniline baas** vastab õppekava läbimiseks vajalikele tingimustele.
- Õppekavaarendusse **kaasatakse tööandjaid ja erialaliite** ning arvestatakse muutuvate tööturu vajadustega.
- **Tööandjate rahulolu** lõpetajatega on üldjuhul positiivne, levinud on töö leidmine praktikaettevõttes.
- Õppijad on **motiveeritud** ning nende rahulolu juhtimisotsustega kõrge.
- Pedagoogiline personal on **kvalifitseeritud ja pühendunud**, nende professionaalne arendamine on koolidel seatud prioriteediks.

Õppekavarühmade hindamisel toodi esile teiste seas järgmised **parendusvaldkonnad**.

- Veelgi **paindlikumate õppevormide** pakkumine, et vastata paremini täiskasvanud õppijate ootustele, kes soovivad paralleelselt töötada.
- **Tööandjate veelgi süsteemsem kaasamine** õppekavade arendusse.
- Koostöö tõhustamine praktikabaasidega, sh täpsete **praktikaülesannete ning hindamiskriteeriumide kokku leppimine enne praktikat** ning jätkuv **praktikajuhendajate koolitamine** ettevõtetes.
- Õppijate **ettevõtlus- ja sotsiaalpädevuste** senisest tõhusam arendamine.
- **E-õppe võimaluste tõhusam juurutamine**, sh kutseõpetajate toetamine e-materjalide ja -kursuste loomisel.
- **Täienduskoolituste** efektiivsuse tõstmine.

6.7.1.2. Rakenduskõrghariduse õppekavade hindamise tulemused

Kultuuri- ja loometegevuse valdkonnaga otseselt seotud õppekavade rahvusvahelisel hindamisel on EKKA hindamisaruannetes välja toodud teiste seas järgmised **tugevused**.

- Õppekavad panustavad **Eesti loomemajanduse arengusse**.
- Õpikeskkond, tehnilised vahendid ja infrastruktuur **toetavad õpiväljundite saavutamist** ning ligipääs arvutiklassidele, erialastele tarkvaradele ja stuudiotele on üliõpilastel väga hea.
- Kõrgkoolid on loonud väga head võimalused üliõpilaste **loovtööde eksponeerimiseks ja avalikkuseni jõudmiseks**.
- Õppekavad on **paindlikud** ja võimaldavad üliõpilastel paralleelselt töötada.
- Õppekavad on tänapäevased ja keskenduvad hästi **tööturu vajadustele**.
- Õppekavade arendusse on **kaasatud vastavate erialade praktikud**.
- Õppekavades pööratakse tähelepanu **ettevõtlus- ja koostööoskuste arendamisele**.
- Üliõpilased hindavad juhendajate ja kõrgkooli töötajate **personaalset lähenemist ning tuge**.
- **Täiendõppevõimalused** on süsteemselt välja arendatud.
- Üliõpilaste **motiveeritus ja pühendumus** on kõrge.

Õppekavade hindamisel toodi teiste seas esile järgmised **parendusvaldkonnad**.

- Vajalik on välja töötada paremad strateegiad tulemaks toime potentsiaalsete **üliõpilaste hulga vähenemisega** ning kõrgkoolis pakutava õppe populariseerimiseks.
- Õpingute teoreetilist ja kontekstuaalset taset tuleks tõsta, kaasates õppetöösse senisest enam **sobiva kvalifikatsiooniga väliseksperte**.
- Täiendavat tähelepanu vajab kõrgkoolide **rahvusvahelistumine**, sealjuures üliõpilaste ja õppejõudude mobiilsus.
- **Hindamisprotsesse tuleks muuta läbipaistvamaks**, sh peaksid hindamiskriteeriumid põhinema õpiväljunditel ning tuleks veenduda, et üliõpilastööde hindamisel ei teeks lõplikku otsust ainult üks õppejõud.
- Jätakuvalt tuleks suurendada **ettevõtluskompetentside** mahtu õppekavades.
- **Valik- ning praktikapõhiste ainete osakaalu suurendamine** õppekavades.
- Täiendavat tähelepanu vajab tudengite **juhendamine praktikakohtade leidmisel**, sh praktika eesmärkide ja hindamiskriteeriumide kokkuleppimine enne praktika algust.
- Õppekavaarenduses tuleks senisest enam panna rõhku **disainmõtlemise juurutamisele ja probleemilahendusoskusele**.
- Õppejõud peaksid senisest enam jagama omavahel parimaid **õpetamispraktikaid**, sh **uuenduslikke õpetamismeetodeid**.
- Senisest veelgi enam tuleks tähelepanu pöörata **üliõpilastööde laialdasemale tutvustamisele** nii avalikkuse kui ka tööandjate seas, kaasa arvatud rahvusvaheliselt.

6.7.1.3. Bakalaureuse- ja magistriõppe õppekavade hindamise tulemused

Kultuuri- ja loometegevuse valdkonnaga otseselt seotud õppekavade rahvusvahelisel hindamisel on EKKA hindamisaruannetes **tugevustena** välja toodud teiste seas järgmised **tugevused**.

- Õppekavadel on **tihedad sidemed erialamaailma ja tööandjatega** ning üldiselt reageeritakse õppekavade arenduses kiirelt, viies sisse vajalikke muudatusi vastavalt tööturu vajadustele.
- Õppekavad on valdavalt **interdistsiplinaarsed**, neis on hästi seostatud **teoreetiline ja praktiline** õpe ning need on hinnatud nii tudengite kui ka õppejõudude poolt.
- Õppekavaarendusse on **kaasatud nii tööandjad, vilistlased kui ka teised huvirühmad**.
- Õppejõud on oma ala **pühendunud eksperdid ja praktikud**, kes on orienteeritud teadustööle ning kellel on nii siseriiklik kui rahvusvaheline kontaktide võrgustik.
- Üldiselt on üliõpilastele loodud head **praktikavõimalused**.
- Üliõpilased on valdavalt **motiveeritud** ning hindavad valitud õppekavu kõrgelt.
- **Paindlikud õppevormid** võimaldavad töötavatel üliõpilastel ühildada õppimise ja töötamise.
- Üliõpilastele antakse enamjaolt **personaalset tagasisidet** nende edasijõudmise ning õpiväljundite saavutamise kohta.

Õppekavade hindamisel toodi esile järgmised **parendusvaldkonnad**.

- Enamik kõrgkoole paistab negatiivselt silma **õppejõudude väga kõrge töökoormuse ja madala palgatasemega**, millega tuleks hakata tegelema esimesel võimalusel.
- **Rahvusvahelistumise taset** tuleks enamiku õppekavade puhul tõsta, sh tõsta üliõpilaste ja õppejõudude osalemist rahvusvahelises mobiilsuses (nt õpiränne ja õpetamine väliskõrgkoolis) ning toetada akadeemilist töötajate osalemist väliskonverentsidel.

- **Õppejõudude arenguvajaduste** hindamine peaks olema süsteemsem. Samuti tuleks seada prioriteediks õppejõudude **järelkasvu planeerimine**.
- Õppejõudude jaoks on probleemiks kõrgkoolide vähene toetus nende **teadustegevusele**.
- Enamik õppekavasid paistab silma üha **väheneva sisseastujate arvuga**.
- Paljudel õppekavadel on väga **kõrge väljalangevuse määr**, mille ennetamiseks puuduvad sageli selgelt kavandatud meetmed.
- Osa õppekavade puhul ilmneb vajadus vaadata üle nende sisuloogika ja vajadusel neid **ümber struktureerida**, et kõrvaldada võimalikud sisukattuvused. Samuti ilmneb vajadus **laiapõhjalisemate õppekavade järele**.
- Üliõpilaste hinnangul võiksid õppekavad arendada rohkem **ettevõtlusõppe-, projektijuhtimise- ja eelarvestamise** kompetentse.
- Enamiku õppekavade puhul ilmneb tugev vajadus tegeleda aktiivsemalt nii siseriikliku kui ka rahvusvahelise **turundustegevusega**.
- Jätakuvalt tuleks **tugevdada sidemeid erialaste tööandjatega** seoses praktikakorraldusega ning korraldada arutelusid tööandjate ja erialaliitudega, et õppe kvaliteet vastaks paremini tööandjate ootustele.

6.7.2. Alavaldkondadega seotud õppe arenguvajadused

Uuringu käigus intervjueritud tööandjate ja ekspertide hinnangud ja nende võimalikud seosed ning kattuvused EKKA aruannetes tooduga on järgnevalt esitatud käsitletavate õppekavadega seotud alavaldkondade kaupa.

6.7.2.1. Audiovisuaalvaldkond

Uuringu käigus intervjueritud ekspertide ning tööandjate hinnangud seoses audiovisuaalhariduse kvaliteediga kattuvad paljuski EKKA aruannetes väljatooduga. Ühelt poolt tunnustatakse nüüdisaegset ja õpiväljundite täitmist soosivat õpikeskkonda ning praktikute kaasamist õppesse. Positiivsena toovad eksperdid tehniliste erialade puhul välja lõpetajate/üliõpilaste kõrge rakendatuse ja edukuse tööturul. Teisalt ilmnevad nimelt viimase aspektiga seoses suured probleemid ning seda just filmi- ja televaldkonnas, kus sageli juba praktika ajal õppurile tööpakkumine tehakse ning selle tõttu **jääb kool lõpetamata**. Tekib olukord, kus noored liiguvad väga enesekindlalt tööturule ilma eelneva kogemusega, mis võib halvimal juhul päädida läbipõlemisega. Olgugi et EKKA aruanded toovad positiivsena välja ettevõtlus- ja koostööoskuste arendamise kutse- ja kõrgkoolide poolt, on intervjueritud ekspertide hinnangul nendes kompetentsides veel pikk tee minna, kuna uuenevad töövormid ja töökeskkonnad loomevaldkonnas soosivad üha enam **eri ettevõtlusvorme ning meeskondades töötamist**.

Sarnaselt EKKA aruannetes välja tooduga nõustuvad intervjueritud eksperdid, et filmi- ja televaldkonna erialadel tuleks **suurenda valik- ning praktikapõhiste ainete osakaalu õppekavades**. Tööandjad ja valdkonna eksperdid näevad probleemina, et õppes pannakse kohati liiga palju rõhku loojate ja autorite koolitamisele, kellel valitud erialal mitte läbi lüües võivad puududa vajalikud praktilised oskused, et soovi korral valida teine karjäärirtee. Üheks valdkonna olulisimaks probleemiks peetakse **tööandjate vähest soovi endale praktikante võtta** ning sellest johtuvad vajakajäämised lõpetajate praktilistes oskustes. Kutse- ja kõrgkoolid ning tööandjad nõustuvad, et praktikasüsteem vajab jätkuvat arendamist ning eraldi tähelepanu tuleb pöörata praktikajuhendajate koolitamisele ning kolmepoolsete praktikaeelsete kokkulepete sõlmimisele õppuri, haridusasutuse ja tööandja vahel, et praktika väljund vastaks ootustele ja praktikant saaks täita tõelisi tööülesandeid. Probleemina nähakse ka tööandjate huvipuudust, kuna

valdkonna väiksusest tulenevalt tunnetatakse tugevat konkurentsi ning levinud on hirm, et praktikandist koolitatakse endale konkurenti.

Analüüsi tulemusena võib just filmi- ja televaldkonna puhul välja tuua teatavat **kommunikatsiooni- ja infopuudust**, mistõttu valdkonna töötajad ja tööandjad ei adu ega tea sageli ka ise, milliseid erialasid millises kutse- või kõrgkoolis õpetatakse ning kust tööjõudu vajadusel otsida. Ka selle kitsaskoha puhul võib ühe põhjusena välja tuua teatava kultuuri- ja loometegevusele iseloomuliku individualismi, kus ka näiteks valdkondlikud kutse- ja kõrgkoolid teineteist konkurentidena käsitlevad ning kelle koostöö sageli vajaka jääb. Lisaks haridusasutustele ei suuda koonduda ka valdkonnaspetsialistid, mistõttu on erialaliitude töö sageli raskendatud. Sellest tuleneb omakorda olukord, kus filmi- ja televaldkonna ametid on kirjeldamata ning lisaks valdkonnas tegutsevatele spetsialistidele jäävad ka potentsiaalsed õppurid infosulgu ning sageli ei ole päris täpselt kursis eriala sisuga, mida õppima asutakse ning pettutakse tehtud valikus. Seetõttu võib ühe olulise parendusvaldkonnana audiovisuaalvaldkonnas välja tuua koostöö tööandjate ning kutse- ja kõrgkoolide vahel nii praktikakorralduses, õppekavade arenduses kui ka audiovisuaalvaldkonna üldise kuvandi loomisel.

6.7.2.2. Sõna ja keel

Hinnangud **ajakirjandusharidusele** on valdkonna tööandjate ja ekspertide seas küllaltki polariseerunud. Sarnaselt paljude teiste uuringus käsitletud alavaldkondadega ei ole ka ajakirjandusalane hariduslik ettevalmistus tööturul otseseks eeliseks ning nii mõnigi tööandja avaldas arvamust ajakirjandusõppe liigse teooriakesksuse kohta. Samas oli eksperte, kelle jaoks ajakirjandushariduse suurimaks väärtuseks on professionaalsete töövõtete ja hoiakute õpetamine (sh eetika ja ajakirjanduslike väärtuste hoidmine), ilma milleta Eesti meedia toimida ei saaks. Kirjeldatud polariseerunud arvamustest tuleneb omakorda erialase hariduse väärtustamise aspekt suurte meediaorganisatsioonide poolt ning ekspertide hinnangul sõltub see suuresti juhust ja tema pädevustest inimkapitali juhtimisel.

Erinevalt EKKA aruannetest esines ekspertidelt hinnanguid, et ajakirjandusõpe ei ole **piisavalt nüüdisaegne** ning ei suudeta piisava kiirusega reageerida ühiskondlikele ja tehnoloogilistest arengutest tulenevatele muutustele. Samas tõdeavad ülikoolid, et kõrghariduse ülesanne ongi pigem aidata kaasa üliõpilase oskusele areneda ning kohaneda ja võimalusel ka ennetada tekkivaid muutusi. Samuti on ülikoolid arvamusel, et ajakirjanikke ei tule koolitada mitte ainult vastavalt praegustele vajadustele, vaid ka vajadustele, mis ilmuvad alles mitme aasta pärast. Sarnaselt EKKA aruannetes välja tooduga paistavad ajakirjanduse õppekavad pigem positiivselt silma **interdistsiplinaarsusega** ning eksperdid hindavad eriti Tallinna Ülikooli puhul erialapraktikute kaasamist õppetöösse. Intervjuude põhjal võib tõdeda, et eksperdid ootavad Tallinna Ülikoolilt ja Tartu Ülikoolilt suuremat omavahelist koostööd nii õppe- kui ka teadustegevuses ning veelgi aktiivsemat tööandjate kaasamist õppekavaarendusse, et lisada õppele sõltuvalt ülikoolist võimalusel ja vajadusel veelgi praktilisemat mõõdet. Sarnaselt EKKA aruannetes välja toodud arenguvajadustega toodi intervjuudes välja vajadus ülikoolide suurema koostöö järele tööandjatega praktikakorralduses, et õppureid paremini ette valmistada päris töösituatsioonideks ning tagada erialaste n-ö käsitööoskuste piisav tase, kuna just nende vajakajäämisi toovad tööandjad enim esile.

Sarnaselt nii teiste uuringu alavaldkondadega kui EKKA aruannetes välja tooduga toonitasid eksperdid ajakirjanduse puhul vajadust jätkuvalt arendada **ettevõtlus- ja projektijuhtimise** kompetentse. Kuna valdkond liigub üha enam vabakutselisuse poole ning suured meediaorganisatsioonid muutuvad vähem hierarhilisemaks, siis tingivad need tööturutrendid vajaduse hoopis teistsuguste oskuste järele.

Keeletoimetajate, tõlkijate ja tõlkide puhul nõustuvad intervjueritud eksperdid EKKA aruannetes väljatooduga, kus tõdetakse erialade madalat populaarsust ning sellest tulenevat langevat sisseastujate arvu. Olukord on ekspertide sõnul eriti kriitiliseks muutunud soome ja vene keele oskajate puhul, mille puhul nõudlus on turul kõrge, kuid ülikoolidest lõpetajaid ei tule. Ühe valdkonna ebapopulaarsuse põhjusena toovad eksperdid välja tööga, et sageli inimesed ei teagi, mida keelespetsialisti töö endast kujutab ja millised on erinevate ametite karjäärivõimalused kogu majanduses, sh ettevõtluses. Seetõttu nähakse vajadust aktiivsema turundustegevuse ning positiivse kuvandilooma järele.

Sarnaselt EKKA aruannetes väljatooduga näevad ka keelevaldkonna tööandjad vajadust **määratleda koostöös kõrgkoolidega selgemalt kohalikul tööturul toimetulekuks vajalikud oskused ja pädevused**, teha aktiivsemat koostööd praktikakorralduses ning samuti toetada üliõpilasi pärast õpinguid töökoha leidmisel. Tööandjate ja valdkonna ekspertide kogemused praktikantide ja lõpetajatega ei ole analüüsi tulemusena olnud väga positiivsed ning eelkõige tuuakse õppurite puhul esile nende kitsast silmaringi, madalat eneseväljendusoskust ning vähest kogemust. Tööandjad tõid välja, et praktikale suundudes ei ole praktikant veel valmis päris tööülesanneteks ja ei nähta võimalust juhendamiseks. Samas tunnistavad eksperdid ise, et keelespetsialisti töö kvaliteet sõltub väga palju elu- ja töökogemusest ning otse kõrgkoolist tulles ei ole võimalik seda tööd väga kvaliteetselt teha. Analüüsi tulemusena võib seega võimalike lahendustena välja tuua erialase praktika edasilükkamise võimalikult õpingute lõpuperioodi ning tööandjate ja kõrgkoolide oluliselt aktiivsema koostöö seoses praktikakorraldusega, mh praktikaeelsete kokkulepete ja -eesmärkide sõlmimisel ning praktikajuhendajate koolitamisel.

6.7.2.3. Turundus ja kommunikatsioon

Tööandjate ja valdkonna ekspertide hinnangud turunduse ja kommunikatsiooni tasemeõppele ning lõpetajatele olid võrreldes EKKA aruannetega valdavalt negatiivsed. Ühe põhjusena võib välja tuua **puudujäägid ootuste juhtimises, kus tööandjatel endil puudub selge teadmine ja ettekujutus, mida tasemeõppes õpetatakse ja milliseid oskusi õppurid omandavad**. Analüüsi tulemusena on oluline toonitada, et tööandjate ootused lõpetajatele nende endi sõnutsi on sageli ebarealistlikult kõrged ning ei hoomata päris täpselt, kas mingid oskused peaksid tulema kutse- või kõrghariduse tasemelt. Levinud praktika on, et tööandja võtab tööturult olemasoleva kandidaadi ning ei tea tema haridustaset või akadeemilist kraadi.

Mõlema eriala puhul on nii EKKA aruanded kui ka intervjueritud eksperdid välja toonud õppe vähese ajakohasuse ning eriti **turunduse** puhul tõid eksperdid välja, et kõige nüüdisaegsem teadmine ei jõua klassiruumi ning sageli võib läbi veebikursuste (näiteks läbi Coursera või kasvõi YouTube'i) omandada oluliselt rohkem kui tasemeõppes. Intervjueritud eksperdid andsid turunduse õppekavadele küllaltki hävitavaid hinnanguid ning peamise probleemina nähakse just aegunud teadmiste ja teemade käsitlemist, mis praegustele tööturu- ja valdkonna nõudmistele enam ei vasta. Ühe peamise põhjusena võib analüüsi tulemusena välja tuua õppejõudude järelkasvu küsimuse, mis just turunduse puhul eriti esile kerkis – erasektoris on palgad kõrgemad ning kõrgkoolide makstav töötasu ei ole valdkonna ekspertidele piisavalt atraktiivne, et õpetada.

Nii turunduse kui ka kommunikatsiooni puhul tõusis sarnaselt teistele uuringu alavaldkondadega probleem seoses praktikakorraldusega. Tööandjad, eriti agentuurides, tunnistavad sealjuures ausalt, et neil puudub huvi praktikante võtta, kuna praktika juhendamisega kaasneb üldjuhul töökoormuse kasv. Praktikate kvaliteedis nähakse samuti puudujääke ning kitsaskohana tuli välja, et tõelisi tööülesandeid praktikantidele sageli ei anta, mistõttu kannatavad omandatavad erialased oskused. Turunduspraktika

puhul töid eksperdid välja murekohana olukorra, kus töötavad inimesed teevad sageli praktika enda töökohas, mis suure organisatsiooni puhul võib osutuda väga heaks, kuid väiksema puhul jääb praktika liiga ühekülgses.

Sarnaselt EKKA hinnanguga töid intervjueritud eksperdid **kommunikatsiooni** õppekavade puhul välja puudujäägid oskustes, sh keele- ja erialastes oskustes. Eksperdid toovad põhilise probleemina välja, et õppuritele antakse küll väga head teoreetilised teadmised, kuid neid ei osata praktiliselt rakendada. Samal ajal on lõpetajate enesekindlus tööandjate hinnangul pöördvõrdelises seoses omatavate pädevustega. Ühe põhjusena võib siin välja tuua erialaliitude ja tööandjate vähese kaasatuse õppekavaarendusse, mistõttu on tekkinud ka eespool kirjeldatud infosulg oskuste ja pädevuste osas, millest omakorda johtuvad ebarealistlikud ootused. Probleemina kommunikatsioonihariduses töid eksperdid välja juhikädevuste puuduse, kuna reeglina kasvab juht välja spetsialistist, kuid juhtimiskoolitus on jäänud sageli saamata. Vastavalt kommunikatsioonijuhile esitatavatest ootustest olema strateegiline partner tippjuhile oleks vaja senisest enam tegeleda juhtimiskädevuste arendamisega kas taseme- või täiendusõppes, et ennetada valdkonnaspetsialistide läbipõlemist juhtivatel positsioonidel.

6.7.2.4. Disain ja kunst

Nagu paljudes teistes uuringu alavaldkondades, on ka disainis ja kunstis terav **õppejõudude järelkasvu probleem**, mis tuleb välja nii EKKA aruannetest kui ka uuringu käigus tehtud intervjuudest. Eriti disaini puhul võib tõmmata paralleele turundusega, kus erasektori palgaerinevused võrreldes akadeemilistega on nii suured, et valdkonna spetsialistide kaasamine õppetegevusse on raskendatud. Ka on mitmed disainerialad Eestis niivõrd noored, et vastavate erialade koolkonnad väikesed ning valdkonnas töötavad vaid üksikud erialaõppejõud. Kutse- ja kõrgkoolid tunnistavad, et õppejõude kasvatatakse sageli enda vilistlaste seast, kellel juba õpingute ajal ilmneb vajaminev potentsiaal.

Suure probleemina töid intervjueritud eksperdid disainivaldkonna puhul välja selle **eksliku kuvandi ettevõtete ja laiema üldsuse silmis**. Kuna disainivaldkond on Eestis endiselt küllaltki ebamäärane ning defineerimata, siis on levinud arvamus, et disain on midagi kallist ja privilegeeritud ning see seostub tavainimesele sageli tarbekunstiga. Disaini nähakse toote- ja teenusearendusprotsessis sageli piiratud (nn pakendikujundamisena), vähese teadlikkuse tõttu ei osata disainerite pakutavat lisaväärtust kasutada. Selliste arvamuste tõttu ei oska paljud ettevõtted ja avalik sektor disainereid ja disaini enda tööga siduda, neil ei ole selle kasutamise kogemust ning, tulenevalt võimalikest vajalikest muudatustest ärimudelites ka ei julgeta disainerit rakendada.

Intervjueritud eksperdid leiavad, et sellise usaldamatuse ja võõrastamise vastu aitaks enim **praktikasüsteemi arendamine** ning veelgi aktiivsem praktikakohtade leidmine ettevõtetesse ja avalikku sektorisse, et juba õpingute ajal saaksid tudengid end siduda eri majandusvaldkondadega ning aimu sellest, millised võimalused ja väljund neid pärast lõpetamist ootavad. Eksperdid hindavad, et võrreldes aastatetaguse ajaga on olukord juba paranenud, kuid sellegipoolest on vaja veelgi aktiivsemalt teha koostööd erinevate majandusharude ning ettevõtetega õppeprotsessi eri etappides, et ühelt poolt aidata kaasa õppurite praktiliste oskuste arendamisele ning teisalt tutvustada disaini ja disainerite kasutamise võimalikkust ning kasulikkust ettevõtluses ja avalikus sektoris. Seoses praktiliste oskuste arendamisega töid tööandjad muu hulgas välja, et sageli jääb nii disaini- kui ka kunsterialade lõpetajatel puudu kogemusest eri materjalidega töötamisel ning disainerite puhul tööstuses vajaminevast kiirusest. Olulise aspektina töid tööandjad välja, et nii kutse- ja kõrgkoolid kui ka tööandjad peaksid aktiivsemalt

vahetama ja jagama eduelamusi ning positiivseid praktikaid seoses omavahelise koostööga, mis annaks nii võimaluse teineteise kogemustest õppida kui ka veel kord luua usaldust haridus- ja töömaailma vahel. Sealjuures toodi kunstierialade puhul olulisena välja nn mentorlussüsteemi arendamist, et valmistada kunstitudengeid vabakutselisena töötamisel ette tulevateks proovikivideks.

Sarnaselt EKKA aruannetega avaldasid intervjueeritud eksperdid arvamust, et disainierialadel tasuks kaaluda vähem ja veidi laiapõhjalisemaid õppekavu, et lõpetajate kompetentsid vastaksid enam tööturu nõudmistele. Osa tööandjatest oli arvamusel, et tasuks üleüldist vastuvõttu disaini õppekavadele vähendada lävendi tõstmise kaudu, et seeläbi veelgi enam parendada lõpetajate oskuste kvaliteeti ning aidata kaasa disaineri elukutse ja kogu valdkonna üldisele usaldusväärsusele.

Kunsti- ja disainihariduse arengut takistava probleemina tõdesid nii uuringu raames intervjueeritud eksperdid kui ka EKKA hinnang **vähest loomepõhist teadustegevust**. Intervjueeritud eksperdid näevad suure kitsaskohana, et loomeuurimused ei kvalifitseeru teadusrahastusele ning loometeadlasi ei kohelda samadel alustel ülejäänud teadlastega. Samal ajal on paradoksaalne, et nähakse vajadust disainiteaduse arengu ja mõtestamise järele Eestis. Ühe leevendusena nähakse siin alates sellest aastast Kultuurkapitali algatatud stipendiumiprogrammi loomeerialade õppejõududele¹⁸⁴, millega toetatakse nende loometegevust muu hulgas kujutava ja rakenduskunsti valdkonnas. Ekspertide sõnul tuleks jälgida, kuidas vastav programm käivitub ning milline on selle mõju, kuid sellegipoolest leida tulevikus meetmeid, kuidas loometeadust riiklikul tasemel toetada.

6.7.2.5. Trükitööstus

Sarnaselt EKKA aruannetega on intervjueeritud tööandjad üldjuhul rahul õppekava lõpetajatega ning enamasti leiavad lõpetajad praktikaettevõttes tööd. Tööandjad ja erialaliit hindavad, et neid kaasatakse õppekavade arendusse ning võetakse arvesse tööturu muutuvaid vajadusi. Suures osas kattuvad uuringus osalenud ekspertide välja toodud arendusvajadused EKKA aruannetes tooduga. Ühe olulise kitsaskohana märgiti, et hoolimata sellest, et praktikakohtade leidmisega üldjuhul probleemi ei ole, tuleb **jätakuvalt tegeleda praktikakorralduse sisulisema arendusega**, mis hõlmab nii praktikaeelsete kokkulepete sõlmimist, kolmepoolset kommunikatsiooni praktika eel ja selle ajal ning praktikajuhendajate koolitust. Ühelt poolt tahavad tööandjad praktikajuhendajatele koolitust, kuid kui ainus erialane kutsekool selle organiseeris, siis polnud potentsiaalseid praktikajuhendajaid kohal. Niisiis on endiselt oluline **koostöö ja kommunikatsiooni** parendamine ettevõtete, kooli ja erialaliidu vahel, et erinevate osapoolte huvid ja vajadused saaksid kaetud ning valdkonna areng jätkuks.

Kuna trükitehnoloogiat õpetatakse ainult Tallinnas, siis on tööandjate hinnangul **regionaalselt kehvas olukorras teised suuremad linnad**, kus trükiettevõtlusega tegeletakse, kuna koolilõpetajad harilikult kodulinna ei naase. Ühe võimaliku lahendusettepanekuna nägid eksperdid siin kutsekoolide ja kutsehariduskeskuste vahelist koostööd, et välja töötada trükitehnoloogia või mehhatroonika õppemooduleid ning lisada neid vastavalt kas mehhatroonika või trükitehnoloogia õppekavasse. Seeläbi oleks kutseõppeasutustel võimalik anda lõpetajatele laiapõhjalisem ettevalmistus vastavalt kas trükitehnoloogia või mehhatroonika erialal ning selle kaudu katta paremini regionaalset tööjõuvajadust.

Suure parendusvaldkonnana toovad uuringus osalenud eksperdid välja trükitööstuse **erialade vähese populaarsuse**, mis eeldaks nii tööandjatelt, erialaliidult kui ka koolilt senisest veelgi enam turundustööd

¹⁸⁴ <https://www.kulka.ee/uudised/kultuurkapital-avab-stipendiumiprogrammi-loomeerialade-oppejoududele>

ja mainekujundust, et valdkonda eri sihtrühmade seas strateegilisemalt turundada ja muuta väljakujunenud müüte trükiteöstusest kui tervisele ohtlikust valdkonnast. Positiivsena võib välja tuua, et kõik kolm osapoolt juba panustavad valdkonna positiivsesse kuvandiloomesse ning näiteks programmi Tagasi Kooli¹⁸⁵ raames on kaasatud eriala vilistlasi. Siinkohal peavad eksperdid vajalikuks karjäärinõustajate n-ö valdkondlikku harimist, et trükiteöstuse mainekujundusele kaasa aidata.

Olulise arenguvajadusena kaardistasid eksperdid vajaduse **trükitehnoloogi 5. taseme jätkuõppe** järele, et paremini vastata tööandjate ootustele ning pakkuda eriala valinutele loogilist karjääriteed ning edasiliikumise võimalust. Tööandjad tunnetavad, et praegune trükitehnoloogi haridus lõpeb 4. tasemel ära ning see tase ja õppurite omandatavad oskused ei vasta alati nende vajadustele. 5. taseme trükitehnoloogi jätkuõpe võimaldaks omakorda liikuda edasi soovitud õpi- või karjääriteel ning annaks võimekamatele ja motiveeritumatele võimaluse edasi õppida ning enda erialast ja valdkondlikku ekspertiisi laiendada. Sellise jätkuõppe puhul peab kindlasti arvestama töötavate ja täiskasvanud õppijate vajadustega õppe paindlikkuse järele.

6.7.3. Täienduskoolitus

Lisaks peatükis 6.1 nimetatud tasemeõppele saab paljusid spetsiifilisi oskusi omandada või täiendada täienduskoolitustel. **Täienduskoolitus**¹⁸⁶ võimaldab erialaste teadmiste ja oskuste omandamist või täiendamist või uute oskuste omandamist. Koolituse läbimist tõendab tunnistus¹⁸⁷ või tõend.

Täiendusõppe võimalused on valdkonna töötajate ning ettevõtjate jaoks erinevad.

- **Avatud koolitused**, sh ümberõpe Töötukassa suunamisel ja töötust ennetavad meetmed¹⁸⁸. Nii kutseõppeasutused, erakoolitusasutused kui ka kõrgkoolid võimaldavad täiendusõpet oma koolis õpetatavatel teemadel. Kursuste toimumise ajad on veebilehtedelt leitavad koos koolituskalendri ja koolituse sisu kirjeldusega.
- **Konkreetsed õppekavaga tellitud koolitus**. Ettevõtja, kellel on vajadus konkreetse täiendus- või ümberõppe järele, saab tellida oma töötajatele vajaliku sisuga koolituse ning koostöös erakoolitaja, kutseõppeasutuse või kõrgkooliga koostatakse vajaduspõhine õppekava.
- **Tasuta koolitused** on tavapäraselt EL-i struktuurifondi abil rahastatavad koolitused¹⁸⁹, mis on suunatud eri sihtrühmadele, nt madalama haridustasemega või vananenud kvalifikatsiooniga töötajad jt. Nende kursuste raames saab enamasti omandada lihtsamaid baasteadmisi ning sageli ei eelda kursused varasemat valdkonna haridust.

¹⁸⁵ <https://tagasikooli.ee/>

¹⁸⁶ Täiskasvanute koolituse seadus § 1 lõige 4 märgib, et täiendusõpe on väljaspool tasemeõpet õppekava alusel toimuv eesmärgistatud ja organiseeritud õppetegevus. Täiendusõpe on kutseõppeasutuste seaduse (§23 lõige 2 p 2) tähenduses kutseõpe, mille käigus omandatakse üksikkompetentse. Kutseharidusstandardi peatükid 3–6 kirjeldavad kutseõppe tasemeid 2–5 ja nende väljundeid. <https://www.riigiteataja.ee/akt/110062015010>

¹⁸⁷ Täiendusõppe tunnistus antakse, kui koolitus lõpeb hindamisega.

¹⁸⁸ Töötukassa. Töötust ennetavad meetmed. <https://www.tootukassa.ee/uudised/1-mail-2017-alustabtootukassa-tootust-ennetavate-teenuste-pakkumist>

¹⁸⁹ Elukestva õppe strateegia täiskasvanuhariduse programm 2015–2018 (2015). Haridus- ja Teadusministeerium. https://www.hm.ee/sites/default/files/taiskasvanuharidusprogramm_2015-2018.pdf

- **Koolitus asutuses/ettevõttes ehk sisekoolitus.** Sisekoolitusi kasutatakse kogu valdkonnas, kuid eriti levinud on see audiovisuaalvaldkonna ning trükitööstuse puhul. Sõltuvalt koolitatavate ametist on koolitajateks enamasti varasema pikaajase töökogemusega töötajad.

Eelnev jaotus on tinglik ning tegelikkuses võivad erinevad täiendusõppe liigid osaliselt kattuda – avatud koolitused võivad olla tasuta koolitused, koolitus ettevõttes võib kattuda tasuta koolitusega ja olla samal ajal ka konkreetse õppekavaga tellitud koolitus, konkreetse tellitud õppekava baasil korraldatud koolitus võib olla ka tasuta koolitus. **Üleilmsete trendide mõjul muutuvad kultuuri- ja loometegevuses käsitletud alavaldkondades töökeskkond ning töö sisu pidevalt ja üha kiiremini ning elukestvas õppes ja täienduskoolituses peaksid osalema kõikide valdkonna põhikutsealade esindajad.**

2018. aastal organiseerisid Haridus- ja Teadusministeeriumi andmetel¹⁹⁰ tasuta kultuuri- ja loometegevuse alavaldkondlikke erialaseid täienduskoolitusi järgmised õppeasutused: Haapsalu Kutsehariduskeskus, Kuressaare Ametikool, Olustvere Teenindus- ja Majanduskool, Tallinna Polütehnikum, Tallinna Teeninduskool, Vana-Vigala Tehnika- ja Teeninduskool, Tartu Kutsehariduskeskus, Tartu Kunstikool, Pärnu Saksa Tehnoloogiakool, Järvamaa Kutsehariduskeskus ja Pärnumaa Kutsehariduskeskus. Sealjuures on enim täienduskoolitusi sõna ja keele ning kunsti ja disaini alavaldkondades. Levinud koolitusteks on keeleõpe, fotograafia, kujundamine, trükiettevalmistus ja tootedisain. Lisaks erialastele täienduskoolitustele on Haridus- ja Teadusministeerium rahastanud kursusi (sh tasulisi) ka teistes valdkondades nagu juhtimine ja haldus, tööoskused, IKT, majandusarvestus ja maksundus ning isikuareng, kus pannakse palju rõhku üldoskuste arendamisele, mis on kultuuris ja loometegevuses sageli erialaste oskustega tähtsusest samal pulgal.

Töötukassa¹⁹¹ on finantseerinud eri koolituspartnerite toel (sh mitmed koolitusfirmad, kutsekoolid ja kõrgkoolid) turunduse, graafilise disaini ja kujundamise, fotograafia-, toote- ja teenusedisaini-, filmindus-, stsenaariumi-, pilditöötlus- ja kommunikatsioonikoolitusi. Sealjuures tuleb mõnda, et konkurentsilt kõige rohkem pakutakse turundus-, fotograafia- ja graafilise disaini koolitusi. Nagu HTM-i pakutavate tasuta täienduskoolituste puhul, on peale erialaste kursuste laialdaselt levinud erinevad arvutikoolitused, isikuarengule orienteeritud ja juhtimiskoolitused ning ettevõtlusõpe, mida pakuvad nii haridusasutused kui ka eraettevõtted üle Eesti. Seetõttu võib mõnda, et ühelt poolt on võimalused mitmekesiseks täiendusõppeks loodud, kuid samal ajal tuleb veel rohkem tähelepanu pöörata nende valdkondlike oskuste puudujääkide katmisele, mis on täpsemalt välja toodud alapeatükis 4.1 ning mille järele vajadus tulevikus kasvab. Sellega seoses tuleb tõdeda, et kuna üldoskuste arengule orienteeritud koolitusi pakuvad nii HTM kui ka Töötukassa väga suures mahu, siis võib vastavate oskuste puudujääk olla tingitud sellest, et ettevõtetes ja asutustes ei tegeleta piisava teadlikkusega personaliarendusega ning oma töötajatele ei võimaldata osaleda turul olevatel koolitustel.

Kultuuri- ja loometegevuse täienduskoolitust toetatakse ka loomemajanduse arendamise meetme raames¹⁹². Enamasti on tegemist rahvusvaheliste erialaekspertide Eestisse toomisega või siinsete ettevõtjate ja spetsialistide osalemisega mõnel rahvusvahelisel konverentsil/koolitusel.

Uuringust selgus, et põhikutsealadel, millele on iseloomulik vabakutselisus ja projektipõhisus, on levinud küllaltki **madal täienduskoolitustel osalemise aktiivsus**. Eksperdid tõdevad, et töötajad on üldjuhul

¹⁹⁰ HTM 2018. a täienduskoolituste andmed.

¹⁹¹ Töötukassa töötust ennetavate teenuste kohta saab lähemat infot: <https://www.tootukassa.ee/content/toota-ja-opi>

¹⁹² <https://www.kul.ee/et/eesmargid-tegevused/loomemajandus/loomemajanduse-arendamise-toetusmeede>

iseõppijad. Intervjueeritud tööandjad ja eksperdid tõstsid eriti audiovisuaalvaldkonna puhul esile sisekoolitusi, kus mõni staažikam kolleeg koolitab välja uusi tulijaid või kutsutakse mõne uue tehnoloogilise lahenduse puhul seadme valmistaja poolne esindaja konsultandiks. Ühe probleemina tõid eksperdid välja, et kuna valdkonnas töötab palju vabakutselisi ning töötajal võib olla korraga mitu töökohta, siis isegi algse huvi korral koolituse sisu vastu on korraldajal ajaliselt ja logistiliselt keeruline koolitusgrupe täis saada. Üha enam tajuvad eksperdid valdkonnas koolitusmudelit, kus erialast ettevalmistust mitteomavad töötajad saadetakse täienduskoolitusele omandama mõnda üksikut tööloiku või funktsiooni. Eriti levinud on selline mudel turunduse ja kommunikatsiooni valdkonnas. Trükitööstuse puhul on tööandjad riiklikult rahastatud koolitusprogrammide puhul tunnetanud mõningast töötajate skepsist seoses koolitusprogrammi sisuga ning nähakse vajadust suurema kaasatuse järele selle koostamisel kaasa rääkimise võimaluse järele. Ettevõtted tõdesid, et vajadusel ollakse valmis täienduskoolitust omalt poolt finantseerima.

Hoolimata senisest mõningasest mitteaktiivsusest täienduskoolitustel osaleda, näevad intervjueeritud eksperdid sellegipoolest nende järele kasvavat vajadust üldoskuste puhul ning kindlates valdkondades, nt valgustajad, assistendid ja teised tehnilised ametid ning järeltöötlus, kus tasemeõpet ei ole mõistlik avada või suurendada, kuid samas tunnetatakse tööjõupuudust.

Analüüsi käigus selgunud peamiste valdkonna **täienduskoolituse arenguvajadustena** võib välja tuua järgmised punktid.

- Soovituslike täienduskoolitustena võib kultuuri- ja loometegevuseüleselt välja tuua tehnoloogia- ja IKT-alase baas- ning täiendusõppe, meeskonnatöö, inimeste juhtimise, projektijuhtimise, ettevõtluse ja majandusarvestuse, keeleõppe, õiguse, suhtlemispsühholoogia ja avaliku esinemise.
- Tagada konkreetselt suunatud informatsiooni levik ja kättesaadavus, et koolitusinfo jõuaks vabakutseliste ja projektipõhiste töötajateni.
- Trükitööstuses ja ajakirjanduses tuleks senisest enam tegeleda strateegilise personaliarendusega, võimaldades igale töötajale koolitusi lähtuvalt tema personaalsetest vajadustest.
- Alavaldkondlike täienduskoolituste vajadustena võib välja tuua valgustajate, kaameraassistentide ja teiste audiovisuaalvaldkonna tehniliste teostajate koolitused, loovkirjutamise, eesti keele õigekirja ja järeltöötuse.

6.8. Lühikokkuvõte

Enamiku põhikutsealade koolituspakkumises on välja kujunenud nii-öelda baaskoolid. Uut tööjõudu sõna- ja keelevaldkonna põhikutsealadele ja kommunikatsioonispetsialiste koolitavad Tallinna Ülikool ja Tartu Ülikool. Disaineri ja kunstniku põhikutsealale koolitavad spetsialiste peamiselt Eesti Kunstiakadeemia ja Kõrgem Kunstikool Pallas ning disaini ja kunsti tehnilisi teostajaid Tartu Kunstikool. Audiovisuaalvaldkonna põhikutsealade puhul domineerib TLÜ BFM, trükitehnoloogias aga Tallinna Polütehnikum. Üldjuhul on kõrghariduses valdkonda potentsiaalselt tööle asuda võivate lõpetajate hulk vähenenud ja lähiaastatel väheneb veelgi. Erandiks on siin lähiaastatel võimalikud tööle asujad disainivaldkonnas. Kuigi kutseharidusest tuleb uuringus vaatluse all olevatesse valdkondadesse oluliselt

vähem lõpetajaid, on trendid siin pisut teistsugused. Kasvanud on nii turundusspetsialistide kui ka disaini tehniliste teostajate õppe lõpetajate arv. Oluline on siin silmas pidada, et kasvu ei ole andnud mitte noored, vaid ennekõike täiskasvanud, kellele on õppima asudes eesmärgiks saada olemasolevaile juurde täiendavaid oskusi. Ka kõrghariduses õpib vanemaid õppureid, kuid nende osatähtsus ei ole valdkonna õppes oluliselt muutunud. Viimasel viiel aastal on oluliselt kasvanud välisüliõpilaste arv. Siinse uuringu valdkondade puhul on see trend mõjutanud õppijate ja ka lõpetajate arvu kõige enam audiovisuaalvaldkonna õppes, aga ka disaini- ja kunstihariduses.

Eesti kutse- ja kõrghariduse kvaliteedi välishindamist tegevate EKKA ekspertide ning uuringu käigus küsitletud ekspertide hinnangud kultuuri- ja loometegevuse valdkonnas pakutava hariduse kvaliteedile, tugevustele ja arenguvõimalustele kattuvad olulistest punktides. On positiivne, et valdkonna kutse-ja kõrgkoolid ajakohastavad oma õppekavu üha sagedamini, et vastata paremini muutuvatele tööjõu- ja oskuste nõudmistele. Valdkonnaülest arenguvajadustena võib välja tuua puuduliku eesti keele oskuse, praktikakorralduse ja -süsteemi parendamise ning erialaõppejõudude järelkasvu puuduse. Peamised täiendus- ja ümberõppe koolituse korraldajad valdkonnas on erialaõpet pakuvad kutse- ja kõrgkoolid, erakoolitusasutused ning täienduskoolitusi toetatakse ka loomemajanduse arendamise meetme raames. Valdkonna põhikutsealasid läbivaks täienduskoolituse vajadusteks on tehnoloogia- ja IKT-alane baas- ning täiendusõpe, meeskonnatöö, juhtimine, projektijuhtimine, ettevõtlus ja majandusarvestus, keeleõpe, õiguslane õpe, suhtlemispsühholoogia ja avalik esinemine.

7. Tööjõuvajaduse ja -pakkumise võrdlus

Peatükis võrreldakse kultuuri- ja loometegevuse valdkonna uuringus käsitletud alavaldkondade tööjõuvajadust tasemeõppe koolituspakkumisega. Tööjõuvajaduse prognoosi koostamisel on arvestatud kahe komponendiga – asendus- ja kasvu/kahanemisvajadusega. Asendusvajadus arvestab demograafilisi arenguid ning annab hinnangu sellele, kui palju on vaja juurde töötajaid asendamaks tööturult vanuse tõttu lahkuvaid. Asendusvajaduse hindamisel kasutati MKM-i tööjõuprognosi arvutusi, mis lähtuvad põhikutsealade vanusestruktuurist ning kutsealal hõivatute tegelikust pensionile jäämise vanusest. Tööhõiveprognoosi arvutamisel on teise tegurina fookuses see, kas valdkonna hõive põhikutsealati lähitulevikus kahaneb või kasvab. Tinglikult võiks seda nimetada ka kas kasvu- või kahanemisvajaduseks. Prognoosi tulem saadi mitmeid tegureid arvestades, ekspertide hinnangutest kuni demograafiliste trendideni (täpsemalt vt peatükk 2).

Koolituspakkumise statistika põhineb EHS-e andmetel nii lõpetanute kui ka vastuvõetute kohta. Praegusel juhul on koostatud kaks näitajat, mis on arvutatud iga põhikutseala kohta eraldi. Esimene näitaja on kolme viimase aasta keskmine lõpetajate arv põhikutsealati ning teine näitaja lähitulevikku vaatav vastuvõetud õppurite arvu alusel tehtud prognoos lähiaastate lõpetajate kohta (vt peatükk 5). Esimene võimaldab eelkõige head võrdlust olemasoleva hõivestatistikaga hetkevajaduse hindamiseks, teine annab aimu sellest, kui palju koolilõpetajaid võiks valdkond oma ridadesse lähiaastatel oodata ja toob paremini esile võrdluse lähiaastate tööjõuvajaduse prognoosiga.

Eraldi tuleb rõhutada siinkohal kasutatava tööjõuvajaduse ning koolituspakkumise mudeli põhilisi eeldusi. Esiteks on arvestatud hõives põhitööna oma tööd tegevaid hõivatuid. Teiseks on eeldatud, et põhikutsealadele välja koolitatud koolilõpetajad ka neil aladel tööle asuvad. Kolmandaks arvestab mudel kõigi lõpetajatega, mitte ainult noortega. Eriti mõjutab see praegusel juhul lõpetajate arvu kutsehariduses. Samuti ei arvesta mudel valdkonnas kõrvaltööna panust andvaid inimesi. Neljandaks tuleb kindlasti veel välja tuua, et kogu tööjõuvajadust ei pea katma uued koolilõpetajad, vaid erialase ettevalmistusega inimesi on ka töötamas muudes sektorites või on nad mitteaktiivsed. Viiendaks tuleb arvestada seda, et paratamatult ei suundu kõik lõpetajad erialasele tööle, vaid suundutakse ka mujale. Seega väljendab tööjõuvajaduse ja koolituspakkumise tasakaaluhinnang eelkõige seda, kuivõrd on piisavalt, liiga palju või liiga vähe uut tööjõudu just uute koolilõpetajate seast vaja.

7.1. Audiovisuaalvaldkond

Audiovisuaalvaldkonna põhikutsealadele on koolituspakkumine ja tööjõuvajadus üldjoontes tasakaalus. Arvestada tuleb seda, et valdkonda on palju kõrvaltegevusena panustajaid. Samas on eksperdid arvanud, et kõigile audiovisuaalse sisu loojate ametitel töötavatele inimestele ja lõpetajatele ei pruugi leiduda stabiilset ja püsivat erialast rakendumist. Näitena on siin toodud režissööre, aga ka stsenariste. Samuti on toodud välja seda, et suurem on vajadus audiovisuaalse töö tehniliste teostajate järele, kuid üliõpilased tahavad pigem alustada audiovisuaalse sisu looja põhikutsealal, kus vajadus nii suur pole (v.a juhtoperaatorid, montaažirežissöörid). Otsene tasemeõppe koolituspakkumine tehnilistele teostajatele ja toele audiovisuaalvaldkonnas puudub. Praegused hõivatud on peamiselt üldisema tehnilise ettevalmistusega. Audiovisuaalse töö koordinaatorite põhikutsealale on osaliselt tasemeõppe olemas (nt produtsendid), samas näiteks raadio ja teleprogrammijuhte eraldi ei koolitata. Fotograafide puhul ületab

koolituspakkumine küll tööjõuvajadust, kuid koolilõpetajate arv pole kuigi suur. Sel põhjusel pole vajadust tuua välja ka vajadusele mittevastavat tasemeõppe lõpetajate arvu. Ka fotograafide puhul tuleb arvestada seda, et märkimisväärne osa lõpetajatest rakendab õpitut kõrval-, mitte põhitegevusena. See vähendab sisulist vahet tööjõu ja koolituspakkumise vahel.

Tabel 24. Tööjõuvajaduse ja koolituspakkumise võrdlus audiovisuaalvaldkonnas põhikutsealade järgi

Põhikutseala	Tööjõu- vajadus aastas	Tööjõu- vajadus 10 aasta jooksul	Pakkumise ja nõudluse vahe (lõpetajate põhjal)	Pakkumise ja nõudluse vahe (lähiaastate lõpetajate põhjal)	Koolitus- pakkumisse arvestatud (2015/16 2017/18 keskm)	Lõpetajate prognoos sisseastujate põhjal
Audiovisuaalse sisu looja	10	100	+10	+5	20	15
Audiovisuaalse töö tehniline teostaja	20	200	0	0	20	20
Audiovisuaalse töö koordinaator	10	100	+5	0	15	10
Fotograaf	10	100	+20	+20	30	30
KOKKU	50	500	+30	+25	75	75

Märkus: koolituspakkumise ja tööjõuvajaduse arvnäitajad on ümardatud viielisteni.

7.2. Sõna ja keel

Koolituspakkumine ajakirjaniku põhikutsealale ületab statistiliselt mõnevõrra küll tööjõuvajadust, kuid vahe ei ole kuigi suur, eriti kui arvestada lähiaastate lõpetajate prognoosi. Valdkonna eksperdid on toonud kitsaskohtadena välja seda, et antav õpe ei vasta alati tööandjate vajadustele, mis ekspertide hinnangul on üheks põhjuseks, miks ajakirjanduse eriala lõpetanutel puuduvad selged eelised tööle saamisel. Sellest tingituna võivad tööandjad – lõpetajate arvu silmas pidades – tunnetada ajakirjanike ülekoolitamist, kuna arvestataval määral on ajakirjanikuna tööle võetud kindla valdkonna spetsialiste (nt majandus-, spordi-, poliitika-), mitte ajakirjanduseriala lõpetanuid. Keelespetsialistide puhul ületab koolituspakkumine OSKA statistilise analüüsitud järgi oluliselt tööjõuvajadust. Nõudlust koolilõpetajate järele suurendab see, et teenuseid keelespetsialistina pakutakse olulisel määral kõrvaltegevusena, mistõttu ei kajastu kõik keelespetsialistid hõiveprognoosi mudelis. Teatud keelte tõlkijate osas (nt soome ja vene) tunnetavad tööandjad tööjõupuudust, samuti on puudus keeli valdavatest ajakirjanikest ja toimetajatest. Keelespetsialistina tööle asumist ei soodusta ka suhteliselt madal palgatase, mis omakorda põhjustab tööjõuvoolavust. Keelespetsialistide rakendumine võiks täiendavate pädevuste (nt majandus-, ettevõtlus-, turundus-, kommunikatsiooni-, loovkirjutamise) lisandumisel aset leida senisest suuremal määral ka teistes sektorites. Näiteks ekspordi või müügi juhtide puhul on väga hinnatud teiste keelte ja kultuuri tundmine. Arendamist vajaks nii tudengite teadlikkus ja valmisolek rakenduda mujal sektorites kui ka ülikooli teaduskondade/instituutide valmisolek õppijaid ka teistesse majandussektoritesse suunata. Üheks takistuseks võib olla ka keelespetsialisti erialade kuvand, mistõttu tuleb õppima vähem selliste eeldustega noori, kes võiksid olla tulevikus rakendunud näiteks

rahvusvaheliste eksportivate ettevõtete turundus- ja ekspordijuhtidena, filmi- ja telestsenaariumide tõlkijadena jne. Loovkirjutaja puhul ületas koolituspakkumine statistiliselt küll tööjõuvajadust, kuid vahe ei ole suur. Nõudlust koolituspakkumise järele suurendab samas see, et loovkirjutajatest suur osa kirjutab loomingulist teksti kõrvaltegevusena. Koolituspakkumise arvestus loovkirjutaja puhul on mõneti tinglik, kuna näiteks otseselt kirjanikuks ei õpita.

Tabel 25. Tööjõuvajaduse ja koolituspakkumise võrdlus sõna- ja keelevaldkonnas põhikutsealade järgi

Põhikutseala	Tööjõu- vajadus aastas	Tööjõu- vajadus 10 aasta jooksul	Pakkumise ja nõudluse vahe (lõpetajate põhjal)	Pakkumise ja nõudluse vahe (lähiaastate lõpetajate põhjal)	Koolitus- pakkumisse arvestatud (2015/16 2017/18 keskm)	Lõpetajate prognoos sisse- astujate põhjal
Ajakirjanik	20	220	+25	+15	45	35
Keelespetsialist	20	200	+60	+40	80	60
Loovkirjutaja	10	90	+10	+5	20	15
KOKKU	50	510	+95	+60	145	110

Märkus: koolituspakkumise ja tööjõuvajaduse arvnäitajad on ümardatud viielisteni.

7.3. Turundus ja kommunikatsioon

Turundusspetsialistide puhul ületab koolituspakkumine OSKA statistilise analüüsimudeli kohaselt oluliselt tööjõuvajadust. Õppemahud kõrghariduses on viimastel aastatel oluliselt kahanenud, kuid samavõrra on need kasvanud kutsehariduses. Turundusharidus on populaarne ka ettevõtlusega tegelejate seas, kellele on see enesetäienduseks ja lisandväärtuseks oma ettevõtte ja toodangu turundamisel. Turundusspetsialistide puhul viib tööjõuvajaduse ja koolituspakkumise tasakaalust välja eelkõige turundusõppe lisandumine kutsekoolidesse, kus õppijatest suur osa on täiskasvanud õppijad. 25-aastaste ja vanemate õppurite arv on jõudnud ligi 300-ni, moodustades üle poole kõigist õppijatest. Mitmed eksperdid on samas rõhutanud, et piisavast lõpetajate arvust hoolimata ei koolitata vajalike oskustega inimesi. Turundusoskuste vajadus kasvab ja selliseid oskusi eeldatakse üha enam ka erinevatel ametikohtadel.

Kommunikatsioonispetsialistide puhul ületab koolituspakkumine samuti OSKA statistilise analüüsimudeli järgi oluliselt tööjõuvajadust. Õppijate arv on samas oluliselt langenud, mistõttu lähiaastatel on lõpetajaid mõnevõrra vähem. Ka ei toimu tööandjate hinnangul kommunikatsioonispetsialistide põhikutsealale tasemehariduses lõpetajate ülepakkumist. Ka siin on osa eksperte toonud välja, et piisavast lõpetajate arvust hoolimata ei pruugi ettevõtjate vajadused ja edasiantava õppe sisuga alati kokku minna. Oluline on rõhutada, et kommunikatsioonialaste oskuste ja pädevuste olulisus ekspertide hinnangul kasvab ning neid eeldatakse üha enam ka muudel ametikohtadel.

Tabel 26. Tööjõuvajaduse ja koolituspakkumise võrdlus turunduses ja kommunikatsioonis põhikutsealade järgi

Põhikutseala	Tööjõu- vajadus aastas	Tööjõu- vajadus 10 aasta jooksul	Pakkumise ja nõudluse vahe (lõpetajate põhjal)	Pakkumise ja nõudluse vahe (lähiaastate lõpetajate põhjal)	Koolitus- pakkumisse arvestatud (2015/16 2017/18 keskm)	Lõpetajate proгноos sisse- astujate põhjal
Turundusspetsialist	40	400	+60	+70	100	110
Kommunikatsiooni- spetsialist	20	200	+50	+35	70	55
KOKKU	60	600	+110	+105	170	165

Märkus: koolituspakkumise ja tööjõuvajaduse arvnäitajad on ümardatud viielisteni.

7.4. Disain ja kunst

Koolituspakkumine disaineri põhikutsealale ületab OSKA statistilise analüüsimudeli järgi mõnevõrra tööjõuvajadust, samuti ei ennusta langust lähiaastatel lõpetajate prognoos. Mõningasest ülepakkumisest hoolimata lähitulevikus tööjõuvajadus disainerite (eriti toote-, teenuse-, interaktsiooni-, kasutajakogemuse disainerite) järele kasvab ja seda kogu majanduses, mitte ainult disainivaldkonnas. Uute ja kiiresti kasvavate disaineri rollide nagu teenuse-, interaktsiooni- ja kasutajakogemuse disaineri ning disainijuhi suurenevat koolitusvajadust toetab ka see, et praegu nendes rollides tegutsevatel disaineritel puudub valdkonna uudsuse tõttu vastav formaalne haridus. Seega on eeldatavalt neist paljude soov vastav haridustase nendel erialadel siiski saavutada ja kui vastavad õppimisvõimalused tekivad, siis seda võimalust ka kasutatakse. Mõnevõrra väiksem on vajadus materjalidisainerite järele ning neist kõigile ei pruugi leiduda võimalust kasutada erialast ettevalmistust põhitööna tegelemiseks. Tööandjate ootused ja valmisolek disainereid palgata või teenuseid kasutada ei lähe sageli kokku koolilõpetajate ootuste ja valmisolekuga. Nimetatud turutõrge on paljuski põhjustatud olemasolevatest ärimudelitest, kus ettevõtted ei vaja oma toodangu juures otseselt disaineri panust (nt allhankena tehtav toodang). Samuti kardetakse, et disaineri palkamine või disainiteenuse sisse ostmine on kulukas, ettevõtted ei julge sellekohaseid riske võtta. Siiski on üha enam ettevõtteid, kes teadvustavad disaini olulisust oma toodete ja teenuste müügil. Valdavaks peaks muutuma mõtteviis, et edukas toode või teenus töötatakse välja meeskonnatööna, kus disaineril on kandev roll, kuid olulised lülid on ka näiteks insenerid ja turundajad. Selline lähenemine võiks aidata oluliselt kaasa Eesti ettevõtjate n-ö klaaslaest¹⁹³ läbimurdmisele teadmispõhise ja kõrget lisandväärtust andva majanduse suunas.

Kunstnike puhul ületab koolituspakkumine OSKA statistilise analüüsimudeli järgi oluliselt tööjõuvajadust. Lähiaastate prognoos näitab siiski lõpetajate arvu langust. Lähituleviku tööjõuvajadus on kunstnike puhul hinnanguliselt samal tasemel. Märkimisväärne osa kunstnikest rakendab õpitut

¹⁹³ Klaaslage võib mõista kui nähtamatut barjääri, mis takistab soovitud eesmärkideni jõudmist. Praegusel juhul puudutab see Eesti majanduse liikumist teadmispõhise majanduse poole.

kõrvaltegevusena, mitte põhitegevusena. Selle üheks põhjuseks on see, et ainult põhitegevusena kunstiloominguga tegeledes on kunstnikul keeruline majanduslikult toime tulla.

Koolituspakkumine disaini ja kunsti tehnilise teostaja põhikutsealale ületas OSKA statistilise analüüsimudeli järgi oluliselt tööjõuvajadust ning see ei muutunud ka lähiaastate lõpetajate prognoosi tulemusi arvestades. Koolituse ülepakkumise disaini ja kunsti tehniliste teostajate puhul katab kasvav tööjõuvajadus. Oluline on silmas pidada, et sageli tullakse vastavatele õppekavadele, näiteks kujundaja omale, õppima täiendavaid lisaoskusi, mida kasutatakse muudes ametites töötades.

Disaini- ja kunstivaldkonna koordinaatori puhul näitas OSKA statistiline analüüsimudel koolituspakkumise ja tööjõuvajaduse tasakaalu. Samas puuduvad koolilõpetajad kuraatori ja galeristi põhikutsealale (kuraatorite õpetamisega on alustatud) ja koolituspakkumisse on arvestatud väike osa lõpetanuid kunsti õppekavadelt.

Tabel 27. Tööjõuvajaduse ja koolituspakkumise võrdlus disaini ja kunsti valdkonnas põhikutsealade järgi

Põhikutseala	Tööjõu- vajadus aastas	Tööjõu- vajadus 10 aasta jooksul	Pakkumise ja nõudluse vahe (lõpetajate põhjal)	Pakkumise ja nõudluse vahe (lähiaastate lõpetajate põhjal)	Koolitus- pakkumisse arvestatud (2015/16 2017/18 keskm)	Lõpetajate prognoos sisse- astujate põhjal
Disainer	65	650	+20	+35	85	100
Kunstnik	10	100	+40	+35	50	45
Disaini ja kunsti tehniline teostaja	40	400	+40	+60	80	100
Disaini- ja kunstikoordinaator	5	50	0	0	5	5
KOKKU	80	800	+130	+160	220	250

Märkus: koolituspakkumise ja tööjõuvajaduse arvnäitajad on ümardatud viielisteni.

7.5. Trükitööstus

Trükitööstuse põhikutsealade koolituspakkumine ja tööjõuvajadus on tasakaalus. Tasemeharidust annab üks kutseõppeasutus, siiski on koolituspakkumisse arvestatud ka väike osa kujundajate üldisest koolituspakkumisest. Peamine tähelepanu tuleb trükitööstuse koolituspakkumise puhul suunata kooli ja ettevõtjate vahelisele koostööle, koolis antavatele oskustele ja tööstustele vajaliku tasemega lõpetajate kindlustamisele. Nii on toodud välja seda, et mitte kõik 4. taseme lõpetanutest ei oma vajalikku oskuste taset ja seda, et kaaluda võiks ka õppe alustamist 5. tasemel trükitehnoloogia erialal. Tootmisjuhtide ja meistrite koolituspakkumise arvestus on samas tinglik, kuna otseselt ei koolitata trükitööstuse tootmisjuhte/meistreid, vaid nad tulevad eelkõige tehnikavaldkonna õppekavadelt või kasvavad välja ettevõtte seest. Koolituspakkumisse on arvestatud osa Tallinna Tehnikakõrgkooli tootmisjuhi eriala lõpetanuid.

Tabel 28. Tööjõuvajaduse ja koolituspakkumise võrdlus trükitööstuses põhikutsealade järgi

Põhikutseala	Tööjõu- vajadus aastas	Tööjõu- vajadus 10 aasta jooksul	Pakkumise ja nõudluse vahe (lõpetajate põhjal)	Pakkumise ja nõudluse vahe (lähiaastate lõpetajate põhjal)	Koolitus- pakkumisse arvestatud (2015/16 2017/18 keskm)	Lõpetajate proгноos sisse- astujate põhjal
Trükkal	10	100	0	+5	15	10
Trüki ettevalmistaja	5	50	-7	+5	10	10
Järeltöötlusseadmete operaator	10	100	-5	-5	5	5
Tootmisjuht/meister	5	50	0	0	5	5
KOKKU	30	300	-12	+5	35	30

Märkus: koolituspakkumise ja tööjõuvajaduse arvnäitajad on ümardatud viielisteni.

7.6. Lühikokkuvõte

- Tööjõuvajaduse ja koolituspakkumise võrdlus näitas seda, et koolituspakkumine ületas oluliselt tööjõuvajadust OSKA statistilise analüüsimudeli järgi disaini- ja kunsti- (disainerite puhul on siiski vaid mõningane ülepakkumine), sõna- ja keele- ning turunduse ja kommunikatsiooni valdkonnas. Audiovisuaalvaldkonnas ja trükitööstuses tasemeõppe lõpetajate ülepakkumist pole.
- Kindlasti tuleb rõhutada, et statistilisel mudelil põhinev tulemus ei peegelda nii-öelda kogu pilti, vaid ainult ühte osa sellest. Kunsti-, keele- ja kultuuriõppekavadel on kindel roll Eesti keele ja kultuuri jätkusuutlikkuse tagamisel. Seega on kultuuri ja loomemajanduse erialade tööjõuvajaduse hindamisel ainult majanduslike või tööturu aspektide arvestamine vaid „pool tõde“.
- Kultuuri- ja loometegevuse valdkonnale on iseloomulik, et erialane tegevus toimub arvestataval määral kõrvaltegevusena (eriti kunstis, fotograafias, keeletespialistide puhul). Kuna kasutatud hõiveproгноos koondab põhitööna panust andvaid hõivatuid, on koguhõive mõnevõrra alahinnatud.
- Tööandjad ei näinud mitmetes alavaldkondades mitte niivõrd tasemeõppe ülepakkumist (pigem vastupidi), kuivõrd seda, et tööandjate ootused koolilõpetajate oskustele ja pädevustele ei vasta tegelikult õppeasutuses pakutava õppele.
- Valdkonna mitmete põhikutsealade juures ilmnes, et lõpetajatele antavat haridust võib käsitleda kui olulist lisaoskust, millega kas leida endale lisisissetulekut või kasutada täiendava oskusena muus ametis.
- Eraldi tuleks rõhutada, et eriti disaini-, aga ka turundus- ning keele- ja kultuurialased pädevused on väga olulised just teadmispõhise ja suurt lisandväärtust loova majanduse poole liikumise seisukohast. Võtmeküsimuseks saab nende teadlik ja oskuslik rakendamine nii avalikus kui ka erasektoris.
- Arvestada tuleks, et osa tasemeõppe lõpetajatest peaks suunduma ka teadusesse, tegema akadeemilist karjääri. See on kõrgharidusõppe jätkusuutlikkuse oluline eeldus.

8. Kultuuri- ja loometegevuse valdkonna uuringu järeldused ja ettepanekud

Üleilmsed trendid, nende oodatav mõju valdkonnale, valdkonnas juba toimunud muutused ning statistilised andmed valdkonna lähiminevikust annavad suuna sellele, mida on ekspertide hinnangul haridus- jt seonduvates sektorites ning osapoolte koostöös tarvis muuta. Ettepanekud õppe sisu, mahu, vormi jms muudatusteks puudutavad õppeasutusi, koolitajaid, erinevaid hariduse valdkonnas tegutsevaid organisatsioone, erialaliite, õppijaid, valdkonna poliitikakujundajaid jt.

Valdkonna ekspertide kaasabil analüüsiti, kui palju töötajaid valdkonnas praegu on ja millised on nende oskused (vt ptk 4). Prognoositi, kui palju ning milliste oskustega inimesi tulevikus vaja läheb. Analüüsiprotsessis arvestati valdkonna majandusnäitajaid, võimalikke arengutrende, mis tõenäoliselt tulevikus valdkonda järjest enam mõjutama hakkavad, MKM-i tööjõuvajaduse prognoosi, EHS-e andmeid ja EKKA hindamisaruandeid. Need andsid kinnitust ka ekspertide hinnangutele.

Uuringu käigus sõnastati alavaldkondade kitsaskohad, mis on seni olnud takistuseks vajalike oskustega töötajate leidmisel. Toodi välja valdkonna tööhõivet ja oskusi puudutavad **kitsaskohad** ning neist tulenevad **ettepanekud** tegevusteks. Tegevustele lisati **sihtgrupid**, kelle pädevusse konkreetsete ettepanekute elluviimine kuulub. Kitsaskohtadele ja ettepanekutele lisaks toodi välja tähelepanekud, mis arutelude käigus üles kerkisid, kuid mille kohta konkreetseid tegevusettepanekuid ei sõnastatud.

Otsides vastuseid küsimustele „milliseid oskusi vajavad kultuuri- ja loometegevuse valdkonnas töötajad 5–10 aasta jooksul?“ ja „kuidas töötajaid koolitada?“, on oluline tehtud ettepanekuid analüüsida ning leida seotud osapoolte koostöös võimalusi ettepanekute edasiarendamiseks ja rakendamiseks. Alljärgnevalt on esitatud uuringu käigus selgunud olulisemad kitsaskohad ning nendest tulenevad ettepanekud ja tähelepanekud alavaldkondade kaupa. Välja toodud kitsaskohad ja ettepanekud ei ole esitatud olulisuse järjekorras.

8.1. Audiovisuaalvaldkonna kitsaskohad ja ettepanekud

1. KITSASKOHT. Tööturul on puudus audiovisuaalvaldkonna tehnilistest teostajatest.

Eksperdid tunnetavad tehniliste teostajate nappust. Tööjõuvajadus pole aga nii suur, et massiliselt koolitada või korraldada suurtes mahtudes täienduskoolitusi. Tööjõuvajadus on olenevalt erialast väga individuaalne ning ei ole näha, et see valdkonnas hüppeliselt kasvaks. Ühe lahendusena nähakse täienduskoolituste korraldamist koostöös teiste riikidega, et katta kõigi partnerite tööjõu- ja oskuste vajadust ning saada kokku osalejagrupid. Oluline on teadlikkus ja valdkonna töötajate endi aktiivsus, sest TLÜ BFM küll pakub täienduskoolitusi, kuid erinevatel põhjustel grupid ei täitu. Ühe põhjusena nähakse infosulgu, kus informatsioon koolitustest lihtsalt ei jõua adressaatideni. Teise põhjusena toodi välja erialainimeste väga suur töökoormus, mistõttu neil pole aega end koolitada. Probleemina näevad eksperdid ka seda, et kuna head spetsialistid tööta ei jää, siis puudub ka väiksema oskus- ja kogemuspagasiga töötajatel motivatsioon end arendada.

Eelnevast tulenev ettepanek

1.1. TLÜ BFM koostöös Eesti Filmi Instituudi ja Eesti Kinoliiduga analüüsivad täpsemalt vajadust uute tehnoloogiate kasutuselevõtuga seonduvate oskuste ja üldoskuste järele, korrigeerivad vastavalt sellele täienduskoolitusprogramme ning otsivad võimalusi rahvusvaheliseks koostööks.

Eestvedajad: TLÜ BFM

Koostööpartnerid: Eesti Filmi Instituut, Eesti Kinoliit

2. KITSASKOHT. Ülesannete ja vastutuse kirjeldused erinevate audiovisuaalse töö tehniliste ametite vahel on ebaselged ja kindlaks määramata.

Valdkonna eksperdid näevad vajadust kutsestandardite järele peale operaatorite ka teistel audiovisuaalse töö tehnilise teostaja ametitel (nt kaameraassistent, monteeriija). Ekspertide hinnangul tasuks samuti kaaluda, kas mingeid tehnilisi erialasid oleks mõistlikum õpetadagi ainult kutseõppes. Samuti oleks eriala laiemat tutvustamist ning noorte kõnetamise eesmärgil vajalik tele- ja filmivaldkonna ametite kirjelduste loomine, et valdkonda sisuliselt reguleerida ning olla orientiiriks noortele, kes valdkonna erialasid õppima soovivad asuda. Niisugust vajadust näevad ka tööandjad, kuna praegu tihti ei tajuta, mis on kellegi ülesanne, millisel etapil mingi töö teostatakse ning milline on töökulg ja -jaotus. Tehnoloogia arengust lähtuvalt näevad eksperdid selle trendi kasvu, kus nn halle alasid tuleb juurde ja kus mingile tööloigule ei osata määrata otsest vastutajat.

Eelnevast tulenev ettepanek

2.1. Eesti Filmi Instituut ja Eesti Kinoliit teevad SA Kutsekoja juures tegutsevale Kultuuri Kutsenõukogule ettepaneku audiovisuaalse töö tehniliste teostajate ametialade täpsustamiseks ning koolitust eeldavatele ametitele kutsestandardite väljatöötamiseks.

Eestvedaja: Eesti Filmi Instituut, Eesti Kinoliit

Koostööpartner: SA Kutsekoda

3. KITSASKOHT. Praktikaettevõtted ja koolid teevad vähe koostööd, mistõttu kannatavad praktika kvaliteet ja õppurite omandatavad praktilised oskused.
--

TLÜ BFMi-i suureks murekohaks on, et praktikakohti pole lihtne leida ja mitmed ettevõtted/tööandjad pole huvitatud praktikantide võtmisest. Ekspertide sõnul on olnud juhtumeid, kus praktika tehakse formaalselt ning tegelikku õpetamist ja juhendamist ei toimu. Filmivaldkonnas on probleemi põhjuseks tõsiasi, et filme lihtsalt ei toodeta Eestis nii palju, et püsivalt ja järjepidevalt praktikakohti ning koostööd pakkuda. Teisalt jäävad napiks praktikajuhendajate oskused, kus praktikajuhendaja alati ei taju enda vastutust ja ülesandeid õppuri ees. Ekspertide hinnangul taandub kõik praktikaeelsetele kokkulepetele. Oluline on ootuste ja eelduste juhtimine nii ülikooli, üliõpilase kui ka praktikajuhendaja tasemel. Tööandjate väheses huvis praktikante koolitada nähakse valdkondlikku eripära, kus ettevõtted on väikesed ning kollektiivid ebapüsivad, mistõttu tööandjatel puudub sageli huvi endale järelkasvu kasvatada. Valdkonna eksperdid toovad välja, et praktikakorralduses peab koostöö kooli ja ettevõtete

vahel oluliselt paranema. Valdkonna ekspertide hinnangul on olukorra parandamiseks vaja üleüldist suhtumise ja diskursuse muutust seoses praktikantide ja praktikajuhendajate tasustamisega, et ettevõtted praktikas ka endale kasu näeks. Eeskujuks võib siin tuua tugevamad ettevõtted, kes tasustavad juba praegu praktikajuhendaja tööd ja maksavad ka praktikandile tehtud töö eest tasu.

Eelnevast tulenevad ettepanekud

3.1. TLÜ BFM ja Tallinna Polütehnikum otsivad võimalusi praktikajuhendajate tasustamiseks ja praktika sisulisemaks korraldamiseks, mis hõlmab mh mõõdetavate eesmärkide selgemat sõnastamist praktika eel, praktika eesmärkidest lähtuvate sobivate praktikakohtade leidmist, praktikale tagasiside andmist ja praktikajuhendajate koolitamist..

Eestvedaja: TLÜ BFM, Tallinna Polütehnikum

Koostööpartnerid: valdkonna tööandjad

3.2. TLÜ BFM ning Tallinna Polütehnikum kutsuvad kokku vastavasisulise ümarlaua arutamaks, kuidas olemasolevatest audiovisuaalvaldkonna eripärast tulenevatest arengutakistusest (nt individuaalsus, konkureerimine, praktika võimalik tasustamine ja pikendamine) õppetegevuses üle saada.

Eestvedajad: TLÜ BFM, Tallinna Polütehnikum

Koostööpartnerid: valdkonna tööandjad

4. KITSASKOHT. Audiovisuaalvaldkonna tasemeõppe lõpetajate ettevõtluse, autoriõiguste ning teiste valdkonda puudutavate regulatsioonide alased pädevused vajavad suuremat tähelepanu.

Kuna valdkonnas on palju iseendale tööandjaid, siis on edukaks tegutsemiseks mõõdapääsmatud ka majandus-, õigus- ja ettevõtlusalased teadmised (ptk 4.1). Ekspertide hinnangul võivad õppekavades vastavate õppeainete mahte suurendades kannatada erialased oskused. Analüüsi tulemusena võib väita, et valdkonna eripärast ja levinud töövormidest tulenevalt peab koolilõpetajal olema võimalus asutada enda ettevõtte ja olla iseendale tööandja ning selleks peavad tal ekspertide hinnangul olema vajalikud pädevused.

Eelnevast tulenev ettepanek

4.1. TLÜ BFM ja Tallinna Polütehnikum analüüsivad audiovisuaalvaldkonna ettevõtluse, autoriõiguste ja teiste valdkonna regulatsioonidega seotud teemade sisu, mahtu ja õppemeetodeid valdkondlikes tasemeõppe õppekavades. Analüüsi tulemuste põhjal viiakse sisse muudatused.

Eestvedajad: TLÜ BFM, Tallinna Polütehnikum

Alavaldkonna üldised tähelepanekud

- Filmivaldkonnas tegutsevad ettevõtted on sageli väikesed ja sõltuvad liigselt riigi toetusest. Filme toodavad mikro- või väikeettevõtted, mille elujõulisus sõltub otseselt rahastuse saanud ja tootmises olevate filmiprojektide arvust. Valdkonna ebastabiilsust põhjustab filmivaldkonna hooajalisus ja perioodilisus, millest johtuvalt ei ole valdkonna töötajatel võimalik töötada täistööajaga aasta ringi. Probleemi lahendamisele aitab ekspertide sõnul kaasa filmipaviljoni (*Tallinn Film Wonderland*) valmimine, mis vähendaks võtteperioodide sõltuvust ilmastikust.
- Valdkonna eksperdid näevad kitsaskohana koostööpuudust, mis väljendub nii teadmatuses õppekavade ja erialade suhtes kui ka üldiselt filmi- ja telemaailmas toimuva suhtes. Sageli puudub valdkonna ekspertidel teadmine, kust leida infot¹⁹⁴ haridusasutuste ja õpetatavate erialade kohta. Nagu teisteski uuringu alavaldkondades, on audiovisuaalvaldkonna puhul probleemiks teatav individuaalsus ning üksteisega konkureerimine, mis pärsib erialaühenduste suutlikkust valdkonnas positiivseid muutusi algatada ja ellu viia. Valdkonna ekspertide hinnangul puudub erinevates liitudes sageli nii koostöötahe, koostöövõime kui ka haldussuutlikkus, mistõttu ei suuda valdkond pahatihti piisavalt edukalt koonduda ja ühiselt tegutseda. Küll aga on viimastel aastatel selles vallas näha positiivseid muutusi, nt Eesti Filmitööstuse Klaster on suutnud algatada ja jätkata liikmete edukat koostööd.
- Kuna valdkonna eksperdid tunnetavad vajadust detailsemate filmi- ja teleametite kirjelduste järele, siis tuleb kaaluda olemasolevate kirjelduste täiendamist asja- ja ajakohase infoga, et valdkonda sisuliselt reguleerida ning olla orienteeriks noortele, kes valdkonna erialasid õppima soovivad asuda.

8.2. Sõna- ja keele alavaldkonna kitsaskohad ja ettepanekud

1. KITSASKOHT. Koostöö meediaettevõtete ja kõrgkoolide vahel vajab senisest enam tähelepanu.

Valdkonna kõrgkoolide hinnangul ei ole koostöö meediaettevõtetega piisavalt sisuline, mis võib olla üheks põhjuseks tööandjate mõnikord negatiivsele hinnangule ajakirjandusharidusele. Ühelt poolt on meediaettevõtetel väga kõrged ootused pakutavale haridusele, teisalt on tööandjate osalus õppekavade arengus kõrgkoolide hinnangul kohati pigem näiline kui sisuline. Ekspertide arvates võiks erinevate tööandjate ootuste jõudmine õppesse ja õppekavade arendusse vähendada ebakõlasid kõrgkoolide õpetatava ning tööandjate ootuste vahel. Ekspertide hinnangul võiks sisukama koostöö väljunditeks olla nt tööandjate sisulisem osalemine programminõukogudes ning ka eesmärgistatud praktika, mille eelduseks on professionaalne praktikajuhendamine.

Eelnevast tulenev ettepanek

1.1. Valdkonna kõrgkoolid analüüsivad senist koostööd meediaettevõtetega ja püüavad koostöös partneritega leida senisest veelgi enam toimivaid viise sisulise koostöö tegemiseks.

¹⁹⁴ www.haridussilm.ee

Eestvedaja(d): Tallinna Ülikool, Tartu Ülikool

Koostööpartnerid: valdkonna tööandjad, Eesti Meediaettevõtete Liit, Eesti Ajakirjanike Liit, Eesti Noorte Ajakirjanike Selts

2. KITSASKOHT. Keele õppesuuna lõpetajad ei ole ette valmistatud tööle asumiseks väljaspool keelespetsialistide tavapärasest rakendumisala.
--

Ekspertide hinnangul ei ole tavainimesel üldjuhul arusaama, milline on keeleteoimetaja, tõlkija või tõlgi töö. Sageli on kandidaatidel ka sisseastumisvestlusel piiratud arusaam neid ees ootava töö iseloomust. Koolide hinnangul on sisseastumisel konkurents madal. Selle üheks põhjuseks võib olla petlik kujutelm, et gümnaasiumi lõpuks osatakse võõrkeelt tasemel, mis ei vaja enam täiendamist. Samuti sisaldavad kõik keeleõppe õppekavad märkimisväärsel hulgal aineid, mis võimaldavad uurida vastava riigi ajalugu, ühiskonda ja kultuuri (kirjandust, kunsti, teatrit, filmi), kuid tänapäeva gümnaasiumilõpetaja jaoks võiks atraktiivsem võiks olla seos poliitika, majanduse, õiguse ja ettevõtlusega.

Valdkond juurutab paindlikke töövorme (kaugtöö, tööaja paindlikkus), mis võiks kõnetada sihtrühmi, kelle senine kaasamine tööturule on olnud keeruline. Nt väikeste laste vanemad, noored, erivajadustega inimesed. Samal ajal esineb keelespetsialistide puhul ka turutõrge. Analüüsi tulemusena selgub, et keelespetsialistide koolituspakkumine ületab tööjõuvajadust, samas tunnetab valdkond tööjõupuudust. Keelespetsialistina tööle asumist ei soodusta ka suhteliselt madal palgatase, mis omakorda põhjustab tööjõuvoolavust. Nende rakendumine võiks täiendavate kompetentside (nt majandus-, ettevõtlus-, turundus-, kommunikatsiooni-, loovkirjutamise) lisandumisel senisest suuremal määral toimuda ka teistes sektorites, sh ettevõtluses. Neid keelespetsialistide töövõimalusi oleks vaja laiemalt tutvustada.

Problemaatiline on ka tudengite teadlikkus ja valmisolek rakenduda mujal sektorites (võimalik, et mitte ainult tudengite, vaid ka ülikooli teaduskondade/instituutide valmisolek õppijaid kogu majandusse suunata). Selle üheks põhjuseks võib olla keelespetsialisti erialade kuvand, mistõttu tuleb õppima vähem selliste eeldustega õppijaid, kes võiksid tulevikus rakenduda näiteks rahvusvaheliste eksportivate ettevõtete turundus- ja ekspordijuhtidena, filmi- ja telestsenaariumide tõlkijatena jne. Oluline on, et keelespetsialistide teenuseid pakutakse olulisel määral kõrvaltegevusena.

Eelnevast tulenevad ettepanekud

2.1. Valdkonna kõrgkoolid lisavad keelespetsialistide õppekavadesse mooduleid, mis võimaldavad õppekava läbimisel spetsialiseeruda teiste seas ka stsenaariumide tõlkimise, turunduse või ekspordi suunal.

Eestvedaja(d): Tallinna Ülikool, Tartu Ülikool

2.2. Valdkonna kõrgkoolid analüüsivad vilistlasuuringuid, teadvustavad senisest enam keelespetsialistide rakendumisvõimalusi kogu majanduses ja tutvustavad neid tudengitele.

Eestvedaja(d): Tallinna Ülikool, Tartu Ülikool, Eesti Keeletoimetajate Liit, Eesti Tõlkide ja Tõlkijate Liit, Eesti Kirjastuste Liit

2.3. Valdkonna kõrgkoolid tugevdavad ja laiendavad keeleõpet kõigile üliõpilastele, et rahuldada teiste sektorite vajadust heade keeleoskusega inimeste järele.

Eestvedaja(d): Tallinna Ülikool, Tartu Ülikool

Alavaldkonna üldised tähelepanekud

- Avalikus foruumis kasutatakse üha enam ingliskeelseid väljendeid ning paljudes meediamajades ja avaliku sektori organisatsioonides ei toimetata tekste enne nende avalikustamist. Kui võtta arvesse, et üha enam tarbitakse meediasisu internetist, siis peaks Eesti meedia pakkuma hea kvaliteediga, atraktiivset ja paeluvat sisu korrektses eesti keeles.
- Teatud võõrkeelte, nt eesti-vene ja eesti-soome suunal tõlkijate järele on nõudlus, kuid pakkumist mitte. Analüüsi tulemusel selgub, et huvi õppida vene ja soome keele tõlkimist on noorte seas langevas trendis. Ühe põhjusena toovad eksperdid välja valdkonna madala palgataseme, teisalt madala prestiiži ja populaarsuse ning vähese teadlikkuse karjäärivõimalustest.
- Eksperdid näevad üldhariduses rohkem vajadust mitte faktikontrolli, vaid teose (k.a film, muusika, kunst) analüüsi järele, millest johtuvalt areneb ka noorte sõnavara ja loovus ning oskus teadlikult tarbida ka visuaalset pilti. Analüüsi tulemusena võib väita, et üld- ja huviharidus peaksid rohkem toetama visuaalsetest kunstidest (sh filmist) aru saamist, nende analüüsimist ja mõtestamist. Sama võib öelda ka loovkirjutamise ja loojutustamise kohta, mis on kultuuri- ja loometegevuse valdkonna ülesed pädevused nii audiovisuaalmaailmas, sõna- ja keelevaldkonnas kui ka disainis ja kunstis. Samuti aitaks visuaalhariduse rõhutamine üld- ja huvihariduses juba varases eas märgata ja arendada talente, kelle jaoks pärast põhikooli või gümnaasiumi lõppu valdkonnast huvitumine võib jääda liiga hiliseks ajaks, et vajalikke oskusi, sh käelisi oskusi, piisavale tasemele arendada.
- Meedia valdkonnas ja meediaettevõtetes toimunud konsolideerumise ja ümberstruktureerimise käigus on tulnud esile vajakajäämised meediaettevõtete juhtide, sh toimetuse juhtide juhtimispädevustes. Muutunud on töötajate ülesanded ja töökorraldus ning selle protsessi juhtimine ei ole olnud alati efektiivne. Eksperdid leiavad, et juhtivatel kohtadel olevate ajakirjanike juhtimispädevuste arendamine peaks olema prioriteet, et järele aidata ja arendada oskusi nagu motiveerimine, ettevõtlikkus, majanduse alused ning psühholoogiline toetamine. Võttes arvesse tööturule sisenevate noorte teisenenud väärtushinnanguid ja ootusi juhtidele, muutub inimkapitali strateegiline juhtimine ja arendamine üha olulisemaks. Ühe lahendusena näevad eksperdid siin vastavasisulisi täienduskoolitusi, mida juba praegu mingis mahus korraldatakse, kuid mille järele nõudlus üha suureneb.

8.3. Turunduse ja kommunikatsiooni alavaldkonna kitsaskohad ja ettepanekud

1. KITSASKOHT. Tööandjate ootused antavale kommunikatsiooniharidusele ei lähe sageli kokku valdkonna õppekavade õpiväljunditega.

Tööandjad ootavad koolilõpetajatelt sageli väga laia pädevuste amplituudi, mida õppekavade mahtu arvestades ei ole kõrgkoolidel edasi anda. Sellest on tekkinud tugev ebakõla ootuste ja tegeliku olukorra vahel, kus tööandjad ei väärtusta erialast haridust ning tunnevad, et kõrgkoolid ei valmista ette nende jaoks piisavate oskustega valdkonna tööjõudu. Tööandjate ootused võivad olla ka ebarealistlikud. Koolide hinnangul ei ole tööandjad teadlikud, millised on kommunikatsiooni õppekavade õpiväljundid ning mis kompetentsid lõpetaja pärast õppekava läbimist omandab. Ühe lahendusena näevad eksperdid erinevate osapoolte kokkuleppimist oodatavate pädevuste asjus, st kommunikatsioonispetsialisti oskuste profiili ülevaadet ning kutsestandardi koostamist. Ühelt poolt oleks vastav standard / oskuste profiili kirjeldus orientiiriks kõrgkoolidele õppekavade arenduses ning teisalt juhiks ootusi tööandjate poolelt ning annaks võimaluse tööandjatele seada kriteeriume, milliste oskustega töötajaid nad praegu ja tulevikus valdkonnas vajavad.

Eelnevast tulenev ettepanek

1.1. Eesti Kommunikatsioonijuhtide Liit kaardistab koos liikmesettevõtetega kommunikatsioonispetsialisti kompetentsimudeli, mh andmeanalüüsi-, veebidisaini-, loovkirjutamise- ja koostööoskustega, ja kaalub võimaliku lahendusena kutsestandardi koostamist ning esitab vajadusel SA Kutsekojale ettepaneku kommunikatsioonispetsialisti kutsestandardi koostamiseks.

Eestvedaja: Eesti Kommunikatsioonijuhtide Liit

Koostööpartnerid: valdkonna kõrgkoolid, SA Kutsekoda

2. KITSASKOHT. Tööandjate ootused antavale turundusharidusele ei lähe sageli kokku valdkonna õppekavade õpiväljunditega.

Tööandjad ootavad turunduse 1. astme õppekavade lõpetajatelt magistritasemel (kvalifikatsiooniraamistiku 7. taseme) oskusi, aga magistriõppe lõpetajate arv on viimase viie aasta jooksul vähenenud ning samal ajal on suurenemas kutseõppest tööturule siirdujate osatähtsus. Valdonna ekspertide hinnangul ei ole tööandjad kursis ning teadlikud, millised on erinevate turunduse õppekavade väljundid ning mis pädevused lõpetaja pärast õppekava läbimist omandab. Sellest on tekkinud tugev ebakõla ootuste ja tegeliku olukorra vahel, kus tööandjad ei väärtusta erialast haridust ning tunnevad, et koolid ei valmista ette nende jaoks piisavate oskustega valdkonna tööjõudu. Ühe lahendusena näevad eksperdid siin turundusspetsialisti oskuste profiili ning kutsestandardi koostamist, mis seisneks koolide ja tööandjate vahelises kokkuleppes valdkondliku hariduse omandanu vajalike kompetentside kohta. Ühelt poolt oleks vastav standard / oskuste profiili kirjeldus orientiiriks

kõrgkoolidele õppekavade arenduses ning teisalt juhiks ootusi tööandjate poolt ning annaks võimaluse tööandjatele seada kriteeriume, milliste oskustega töötajaid nad praegu ja tulevikus valdkonnas vajavad.

Eelnevast tulenevad ettepanekud

- 2.1. Eesti Turundajate Liit kaardistab koos liikmesettevõtetega turundusspetsialisti kompetentsimudeli, mh andmeanalüüsi-, veebidisaini-, loovkirjutamis- ja koostööoskustega, ja kaalub võimaliku lahendusena kutsestandardi koostamist ning esitab vajadusel SA Kutsekojale ettepaneku turundusspetsialisti kutsestandardi koostamiseks ja kvalifikatsiooniraamistiku taseme(te) määramiseks.

Eestvedaja: Eesti Turundajate Liit

Koostööpartnerid: valdkonna kutse- ja kõrgkoolid, SA Kutsekoda

3. KITSASKOHT. Kommunikatsiooni- ja turunduserialade praktikakorraldus ning kõrgkoolide koostöö tööandjatega vajab senisest suuremat tähelepanu.

Kitsaskoht on praktikakorraldus, kus ühelt poolt paljud turundus- ja kommunikatsioonibürood ei taha praktikante võtta ning sageli jääb praktika pealiskaudseks, päris tööülesandeid ei sooritata. See võib olla üks põhjus, miks tudengid praktika käigus piisavalt heal tasemel praktilisi oskusi ei omanda. Eksperdid leiavad, et kutse- ja kõrgkoolid peavad tööandjatega koostöös arendama praktika sisulist poolt ja omavahelisi suhteid ning tegema rohkem koostööd.

Eelnevast tulenevad ettepanekud.

- 3.1. Kommunikatsiooni erialasid õpetavad kõrgkoolid koostöös Eesti Kommunikatsioonijuhtide Liiduga teevad valdkonna ettevõtete ja avaliku sektori asutuste seas teavitustööd praktika rollist valdkondlike spetsialistide järelkasvu koolitamisel, teevad kindlaks peamised koostööd takistavad kitsaskohad ning püüavad leida neile lahendused.

Eestvedajad: valdkonna kõrgkoolid

Koostööpartnerid: Eesti Kommunikatsioonijuhtide Liit, valdkonna tööandjad

- 3.2. Turundusega seonduvaid erialasid õpetavad kutse- ja kõrgkoolid koostöös Eesti Turundajate Liiduga teevad valdkonna ettevõtete ja avaliku sektori asutuste seas teavitustööd praktika rollist valdkondlike spetsialistide järelkasvu koolitamisel, teevad kindlaks peamised koostööd takistavad kitsaskohad ning püüavad leida neile lahendused.

Eestvedajad: valdkonna kõrgkoolid

Koostööpartnerid: Eesti Turundajate Liit, valdkonna tööandjad

Alavaldkonna üldised tähelepanekud:

- Ekspertid näevad suure probleemina turunduse valdkonna õppejõudude järelkasvu puudumist, mis pärssib omalt poolt ka kõige nüüdisaegsemate praktiliste teadmiste jõudmist klassiruumi. Kuna turundusvaldkonna praktikud töötavad paljuski hästiasustatud töökohtadel erasektoris, siis ei ole haridusmaailma töötasud nende jaoks piisavalt atraktiivsed, et isegi lepingulise õppejõuna loengukursusi lugeda. Teiselt poolt pärssib valdkonna praktikute vähene osalemine koolitamises ka õppekavade arendust, mistõttu on turunduse õppekavades kohati vähe aineid, mille sisu annaks tööturul konkurentsieeliseid pakkuvaid nüüdisaegseid teadmisi ja oskusi.
- Turundusõppe koolituspakkumise ning tööjõuvajaduse tasakaalu hinnates ilmneb, et koolituspakkumine ületab OSKA statistilise analüüsimudeli järgi oluliselt tööjõuvajadust. Turunduse puhul lööb tööjõuvajaduse ja koolituspakkumise tasakaalust välja eelkõige turundusõppe lisandumine kutsekoolidesse, kus õppijatest on suur osa täiskasvanud. Turundusõpe on populaarne ka väiketootjate seas, kes saavad enesetäiendust ja lisateadmisi oma ettevõtte ja toodangu turundamiseks. Samuti nähakse turundusspetsialisti tööjõuvajadust kasvavana.
- Kommunikatsiooniõppe koolituspakkumine ületab samuti OSKA statistilise analüüsimudeli järgi oluliselt tööjõuvajadust, kuid erinevused on võrreldes turundusega märgatavalt väiksemad. Samuti ei tunnetata valdkonna tööandjad ülekoolitamist ja tööjõuvajadust nähakse kasvavana.
- Kommunikatsioonivaldkonna eksperdid näevad praegu töötavatel inimestel vajakajäämisi eesti keele oskuses, erinevatel platvormidel ja formaatides sõnumite edastamise oskuses ning juhtimisoskustes, mille lahenduseks võiks pakkuda lühiajalisi täienduskoolitusi, parandama peaks nende oskuste õpetamist ka tasemeõppes.
- Võimaliku tulevikusuundumusena nähakse turunduse ja kommunikatsiooni funktsioonide mõningast lahustumist kogu asutuse ja töötajate tegevusse. Sellisel juhul ei ole enam eraldi turunduse ja kommunikatsiooniga tegelevaid töötajaid, vaid nende funktsioonidega tegelevad rohkemal või vähemal määral kõik. Selle suundumuse realiseerumist toetaks vastavate valikainete toel nende oskuste omandamise võimaluse loomine paljudel erialadel.

8.4. Disaini ja kunsti alavaldkonna kitsaskohad ja ettepanekud

1. KITSASKOHT. Valdava osa ettevõtete ja organisatsioonide praegused ärimudelid ei kasuta disainerite potentsiaali toodete ja teenuste arendamisel.
--

Disainivaldkond on Eestis selgelt defineerimata ning sellest tulenevalt on väljastpoolt valdkonda keeruline mõista, milline on disaini ja disainerite potentsiaal erinevates majandussektorites. On kujunenud arvamus, et disainerid on sageli tarbekunstnikud, kes valmistavad ehteid ning et disain on tavainimese jaoks midagi kallist, kauget ja privilegeeritud. See võib olla üheks põhjuseks, miks disainereid rakendub vähe tööstusettevõtetes, kus neil oleks võimalik majanduse jaoks palju rohkem lisaväärtust luua. Eesti Kunstiakadeemia ja Tallinna Tehnikaülikooli koostöös on 2011. aastal loodud õppekava „Design and Technology Futures“, mis otseselt adresseerib disaini strateegilisemat rakendamist nii ettevõtluses kui ka avalikus sektoris, kuid selle tulemusi disaini- ja tööstusmaailma lähendamisel on praegu veel vara hinnata.

Analüüsi käigus selgus, et disainierialade lõpetajatel on raske tööstusesse tööle saada, kuna ettevõtetel puudub usaldus ja teadlikkus disainist kui distsipliinist ning sellest, mida neil on selle kasutamisest tootmisel võita. Jätkuvalt on laialt levinud arvamus, et disaineri palkamine või disainiteenuse sisseostmine on kulukas, mistõttu ei julge ettevõtted ja avalik sektor neid riske võtta. Oluliseks põhjuseks, miks disainerid ei rakendu piisavalt tööstuses ja ka muudes alavaldkondades, on see, et valdava osa ettevõtete praegused ärimudelid ei vaja otseselt disaineri panust. Siiski on üha enam ettevõtteid, kes teadvustavad disaini olulisust oma toodete ja teenuste müügil.

Ekspertide hinnangul puudub Eesti ettevõtetes disainimõtlemise kompetents, mistõttu ei osata disainereid ettevõtluses rakendada. Oluline on juba kõrgkooli sisseastumisel noortele teadvustada erinevaid karjääriteid disainieriala lõpetamisel ning disaineri võimalikust rakendumisest eri majandussektorites. Üks võimalus, kuidas disainereid kogu majanduses, sh tööstuses senisest enam rakendada, on juba õppetöö ajal, mh lõputöö raames teha tihedamat koostööd inseneri- ja turundusharidust pakkuvate koolide ja ettevõtetega. Sellise koostöö peamine kasutegur oleks, et valdavaks muutuks mõtteviis, kus edukas toode või teenus töötatakse välja meeskonnatööna, kus disaineril on kandev roll, kuid olulised lülid on ka insenerid ja turundajad. Selline lähenemine võiks aidata oluliselt kaasa Eesti ettevõtjate n-ö klaaslaest¹⁹⁵ läbimurdmisele teadmispõhise ja kõrget lisandväärtust andva majanduse suunas.

Üheks oluliseks rolliks on selle juures ka disainijuht, kes oskaks analüüsida ettevõtete ärimodelit ja tänaseid protsesse ning väärtuspakkumist, mille alusel luua strateegia ja tegevuskava ettevõtete äri arendamiseks läbi disainimõtlemise ja teiste disainidistsipliinide. Sellise võimekusega disainijuhte koolitatakse praegu Eestis selgelt liiga vähe.

Eelnevast tulenevad ettepanekud

1.1. Eesti Disainikeskus defineerib selgemalt disaini valdkonna ja selle näidisametid, uurib disaini potentsiaali erinevates majandussektorites ning võimalikku disainituru kasvu lähiaastatel.

Eestvedaja: Eesti Disainikeskus

Koostööpartnerid: Kultuuriministeerium, Eesti Disainerite Liit, Haridus- ja teadusministeerium

1.2. Eesti Disainikeskus ja Eesti Disainerite Liit jätkavad koostöös Eesti Tööandjate Keskliidu, Eesti Kaubandus- ja Tööstuskoja ning Eesti Väike- ja Keskliste Ettevõtjate Assotsiatsiooniga veelgi efektiivsemat disaini valdkonna ning selle võimaluste ja disaineri ameti sisulisemat tutvustamist, et tõsta ettevõtjate ja avaliku sektori teadlikkust, kuidas disaini teadmispõhise kasutamise abil on võimalik luua suuremat lisandväärtust.

Eestvedaja(d): Eesti Disainikeskus, Eesti Disainerite Liit

Koostööpartnerid: Eesti Tööandjate Keskliit, Eesti Kaubandus- ja Tööstuskoda, Eesti Väike- ja Keskliste Ettevõtjate Assotsiatsioon

¹⁹⁵ Klaaslage võib mõista kui nähtamatut barjääri, mis takistab soovitud eesmärkideni jõudmist. Siinsel juhul puudutab see Eesti majanduse liikumist teadmispõhise majanduse poole.

- 1.3. Disainiharidust pakkuvad kutse- ja kõrgkoolid loovad ja arendavad koostöösuhteid tööandjatega kogu majanduses ning teiste kutse- ja kõrgkoolidega, et lõpetajatel oleks võimalik senisest enam koostada praktilise suunitlusega kooliprojekte ja lõputöid.

Eestvedaja(d): valdkonna kutse- ja kõrgkoolid

Koostööpartnerid: Eesti Tööandjate Keskliit, Eesti Kaubandus- ja Tööstuskoda, Eesti Väike- ja Keskmiste Ettevõtjate Assotsiatsioon

2. KITSASKOHT. Tööandjad ja erialakoolid teevad disaini ja kunsti valdkonnas vähe koostööd, selle tõttu kannatab praktika kvaliteet ja õppurite omandatavad praktilised oskused.

Kuna disainivaldkonnas tegutsevad Eestis enamaltjaolt väikeettevõtted, siis on disainitudengitel väga raske leida endale praktikakohta, kus omandada vajalikke praktilisi oskusi. Disainibüroo töötajatel on sageli ajapuudus, samuti pole neil praktikajuhendamise kompetentse. Nagu juba eelpool kirjeldatud, ei ole ettevõtetel ja avaliku sektori asutustel ootust ja vajadust võtta endale praktikale disainereid, sest puudub piisav teadlikkus, kuidas neid rakendada. Analüüsist selgub, et sagedasemateks puudujääkideks erialastes oskustes on vähesed teadmised materjalidest ja materjalitehnoloogiast ning aeglus töö tegemisel, põhjustena toovad eksperdid välja vähesed praktilised kogemused.

Kunstierialade puhul on praktika Eestis vähem levinud, kuna see toimub tavapäraselt individuaalselt kogenud meistri juhendamisel ning võimalusi selleks on oluliselt vähem kui disaini puhul. Samas näevad eksperdid kunstipraktikat kui õppeprotsessi vajalikku ja lahutamatu osa mitte ainult tehniliste oskuste omandamiseks, vaid ka võrgustiku laiendamiseks. Seetõttu peaks praktika- ja koostöövõimalusi laiendama ka kunstigaleriide ja -muuseumide, erialaliitude ning valdkondlike arenduskeskustega, kes on võimalikud kunstnike rakendajad pärast kooli lõpetamist.

Eelnevast tulenevad ettepanekud

- 2.1. Disaini valdkonna kutse- ja kõrgkoolid seavad eesmärgiks siduda õppeprotsessis antavad praktilised ülesanded ja lõputööd ettevõtete ja avaliku sektori asutuste tegelike probleemide lahendamiste ja arendusvajadustega.

Eestvedaja(d): valdkonna kutse- ja kõrgkoolid

Koostööpartnerid: Eesti Disainikeskus, Eesti Disainerite Liit

- 2.2. Valdkonna kutse- ja kõrgkoolid analüüsivad vilistlaste tööle rakendumist, teadvustavad senisest enam kunstnike rakendumisvõimalusi kogu majanduses ja tutvustavad neid tudengitele.

Eestvedajad: valdkonna kutse- ja kõrgkoolid

Koostööpartnerid: Eesti Kaasaegse Kunsti Arenduskeskus, Kaasaegse Kunsti Eesti Keskus, kunstigaleriid ja -muuseumid, Eesti Kunstnike Liit

- 2.3. Eesti Kunstnike Liit koostöös valdkonna kutse- ja kõrgkoolidega kutsub kokku ümarlaua, et kokku leppida osapoolte tegevused kunstnike võrgustike tugevdamiseks, professionaalse järelkasvu tagamiseks ja elukestva õppe edendamiseks kunstivaldkonnas.

Eestvedaja: Eesti Kunstnike Liit

Koostööpartnerid: valdkonna kutse- ja kõrgkoolid, Eesti Kaasaegse Kunsti Arenduskeskus, Kaasaegse Kunsti Eesti Keskus

3. KITSASKOHT. Tasemeõppe lõpetajate disaini ja kunsti valdkonna ettevõtluse, autoriõiguste ning teiste valdkondlike regulatsioonide alased pädevused vajavad suuremat tähelepanu.

Kuna valdkonnas on palju iseendale tööandjaid, siis on edukaks tegutsemiseks möödapääsmatud majandus-, õigus-, ettevõtlusalased teadmised (ptk 4.1). Ekspertide hinnangul võivad vastavate õppeainete mahte õppekavades suurendades kannatada erialased oskused. Analüüsi tulemusena võib väita, et valdkonna eripärast ja levinud töövormidest tulenevalt peab koolilõpetajal olema võimalus asutada enda ettevõtte ja olla iseendale tööandja ning selleks peavad tal olema vajalikud pädevused.

Eelnevast tulenev ettepanek

- 3.1. Kutse- ja kõrgkoolid analüüsivad disaini ja kunsti valdkonna ettevõtluse, autoriõiguste ning teiste valdkonna regulatsioonidega seotud teemade sisu, mahtu ja õppemeetodeid erinevates valdkonnaga seotud tasemeõppe õppekavades. Analüüsi tulemuste põhjal viiakse sisse muudatused.

Eestvedajad: valdkonna kutse- ja kõrgkoolid

Koostööpartner: Eesti Disainikeskus

Alavaldkonna üldised tähelepanekud

- Kõrgemat lisandväärtust andva majandustegevuse suunas liikumiseks peavad ettevõtete ja organisatsioonide ärimudelid toetama koostööd, mille tulemusena töötatakse edukas toode või teenus välja meeskonnatööna, milles disaineril on kande roll.
- Disaini ja kunsti valdkonna kutse- ja kõrgkoolid võiksid omavahel rohkem jagada seniseid parimaid praktikaid koostööst tööandjatega. Ühelt poolt annaks see võimaluse koolidele üksteise kogemustest õppida ning teisalt aitaks kaasa usalduse loomisele ettevõtete seas, et koostöö koolide ja ettevõtete vahel toimib ning tööstusel on suur potentsiaal disainerite rakendamisel.
- Ekspertide hinnangul ei ole disaini- ja kunstilooming Eestis piisavalt hästi kaitstud ning valdkonna loojad ei saa ajale jalgu jäänud intellektuaalomandi kaitsest tuge. Originaaldisaini asemel mitu korda odavama koopia levikut võimendab hangetel leviv „odavama“ hinna praktika. Selline tendents mõjutab otseselt Eesti disainiettevõtete edukust ja jätkusuutlikkust, samal ajal pärssides nende üleilmset konkurentsivõimet.

- Ekspertide hinnangul on disainiteadus Eestis suure arengupotentsiaaliga ning seni ei ole piisavalt hästi mõtestatud ja selgitatud, millist väärtust disain ühiskonnas luua võib. See teadmine omakorda aitaks samuti kaasa disaini kuvandiloomele ühiskonnas laiemalt.
- Alates 2019. aasta sügisest alustab Kultuurkapitali loomeerialade õppejõudude stipendiumiprogramm, mis toetab nende loometegevust muu hulgas kujutava ja rakenduskunsti valdkonnas. Selle programmi käivitamine ja tulemuste mõju analüüsimine võimaldab hinnata, kuivõrd on vaja täiendavaid lisarahastamise võimalusi luua tulevikus.
- Nagu kogu maailmas, suureneb ka Eesti ühiskonnas vajadus disainimõtlemise järele. 2017. aastal piloteeriti üldhariduskoolide gümnaasiumiastmes valikkursust „Disainiprotsess“¹⁹⁶, mida üha rohkem koole õppetöös rakendavad. Ekspertide sõnul on kursus edukalt käima läinud ja võiks laieneda kõikidesse üldhariduskoolidesse koos õpetajate toetamisega, sh ettevalmistus ja digitaalsed õppematerjalid, milleks ei ole siiani kestlikku lahendust leidunud.

8.5. Trükitööstuse alavaldkonna kitsaskohad ja ettepanekud

1. KITSASKOHT. Vähene pakkumine erialasteks täienduskoolitusteks ajakohaste oskuste omandamiseks.

Tulenevalt trükivaldkonna ebapiisavast populaarsusest ja suurest õpingute katkestamise määrast ei sisene valdkonda piisavalt tööjõudu, mistõttu näevad valdkonna ettevõtted vajadust erialaste täienduskoolituste järele kõikidel tükierialadel. Seni pakutud koolituste sisu, vorm ja maht neid sageli rahuldanud ja aidanud ei ole. Ühe murekohana tuuakse välja, et riikliku rahastuse tingimustest tulenevalt on sageli liiga suur rõhk üldmajanduslikel teadmistel ning vähem tegelikult vaja minevatel erialastel oskustel. Ettevõtted on valmis ka tasuma vastavate erialaste täienduskoolituste eest, kuid soovivad suuremat kaasatust täienduskoolituse õppekava sisu arendusse. Oluline on ka ettevõtete enda panus ning soov oma töötajaid arendada ning koolitust tööajast võimaldada.

Eelnevast tulenev ettepanek

1.1. ETPL koostöös Tallinna Polütehnikumiga ja valdkonna ettevõtetega teeb kindlaks valdkonnas vajaminevate tasuliste täienduskoolituste vajaduse, sh müügipersonalile, ning töötab välja täienduskoolitusprogrammid.

Eestvedaja: Eesti Trüki- ja Pakenditööstuse Liit

Koostööpartner: Tallinna Polütehnikum, valdkonna ettevõtted

2. KITSASKOHT. Valdkonnas esineb regionaalne tööjõupuudus, mis tuleneb õppe koondumisest Tallinnasse.

¹⁹⁶ <https://oppekava.innove.ee/gumnaasiumiharidus/valikkursused/>

Valdkonna eksperdid näevad probleemina, et väljastpoolt Tallinna trükitehnoloogiat õppima asuvad noored jäävad Tallinnasse, mistõttu ei ole teistes linnades tegutsevates trükiettevõtetes piisavalt kvalifitseeritud tööjõudu. Eksperdid näevad ühe võimaliku lahendusena mehhatroonika ja trükitehnoloogia õppekavade sidustamist, mida saab teha koolidevahelise koostööna. Koostöö tulemusena loodud täiendused võimaldavad mehhatrooniku õppekaval spetsialiseerumist trükitehnoloogiasse ja vastupidi. See annab õppuritele piisavad eeldused ja teadmised masinate toimimisest ning võimaluse teha erinevaid erialavalikuid ning selle kaudu suurendada oma konkurentsivõimet tööturul.

Eelnevast tulenev ettepanek

- 2.1. ETPL kutsub kokku Tallinna Polütehnikumi ja mehhatroonikaõpet pakkuvate kutsehariduskeskuste ümarlaua, kus analüüsib võimalusi ja lepib kokku partnerite tegevused, et pakkuda mehhatrooniku õppekaval õppijatele võimalust spetsialiseerumiseks trükitehnoloogia erialale väljaspool Tallinna.

Eestvedaja: Eesti Trüki- ja Pakenditööstuse Liit

Koostööpartner: Tallinna Polütehnikum, Tartu Kutsehariduskeskus

3. KITSASKOHT. Trükitööstuse ametid ja erialad on vähetuntud.

Ekspertide hinnangul on trükitehnoloogia eriala ebapopulaarne ning valdkond ei konkureeri andekamate noorte nimel. Õppurid on paljuski mõjutatud oma vanemate aegunud arusaamadest, mille järgi on trükitööstus tervisele kahjulik ja ohtlik. Valdkonna eksperdid peavad vajalikuks koolinoortele ja nende vanematele tänapäeva trükitehnoloogia ja trükiettevõtluse tutvustamist, et kutseharidusse asuval õppuritel oleks võimalik teha teadlikumaid valikuid.

Eelnevast tulenev ettepanek

- 3.1. ETPL suurendab koostöös ettevõtete ja Tallinna Polütehnikumiga erinevate trükitööstuse valdkonda tutvustavate kampaaniate (reklaam, koolikülastused, koostöö Töötukassaga, kutsevõistlustel osalemine jne) mahtu, et kõnetada noori ja jõuda nendeni ning laiema üldsuseni, seeläbi parendades valdkonna kuvandit ühiskonnas.

Eestvedaja: Eesti Trüki- ja Pakenditööstuse Liit

Koostööpartnerid: Tallinna Polütehnikum, valdkonna ettevõtted

4. KITSASKOHT. Puudub jätkuõppe võimalus pärast 4. taseme kutseõpet.

Uute tehnoloogiate kasutuselevõtt esitab kõrgemad nõuded oskuste vajadusele oskustöö tasemel. See toob kaasa vajaduse 5. taseme oskustöötajate järele. Neid oskusi saab õpetada 5. taseme kutseõppe jätkuõppena. Selline koolitusvajadus ei ole arvuliselt suur, kuid on pidev. Koolituskorraldus peaks võimaldama osalemist juba töötaval inimestel kui ka 4. taseme kutseõppe lõpetajatel.

Eelnevast tulenev ettepanek:

- 4.1. ETPL täpsustab liikmesettevõtete seas vajadust oskuste järele 5. tasemel ja vajadusel teeb Tallinna Polütehnikumile ettepaneku avada trükitehnoloogia 5. taseme jätkuõpe.

Alavaldkonna üldised tähelepanekud

- Trükitööstuse valdkonnas on ettevõtteid, kus valdavalt kasutatakse vene keelt, mistõttu töötajatel on keeruline osaleda eestikeelsetel täienduskoolitustel. Eesti Trüki- ja Pakenditööstuse Liit ei paku praegu sellistele trükikodadele vastavaid koolitusi, mis võib olla ka üheks põhjuseks, miks valdavalt venekeelse töötajaskonnaga ettevõtted ei ole liidu liikmed. Venekeelsetele töötajatele eesti keele kursuste pakkumine oleks üheks eelduseks, mis võimaldaks sektorisse saada täiendavat tööjõudu ning samuti muukeelseid töötajaid rohkem Eesti ühiskonda integreerida. Ühe võimaliku potentsiaalse sihtrühmana näevad eksperdid Ida-Euroopa riikidest (Ukrainast, Leedust) Eestisse saabuvat tööjõudu, kellele on vaja pakkuda ka erialast täiendusõpet. Need inimesed kuuluvad vanuserühma, kes ei räägi inglise keelt, kuid suhtlevad vabalt vene keeles. Olukorra leevendamisele aitaks kaasa venekeelse tööjõuga trükikodade koolitusvajaduse kindlaks tegemine ja vastavate täiendkoolituste pakkumine.
- Valdkonna tööandjad tunnetavad, et trükierialade lõpetajate oskused ei vasta alati vajalikule tasemele. Selle põhjusena tuuakse ühelt poolt välja reaalinete õppe vajakajäämised põhihariduse astmes, teiselt poolt kutseõppekavade maht, millest tulenevalt kõiki tulevaseks tööks vajalikke oskusi ei jõuta õppeajaga vajaliku põhjalikkusega edasi anda. Kooli hinnangul on probleeme ettevõttepraktika kvaliteedi, pikkuse ning sobivate praktikajuhendajate leidmisega (sh on loobunud vaatluspraktikast õppekavades). Vähe osaletakse praktikajuhendajate koolitustel.

Kasutatud allikad

Allcott, H. et al (2018). *Trends in the Diffusion of Misinformation on Social Media*. <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fake-news-trends.pdf>

Bakshi et al (2015). *Creativity vs Robots. The Creative Economy and the Future of employment*. Nesta. https://media.nesta.org.uk/documents/creativity_vs_robots_wv.pdf

Bakshi et al (2017). *The Future of Skills. Employment in 2030*. Pearson. Nesta. <https://futureskills.pearson.com/research/assets/pdfs/technical-report.pdf>

Career Foundry. <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/the-difference-between-ux-and-ui-design-a-laymans-guide/> (2.05.2019)

Chevalier, A. (2011). *Subject Choice and Earnings of UK Graduates. IZA Discussion Paper no 5652, Creative Alliance*. <https://creativealliance.org.uk/millennial-trends-that-creative-industries-cant-ignore/> (2.05.2019)

Deloitte Insights (2018). *Digital Media Trends Survey. A new world of choice for digital consumers*. https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/4479_Digital-media-trends/4479_Digital_media%20trends_Exec%20Sum_vFINAL.pdf

Deloitte Insights. <https://www2.deloitte.com/insights/us/en/industry/technology/digital-media-trends-consumption-habits-survey/trends-in-gaming-esports.html> (17.06.2019)

Design Council (2018). *The Design Economy 2018. The state of design in the UK*. https://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/Design_Economy_2018_exec_summary.pdf

EAS (2017). *Rahvusvahelistumise ja ekspordi uuring loomemajanduse valdkonnas*. https://www.eas.ee/wp-content/uploads/2017/11/Loomemajanduse-ekspordi-uuring_l%C3%B5pparuanne-31.10.2017.pdf

Eesti Disaini Arengukava 2023 (2019). https://media.voog.com/0000/0038/1850/files/EEST%20DISAINI%20ARENGUKAVA%202023_loplik.pdf

Eesti Filmi Instituut. Eesti filmi arengusuunad. http://filmi.ee/wordpress/wp-content/uploads/2015/05/EF_arengusuunad_2012-2020.pdf

Eesti Kultuurkapital. <https://www.kulka.ee/uudised/kultuurkapital-avab-stipendiumiprogrammi-loomeerialade-oppejoududele> (2.05.2019)

Eesti Kõrg- ja Kutsehariduse Kvaliteediagentuuri koduleht. <http://ekka.archimedes.ee/> (2.05.2019)

ERR. Eesti Rahvusringhäälingu arengukava 2020-2023. https://files.err.ee/files/Arengukava_2020-2023.pdf

Eljas-Tall, K. et al (2016). *Jagamismajanduse põhimõtete rakendamine Eesti majandus- ja õigusruumis. technopolis.* |group|; Ernst & Young Baltic AS.
<https://www.mkm.ee/sites/default/files/lopparuanne.pdf>

EPSCO. (2017). *Future of Work: Making It e-Easy.* Conference materials.
<https://www.eu2017.ee/political-meetings/future-work-making-it-e-easy>

Euroopa Komisjon. Roheline raamat. Kultuuri- ja loomemajanduse potentsiaali rakendamise kohta.
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0183&from=ET>

Euroopa Komisjon (2016). *The impact of ICT on job quality: evidence from 12 job profiles.*
http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?action=display&doc_id=16160

Euroopa Liidu Nõukogu (2016). Isikuandmete kaitse üldmäärus. http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CONSIL:ST_5419_2016_INIT&from=EN

European Skills Council (2016). *Trends and skills in the European audiovisual and live performance sectors.* http://www.creativeskillseurope.eu/wp-content/uploads/2016/06/CSE_final_report.pdf

Forbes. <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2015/11/10/big-data-a-game-changer-in-the-retail-sector/#1ebb0b1c9f37> (2.05.2019)

Forwardspace. <https://www.forwardspace.ee/kasutajakogemus-ja-kasutajaliides/> (2.05.2019)

Freedman (2018). *Global Marketing 2018. Marketing Trends with a Global Reach.*
<https://www.freedmaninternational.com/content/uploads/Marketing-Trends-2018.pdf>

Frey, C. B., & Osborne, M. A. (2013). *The future of employment: how susceptible are jobs to computerisation?*
https://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/academic/The_Future_of_Employment.pdf

Friedman, S. (2013). *Baby Bust: New Choices for Men and Women in Work and Family.* Wharton Digital Press.
<http://worklife.wharton.upenn.edu/research/life-interests-of-wharton-students/1992-and-2012/>

Gurjanova, I. (2014). *Design for All.* Universaalsidaini mõtteviis. Allikas: https://www.epikoda.ee/wp-content/uploads/2014/03/DesignForAll_22.05.2014-1.pdf

Haridus- ja Teadusministeerium. Eesti elukestva õppe strateegia 2020.
<https://www.hm.ee/sites/default/files/strateegia2020.pdf>

Haridus- ja Teadusministeerium. Eesti keelevaldkonna arengukava 2018–2027. Keel loob väärtust.
https://www.hm.ee/sites/default/files/eesti_keelevaldkonna_arengukava_eelnou_8.03.2018.pdf

Haridus- ja Teadusministeerium. Keeleprogramm 2018–2021.
https://www.hm.ee/sites/default/files/12_keelegeprogramm_2018-2021.pdf

Haridus- ja Teadusministeeriumi aastaanalüüs 2017, kokkuvõte (2018)
https://www.hm.ee/sites/default/files/htmaastaanaluu2017_kokkuvotted.pdf

Hix, L. Knopp, K. (2016). *Social Media Evolution Whitepaper.* Brogan&Partners.
<https://www.brogan.com/files/Social-Media-Evolution-Whitepaper.pdf>

Hootsuite. (2018). *Social Media Trends 2018*. https://hootsuite.com/uploads/images/stock/gd/SocialTrends-en-3_1.pdf

Ibrus, I. (2019). *Emergence of cross-innovation systems. Audiovisual industries co-innovating with education, health care and tourism*. Emerald Publishing. <https://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/9781787699779>

Ilmarinen, J. (2006). *Towards a longer worklife!: Ageing and the quality of worklife in the European Union*. Helsinki: Finnish Institute of Occupational Health : Ministry of Social Affairs and Health

ILO. (2019). *Challenges and opportunities for decent work in the culture and media sectors. Working paper no 324*. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_661953.pdf

Intergraf (2014). *Futre Skills in the Graphical Industry*. <https://www.intergraf.eu/images/documents/intergraf%20Future%20Skills%20Brochure%20ENG%20Compleet.pdf>

Investopedia. <https://www.investopedia.com/articles/markets/100715/what-makes-share-coke-campaign-so-successful.asp> (2.05.2019)

Josing, M. et al (2018). Eesti Konjunkturiinstituut. Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus. https://www.kul.ee/sites/kulminn/files/1._eesti_lm_olukorra_uuring_ja_kaardistus_yldosa.pdf

KEA (2018). *Towards an integrated vision for the European Digital Media Sector. Mapping of other existing EU programmes targeting Creative and Cultural Sectors in the Audiovisual Field*. European Commission. <http://www.keanet.eu/wp-content/uploads/KEA- Mapping-of-AV-support-in-existing-and-future-EU-programmes.pdf>

Kreegipuu, T., Jaggo, I. (2018). Õpingutega jätkamine pärast üldkeskharidust. Haridus- ja Teadusministeerium. https://www.hm.ee/sites/default/files/uuringud/keskhariduse_jatk_kreegipuu.pdf

Krutaine, A. et al (2018). *Baltic Media Health Check 2017–2018. How media organisations across the Baltics are embracing the digital age*. https://www.sseriga.edu/sites/default/files/inline-files/Baltic_media_health_check_2017-2018.pdf

Kultuuri- ja loomeprotsesside väärtusahel. <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/cultural-diversity/cultural-expressions/programmes/global-alliance-for-cultural-diversity/culture-cycle/> (2.05.2019)

Kultuuriministeerium. Kultuuriministeeriumi valitsemisala arengukava 2019–2022. https://www.kul.ee/sites/kulminn/files/kum_ak_2019_2022.pdf

Kultuuriministeerium. Kultuuripoliitika põhialused aastani 2020. <https://www.kul.ee/sites/kulminn/files/kultuur2020.pdf>

Kunstiindeksi koduleht. <https://kunstiindeks.ee/>

Kutsekoda. <http://www.kutsekoda.ee/et/kutsereregister/kutsestandardid>

Kõuts-Klemm, R. *et al* (2019). Meediapoliitika olukorra ja arengusuundade uuring. Tartu Ülikooli ühiskonnateaduste instituut; Tallinna Ülikooli meediainnovatsiooni ja digikultuuri tippkeskus.

Lepik, I. Uiboupin, M. (2017). Tulevikuvaade tööjõu- ja oskuste vajadusele: ehitus. Tallinn. SA Kutsekoda. <https://oska.kutsekoda.ee/wp-content/uploads/2018/02/OSKA-Ehitus-tervitekst.pdf>

Leppik, M. (2018). Kutse- ja kõrgharidusõpingud lõpetanute edukus tööturul 2016. Tartu: Haridus- ja Teadusministeerium.

Lukk, M. *et al* (2017). Eesti keeleseisund. Tartu Ülikool. RAKE. Balti Uuringute Instituut.

Maaleht. <https://maaleht.delfi.ee/news/maaleht/uudised/y-ja-z-generatsioonid-tekitavad-eesti-tooturul-revolutsiooni-kes-juhtimist-lustlikumaks-ei-muuda-need-toolisi-ei-leia?id=82633591> (6.08.2019).

Machin, S. ja Puhani, P. (2006). *The contribution of Degree Subject to the Gender Wage Gap for Graduates: A Comparison of Britain, France and Germany. Report to the Anglo-German Foundation.*

Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium. Eesti ettevõtluse kasvustrateegia 2014–2020. <https://kasvustrateegia.mkm.ee/> (2.05.2019)

Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium. Eesti Infoühiskonna Arengukava 2020. https://www.mkm.ee/sites/default/files/elfinder/article_files/eesti_infouhiskonna_arengukava.pdf

Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium. Tööstuspoliitika roheline raamat. [https://www.mkm.ee/sites/default/files/toostuspoliitika_roheline_raamat .pdf](https://www.mkm.ee/sites/default/files/toostuspoliitika_roheline_raamat.pdf)

McKinsey&Company. (2017). *A Future that Works: automation, employment and productivity.* . McKinsey Global Institute. <http://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Global%20Themes/Digital%20Disruption/Harnessing%20automation%20for%20a%20future%20that%20works/MGI-A-future-that-works-Executive-summary.ashx>

McKinsey&Company. (2017). *Jobs lost, jobs gained: Workforce transitions in a time of automation.* McKinsey Global Institute. <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/featured%20insights/Future%20of%20Organizations/What%20the%20future%20of%20work%20will%20mean%20for%20jobs%20skills%20and%20wages/MGI-Jobs-Lost-Jobs-Gained-Report-December-6-2017.ashx>

McKinsey&Company (2017). *McKinsey Special Collections. Trends and global forces.* https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/Strategy%20and%20Corporate%20Finance/Our%20Insights/Strategy%20and%20corporate%20finance%20special%20collection/Final%20PDFs/McKinsey-Special-Collections_Trends-and-global-forces.ashx

Meresmaa, T. Tender, T (2018) Eesti filmitootmise rahastamise analüüs. Uuringu lõppraport. PwC. https://static1.squarespace.com/static/5837f2f73e00be1e3370e958/t/5abcd519575d1fb78e085dfb/1522324779966/Eesti_filmitootmise_rahastamise_anal%C3%BC%C3%BCs_PwC_Eesti+Kinoliit_21.03.pdf

Mets, U. Viia, A. (2019). Tulevikuvaade tööjõu- ja oskuste vajadusele: Kultuur ja loometegevus – kultuuripärand, muusika, etenduskunstid, sport. Tallinn. SA Kutsekoda.

Newman, N. (2019). *Journalism, Media and Technology Trends and Predictions 2019*. Digital News Project. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-01/Newman_Predictions_2019_FINAL_1.pdf

OECD. (2019). *The Future of Work. Employment Outlook 2019*. https://read.oecd-ilibrary.org/employment/oecd-employment-outlook-2019_9ee00155-en#page50

Postimees. <https://majandus24.postimees.ee/4076577/mangutoostus-on-tosine-toostusharu> (6.08.2019)

Pärna, O. (2016). *Töö ja oskused 2025. Kogumik*. Tallinn: SA Kutsekoda. <http://oska.kutsekoda.ee/wp-content/uploads/2016/04/Tulevikutrendid-1.pdf>

Praxis. <http://www.praxis.ee/tood/avalike-teenuste-arendamise-programm/> (2.05.2019)

Reinhold, M. (2016). Täiskasvanute osalus elukestvas õppes. Haridus- ja Teadusministeerium. https://www.hm.ee/sites/default/files/haridusmin_taiskasvanute_osalus_30112016.pdf

Riigikantselei. (2014). „Üldised kompetentsid“ – kvalifikatsiooniga seonduvad terminid. <http://www.kutsekoda.ee/fwkw/contenthelper/10448381/10506333>

Riigikantselei. Konkurentsivõime kava Eesti 2020. <https://riigikantselei.ee/et/konkurentsivoime-kava-eesti-2020>

Riigikontrolli audit (2015). Ülevaade riigi rändepoliitika valikutest. Milline on rände roll tööjõupuuduse vähendamisel?

Roosalu, T. 2013. Täiskasvanud õppijad Eesti kõrgharidussüsteemis. Uuringu aruanne. SA Archimedes.

SA Innove. Valikkursused ja valikõppeained. <https://oppekava.innove.ee/gumnaasiumiharidus/valikkursused/> (9.05.2019)

Statistikaamet. Statistikaameti rahvastikuprognosis vanuse ja soo järgi, variant 1

The National Skills Academy (2018). *Building A Creative Nation: Current and future skills needs. Addressing skills gaps and shortages in the creative and cultural industries*. https://ccskills.org.uk/downloads/Building_a_Creative_Nation_Current_and_Future_Skills_Needs.pdf

Töötukassa. <https://www.tootukassa.ee/uudised/1-mail-2017-alustabtootukassa-tootust-ennetavate-teenuste-pakkumist> (2.05.2019)

Töötukassa <https://www.tootukassa.ee/content/toota-ja-opi> (2.05.2019)

Täht, K., Must, O., Must, A. 2013. Programmi TULE uuringu „Haridustee valikud ning õpingute katkestamise asjaolud Eesti kõrghariduses“ aruanne. ESF programmi „Kõrghariduse katkestanute haridustee jätkamine“ – TULE.

UNCTAD. (2018). *Creative Economy Outlook. Trends in International Trade in Creative Industries*. https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf

Vallistu, J., Erikson, M., Eljas-Taal, K., Tappel, R., Ratnik, H., Nausedaite, R., Aksen, M., Pruks, P. (2017). „Tuleviku töö – uued suunad ja lahendused.“ technopolis |group| Tartu Ülikooli sotsiaalteaduslike rakendusuuringute keskus RAKE <http://www.digar.ee/arhiiv/et/download/273726>

Veemaa, J. et al (2018). *Disainikasutus Eesti ettevõtetes ja sihtasutustes*. Tartu Ülikool; RAKE. https://www.kul.ee/sites/kulminn/files/disainikasutuse_uuring_2018.pdf

Välisüliõpilaste õppimine ja õpetamine Eesti kõrgkoolides. EKKA. http://ekka.archimedes.ee/wp-content/uploads/Temaatilise_hindamise_aruanne_2019.pdf

World Economic Forum (2018). *Centre for The New Economy and Society. The Future of Jobs Report 2018*. http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2018.pdf

World Economic Forum (2018). *Creative Disruption: The Impact of Emerging Technologies on the Creative Economy*. http://www3.weforum.org/docs/39655_CREATIVE-DISRUPTION.pdf

World Economic Forum (2018). *The Future of Jobs Report 2018*. http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2018.pdf

LISA 1. Olulisemad mõisted

Järgnevaid või osa termineid ja definitsioone kasutatakse eelkõige siinse uuringu kontekstis, seega ei ole need lõplikud ega universaalsed.

OSKA süsteemis kasutatavate mõistete allikad:

1. kehtivad õigusaktid (nt kutseseadus);
2. rahvusvahelised kokkulepped (nt klassifikaatorid);
3. oskuste rakkerühma eestvedamisel ekspertide ühistööna sõnastatud kokkulepped (sh Emakeele Seltsi keeleteoimkond);
4. OSKA nõunike kogus sõnastatud kokkulepped.

AK ISCO on ametite klassifikaator, siinses töös viidatakse selle lühendiga klassifikaatori 2008. aasta versioonile 1.5b.

Amet, ametikoht *Occupation/Job* on tööülesannete kogum, mida isik täidab oma töökohal ja mille eest ta saab tasu. Ametinimetused ja kutsenimetused võivad kokku langeda.

Ametiala *Occupation* on sarnaste ametite kogum.

Ametirühm *Group of occupations* on sarnaste ametialade kogum ametite klassifikaatoris (AK).

EHIS on Eesti Hariduse Infosüsteem.

EKR on Eesti kvalifikatsiooniraamistik, raamistiku lühikirjeldus on leitav Kutsekoja veebilehel.

EMTAK NACE on Eesti majandustegevusalade klassifikaator, siin töös kasutatakse klassifikaatori 2008. aasta versiooni.

Eriala *Speciality* on teaduse, tehnika, kunsti vms kitsam, suhteliselt kindlamini piiritletud ala; spetsiaalala. Eriala seostub eelkõige õppimise ja õppekavaga, vahel spetsialiseerumisalaga õppekavas. Eriala nimetusena kasutatakse tegevusala nimetust (mitte tegijanime nagu kutse puhul).

Hariduskvalifikatsioon *Educational Qualification* on õppeasutuse antud diplom, tunnistus või kraad, millega tõendatakse (või mis kinnitab) õppekavaga kehtestatud õpiväljundite saavutamist. Hariduskvalifikatsioonid jagunevad üldharidus-, kutseharidus- ja kõrghariduskvalifikatsiooniks.

Kompetents *Competency* on tegevuses väljenduv teadmiste, oskuste ja hoiakute kogum, mis on eelduseks teatava tööosa täitmisel. Kompetentsid jagunevad üldisteks ja kutsespetsiifilisteks kompetentsideks.

Kompetentsistandard *Competency standard* on kutsestandard, mis sisaldab ühte kompetentsi.

Kompetentsus *Competence* on edukaks kutsetegevuseks vajalike kompetentside kogum (asjatundlikkus).

Koordinatsioonikogu *Future Skills Council* põhiülesandeks on tööturu koolitustellimuse formeerimise protsessi juhtimine ja tasakaalu leidmine kutsetegevuse valdkondade vajaduste vahel. Koordinatsioonikogu moodustab vastutav minister seaduse alusel.¹⁹⁷

Kutseala *Profession* on samalaadset kompetentsust eeldav tegevusvaldkond. Sarnastel tegevustel põhinev, eri tasemel kompetentse eeldavate kutsete kogum. (Näide 1: kutseala – kokandus, kutsed – abikokk, kokk, meisterkokk; näide 2: kutseala – müürsepatöö, kutsed – müürsepp, tase 3, müürsepp, tase 4). Kutseala kujuneb lähedaste ametite analüüsimise tulemusena.

Kutsekvalifikatsioon *Occupational qualification* on kvalifikatsioon, mis saadakse kutseeksami sooritamisel ja mille tase on määratud asjakohases kutsestandardis.

Kutsepetsiifilised kompetentsid *Specific hard skills* on tööosade ja tööülesannetega otseselt seotud kompetentsid. Need kompetentsid on madala ülekantavusega.

Üldised kompetentsid sisaldavad suures ulatuses kõikidele kvalifikatsioonidele ülekantavaid käitumuslikke kompetentse, mis on seotud hoiakutega ja inimese võimega oma oskusi rakendada (nt suhtlemine, kohanemine ja toimetulek). Samuti kuuluvad üldiste kompetentside hulka keskmise ja suure ülekantavusega teadmistel ja oskustel põhinevad kompetentsid (nt IKT-, õigus- ja majandusala ning keskkonnateadlikkus).

Kutsestandard *Occupational standard* on dokument, milles kirjeldatakse kutsetegevust ning kutsealaseid kompetentsusnõudeid.

Kutseõppeasutus *Vocational Educational Institution* on kool, kus on võimalik omandada kutseharidus (sünonüümina ka kutsekool).

Kvalifikatsioon *Qualification* on hindamise ametliku tulemusena tunnustatud kompetentsus. Kvalifikatsioonid jagunevad järgmiselt: hariduslikud kvalifikatsioonid (*Educational qualifications*) ja kutsekvalifikatsioonid (*Occupational qualifications*).

Kõrgkool *Institution of higher education* on kool, mis annab kõrghariduse (ülikool, rakenduskõrgkool jt).

Lisandväärtus on rahalises väljenduses toodang (teenused), millest on maha arvatud vahetarbimine.

OSKA *System for monitoring and anticipating labour market training needs* on tööjõu- ja oskuste vajaduse seire- ja prognoosisüsteem.

OSKA tuumikinfo *OSKA core information* on erinevate registrite, uuringute ja muude infoallikate andmete ning eksperthinnangute alusel koostatud i) ülduuringuaruanne – ülevaade Eesti tööturu olukorrast, tulevikuarengutest, tööjõuvajadusest ning sellest tulenevast koolitusvajadusest; ii) valdkonna uuringu aruanne – ülevaade valdkonna tööturu olukorrast ja trendidest, koolituspakkumisest ning tööjõu- ja oskuste vajadusest lähema 10 aasta vaates.

OSKA valdkond *Sector for labour market training needs monitoring and forecasting* on sarnaste majandustegevus- või kutsealade kogum, mille ulatuses koostatakse valdkonna tööturu koolitusvajadus ja tegutseb eksperdikogu.

¹⁹⁷ Koordinatsioonikogusse kuuluvad HTM-i, MKM-i, SOM-i, RM-i, ETKL-i, ETK, TALO, EAK, Töötukassa, EAS-i ja Innove esindajad. Vastavalt ministri korraldusele on koordinatsioonikogu esimees HTM-i asekancler. Eristumise eesmärgil võib koordinatsioonikogu edaspidi kasutusele võtta kaubamärgi, nt tulevikuoskuste nõukogu vms.

OSKA väljundinfo *OSKA outcomes* moodustavad nii OSKA tuumikinfo kui ka selle alusel erinevatele sihtgruppidele erineva andmestruktuuri, vormi, stiili ja sõnastusega koostatud infopaketid.

Oskuste vajadus *Skills anticipation* on teave valdkonnas edukaks hakkamasaamiseks vajalikest olulistest kompetentsidest ning nende puudujääkidest töötajatel; kahaneva ja kasvava vajadusega kompetentsidest; tulevikuoskustest; kompetentsiprofiilide kirjeldamise vajadusest (ka kutsestandardite olemasolust).

RÜHL *ISCED* on rahvusvaheline ühtne hariduse liigitus. Siinses töös kasutatakse klassifikaatori versiooni, mis on kättesaadav (kuni 2016. aastani 1997. aasta versioon).

Tootlikkus e tööviljakus hõivatu kohta lisandväärtuse alusel – lisandväärtus jagatud tööga hõivatud isikute arvuga.

Tööjõuvajaduse prognoos *Labour demand forecast* on võimalikke tööturu arenguid arvestav ja töötajate vajadust kirjeldav arvuline hinnang – kui palju võiks olla vaja täiendavaid töötajaid erinevates OSKA valdkondades, ametirühmades ning haridustasemetel.

Tööjõuvajaduse seire *Monitoring of labour demand* on majanduses rakendatud tööjõu ning OSKA valdkondades esineva tööjõuvajaduse kohta andmete kogumine, analüüsimine ja avaldamine nii tervikuna kui ka ametirühmade, valdkondade ja haridustasemete kaupa, kasutades nii kvantitatiivseid kui kvalitatiivseid meetodeid.

Tööturu koolitusvajadus *Labour market training needs and the number of commissioned study places* on tööjõuvajaduse prognoosist ja oskuste vajadusest lähtuv OSKA valdkondade põhine ettepanekute ja soovitude kogum koolituskohtade planeerimiseks ja õppesisu arendamiseks erinevate haridusliikide ja -tasemete ning õppevaldkondade kaupa.

Varjatud takistus tööjõu järelkasvu tagamisel *Market failure in the context of OSKA* on olukord, kus hoolimata koolituskohtade olemasolust ja koolitustegevuse näilisest vastavusest koolitusvajadusele on valdkonnas tööjõu- ja/või vajalike kompetentside puudus.

Valdkonna eksperdikogu (VEK) *Sectoral skills council* on ekspertidest moodustatud komisjon, mille ülesandeks on OSKA valdkonnas tööturu koolitusvajaduse väljaselgitamine ja täitmise seire. Valdkonna eksperdikogu võib oma töö paremaks korraldamiseks (näiteks alavaldkonna koolitusvajaduse väljaselgitamiseks) moodustada tööühmi, kaasates sinna ka eksperdikoguväliseid liikmeid.

Valdkonna põhikutseala (PKA) *Main professions of a sector* on valdkonna toimimiseks olulise tähtsusega valdkonnaspetsiifilisi kompetentse eeldav kutseala.

Õppekavagrupp (ÖKG) on kõrgharidusstandardis kehtestatud liigitus, mis hõlmab õppesuundi või õppekavade rühmi ja mille alusel saab õppeasutus taotleda ja Vabariigi Valitsus anda õppeasutusele õiguse viia läbi kõrgharidustaseme õpet ning väljastada vastavaid akadeemilisi kraade ja diplomeid.

Õppekavarühm (ÖKR) on õppekavagrupi analoog kutsehariduses.

Lisa 2. Analüüsitud õppekavad

Analüüsitud õppekavad turunduses ja kommunikatsioonis

E-turundusspetsialist
Tallinna Majanduskool
Kommunikatsioon
Tallinna Ülikool
Kommunikatsioonijuhtimine
Tallinna Ülikool
Tartu Ülikool
Reklaam ja imagoloogia
Tallinna Ülikool
Reklaam ja suhtekorraldus
Tallinna Ülikool
Sotsiaalmeedia spetsialist
Tallinna Majanduskool
Suhtekorraldus
Tallinna Ülikool
Turundus ja finantsjuhtimine
Tartu Ülikool
Turundusspetsialist
Tallinna Majanduskool
Väikeettevõtte turundusspetsialist
Võrumaa Kutsehariduskeskus

Analüüsitud õppekavad sõnas ja keeles

Aasia uuringud
Tallinna Ülikool
Ajakirjandus
Tallinna Ülikool
Tartu Ülikool
Ajakirjandus ja kommunikatsioon
Tartu Ülikool
Eesti filoloogia
Tallinna Ülikool
Eesti ja soome-ugri keeleteadus
Tartu Ülikool
Euroopa keeled ja kultuurid
Tartu Ülikool
Euroopa nüüdiskeeled ja kultuurid
Tallinna Ülikool
Germaani-romaani filoloogia

Tartu Ülikool
Germanistika
Tartu Ülikool
Inglise keel ja kirjandus
Tartu Ülikool
Inglise keel ja kultuur
Tallinna Ülikool
Keeleteadus ja keeleteoimetamine
Tallinna Ülikool
Keeleteoimetaja
Tallinna Ülikool
Kirjalik tõlge
Tallinna Ülikool
Kirjandus ja kultuuriteadused
Tartu Ülikool
Kirjandus- ja teatriteadus
Tartu Ülikool
Kirjandusteadus
Tallinna Ülikool
Klassikaline filoloogia
Tartu Ülikool
Lingvistika
Tallinna Ülikool
Meedia ja kommunikatsioon
Tartu Ülikool
Referent-toimetaja
Tallinna Ülikool
Romaani keeled ja kultuurid
Tallinna Ülikool
Romanistika
Tallinna Ülikool
Tartu Ülikool
Saksa keel ja kirjandus
Tartu Ülikool
Saksa keel ja kultuur
Tallinna Ülikool
Skandinaavia keeled ja kultuurid
Tartu Ülikool
Slaavi keeled ja kultuurid
Tallinna Ülikool
Slavistika
Tartu Ülikool
Soome filoloogia
Tallinna Ülikool
Suuline tõlge

Tallinna Ülikool

Tõlkeõpetus

Tartu Ülikool

Tõlkija

Euroakadeemia

Vene filoloogia

Tallinna Ülikool

Vene ja slaavi filoloogia

Tartu Ülikool

Analüüsitud õppekavad trükitööstuses

Fleksotrükkija

Tallinna Polütehnikum

Trükiste ettevalmistaja-arvutikujundaja, ofsettrükkija

Tallinna Polütehnikum

Trükiste järeltöötlusseadmete operaator

Tallinna Polütehnikum

Trükitehnoloogia

Tallinna Polütehnikum

Trükitehnoloogia (ofsettrükkija, trükiste ettevalmistaja-arvutikujundaja)

Tallinna Polütehnikum

Trükkal-laduja

Tallinna Polütehnikum

Analüüsitud õppekavad audiovisuaalvaldkonnas

Audiovisuaalkunstid ja meediauuringud

Tallinna Ülikool

Audiovisuaalne meedia

Tallinna Ülikool

Dokumentaalfilm

Tallinna Ülikool

Film ja video

Tallinna Ülikool

Filmikunst

Tallinna Ülikool

Fotograaf

Tallinna Polütehnikum

Fotograafia

Eesti Kunstiakadeemia

Kõrgem Kunstikool Pallas

Tallinna Polütehnikum

**Kirjandus-, visuaalkultuuri- ja
filmiteooria**

Tallinna Ülikool

Meedia

Tallinna Ülikool

Operaatorikunst

Tallinna Ülikool

Ristmeedia filmis ja televisioonis

Tallinna Ülikool

Ristmeedia tootmine

Tallinna Ülikool

Teleoperaator

Tallinna Polütehnikum

Televisioon: režii, toimetamine ja tootmine

Tallinna Ülikool

Analüüsitud õppekavad disainis ja kunstis

3D modelleerija-visualiseerija

Tartu Kunstikool

Animatsioon

Eesti Kunstiakadeemia

Arvutigraafika

Informaatika ja Arvutustehnika Kool

Arvutimängude disain ja arendus

Eesti Ettevõtluskõrgkool Mainor

Dekoraator-stilist

Kuressaare Ametikool

Tartu Kunstikool

Disain

Eesti Kunstiakadeemia

Rakenduskunsti Erakool

Disain ja rakenduskunst

Eesti Kunstiakadeemia

Disain loovettevõtluses

Eesti Ettevõtluskõrgkool Mainor

Ehte- ja sepakunst

Eesti Kunstiakadeemia

Ehtekunst

Eesti Kunstiakadeemia

Graafiline disain

Eesti Kunstiakadeemia

Illustraator

Tartu Kunstikool

Inimese ja arvuti interaktsioon

Tallinna Ülikool

Integreeritud kunst, muusika ja multimeedia

Tallinna Ülikool

Integreeritud tehnoloogiad ja käsitöö

Tallinna Ülikool

Interaktiivne multimeedia

Eesti Kunstiakadeemia

Interaktsioonidisain

Eesti Kunstiakadeemia

Interdistsiplinaarsed kunstid

Eesti Kunstiakadeemia

Kaasaegne kunst

Eesti Kunstiakadeemia

Kasutajakogemuse disaini noorempetsialist

Tartu Kutsehariduskeskus

Keraamika

Eesti Kunstiakadeemia

Keraamika ja klaasikunst

Eesti Kunstiakadeemia

Klaasikunst

Eesti Kunstiakadeemia

Klaasikunst ja -disain

Eesti Kunstiakadeemia

Kujundaja

Kuressaare Ametikool

Pärnu Saksa Tehnoloogiakool

Tartu Kunstikool

Kujundusgraafik

Tartu Kunstikool

Kujunduskunst

Eesti Kunstiakadeemia

Kunst

Eesti Kunstiakadeemia

Kunst ja disain

Eesti Kunstiakadeemia

Kunst ja kultuuriantropoloogia

Eesti Kunstiakadeemia

Kunstiline kujundamine

Kuressaare Ametikool

Tartu Kunstikool

Kunstiõpetus

Tallinna Ülikool

Kunstnik-kujundaja

Tartu Kunstikool

Käsitöö ja kodundus

Tallinna Ülikool
Käsitöötehnoloogiad ja disain
Tallinna Ülikool
Maal ja maalingute restaureerimine
Kõrgem Kunstikool Pallas
Maal ja restaureerimine
Kõrgem Kunstikool Pallas
Maalikunst
Tartu Ülikool
Meedia- ja reklaamidisain
Kõrgem Kunstikool Pallas
Meediagraafika
Eesti Kunstiakadeemia
Moedisain
Eesti Kunstiakadeemia
Euroakadeemia
Moekunst
Eesti Kunstiakadeemia
Multimeedia kujundaja
Kuressaare Ametikool
Pärnu Saksa Tehnoloogiakool
Multimeedia nooremspetsialist
Ida-Virumaa Kutsehariduskeskus
Multimeedia spetsialist
Tallinna Polütehnikum
Multimeediatehnoloogiad
Narva Kutseõppekeskus
Multimeedium
Ida-Virumaa Kutsehariduskeskus
Narva Kutseõppekeskus
Multimeedium (Veebispetsialist)
Tallinna Polütehnikum
Tartu Kutsehariduskeskus
Mööblidisain ja restaureerimine
Kõrgem Kunstikool Pallas
Nahadisain ja restaureerimine
Kõrgem Kunstikool Pallas
Nahakunst ja disain
Eesti Kunstiakadeemia
Nahakunst, aksessuaari- ja köitedisain
Eesti Kunstiakadeemia
Rõivadisain
Disaini Kõrgem Kool
Sepakunst
Eesti Kunstiakadeemia

Sisekujundaja-dekoraator

Disaini Kõrgem Kool

Skulptuur

Kõrgem Kunstikool Pallas

Teabegraafik

Kuressaare Ametikool

Teenuste disain ja juhtimine

Tartu Ülikool

Tekstiil

Eesti Kunstiakadeemia

Kõrgem Kunstikool Pallas

Tekstiili-, moe- ja nahakunst

Eesti Kunstiakadeemia

Tekstiilidisain

Eesti Kunstiakadeemia

Tootedisain

Eesti Kunstiakadeemia

Trükimeedia kujundaja-küljendaja

Tartu Kunstikool

Tööstus- ja digitootedisain

Tallinna Tehnikaülikool

Vabad kunstid

Eesti Kunstiakadeemia

Veebidisain ja digitaalgraafika

Eesti Ettevõtluskõrgkool Mainor

Virtuaalkeskkondade loomine ja arendus

Tartu Ülikool

Lisa 3. Intervjueeritute nimekiri

- | | |
|--|---------------------|
| 1. Allfilm OÜ | Ivo Felt |
| 2. AS All Media Eesti | Priit Leito |
| 3. AS Eesti Meedia | Lauri Hussar |
| 4. AS Tänapäev | Tauno Vahter |
| 5. AS Varrak | Priit Maide |
| 6. AS Äripäev | Meelis Mandel |
| 7. AS Äripäev | Sigrid Vesikioja |
| 8. AS Äripäev | Toomas Truuverk |
| 9. AS Äripäev, Best Marketing | Hando Sinisalu |
| 10. Cleveron AS | Lauri Hirvesaar |
| 11. Corpore AS | Aleksandra Moorast |
| 12. Creativity Lab OÜ | Ragnar Siil |
| 13. Eesti Ajakirjade Liit | Marko Tamme |
| 14. Eesti Ajalehtede Liit | Mart Raudsaar |
| 15. Eesti Disainerite Liit | Ilona Gurjanova |
| 16. Eesti Ettevõtluskõrgkool Mainor | Aet Kull |
| 17. Eesti Ettevõtluskõrgkool Mainor | Astri Müül |
| 18. Eesti Ettevõtluskõrgkool Mainor | Ingrid Maasi |
| 19. Eesti Ettevõtluskõrgkool Mainor | Ranno Päi |
| 20. Eesti Kinoliit | Kadri Vaas |
| 21. Eesti Kirjastuste Liit | Kaidi Urmet |
| 22. Eesti Klaasikunstnike Ühendus | Kai Kiudsoo-Värv |
| 23. Eesti Kommunikatsioonijuhtide Liit | Aive Hiiepuu |
| 24. Eesti Kommunikatsioonijuhtide Liit | Margus Mets |
| 25. Eesti Kunstiakadeemia | Indrek Sirkel |
| 26. Eesti Kunstiakadeemia | Jaana Päeva |
| 27. Eesti Kunstiakadeemia | Kirke Kangro |
| 28. Eesti Kunstiakadeemia | Kristjan Mändmaa |
| 29. Eesti Kunstiakadeemia | Liina Siit |
| 30. Eesti Kunstiakadeemia | Maarja Mõtus |
| 31. Eesti Kunstiakadeemia | Marge Monko |
| 32. Eesti Kunstiakadeemia | Taavi Talve |
| 33. Eesti Kunstiakadeemia | Tanel Kärp |
| 34. Eesti Rahvusringhääling | Mihkel Robam |
| 35. Eesti Rahvusringhääling | Urmas Vaino |
| 36. Eesti Rahvusringhääling, Tartu Ülikool | Marju Himma-Kadakas |
| 37. Eesti Trüki- ja Pakenditööstuse Liit | Katre Savi |
| 38. Eesti Tõlkide ja Tõlkijate Liit | Toomas Metsis |
| 39. Ekspress Meedia AS | Karin Vene |
| 40. Ekspress Meedia AS | Raimo Poom |
| 41. Ekspress Meedia AS | Tarmo Paju |
| 42. Ekspress Meedia AS | Tiina Muskat |
| 43. Extery OÜ | Markus Lukk |

44. Geenius Meedia OÜ	Henrik Roonemaa
45. Grano Digital AS	Koit Variksoo
46. Iseasi OÜ	Martin Pärn
47. Koolibri AS	Kadri Rahusaar
48. Kujundusgraafikute Liit	Tiina Tammetalu
49. Kõrgem Kunstikool Pallas	Jaanus Eensalu
50. Kõrgem Kunstikool Pallas	Kristina Tamm
51. Kõrgem Kunstikool Pallas	Vallo Nuust
52. Luisa Tõlkebüroo OÜ	Helen Noormägi
53. Luisa Tõlkebüroo OÜ	Svea-Elen Peters
54. Orangetime Event OÜ	Jüri Luud
55. Politsei- ja Piirivalveamet	Kirsti Ruul
56. Printall AS	Andrus Takkin
57. Päästeamet	Liis Raadla
58. Reidell Group OÜ	Kaupo Kikkas
59. Riigikantselei	Argo Kerb
60. Ritico OÜ	Liis Tillmann
61. Sky Media	Jelena Kopõltsova
62. Sky Media	Karin Kundla
63. Stellar Film OÜ	Evelin Penttilä
64. Tallinna Polütehnikum	Helen Pärk
65. Tallinna Polütehnikum	Marko Levin
66. Tallinna Raamatutrükikoja OÜ	Margus Liivamägi
67. Tallinna Ülikool	Andres Jõesaar
68. Tallinna Ülikool	Birgit Vilgats
69. Tallinna Ülikool	Elen Lotman
70. Tallinna Ülikool	Karin Dean
71. Tallinna Ülikool	Maris Saagpakk
72. Tallinna Ülikool	Mart Raun
73. Tallinna Ülikool	Reili Argus
74. Tallinna Ülikool	Siiri Soidro
75. Tallinna Ülikool	Toomas Sääs
76. Tallinna Ülikool	Veiko Vaatmann
77. Tank OÜ	Joel Volkov
78. Tartu Kunstikool	Janika Nõmmela
79. Tartu Kunstikool	Kadi Kreis
80. Tartu Kunstikool	Katrin Kisand
81. Tartu Kunstikool	Piret Paluteder
82. Tartu Kunstikool	Roosi Talvik
83. Tartu Ülikool	Katrin Kern
84. Tartu Ülikool	Margit Keller
85. Tartu Ülikool	Ragne Kõuts-Klemm
86. Tartu Ülikool	Reelika Saar
87. Tartu Ülikool	Signe Ivask
88. Tartu Ülikool	Terje Loogus

89. Tartu Ülikool

90. Tolm OÜ

91. Velvet OÜ

92. Velvet OÜ

93. Veoki Pealisehituse OÜ

94. Widescreen OÜ

95. Öökoli OÜ

Triin Vihalemm

Maido Hollo

Mart Lankots

Pärtel Vurma

Peep Nork

Ants-Martin Vahur

Martti Helde

Lisa 4. Alavaldkondlike eksperdikogude liikmed

Tööandjate esindajad:

1. AS Eesti Meedia	Kaspar Kaljas
2. AS Grano Digital	Koit Variksoo
3. AS Äripäev	Toomas Truuverk
4. Eesti Disainerite Liit	Ilona Gurjanova
5. Eesti Disainikeskus	Kaire Rannik
6. Eesti Disainikeskus	Tiia Vihand
7. Eesti Filmi Instituut	Piret Tibbo-Hudgins
8. Eesti Kaasaegse Kunsti Arenduskeskus	Kadi-El Tähiste
9. Eesti Keeletoimetajate Liit	Kadri Rahusaar
10. Eesti Kirjastuste Liit	Kaidi Urmet
11. Eesti Klaasikunstnike Ühendus	Kai Kiudsoo-Värv
12. Eesti Klaasikunstnike Ühendus	Sofi Aršas
13. Eesti Kommunikatsioonijuhtide Liit	Aive Hiiepuu
14. Eesti Kommunikatsioonijuhtide Liit	Annela Laaneots
15. Eesti Kommunikatsioonijuhtide Liit	Margus Mets
16. Eesti Kunstnike Liit	Vano Allsalu
17. Eesti Rahvusringhääling	Marju Himma-Kadakas
18. Eesti Stsenaristide Gild	Leana Jalukse
19. Eesti Trüki- ja Pakenditööstuse Liit	Katre Savi
20. Eesti Turundajate Liit	Joel Volkov
21. Eesti Turundajate Liit	Signe Kõiv
22. Ekspress Meedia AS	Eliis Pärna
23. Ekspress Meedia AS	Tiina Muskat
24. Ekspress Meedia OÜ	Sigrid Kuppenko
25. Folger Art AS	Mait Sõõrde
26. Geenius Meedia OÜ	Marii Karell
27. Interlex OÜ	Mailis Salvat
28. Iseasi OÜ	Martin Pärn
29. Kroonpress AS	Merle Okas
30. KUMU Kunstimuuseum	Anu Allas
31. La Ecwador	Taavi Lehari
32. Luisa Tõlkebüroo	Svea-Elen Peters
33. Meediapartner MTÜ	Toomas Kirss
34. MTÜ BE	Marge Liiske
35. Multiprint AS	Küllil Tammes
36. Orangetime Event OÜ	Jüri Luud
37. Printall AS	Riina Tammela
38. Printall AS	Ülle Verte
39. Sky Media	Jelena Kopõltsova
40. Velvet OÜ	Pärtel Vurma

Õppeasutuste esindajad:

1. Eesti Ettevõtluskõrgkool Mainor
2. Eesti Ettevõtluskõrgkool Mainor
3. Eesti Ettevõtluskõrgkool Mainor
4. Eesti Kunstiakadeemia
5. Eesti Kunstiakadeemia
6. Eesti Kunstiakadeemia
7. Eesti Kunstiakadeemia
8. Kõrgem Kunstikool Pallas
9. Kõrgem Kunstikool Pallas
10. Tallinna Majanduskool
11. Tallinna Polütehnikum
12. Tallinna Polütehnikum
13. Tallinna Ülikool
14. Tallinna Ülikool
15. Tartu Kunstikool
16. Tartu Kunstikool
17. Tartu Ülikool
18. Tartu Ülikool

Aet Kull
Astri Müül
Ranno Päi
Anne Pikkov
Jaana Päeva
Kirke Kangro
Kristjan Mändmaa
Jaanus Eensalu
Kristina Tamm
Riinu Raasuke
Helen Pärk
Marko Levin
Andres Jõesaar
Krista Aren
Janika Nõmmela
Kadi Kreis
Ragne Kõuts-Klemm
Terje Loogus

Avaliku sektori esindajad:

1. Haridus- ja Teadusministeerium
2. Haridus- ja Teadusministeerium
3. Kultuuriministeerium
4. Kultuuriministeerium
5. Kultuuriministeerium
6. Kultuuriministeerium
7. Kultuuriministeerium
8. Kultuuriministeerium
9. SA Kutsekoda

Ivi Lillepuu
Meelis Mereküla
Anu-Maaja Pallok
Asta Trummel
Maria-Kristiina Soomre
Marion Selgall da Silva
Mati Kaalep
Veronika Valk-Siska
Maris Vaht

Lisa 5. Ekspertintervjuu kava

Intervjueeritavad: valdkonna ettevõtteid esindavad eksperdid.

Intervjuu kestus 1,5–2,5 h.

Intervjuu eesmärk:

- kirjeldada alavaldkonna arengutrende;
- kinnitada alavaldkonna põhikutsealade jaotus;
- selgitada välja vajalik haridustase põhikutsealati;
- kirjeldada võimalikud õpiteed;
- selgitada välja tööjõu- ja oskuste vajadus põhikutsealade kaupa.

Avaküsimused (sissejuhatus valdkonda/alavaldkonda, mille teemadel hakkame rääkima)

- Kirjeldage valdkonna lähiaastate arenguid, mis võiksid mõjutada töötajate arvu ja oskuste vajadusi.
- Millised on teie arvates peamised globaaltrendid, mis valdkonna tulevikku mõjutama hakkavad?
- Kui tõenäoliselt peate valdkonna maailmatrendide ilmnemist Eestis? Kas on mõni neist trendidest, mis võiks enim hakata mõjutama valdkonna arengut Eestis? (Millised on kõige mõjukamad suundumused? Millist mõju nad võiksid avaldada ettevõtete igapäevasele tööle (teie ettevõtte näitel))?
- Kui tõenäolineks te neid muutusi peate? Millise ajaperspektiiviga need muutused võiksid ilmned?

Põhiküsimused

Põhikutsealad (ametirühmad)

- Milliseid ametialasid võib teie ettevõtte tegevusalal lugeda n-ö **võtmeametiteks** (kõige olulisemateks ametiteks ettevõtete arengu seisukohalt)? Mille tõttu just need ametid välja tõite? Milliseid **tööülesandeid** inimesed nendel positsioonidel täidavad?
- Millised ametialad on teie hinnangul lähiajal kasvutrendis? Mille tõttu?
- Millised on teie valdkonna n-ö tulevikuametid (olulisuse kasv, võimaldavad suuremat lisandväärtust luua vms)?
- Millised kutsealade järele vajadus väheneb? Mille tõttu?
- Kas kasvavatel kutsealadel on töötajaid piisavalt leida? Kuidas tööjõudu värvatakse?

Oskuste vajadus

- Millised on valdkonna põhikutsealadel edukaks hakkamasaamiseks olulised oskused? Mille tõttu just need välja tõite? Kui võimalik, siis eristada üld- ning erialased oskused. Kust need oskused peaksid tulema – taseme- või täiendõppest?
- Milliste oskuste osas on eeldada muutusi? Milliste järele vajadus kasvab? Milliste järele kahaneb?
- Milliseid oskusi tänastel töötajatel napib (kui on võimalik, siis eristada värsked kooli lõpetajad)? Kus ja kuidas neid oskusi omandada (tasemeõppes/täiendõppes, ettevõttes kohapeal)?

Haridustasemed ja õppekavad

- Põhikutsealade lõikes – millistel õppekavadel ja millistel õppetasetel omandatakse peamised kompetentsid/oskused valdkonna võtmeametitel?
- Milliste koolide/valdkondade erialade (õppekavade) lõpetajaid näete eelistatuna? / Millise haridusliku taustaga tööjõudu värbamisel eelistate? Miks?
- Millise haridusliku ettevalmistusega inimesi teie konkurssidel kandideerib?
- Mis eriala lõpetajad (peale teie esimese eelistuse) veel sobivad siia tööle?
- Millise haridusega inimesi võiks rohkem olla?
- Millised valdkonna õppekavad (koolid) ei taga piisavat ettevalmistust (töötajate arv, oskused)?
- Võimalusel tooge palun välja ebakõlad praeguse ja soovitava olukorra vahel (nt õpetatakse liiga kõrgel või madalal haridustasemel).

Millised on teie viimase aja kogemused värskete koolilõpetajatega? (Millised on ettevõtte ootused tulevasele tööjõule?)

- Millised oskused ja teadmised nendel inimestel olema peaks?
- Millised oskused on teie arvates koolilõpetajatel heal tasemel?
- Millised oskused võiksid olla paremad?
- Kas nad on omandanud haridussüsteemis sellised oskused ja teadmised, nagu teie ettevõttes tarvis on?
- Kas sobiva haridusega inimesi on põhikutsealadele lihtne või raske leida (täpsustada põhikutsealati)?

Täiendus- ja ümberõpe

- Oma töötajate täienduskoolitus – milliseid (täiendus)koolitusi peab ettevõtte oluliseks pakkuda?
- Kas on täiendusõpet (juurde õppimine, värskendatakse oskusi), mida ei pakuta (ei pakuta piisava kvaliteediga), aga võiks Eestis pakkuda?
- Mil määral võiks ümberõpe olla lahenduseks uute vajalike oskustega inimeste värbamisel?
- Millistel kutsealadel on võimalik rakendada ümberõpet (asutusepõhine, Töötukassa poolt pakutavad kursused jne)? Milliste erialade esindajatega on teie ettevõtetel reaalne kogemus? Milliste valdkondade/erialade lõpetajaid eelistaksite ümberõppes?
- Millisena näete soovivat täiendõpet võtmeametitel (millised võimalused on vajalikud)?
- Kas teie ettevõttel on olemas kogemus koostööst koolidega/Töötukassaga, milline on see olnud?
- Kes peaks teie arvates korraldama ümberõppe, kas riik või ettevõtte ise?

Karjääriteed (põhikutsealade kaupa)

- Milline praktiline töökogemus on vajalik selleks, et omandada võtmeametitel edukaks töötamiseks vajalikud kompetentsid (lisaks tasemeõppes omandatud baasharidusele)?
- Millise taustaga inimesed veel sobivad siia tööle? Töökogemus, huvid, eeldused?
 - Millised on karjäärivõimalused põhikutsealadel?
 - Millelt saab sellele töökohale soovi korral liikuda?
 - Millele saab sellelt töökohalt soovi korral edasi liikuda?

- Millised ametid sobivad ümberõppeks (st sektoritevaheline liikumine)?

Koostöö koolidega, töötukassaga (praktikandid vms)?

- Kas teie ettevõttel on olemas kogemus koostööst koolidega/Töötukassaga? Milline on see olnud?

Kutsestandardid/kutsetunnistused/sertifikaadid

- Millised need on ja miks need on vajalikud? Kas ja miks tööandja tähtsustab / millise eelise annab?

Milliseid muudatusi on vaja teha haridussüsteemis, et lõpetajate oskused vastaksid paremini tööandjate vajadustele?

Täiendavad teemad (vajadusel)

Kas soovite mingit teemat veel omalt poolt täiendada (nt mida seni ei ole käsitletud, kuid mis on oluline välja tuua)?

Lisa 6. MKM-i prognoosi metoodika asendusvajaduse kohta

Mario Lambing

Tööturult välja liikuvate inimeste asendusvajaduse hindamise aluseks on rahvaloenduse põhjal leitud hõivatute sooline ja vanuseline struktuur ning ETU andmetele tuginevad elanike majandusliku aktiivsuse näitajad soo, vanuserühma ja ametiala grupi kaupa tegevusalati ning suremuse vanuskordajad soo ja vanuserühma järgi. Mineviku andmetele tuginedes on hinnatud, kui palju suureneb koos vanusega püsivalt tööturult eemal olemise tõenäosus. Selleks vaadatakse, kui suur osa inimesi mingis vanusegrupis konkreetse ametiala grupis mingil tegevusalal soo järgi on hõivest jäädavalt lahkunud (mitteaktiivsetel aluseks viimane töökoht), põhjuseks kas pensionile jäämine, haigus, vigastus või puue, ja kui suur on suremuse tõenäosus vanusegrupiti ja soo järgi ning kuidas muutub tulevikus pensioniiga.

Eeldatud on suremuse jätkuvat langust ning arvestatud on pensioniea tõstmisega. Suremuse languse puhul on üldiselt aluseks võetud kaks korda aeglasem olukorra paranemine kui minevikus, välja arvatud juhtudel, kui Eesti suremuse näitajad on juba lähedal Soome tasemele või seda saavutamas. Sellisel juhul on kasutatud aeglasema muutuse eeldusi. Pensioniea tõstmisel on aluseks võetud praeguseks vastu võetud otsused, mille kohaselt tõuseb vanaduspension iga järk-järgult aastaks 2026 65. eluaastani.

Tööturule sisenevate noorte arvu hinnangu aluseks on Statistikaameti viimane rahvastikuprognoos (26.02.2014, variant 1). Rahvaloenduse põhjal on hinnatud noorte haridusteed haridustasemete kaupa. Noorte hõive ja tööjõus osalemise määrad vanusegrupiti ja sooti pärinevad ETU-st ja teiste riikide vastavatest uuringutest.