



REGIONAALMINISTRI  
VALITSEMISALA

# Organiseeritud vabatahtliku tegevuse kommunikatsioonistrateegia

2012 – 2014

### **Autorid:**

**Hille Hinsberg** on Poliitikauuringute Keskuse Praxis valitsemise ja kodanikuühiskonna ekspert. Eelnevalt avalikus sektoris (Riigikantseleis) töötades korraldas ta riigi ja kodanikuühenduste vahelisi suhteid ja tegeles kaasamise edendamisega. Hille praegune töö on suunatud avatud ja läbipaistva valitsemise ja võimeka kodanikuühiskonna arendamisele. Roll strateegia koostamisel: kodanikuühiskonna- ja kommunikatsiooniekspert.

**Kerstin Mahlapuu** on Šotimaal asuva Glasgow Ülikooli Kesk- ja Ida-Euroopa Öpingute doktorant. Tema uurimishuvid alla kuuluvad Eesti välis- ja julgeolekupoliitika, rahvuslik identiteet ja uurimismeetodid sotsiaalteadustes. Roll strateegia koostamisel: analüütik.

**Eneli Mikko** on omandanud kommunikatsioonialase kõrghariduse Tartu Ülikoolis. Ta on pikaajaliselt tegelnud nii era- kui mittetulundussektoris kommunikatsioonikorraldusega. On olnud kaastegev mitmes rahvusvahelises projektis ja töötab praegu Poliitikauuringute Keskuse Praxis kommunikatsioonijuhina. Roll strateegia koostamisel: kommunikatsiooniekspert ja projektijuht.

**Anneli Ohvril** on tegev Teeme ära ja Maailmakoristus 2012 globaalse turunduse koordineerimisega. Ta on olnud turundus- ja reklaamivaldkonnas tegev 15 aastat, mille vältel on tema peamine kirg olnud sotsiaalkampaaniad. Anneli on olnud Ettevõtlike Noorte Koja JCI aktiivne liige ja president ning asutanud JCI GO Koja, mille liikmed tegelevad vabatahtlikus korras keskkonnateadliku tegevuse propageerimisega. Roll strateegia koostamisel: kommunikatsiooniekspert.

**Tiina Urm** on kommunikatsioonijuhina kaasa aidanud mitmete laialdaselt vabatahtlikke kaasavate ning suure kõlapinnaga kodanikualgatuste sünnile ja kasvamisele – Teeme Ära 2008, Teeme Ära Talgupäev, Toidupank, Loov Eesti, Help.ee ja Teeme Ära Maailmakoristus. Roll strateegia koostamisel: kommunikatsiooniekspert.

**Poliitikauuringute Keskus Praxis** on Eesti esimene sõltumatu, mittetulunduslik mõttekeskus, mille eesmärk on toetada analüüsile, uuringutele ja osalusdemokraatia põhimõtetele rajatud poliitika kujundamise protsessi.



### **Poliitikauuringute Keskus Praxis**

Tornimäe 5, III korrus  
10145 Tallinn  
tel 640 8000  
[www.praxis.ee](http://www.praxis.ee)  
[praxis@praxis.ee](mailto:praxis@praxis.ee)

Väljaande autoriõigus kuulub Poliitikauuringute Keskusele Praxis. Väljaandes sisalduva teabe kasutamisel palume viidata allikale: Praxis (2012). Organiseeritud vabatahtliku tegevuse kommunikatsioonistrateegia. Tallinn: Poliitikauuringute Keskus Praxis.

# Sisukord

<b>Töös kasutatud lühendid .....</b>	<b>5</b>
<b>Sissejuhatus .....</b>	<b>6</b>
<b>1. Hetkeolukorra analüüs.....</b>	<b>7</b>
1.1. Vabatahtliku tegevuse arengu riiklik suunamine.....	7
1.2. Vabatahtlike ja vabatahtliku tegevuse iseloomustus .....	8
1.2.1. Vabatahtliku sotsiaaldemograafiline taust .....	9
1.2.2. Mitteosalemise põhjused .....	9
1.2.3. Vabatahtlike tüübid .....	10
1.2.4. Mittevabatahtlikud .....	11
1.2.5. Potentsiaalsed vabatahtlikud .....	12
1.2.6. Vabatahtlikud Eesti kodanikuühendustes .....	13
1.2.7. Vabatahtlike kaasamine organisatsiooni tegevusse .....	13
1.2.8. Ühenduste võimekus .....	15
1.3. Olemasolevad kommunikatsioonipraktikad .....	15
1.3.1. Ülevaade tugistruktuuridest ja senistest praktikatest .....	16
1.4. Meediakajastused vabatahtlikust tegevusest.....	25
1.5. Hetkeolukorra analüüsi kokkuvõte .....	28
<b>2. Vabatahtlikele suunatud kommunikatsioonipraktikate analüüs .....</b>	<b>29</b>
2.1. Tagasiside senistele vabatahtliku tegevuse arendamise tegevustele .....	29
2.2. Kommunikatsioonitegevused ja-kanalid.....	30
2.3. Vabatahtlike värbamise, kaasamise ja juhtimise kvaliteet organisatsioonis .....	30
2.4. Arenguvajadused, tulevik, soovitusel .....	32
2.5. Vabatahtlikele suunatud kommunikatsioonipraktikate analüüsi kokkuvõte .....	33
<b>3. Hinnang senisele kommunikatsioonile.....</b>	<b>35</b>
<b>4. Vabatahtliku tegevuse kommunikatsioon.....</b>	<b>37</b>
4.1. Alus ja põhimõtted.....	37
4.2. Eesmärgid .....	40
4.3. Põhisõnumid .....	41
4.4. Kommunikatsioonitegevused .....	43
4.4.1. Kommunikatsioon aktiivsetele vabatahtlikele.....	43
4.4.2. Kommunikatsioon passiivsetele vabatahtlikele.....	45
4.4.3. Kommunikatsioon potentsiaalsetele vabatahtlikele .....	46
4.4.4. Kommunikatsioon tugistruktuuridele.....	49
4.4.5. Kommunikatsioon meediale .....	52
4.4.6. Kommunikatsioon vabaühendustele .....	54
4.4.7. Kommunikatsioon ettevõtetele.....	56
4.4.8. Kommunikatsioon avalikule sektorile.....	60
<b>5. Kommunikatsioonistrateegia elluviimine.....</b>	<b>61</b>
5.1. Strateegia uuendamine.....	62
5.2. Teavitustegevuse hindamise põhimõtted ja indikaatorid .....	63
5.3. Kommunikatsiooniplaan 2012-2014.....	63
<b>Kasutatud kirjandus.....</b>	<b>65</b>

LISA 1. Vabatahtlikus tegevuses osalenud vastajate sotsiaaldemograafiline profiil.....	66
LISA 2. Mittetulundusühingute tüübid .....	67
LISA 3. Kommunikatsiooni praktikate analüüs .....	69
LISA 4. Infokanalid .....	78
LISA 5. Kommunikatsioonikanalid vabatahtlike leidmiseks.....	79
LISA 6. Suhtluskanalid vabatahtlikega .....	80
LISA 7. Vabatahtlike leidmine ja värbamine .....	81
LISA 8. Vabatahtliku tegevuse korraldus.....	82
LISA 9. Lisainformatsiooni vajadus .....	83
Lisa 10. Soovitused vabaühendustele kommunikatsiooni ja kaasamise parendamiseks .....	84

## Töös kasutatud lühendid

EAS	Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus
EKAK	Eesti kodanikuühiskonna arengukontseptsioon
EMSL	Eesti Mittetulundusühingute ja Sihtasutuste Liit
EVTA	Euroopa vabatahtliku tegevuse aasta 2011
KATA	Kodanikualgatuse toetamise arengukava 2007–2010
KODAR	Kodanikuühiskonna arengukava 2011–2014
KÜSK	Kodanikuühiskonna Sihtkapital
MTÜ	Mittetulundusühing
SA	Sihtasutus
VTA	Vabatahtliku Tegevuse Arenduskeskus

## Sissejuhatus

Käesolev kommunikatsioonistrateegia on suunatud Siseministeeriumile, Eesti kodanikuühiskonna tugistruktuurile, ettevõtetele, avalikkusele ja vabauhendustele, eesmärgiga suurendada kõigi **osapoolte vahelist koostööd ja võimekust vabatahtlike senisest edukamaks kaasamiseks**.

Vabatahtliku tegevusena käsitletakse oma aja, energia või oskuste pakkumist **vabast tahtest ja tasu saamata**. Vabatahtlikud tegutsevad avalikes huvides ja ühiskonna heaks. Oma pereliikmete abistamist ja rahalisi ja esemelisi annetusi ei loeta vabatahtlikuks tegevuseks.

**Organiseeritud vabatahtliku** tegevuse all mõistetakse vabatahtlikku tegevust, mis toimub organisatsioonide kaudu või nende vahendusel. Organisatsioonideks, kes vabatahtlikku tegevust algatavad, ellu viivad või vahendavad on peamiselt vabauhendused. Viimase viie aasta jooksul on vabatahtlike kaasamine märkimisväärselt kasvanud. Vabatahtlike kaasamisega ei tegele 27% vabauhendustest (KUAK 2010).

Kui vabatahtlikele peaks palka maksuma, siis kuluks avalikul ja kolmandal sektoril eelarvelisi vahendeid samade ülesannete täitmiseks **80 miljonit eurot aastas**. See on hinnanguliselt umbes **0,5% Eesti sisemajanduse koguproduktist**. Majanduslikule kasule lisanduvad raskemini mõõdetavad väärtused, nagu vabatahtliku täiendav konkurentsivõime tööturul, samuti ühiskonna sotsiaalne kaasatus ja koostöösuhed (Praxis 2011b).

Kommunikatsioonistrateegiaga soovitakse suurendada elanikkonna **teadlikkust vabatahtlikuna osalemise võimalustest ja kasudest** (nii vabatahtlikule, vabauhendusele kui ka ühiskonnale) ja valmisolekut kaasa lüüa vabatahtlikus töös. Lisaks aitavad strateegia tegevused kaasa kodanikuühenduste **tegevusvõimekuse ja vabatahtlike kaasamisvõimekuse** tõusule.

Käesoleva strateegia alused ja eesmärgid tulenevad sätestatud põhimõtetest ja eesmärkidest, mis on seatud kodanikuühiskonna arengut suunavates raamdokumentides: eelkõige „Kodanikuühiskonna arengukavas 2011–2014“ ja „Eesti kodanikuühiskonna arengukontseptsioonis“.

### Strateegia ülesehitus

Strateegia esimeses osas antakse ülevaade hetkeolukorrast vabatahtliku tegevuse valdkonnas. Olukorra hindamiseks on kasutatud **eelnevaid vabatahtliku tegevuse analüüse ja raamdokumente**. Samuti sisaldab analüüs viimase aja meediakajastuste ülevaadet. Kaardistatud on peamised vabatahtliku valdkonna arendamisel tegevad osapooled, tugistruktuurid ja seni toimunud kommunikatsioonitegevused.

Strateegia koostamiseks oli vajalik läbi viia ka **originaaluuring**, kuna seni ei olnud uuritud vabauhenduste ja erinevate osapoolte kommunikatsioonipraktikaid. Seega korraldati küsitlus vabatahtlike kaasavate ühenduse seas ning viidi läbi kolm fookusrühma. Teises peatükis **analüüsitakse uuringute tulemusi** ja seejärel tuuakse kolmandas peatükis välja praeguse vabatahtliku tegevuse kommunikatsiooni nõrkused ja tugevused.

Peatükk 4 toob välja strateegia eesmärgid, peamised siht- ja sidusrühmad ning neile suunatud **kommunikatsioonitegevused**. Kuna kommunikatsioonistrateegia elluviimine peab toimuma koostöös vabauhenduste, ärisectori, avaliku sektori ja kodanikualgatuse tugistruktuuridega, antakse viiendas peatükis soovitusi kommunikatsioonitegevuste rakendajatele.

# 1. Hetkeolukorra analüüs

## 1.1. Vabatahtliku tegevuse arengu riiklik suunamine

Vabatahtlik tegevus on kodanikuühiskonna alustala ja küpse demokraatia tunnus. Vabatahtlik tegevus suurendab inimestevahelist usaldust, aitab kujundada ühiseid norme ja luua sotsiaalseid võrgustikke, mis omakorda soodustab koostööd ühiste eesmärkide nimel. Seega on vabatahtlik töö väga tähtis aktiivsete ja hoolivate kodanike kujundamisel, sidusa ja stabiilse ühiskonna arenemisel ja reaalse sotsiaalmajandusliku väärtuse tootmisel (Gramberg & Vutt, 2005).

Vabatahtliku tegevuse korraldamine eeldab sellegipoolest vahendeid, poliitikat ja strateegiaid, kus üksteist täiendavad rollid ja võimalused on nii avalikul, mittetulunduslikul kui ka ärisektoril. Seepärast toimub vabatahtliku tegevuse toetamine ja arendamine koostöös paljude inimeste, organisatsioonide ja rahastajatega.

2002. aastal võttis Riigikogu vastu „Eesti kodanikuühiskonna arengukontseptsiooni“ (EKAK), mis sõnastab kodanikuühenduste ja avaliku võimu partnerluse alused ning raamistiku kodanikuaktiivsuse elavdamiseks ja demokraatia tugevdamiseks Eestis. EKAK on strateegiline dokument, mis võtab kokku avaliku võimu ja kodanikualgatuse koostoimimise põhimõtted:

*Kodanikuaktiivsus kui inimeste omaalgatuslik ja vabatahtlik osalemine ühiskonnaelus ning oma paikkonna elu küsimuste lahendamises on demokraatliku ühiskonna korralduse oluline koostisosa. Avalik võim toetab seda soodsa õigusliku keskkonna loomisega, elanikkonna teavitamisega oma tegevusest ning kodanike ja nende ühenduste kaasamisega otsuste kavandamisse ja teostamisse. (EKAK, 2002)*

Lisaks EKAKile on üheks peamiseks riigi tasandil vabatahtliku tegevuse arengut toetavaks strateegiliseks dokumendiks Siseministeeriumi koordineeritav „Kodanikuühiskonna arengukava 2011–2014“ (KODAR). KODARa rakendamise taotletakse kodanike ühiskondlikus elus osalemise aktiivsuse kasvu, kodanikuühenduste tegevusvõimekuse kasvu ning kolmanda sektori ja avaliku sektori vahelise koostöö tihenemist.

Arengukava eesmärkide hulgas on tõsta **vabatahtlikku tööd** teinud inimeste osakaalu ja püsivabatahtlike kaasamise kogemusega kodanikuühenduste osakaalu. KODAR näeb ette, et info kodanikuühendustes vabatahtlikuna tegutsemise võimaluste kohta on kättesaadav ja et vabatahtlikke tunnustatakse ning motiveeritakse. Teabe levitamisel rõhutatakse vabatahtliku tegevuse väärtust ja innustatakse inimesi vabatahtlikuna tegutsema. Inimesed teavad, miks nad vabatahtlikuna tegutsevad ning kus ja kuidas nad seda teha saavad. Vabatahtlikuna tegutseda soovivate inimeste tõhusaks rakendamiseks on esmatähtis pakkuda neile reaalseid võimalusi. See tähendab, et üldinfo kõrval on oluline pakkuda teavet pidevalt vabatahtlikke kaasavate kodanikuühenduste kohta, samuti aga vahendada kodanikuühenduste konkreetseid vabatahtliku tegevuse kuulutusi (KODAR, 2011). Teavitustegevuse mõõtmiseks pakutakse KODARas välja näiteks ülevaadete koostamist info hulga, mitmekesisuse ja kättesaadavuse kohta, mis puudutab mittetulundusühingutes vabatahtlikuna tegutsemise võimalusi. Lisaks on oluline mõõta ka vabatahtliku tegevuse ühiskondliku väärtuse ja rolli kohta käiva info selgust ning kättesaadavust kodanikuühendustele, vabatahtlikele ja vabatahtliku tegevuse toetajatele (KODAR, 2011).

Eraldi on esile toodud ka vabatahtlike tunnustamine, mis innustab ja motiveerib inimesi vabatahtlikku tegevust alustama või jätkama ning annab vabatahtlikele ja neid kaasavatele kodanikuühendustele tagasisidet tegevuse olulisusest ühiskonnas (KODAR, 2011).

## 1.2. Vabatahtlike ja vabatahtliku tegevuse iseloomustus

Vabatahtliku tegevuse määratlemine on keeruline, kuna vabatahtlik töö võib hõlmata erinevaid valdkondi, erinevaid tegevusi ja võib toimuda väga erinevates olukordades. Käesolev uuring võtab aluseks KODARas välja toodud definitsiooni vabatahtliku tegevuse määratlemiseks:

*Vabatahtlik tegevus on oma aja, energia või oskuste pakkumine vabast tahtest ja rahalist tasu saamata. Vabatahtlikud aitavad teisi või tegutsevad peamiselt avalikes huvides ja ühiskonna heaks. Oma pereliikmete abistamist ning rahalisi või esemelisi annetusi ei loeta vabatahtlikuks tegevuseks. Vabatahtlik tegevus võib olla omal algatusel ehk iseseisev või osalemine mõne organisatsiooni algatatud ja ellu viidud tegevustes. (KODAR, 2011)*

Vabatahtliku tegevuse varieeruv käsitlus mõjutab ka erinevates uuringutes toodud andmete võrdlemist. Viimane mahukam ja täpsem uuring antud valdkonna kohta on 2009. aastal Praxise poolt läbiviidud "Vabatahtlikus tegevuses osalemine Eestis", mille aruanne ja andmestik on võetud ka käesoleva kaardistuse aluseks. Arvestades, et uuemad uuringud, mis tegelevad vabatahtlikus töös osalemisega Eestis, on teoreetiliselt ja metodoloogiliselt teistsuguse lähenemisega ning ei kaasa inimeste arusaama vabatahtliku töö tegemisest, siis pakub 2009. aasta Praxise uuring parima aluse Eesti vabatahtlike kaardistamiseks. Antud uuringu eelis seisneb selles, et vabatahtlike hulka on kaasatud ka nn **mitteteadlikud** vabatahtlikud ehk siis inimesed, kes eeltoodud definitsiooni alusel end ise vabatahtlikeks ei määratle, kuid on ometi osalenud vabatahtlikes tegevustes.

Leidub ka uuemaid andmeid, mida on otstarbekas kasutada vabatahtlike üldhulga muutumise kirjeldamiseks Eestis. Selleks kasutati 2011. aasta oktoobris Praxise poolt läbi viidud integratsiooni monitooringu raames koostatud andmestikku. Mõlema uuringu ankeedis sisalduv küsimus vabatahtliku töö kohta oli järgnev: "Mõeldes viimasele aastale, siis kas Te olete teinud vabatahtlikku tööd? See tähendab pakkunud oma aega, energiat või oskusi vabast tahtest ja rahalist kasu saamata peamiselt avalikes huvides ja ühiskonna heaks, kusjuures oma pereliikmete abistamist ei loeta vabatahtlikuks tegevuseks". Andmete analüüsil selgus, et 2011. aastal määratles end küsimuses toodud definitsiooni kohaselt vabatahtlikuna 29,9% kogu elanikkonnast (n=1409). Kuna 2009. aasta uuringu järgi määratleb end ise vabatahtlikeks 30% elanikkonnast (n=500), siis võib eeldada, et **vabatahtlike osakaal Eestis pole viimase paari aasta jooksul muutunud.**

Lisaks viidi telefoniintervjuu meetodil (CAT1) läbi ka kaks elanikkonna küsitlust vabatahtlikus tegevuses osalemise uuringu (2009) raames. Esimene küsitlus selgitas välja vabatahtlikus tegevuses osalemise määra ja kirjeldas vabatahtlikus tegevuses osalenute sotsiaaldemograafilist tausta ning selle valimisse kuulus 500 inimest. Teise küsitluse eesmärgiks oli uurida täpsemalt vabatahtlikke motiveerivad ja demotiveerivad tegureid, samuti analüüsida mittevabatahtlikke ning vabatahtlikuna tegutsemise potentsiaali Eestis. Siinpuhul oli valimiks 401 vabatahtliku tööga tegelenud inimest ja 200 mittevabatahtlikku. Antud ülevaade võimaldab esile tuua, milliste rühmade hulgas on vabatahtliku töö tegijaid rohkem ja mis põhjustel see nii võib olla. Selle alusel saame koostada vajalikud kommunikatsioonistrateegiaid ning sõnumid vabatahtliku töös osalemise üldise määra tõstmiseks.

Lisaks definitsiooni sisaldanud küsimusele, küsiti 2009. aasta uuringus kõikidelt vastajatelt, kuivõrd nad on viimase 12 kuu jooksul tasu saamata osalenud erinevates tegevustes (vt joonis 1), arvestamata

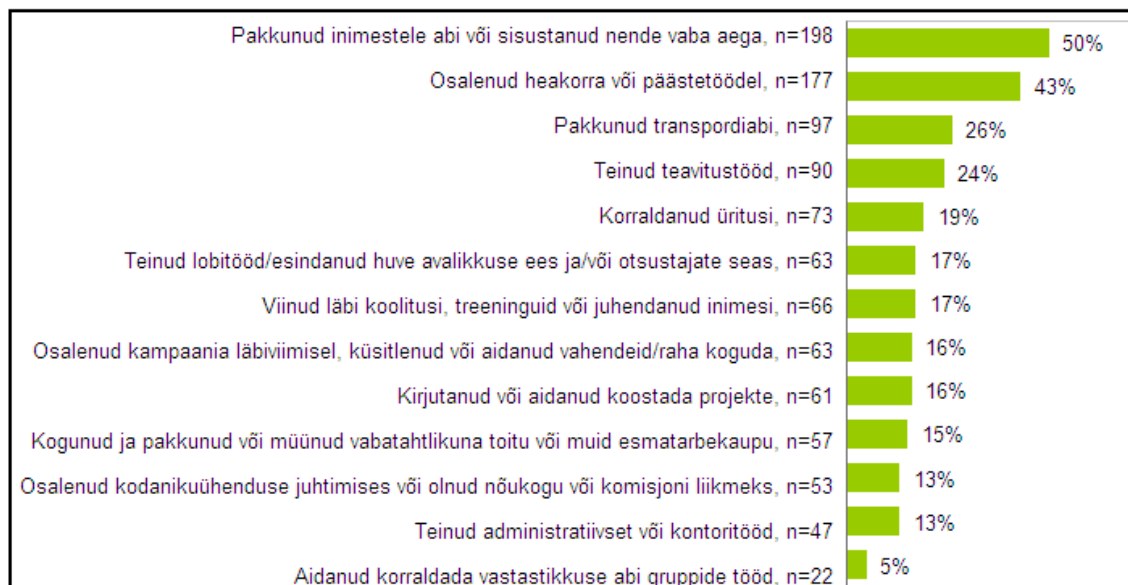
---

<sup>1</sup> Computer Administrated Telephone Interview. CATI-intervjuu puhul on ankeedi küsimused arvutiekraanil ja küsitleja sisestab vastused kohe arvutisse.



oma pereliikmete ja lähisugulaste heaks tehtud tegevusi ning rahalisi või esemelisi annetusi (nn mitteteadlikud vabatahtlikud). Kuna eelnev uuring oli näidanud, **et organiseeritud ja omaalgatuslike vabatahtlike (arvestades ka mitteteadlike vabatahtlike arvu) osakaal on Eestis 47%**, seega 17% võrra enam kui neid, kes definitsiooni kohaselt vabatahtlikeks liigitati. Vastajaid, kes ei tegelenud ühegi vabatahtliku tegevustega viimase 12 kuu jooksul, nimetatakse 2009. aasta uuringus **mitte-vabatahtlikeks**.

**JOONIS 1. VABATAHTLIKES TEGEVUSTES OSALENUTE OSAKAAL (%) JA VASTAJATE ARV (N)**



Allikas: 2009. aasta Praxis uuringu "Vabatahtlikus tegevuses osalemine Eestis" aruanne II osa

Küsitlusest (Praxis 2009) selgus, et **üle poole** (57%) eestimaalastest ei osanud vastata küsimusele, mis neile vabatahtliku tegevusega seoses meenub. Peamiselt seostub vabatahtlik tegevus heategevuse ja annetamisega (15%) ja ühiste koristusaktioonidega (12%). See näitab, et inimestel **puudub ühene arusaam vabatahtlikust tegevusest** ja toob esile vajaduse viia läbi kvalitatiivseid uuringuid antud valdkonnas.

### 1.2.1. Vabatahtliku sotsiaaldemograafiline taust

**Statistilised arvutused näitavad, et vabatahtlikus tegevuses on** oluliselt enam osalenud inimesi, kes on **kõrgharidusega** (31%), **Eesti rahvusest** (81%) ning **Eesti Vabariigi kodanikud** (91%) (vt Lisa 1). Tegevusala alusel eristuvad **ettevõtjad** (15%) ja **õpilased/üliõpilased** (15%) kõikidest vastajatest. Ametikoha järgi on vabatahtlikuna enim tegutsenud **tippspetsialistid** (14%) ja veidi enam ka **keskastme juhid** (4%). Piirkondlikust aspektist lähtuvalt on vabatahtlikuna enim tegutsenud **maas asulas elavad inimesed** (38%). Vabatahtlikuna tegutsemise kogemusega inimesi on vähem keskmise sissetulekuga (3500–5000 kr kuus) ja **rohkem suurema sissetulekuga** (8000–10 000 kr kuus) inimeste seas. (PRAXIS, 2009)

### 1.2.2. Mitteosalemise põhjused

Kui võrrelda vabatahtlikke mittevabatahtlikega, siis on **vabatahtlikusse tegevusesse enam kaasatud nooremaealine (15–24 a)** ja vähem vanemaeline (65 a ja enam) elanikkond. Hariduse poolest

eristuvad alg- ja põhiharidusega inimesed, kes on vabatahtlikus tegevuses osalenud võrreldes kõrgharidusega inimestest veidi vähem. Samuti on vabatahtliku tegevusega oluliselt vähem seotud lapsehoolduspuhkusel olevad inimesed ja pensionärid, rohkem õpilased/üliõpilased. Palgatöötajatest tegutsevad vabatahtlikuna veidi rohkem asutuse/ettevõtte juhid ja keskastmejuhid ning seetõttu ka kõrgema sissetulekuga inimesed. Vabatahtlikus tegevuses mitteosalemise põhjustena mainiti kõige enam **ajapuudust** (33%) ja pea sama suur hulk inimesi **pole selle peale mõelnud** (29%). Kolmas suurem põhjus oli **sobiva võimaluse puudumine**. Ajapuudust nimetas peamise põhjusena oluliselt enam palgatöötaja (55%) ja vähesel määral ka ettevõtjad või lapsehoolduspuhkusel olevad inimesed. Vabatahtlikus tegevuses osalemise peale ei ole mõelnud tallinlased (38%), muust rahvusest (47%) ja Venemaa Föderatsiooni kodanikud (12%). Sobiva võimaluse puudumist toob kõige rohkem põhjuseks 25–34 aastane (35%), kõrgema sissetulekuga (üle 10 000 kr kuus ühe pereliikme kohta), Lõuna-Eestis elav (22%) Eesti Vabariigi kodanik (93%). Muu põhjusena mainiti tervislikke põhjusi, vanust, rahapuudust ja sobiva seltskonna puudumist.

### 1.2.3. Vabatahtlike tüübid

Järgnev ülevaade lähtub Praxise “Vabatahtlikus tegevuses osalemine Eestis” (2009) uuringu põhjal loodud vabatahtlike tüpoloogias, kus vabatahtlikud on täpsema analüüsi eesmärgil jaotatud kahte suuremasse kategooriasse:

#### I tüüp – väheaktiivne vabatahtlik

Esimene tüüp moodustab 78% kõikidest vabatahtlikest. Tegemist on suhteliselt väheaktiivse vabatahtlikuga, kes on peamiselt osalenud **heakorra- või päästetöödel** või on **pakkunud inimestele abi**. Antud tüüp osaleb vabatahtlikus tegevuses siis, kui tegemist on **konkreetse etteantud eesmärgi ja ülesandega**. Taoline vabatahtlik on peamiselt tegutsenud kolmes valdkonnas: külaliikumine/kohaliku elu edendamine, keskkonnakaitse ja loodushoid või sotsiaaltöö. Sotsiaaldemograafilise tausta osas tulevad esile **kesk- või kutseharidusega keskastme spetsialistid** või **kontoritöötajad** ja **keskmise sissetulekuga inimesed**. Võrreldes teise rühmaga on selle rühma vabatahtlike jaoks olulisemad **soov tunda ennast vajalikuna** ja **soov veeta oma aega kasulikult**. Esimese tüüpi vabatahtlikud **suhtuvad vabatahtlikku tegevusse üldiselt soovivalt** ja ka kokkupuude vabatahtlike koondavate organisatsioonidega on üldjoontes olnud positiivne. Kõige vähem usutakse vabatahtlike kaasavate organisatsioonide majanduslikku elujõulisusse ja vähem on ka neid, kes leiavad, et uute vabatahtlike leidmisega tegeletakse aktiivselt. Kriitiline ollakse riigi suhtes, kellelt oodatakse senisest selgemat valdkonna reguleeritust seadusandlusega ning vabatahtliku tegevuse üldist väärtustamist. Peaaegu kõik sellesse tüüpi kuuluvad vabatahtlikud on valmis ka edaspidi vabatahtlikuna tegutsema, kuid sellega tegeletakse siis, kui sobiv võimalus või tegevus n-ö ette antakse. Infoallikate osas on väheaktiivse tüüpi vabatahtlik kuulnud vabatahtlikust tegevusest **massimeedia** kaudu, eelkõige televisioonist ja ajalehtedest/ajakirjadest (vt joonis 2).

#### II tüüp – aktiivne vabatahtlik

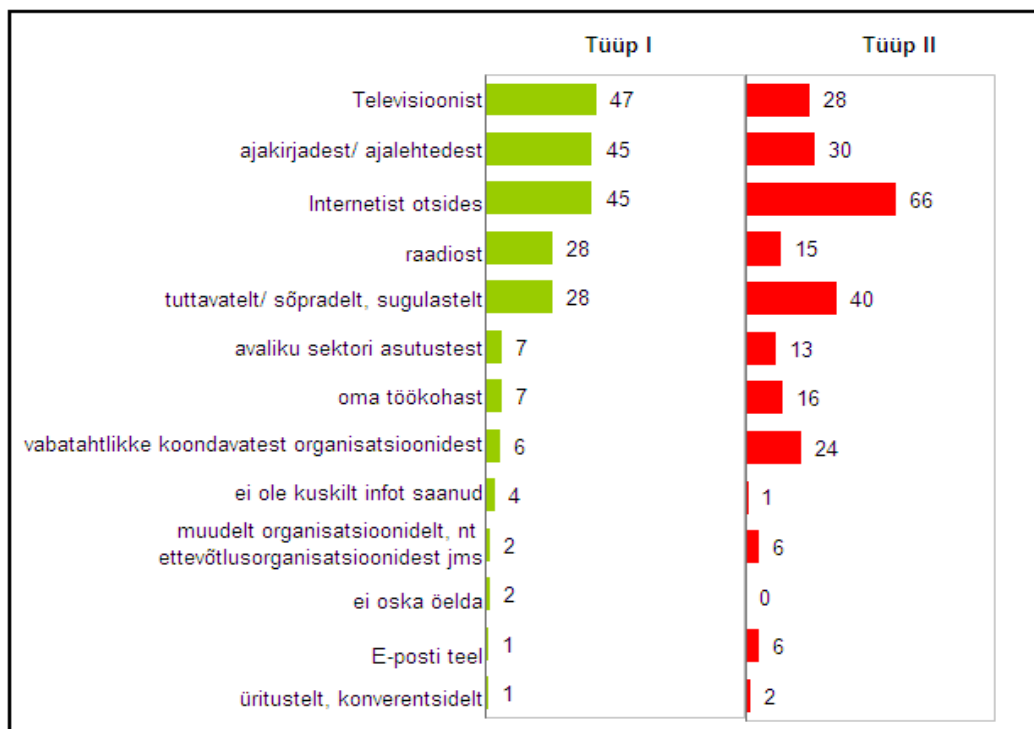
Teise rühma moodustavad aktiivsed, erinevates ettevõtmistes ja projektides kaasa löövad vabatahtlikud, keda on **17% kõikidest vabatahtlikest**. Peamiseks tegevusteks on selle tüüpi puhul **teavitustöö tegemine, projektide koostamine/kirjutamine** ja **inimestele abi pakkumine**. Võrreldes esimese tüübiga tegelevad selle rühma vabatahtlikud aga oluliselt enam **pikaajaliste tegevustega** (nt kodanikuühenduste juhtimises osalemine, ürituste, koolituste korraldamine jms). Külaliikumine, haridus ja teadus ning ka sotsiaaltöö on peamised selle rühma tegutsemise valdkonnad. Ka kunsti ja kultuuri ning keskkonnakaitsega (s.h loodushoid) tegeletakse aktiivselt, muude tegevustega veidi vähem.

Võrreldes esimese vabatahtliku tüübiga, on teises rühmas enam **naisi, kõrgharidusega inimesi, eestlasi ning oluliselt enam noori** (15–24 a, aga ka kuni 34 a) ning seetõttu ka **õpilase/üliõpilase staatuses** olevaid inimesi. Seda tüüpi vabatahtlik töötab rohkem avalikus sektoris ning nende **sissetulek pereliikme kohta on keskmisest kõrgem**. Selle tüüpi vabatahtlikule on esimesega võrreldes olulisemad enesearendamise ja karjääriga seotud motivaatorid: nt **vajadus saada juurde teadmisi/kogemusi või areneda, parandada oma võimalusi teha meelepärast tööd ning vajadus panna ennast proovile mõnes uues valdkonnas**.

Nende **hoiakud** vabatahtlikke koondavate organisatsioonide suhtes ja vabatahtliku tegevuste kohta üldisemalt **sarnanevad esimese tüübi hoiakutele**, kuid erinevalt esimesestest on teises tüübis suurem nende osakaal, kelle arvates arvestatakse organisatsioonides vabatahtlike individuaalsete vajaduste ja võimalustega. Võrreldes esimese rühmaga on nad **vähem kriitilised riigi tegevuse** suhtes. Vabatahtlikuks olemine on selle tüübi puhul teadlik ja kõrgelt motiveeritud tegevus.

Palju kriitilisemad on teise rühma vabatahtlikud teavitustegevuste osas. Nende hulgas on **oluliselt vähem on neid, kelle arvates kajastavad organisatsioonid oma tegemisi avalikkusele piisavalt**. Teise tüübi puhul on olulisimaks kanaliks, mille kaudu saadakse infot vabatahtliku tegevuse kohta **internet**, kust on informatsiooni ise otsitud. Olulisuselt teisel kohal on infoallikana **tuttavad/sõbrad/sugulased**.

JOONIS 2. OLULISEMAD INFOKANALID, KUS VABATAHTLIKU TEGEVUSE KOHTA SAADAKSE



Allikas: 2009. aasta Praxise uuringu "Vabatahtlikus tegevuses osalemine Eestis" aruanne I

#### 1.2.4. Mittevabatahtlikud

Enamik mittevabatahtlikke pole vabatahtlikus tegevuses osalemiseks **seni aega leidnud, pole selle peale mõelnud, ei tea, kus saab vabatahtlikuna tegutseda või pole leidnud tegutsemiseks huvipakkuvaid võimalusi**. Siiski on mittevabatahtlikel üldiselt **valmisolek** vabatahtlikus tegevuses osaleda. Valmisolekut on enim üles näidanud keskealised (35–49 a). Huvipakkuvad valdkonnad on keskkonnakaitse ja loodushoid, aga ka sotsiaaltöö, laste huvide kaitse. Lisaks neile nimetati veel

konkreetsed tegevusi, nt tegevusi looduses või inimeste aitamine. Mittevabatahtlike hulgas on rohkem vanemaealisi (65 a ja vanemad), alg- ja põhiharidusega inimesi, samuti lapsehoolduspuhkusel olevaid noori.

Mittevabatahtlikud **ei näe üldiselt vabatahtlikus tegevuses kasu või lisaväärtust**. Samuti ilmnes, et mittevabatahtlikele on olulisemad individualistlikumad vajadused. Näiteks kui paljudele mittevabatahtlikele on oluline parandada oma võimalusi teha meelepärast tööd, siis oluliselt vähemal määral usutakse, et vabatahtlik tegevus pakub neile selleks võimalust. Väga oluline on mittevabatahtlike puhul ka tööga seotud **tunnustuse ja rahulolu** saavutamine. Pooled mittevabatahtlikest tunnistasid, et nende jaoks on väga oluline vajadus saada oma tegemistest rahulolu ja õnne, kuid vähemal määral usutakse, et vabatahtlik tegevus seda vajadust rahuldab. Mittevabatahtlike hoiak vabatahtliku tegevuse suhtes üldiselt ja vabatahtlike koondavate organisatsioonide suhtes on veidi negatiivsem kui vabatahtlike hoiak, mis võib tuleneda nii teadmatusest, vähesest kokkupuutest valdkonnaga kui ka eelarvamustest. Kõige tõrjuvamad on vabatahtliku tegevuse suhtes mitte-eestlased.

**Üldiselt tuleks tõsta mittevabatahtlike teadlikkust erinevatest võimalustest arendada vabatahtlikuna oma oskusi erinevates valdkondades, suurendada enda konkurentsivõimelisust tööturul, ühendada pereelu ja ühiskonna jaoks panustamist või veeta kasulikult aega koos sõpradega.** (PRAXIS, 2009)

### 1.2.5. Potentsiaalsed vabatahtlikud

Potentsiaalse vabatahtliku all on mõeldud kõiki, kes ei tegele vabatahtliku tegevusega või tegelevad sellega harva. Praxise 2009. aasta uuringus koostati potentsiaalsete vabatahtlike grupeeringud ja võimalikud kommunikatiivsed lähenemised neile. Lisaks üldisele kommunikatiivsele lähenemisele, pakuti välja, et tuleks rohkem tähelepanu pöörata juba **aktiivsetele vabatahtlikele**, vabatahtlikus tegevuses vähe osalevale **venekeelse elanikkonnale** ja ka vaba ajaressursiga **vanemaealistele inimestele**.

**Üldine kogu eestikeelsele elanikkonnale, sh mittevabatahtlikele** suunatud kommunikatsioon peaks tutvustama vabatahtliku tegevuse põhimõtteid, kohti ja võimalusi, pakkuma konkreetseid piiritletud tegevusi ning seeläbi värbama vabatahtlikke. Nagu eelnevalt mittevabatahtlike tutvustavas osas märgitud, siis mittevabatahtlikel on üldiselt olemas valmisolek vabatahtlikus tegevuses osalemiseks. Üheks oluliseks eesmärgiks on vabatahtliku tegevuse kaudu loodud väärtuste teadvustamine ja vabatahtlikkuse tunnustamine. Vabatahtlike kaasamiseks tuleb tõsta mittevabatahtlike teadlikkust erinevatest võimalustest arendada läbi vabatahtliku tegevuse oma oskusi erinevates valdkondades. Eestikeelsele elanikkonnale on peamisteks infoallikateks vabatahtliku tegevusega tutvumisel **massiteabekanalid** (televisioon ja raadio).

**Aktiivsetel vabatahtlikel (II tüüp)** on oluline potentsiaal ka edaspidi olla seotud vabatahtliku tegevusega. Praxise töörühm soovitas siinpuhul tegeleda just selle tüübi vabatahtlike motiveerimise ja hoidmisega, st sisulisele ja motiveeritud tööle orienteeritud vabatahtliku tegevuse arendamisega. Aktiivsete vabatahtlike motiveerimine ja hoidmine toimuks suuresti läbi organisatsioonide võimekuse kasvatamise.

**Venekeelsele elanikkonnale suunatud kommunikatsioon.** Praxise 2009. aasta uuring näitas mitte-eestlaste distantseeritust vabatahtlikust tegevusest, mille kasulikkust ja vajalikkust nähakse eestlastega võrreldes oluliselt vähem. Lisaks on mitte-eestlaste puhul probleemiks ka **infopuudus**, mida tuuakse eestlastest sagedamini vabatahtlikus tegevuses mitteosalemise põhjuseks. Mitmed uuringud ja meediatarbimise ülevaated on näidanud mitte-eestlaste erinevat meediakasutust

(eelkõige venekeelsed telekanalid ja raadio, venekeelsed internetileheküljed jms). Mitte-eestlased **ei pea massiteabevahendeid ka sama oluliseks** vabatahtliku tegevusega seotud informatsiooni kättesaamisel nagu seda peab eestikeelne elanikkond. Kasutada tuleb erinevaid kommunikatsioonisõnumeid, nt tunnevad muust rahvusest inimesed eestlastest oluliselt vähem vajadust Eesti ühiskonna arengus kaasa rääkida ja sellesse panustada. Mitte-eestlastele suunatud tegevused ja sõnumid peaksid olema seotud pigem **teiste inimeste ja kogukonna aitamisega**, mitte laiemalt Eesti riigi heaks tegutsemisega. Ka 2011. aasta oktoobris läbi viidud integratsiooni monitooring rõhutab muukeelse elanikkonna kodanikualgatuse, teadlikkuse ja osalemise tõstmise vajadust ning vabaühenduste rolli tähtsust nende eesmärgideni jõudmisel. Kommunikatsioonialaselt toodi välja, et oleks vaja venekeelse info järjepidevat levitamist vastavas valdkonnas ja sihtrühma siseselt; koolituste korraldamist muukeelsetele ühendustele; kaasata ühenduste meeskondadesse erineva keeleoskusega inimesi; toetada heade praktikate levimist ning erinevate tegevuste ja ürituste teavitamist süsteemselt ning üleriigiliselt. (PRAXIS, 2011)

Kommunikatsioonikanalid ja infoallikad erinevad ka vastavalt **vanusele**, kuid ei erine siinpuhul eriti vabatahtlike ja mittevabatahtlike seas. **Noorte (15–24)** valmisolek vabatahtliku töö tegemiseks on üldiselt kõrge. Nendega suhtlemisel võib kasutada enam tänapäevaseid kommunikatsioonivahendeid, nt Facebook, Twitter, blogid jm sotsiaalmeedia. Informatsiooni leiavad nad suuresti ise **internetist** otsides. **Vanemaealised** kuuluvad peamiselt **raadiot**. Keskmisest sagedamini on vanemaealised **informatsiooni saanud ka muudest organisatsioonidest**, nt ametiühingutest või pensionäre koondavatest organisatsioonidest. Vanemaealised üldiselt ei hinda oma valmisolekut vabatahtlikus tegevuses osalemiseks kõrgelt, kuid arvestades nende võimalikku vaba ajaressurssi, on tegemist potentsiaalse sihtrühmaga uute vabatahtlike värbamisel. Väiksemat valmisolekut võib põhjustada nende oluliselt madalam teadlikkus vabatahtlikust tegevusest võrreldes noortega. Arvestades, et vanemaealistele ei olnud uuringu andmetel oluline uute kogemuste ja teadmiste hankimine ning uute inimestega tutvumine, võiks nendega seotud tegevused ja kommunikatsioonisõnumid olla suunatud nende olemasolevate teadmiste ärakasutamisele. Näiteks endiste õpetajate kasutamine järeleaitamistundides, käsitööringide jms huvialaringide juhendamine, töö noortega jne. (PRAXIS, 2009)

### 1.2.6. Vabatahtlikud Eesti kodanikuühendustes

Käesolevas osas on vaatluse all vabatahtlike tegevus kodanikuühendustes ja nende ühenduste võimekus. Tallinna Ülikooli Kodanikuühiskonna Uurimis- ja Arenduskeskuse uuringus „Eesti kodanikuühiskonna institutsionaliseerumine 2009/2010“ (KUAK, 2010) määratletakse **vabatahtlikke kui väljastpoolt organisatsiooni kaasatud inimesi, kes panustavad organisatsiooni hüvanguks, selle eest töötasu saamata**. Vabatahtlike värbamine väljastpoolt organisatsiooni on üheks oluliseks kodanikualgatuse kompetentsi väljendumise vormiks (KUAK, 2010).

Uuring viidi läbi kaheosalisena, kasutades andmete kogumiseks kahte erinevat meetodit. Esimene neist oli üle-eestiline kodanikualgatuslike organisatsioonide ankeetküsitlus, mis toimus oktoober–detsember 2009. Ankeedid olid eestikeelsed, MTÜdele ja SAdele mõnevõrra erinevad, kuid võrreldavad. Kokku täitsid ankeedi ära 1034 MTÜ ja 92 SA esindajat. Sellele järgnes kvalitatiivne intervjuu-uuring, mis võimaldas andmeid täpsustada ja koostada süvaanalüüsi. Ajavahemikus aprill–mai 2010 toimus Tallinnas kuus rühmaintervjuud kokku 24 organisatsiooni esindajaga.

### 1.2.7. Vabatahtlike kaasamine organisatsiooni tegevusse

Vabatahtlike kaasamine oli märkimisväärselt kasvanud käesolevale uuringule vahetult eelnenud aastate jooksul, eriti sihtasutuste osas. 2004/2005 uuringu andmeil ei kaasanud 37% MTÜdest ja 43%

SAdest oma tegevusse üldse vabatahtlikke. KUAKi uuringu andmeil ei tegele vabatahtlike kaasamisega 27% MTÜdest ja vaid 22% SAdest. Kuigi pidev vabatahtlike kaasamine ei ole kasvanud väga oluliselt, on ligemale **kahel kolmandikul organisatsioonidest tekkinud vabatahtlike kaasamise kogemus**.

Küsitlusanneedis paluti organisatsioonidel märkida ka väljastpoolt organisatsiooni kaasatavate vabatahtlike arv ja hinnata vabatahtlike kaasamise muutumist viimase aasta jooksul. Organisatsioonide esindajate hinnanguil oli kaasatavate vabatahtlike arv jäänud samaks ligi kahel kolmandikul MTÜdest ja SAdest. Umbes veerand MTÜde ja SAde esindajaid leidis, et viimase aasta jooksul kasvas vabatahtlike arv nende organisatsioonis. Vaid umbes 10% MTÜdest ja SAdest leidis, et vabatahtlike arv viimase aasta jooksul vähenes.

**Üle 60% vabatahtlikega kogemusi omavatest organisatsioonidest märgib, et neil tegutseb vabatahtlikke, kellega koostöö on olnud korduv (püsivabatahtlikud).** Sellise kogemuse olemasolu märgib ligemale 500 MTÜd ja püsivabatahtlikena tegutsejate koguarvuks kujunes üle 3500. Sihtasutused nimetasid omalt poolt 570 korduvalt kaasatud vabatahtlikku, mis tegi kokku keskmiselt 3,7 püsivabatahtlikku organisatsiooni kohta.

Kõige sagedamini kaasatakse vabatahtlikke nii MTÜde kui SAde poolt läbiviidavate **ürituste korralduses** (77% kaasajatest) (vt tabel 1). Sihtasutused rakendavad ligi 40% vabatahtlikke ekspertidena ja organisatsiooni igapäevaste tegevuste läbiviimisel. MTÜd omakorda rakendavad vabatahtlikke võrdsetes osades (u 25%) vastavalt ekspertidena, organisatsiooni igapäevaste tegevuste läbiviimisel ning projektitaotluste kirjutamisel.

**TABEL 1. VABATAHTLIKE KAASAMINE ORGANISATSIOONI TEGEVUSTESSE**

Tegevused, kuhu kaasatakse sagedamini vabatahtlikke	% MTÜ n=748	% SA n=72
Organisatsiooni poolt korraldatud ürituste abipersonaliks	78	77
Projektitaotluste kirjutamisel	24	21
Kaasame ekspertidena konsultatsioonideks	24	39
Organisatsiooni igapäevastegevuste läbiviimisel	26	38
Muu	3	3

Allikas: KUAK 2010 „Eesti kodanikeühiskonna institutsionaliseerumine 2009/2010“ (võis valida mitu vastust)

2004/2005 uuring näitas, et vabatahtlike kaasavad sagedamini organisatsiooniliselt võimekamad, teadlikumad ja aktiivsemad. Võib näha, et **väiksema organisatsioonilise tegutsemiskogemusega ühendused kaasavad vabatahtlikke vähem**, mis on arusaadav, kuivõrd tegeletakse alles organisatsiooni loomise ja ülesehitamisega. Vabatahtlike kaasamine on mõnevõrra väiksem organisatsioonides, kus aktiivsete liikmete hulgas on rohkem mehi. See on paljuski tingitud **tegevusvaldkondade eripäradest, kuivõrd mitmed “mehelikud” alad, näiteks jahindus või kalandus, ei soosi nii tugevalt vabatahtlike kaasamist kui teised**. Näiteks ei kaasa vabatahtlikke üldse 32% organisatsioonidest, kus liikmeskonnas on enamuses mehed võrreldes 23% organisatsioonidest, kus on rohkem naissoost liikmeid. 27% organisatsioonidest, kes vabatahtlikke ei kaasa, on sooliselt enam-vähem võrdse jaotumusega.

Seda, et **vabatahtlikke kaasavad rohkem juba väljakujunenud ja teatava professionaalsuse saavutanud ühendused**, näitab ka see, et vabatahtlike kaasamine on sagedasem Vabariigi Valitsuse



poolt koostatavas tulumaksusoodustusega (TMS) mittetulundusühenduste nimekirja kantud MTÜdel. Vabatahtlike kaasamisega ei tegele üldse ainult 19% nimekirja kuuluvatest MTÜdest ja ligemale kolmandik mittekuulujatest.

Tegevusvaldkondadest on vabatahtlike kaasamisega keskmisest sagedamini seotud **looduskeskkond, kultuur/kunst, sport/kehakultuur ja naabruskonna/piirkonna edendamine**. Kõige harvemini kaasatakse vabatahtlikke aga peamiselt kalanduse/jahinduse, kutseliidu, ühiskonna arengu ja põllumajandusega tegelevates MTÜdes.

Kokkuvõtteks võib esile tõsta **vabatahtlike kaasamise märgatavat sagenemist**. Eriti suur on olnud see just sihtasutuste osas. Seevastu palgatöötajate rakendamisel ei ole viimase aasta jooksul kodanikuühenduste võimalused oluliselt paranenud. (KUAK, 2010)

### 1.2.8. Ühenduste võimekus

Organisatsiooni tegutsemisvõimekust mõjutavad nii tema kasutuses olevad ressursid kui ka organisatsioonikultuur. Suured erinevused on MTÜde ja SAde ressurssides, aga ka erinevat tüüpi MTÜde vahel.

**Ressurssideks** on **rahastusallikad**, nende mitmekesisus, vabaduse määr, sissetuleku suurus; **organisatsiooni vanus; tegevusulatus; koostöövõimekus; palgatöötajad** (sh täistööajaga ja osaajaga töötajad), **liikmeskond** ja ka **juhatuse struktuur**. Organisatsiooni kultuuri mõjutab juhatuse roteerumine; liikmete informeerimine ja kaasamine erinevatesse tegevustesse, strateegia olemasolu. Oma liikmeskonna **teavitamiseks** ja pidevaks tegevusse kaasamiseks on 34% küsitluses osalenud MTÜdel kasutuses **infolist** ja 10% vastanutel on see koostamisel. Juhatuse liikmete tasustamine ei ole levinud, sest enamik rahastusallikaid ei võimalda kasutada eraldatavaid toetussummasid organisatsiooni juhtimise ja ülalpidamise kulude katteks. Kokkuvõttes toimub Eesti MTÜdes organisatsiooni juhtimine vabatahtliku tööna **92% juhtudest**. (KUAK, 2010)

Ühenduse võimekus on oluline ka vabatahtlike kaasamise osas. Nimelt on Praxise 2009. aastal läbiviidud uuringus "Vabatahtlikus tegevuses osalemine Eestis" välja toodud vabatahtlike jaoks olulised elemendid organisatsioonis tegutsemise osas. Erinevate motiividega vabatahtlike jaoks on olulised erinevad tegevused, mistõttu on vabatahtlike kaasamiseks keeruline üldist valemit leida. Seepärast on oluline erinevat motivatsiooni-tüüpi vabatahtlike põhivajaduste tuvastamine. Uusi kogemusi ja teadmisi otsival vabatahtlikul kaob huvi, kui teda piisavalt ei **juhendata ega anta tema tegevusele piisavalt tagasisidet**, mis võimaldaks protsessist maksimaalselt õppida. Uusi vabatahtlikke ei saa aga tekkida, kui neile ei anta **piisavalt informatsiooni** tegutsemisvõimaluste kohta. Suhtlemisalt inimese huvi hoiab üleval see, kui tal on võimalik sümpaatsete inimestega **koos kasulikult aega veeta**. Vabatahtlike huvi saab hoida üleval sellega, kui neile piisavalt **erinevaid tegutsemisvõimalusi** antakse. Kindlasti mõjub vabatahtliku kogemusele positiivselt ka **organisatsiooni üldine areng** ja vabatahtliku tegevuse avalik **väärtustamine**.

Lisaks sellele, et vabatahtlikud erinevad oma motivatsiooni ning tahtmiste osas, varieeruvad ka ühendused oma omaduste poolest. Lisas 2 on esitatud KUAKi uuringust MTÜde tüpoloogiat, et mõista paremini erinevate ühenduste võimalusi ning vajadusi vabatahtlike kaasamisel.

## 1.3. Olemasolevad kommunikatsioonipraktikad

Vabatahtlike arvu ja ühenduste võimekuse tõstmisega tegelevad mitmed avaliku ja mittetulundussektori asutused ning erinevad teadus- ja uurimiskeskused. Allolevalt on kaardistatud kommunikatsioonipraktikate struktuur (vt tabel 2), mis annab ülevaate valdkonna hetkeolukorrast. Siinkohal on

oluline rõhutada, et kaardistus ei kajasta erinevate kommunikatsioonikanalite ja -viiside võimekust ega inimeste ning ühenduste teadlikkust nendest struktuuridest.

### 1.3.1. Ülevaade tugistruktuuridest ja senistest praktikatest

Kõrgemal tasandil tegeleb kodanikuühiskonnaalase riikliku poliitika analüüsimisega, kavandamisega ja koordineerimisega ning kodanikuühiskonna arendamise korraldamisega **regionaalminister**. Regionaalministri valitsemisalas on näiteks **Kodanikuühiskonna Sihtkapital (KÜSK)**, mille eesmärk on aidata organisatsioonide, uuenduslike ideede ja tegevuste rahastamise kaudu kaasa Eesti vabaühenduste tegevusvõimekuse suurendamisele, kodanikuaktiivsust soodustava keskkonna ja kodanikuühiskonna kujundamisele. KÜSK levitab informatsiooni erinevate rahastamisvõimaluste kohta, korraldab ühendustele koolitusi ja pakub neile ka nõustamisteenust.

Siseministerium vastutas ka Euroopa vabatahtliku tegevuse aasta 2011 korraldamise eest Eestis, millest tuleb pikemalt juttu ka allpool.

Vabatahtliku tegevuse võimaluste pakkumise ja nõustamisega noortepoliitika raames tegeleb **Haridus- ja Teadusministerium**. Tugistruktuuridest annab ülevaate Tabel 2.



TABEL 2. KOMMUNIKATSIOONIPRAKTIKAD

Organisatsioon	Tegevus	Veebilehekülg	Peamised kommunikatsioonitegevused
<b>Avalik sektor</b>			
<b>Siseministeerium ja regionaalministri valitsemisala</b>	Valitsemisalasse kuulub kodanikuühiskond Euroopa vabatahtliku tegevuse aasta 2011 koordineerimine ja sellega seonduvad projektid	<a href="http://www.siseministeerium.ee">www.siseministeerium.ee</a>	Avaliku kõneisiku roll, sh avalikud pöördumised ja pressiteated valdkonna arengu ja seadusemuudatuste kohta artiklid ajakirjanduses Koolitus- ja teavitustegevused Kodanikuühiskonna arendustegevuste, sh vabatahtliku tegevuse rahastamine
<b>Kultuuriministeerium</b>	Erinevate kultuurialaste tegevuste toetamine	<a href="http://www.kul.ee">www.kul.ee</a>	<i>Rahastamine, sh</i> toetab spordialaliituseid ning spordivõistluste ja harrastusspordiüritusi
<b>Haridus- ja Teadusministeerium</b>	Kodanikuhariduse edendamine; noortepoliitika edendamine	<a href="http://www.hm.ee">www.hm.ee</a>	Rahastamine, sh toetab ühinguid ja projekte Hasartmängumaksu Nõukogu kaudu. Noortepoliitika raames: Pakub vabatahtliku tegevuse võimalusi noortele Teadmiste jagamine, kuidas kaasata ja juhendada vabatahtlikke Vabatahtlikuna saadud kogemuste tunnustamine Veebikeskkond Stardiplats.ee noortele
<b>Kodanikuühiskonna Sihtkapital (KÜSK)</b>	KÜSKi eesmärk on aidata organisatsioonide, uuenduslike ideede ja tegevuste rahastamise kaudu kaasa Eesti vabaihenduste tegevusvõimekuse suurendamisele, kodanikuaktiivsust soodustava keskkonna ja kodanikuühiskonna kujundamisele.	<a href="http://www.kysk.ee">www.kysk.ee</a>	Koolituste korraldamine ühendustele (sotsiaalne ettevõtlus, projektikoolitused, eestkostekoolitused jne.) Aastakonverentsid Organisatsioonide nõustamine Taotlusvoorud vabatahtliku tegevuse edendamiseks Toetab maakondlike vabatahtlike keskuste tegevust
<b>Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus (EAS)</b>	EAS edendab ettevõtlus- ja regionaalpoliitikat Eestis ning on riikliku ettevõtluse tugisüsteemi üks suuremaid institutsioone, pakudes	<a href="http://www.eas.ee">www.eas.ee</a>	EAS Infokeskus ( <a href="http://www.eas.ee/infokeskus">http://www.eas.ee/infokeskus</a> ) Koordineerib maakondlike arenduskeskusi ning Maakondlike Arenduskeskuste Infosüsteemi (MAKIS)

	ettevõtjatele, teadusasutustele, avalikule ja kolmandale sektorile rahalisi toetusi, nõustamist, koostöövõimalusi ja koolitust		Trükised Koolitused ja nõustamine ühendustele (mentorprogramm, baaskoolitus jne) Kohaliku omaalgatuse programm ja teised toetused
<b>Maakondlikud arenduskeskused (MAK)</b>	MAK võrgustik pakub ühendustele tasuta ühenduste tegevuste alast informatsiooni ning nõustamist. Samuti korraldavad MAKid ühendustele koolitusi, pakuvad tuge kohalikele mittetulundusühenduste koostöövõrgustikele ning viivad läbi tegevusi mittetulundusliku ja vabatahtliku tegevuse alase teadlikkuse tõstmiseks ühiskonnas.	<a href="http://www.arenduskeskused.ee">www.arenduskeskused.ee</a>  Kõikide maakondade arenduskeskuste veebilehed on saadaval MAKISes.	MAKISe (maakondlike arenduskeskuste infosüsteem) haldamine ( <a href="http://www.arenduskeskused.ee">www.arenduskeskused.ee</a> ) Jagavad ühendustele infot toetusvõimaluste kohta; maakonna mittetulundusliku tegevuse kohta; eraturu konsultantide teenuste kohta. Nõustavad alustavaid mittetulundusühendusi Nõustavad tegutsevaid mittetulundusühendusi Vahendavad infot ning nõustavad kohalikke omavalitsusi ning teisi avaliku sektori koostööpartnereid Vahendavad infot ning nõustavad ettevõtteid
<b>Kohalikud omavalitsused</b>	Omavalitsusüksused võivad delegeerida erinevate valdkondade ülesandeid vabaühendustele ja/või ettevõtetele, osaleda ise liikmena ja asutada mittetulundusühinguid ning sihtasutusi.		Info vabatahtlike organisatsioonide loomisel Avaliku kõneisiku roll Teenuste delegeerimine vabaühendustele ja/või ettevõtetele ning selle järelvalve teostamine
<b>Kolmas sektor</b>			
<b>Vabatahtliku Tegevuse Arenduskeskus (VTA)</b>	VTA loob ühendustele võimalused vabatahtlike kaasamiseks. Haldab Vabatahtlike Värava veebilehte, mis pakub uudiseid, nõuandeid, analüüse, vabatahtlike muljeid ning võimalusi vabatahtlikuna tegutsemiseks.	<a href="http://www.vabatahtlikud.ee">www.vabatahtlikud.ee</a>	Veebikeskkond <a href="http://www.vabatahtlikud.ee">www.vabatahtlikud.ee</a> Info vabatahtlike ja vabatahtlike organisatsioonide kohta Uudised vabatahtliku tegevuse kohta Info- ja koolitusmaterjalid Koolitused vabatahtlikele/vabatahtlike kaasajatele Vabatahtlike tunnustusüritus – Aasta vabatahtlik Uuringud Sotsiaalmeedias info levitamine
<b>Maakondlikud vabatahtlike keskused</b>	Asutatud on viis maakondlikku vabatahtlike keskust – Jõgeva-, Järva-, Lääne-, Pärnu- ja	<a href="http://www.nyjuventus.ee">www.nyjuventus.ee</a> <a href="http://www.vabatahtlikud.weissen">www.vabatahtlikud.weissen</a>	Teavitustöö korraldamine Vabatahtlike nõustamine

	Viljandimaal. Keskused on erinevate suunitlustega, kuid peamiselt tegelevad kõik vabatahtliku tegevuse võimaluste tutvustamise, teavitamise ja nõuandmisega oma maakonnas.	<a href="http://stein.ee">stein.ee</a> Läänemaal puudub veebileht Pärnumaal puudub veebileht <a href="http://www.vivak.ee">www.vivak.ee</a>	Koolituste korraldamine Kohalikul tasandil koostöö korraldamine Infolehtede väljaandmine
<b>Eesti Mittetulundusühingute ja Sihtasutuste Liit (EMSL)</b>	EMSL tegutseb selle nimel, et ühiskonnas suureneks teadlikkus vabaühenduste rollist ja nende tegevuse mõjust ning soov ühendustes osaleda ja neid toetada.	<a href="http://www.ngo.ee">www.ngo.ee</a>	Kodanikuühiskonnaalane info avalikkusele Ajakiri „Hea Kodanik“ Iganädalane uudiskiri üle 4000 adressaadile Koolitused ja nõustamine vabaühendustele Erinevad käsiraamatud vabaühendustele Vabaühenduste andmebaasi haldamine Üritused edendamaks kodanikuühiskonna arengut ning et tunnustada vabaühenduste praktikaid Sotsiaalmeedia
<b>Avatud Eesti Fond</b>	George Sorose toetusel loodud fond avatud kodanikuühiskonna toetamiseks Eestis.	<a href="http://www.oef.org.ee">www.oef.org.ee</a>	Erinevad konkursid ja stipendiumid kodanikuühiskonna arengu toetamiseks Avatud Ühiskonna Foorumite korraldamine ja kogumike väljaandmine „Kosmeele“ preemia väljaandmine Avatud Eesti Fondi raamat Iganädalane raadiosaade Kuku raadios Uudiskirjad Sotsiaalmeedia
<b>SA Archimedes</b>	Eesti haridus- ja teadussüsteemi ning noortevaldkonna arendamine Allprogramm Euroopa Noored: Euroopa vabatahtlik teenistus noortele	<a href="http://www.archimedes.ee">www.archimedes.ee</a>	Koolitus vabatahtlike kaasamisest noorteorganisatsioonidele Infoleht ja publikatsioonid Sotsiaalmeedia Aastaraamat Erinevad teadusportaalid
<b>Heateo SA</b>	Toetavad suure ühiskondliku mõjuga	<a href="http://www.heategu.ee">www.heategu.ee</a>	Ajakiri „Head Uudised“

	organisatsioone ja sotsiaalseid ettevõtteid, kaasates peamiselt äri sektori koostööpartnerite kompetensi ning mõnel juhul ka investoreid.		Koolitused sotsiaalse ettevõtluse alal Nõustab ühendusi Avalikud üritused oma tegevuste tutvustamiseks Sotsiaalmeedia
<b>Õnnepank</b>	Tegevuse eesmärgiks on vahendada vabatahtlike ning luua sotsiaalselt sidusamat ühiskonda	<a href="http://onnepank.ee">http://onnepank.ee</a>	Veebisüsteem vabatahtliku tegevuse vahendamiseks Sotsiaalmeedia
<b>SINA</b>	Noortele suunatud sotsiaalse ettevõtmise edendamine	<a href="http://www.sinanoored.ee">www.sinanoored.ee</a>	Noortele koolituste korraldamine SINA tutvustused koolides
<b>Junior Achievement Estonia</b>	Kooliõpilastes ettevõtliku mõtlemise arendamine ning majanduslikult mõtlevate inimeste arendamine	<a href="http://www.ja.ee">www.ja.ee</a>	Aasta vabatahtliku tunnustamine Õppematerjalide koostamine Ürituste, välisreiside ja konverentside korraldamine Koolitused nii õpilastele kui õpetajatele
<b>Toidupank</b>	Puudust kannatavatele inimestele ja peredele toidu jagamine	<a href="http://www.toidupank.ee">www.toidupank.ee</a>	Koostöö KOVidega Koostöö ettevõtetega Koostöö MTÜdega Vabatahtlike kaasamine Toidukogumiskampaaniad kauplustes Sotsiaalmeedia
<b>Pimedate Ööde Filmifestival (PÖFF)</b>	Filmifestivalide korraldamine Iga-aastane suuremahuline vabatahtlike kaasamine filmifestivalidele	<a href="http://www.poff.ee">www.poff.ee</a>	E-kirjad vabatahtlikele Sotsiaalmeedia Uudiskirjad Posterid
<b>Linnaosade seltsid (peamiselt Tallinn, Tartu) ja külaseltsid ning liikumine Kodukant</b>	Kaasavad kogukonna inimesi vabatahtlikkuse alusel, et edendada lähipiirkonna elukeskkonda ning säilitada piirkondlikku identiteeti	Näiteks: <a href="http://www.uusmaailm.ee">www.uusmaailm.ee</a> <a href="http://www.kalamaja.ee">www.kalamaja.ee</a> <a href="http://www.telliskiviselts.info">www.telliskiviselts.info</a> <a href="http://www.karlova.ee">www.karlova.ee</a> <a href="http://www.supilinn.ee">www.supilinn.ee</a> <a href="http://www.kodukant.ee">www.kodukant.ee</a>	Ürituste korraldamine Uudiskirjad Sotsiaalmeedia Meediakaja

<b>Õppe- ja teadusasutused</b>			
<b>Tartu Ülikooli riigiteaduste instituut ning sotsioloogia ja sotsiaalpoliitika instituut</b>	Sotsiaalteaduslikud uuringud	<a href="http://www.so.ut.ee/RTI">www.so.ut.ee/RTI</a> <a href="http://www.so.ut.ee/ssj">www.so.ut.ee/ssj</a>	Teadus- ja uurimistöö Publikatsioonid
<b>Tallinna Ülikool (Rahvusvaheliste ja Sotsiaaluuringute Instituut (RASI), Riigiteaduste Instituut)</b>	Sotsiaalteaduslikud uuringud	<a href="http://www.tlu.ee">www.tlu.ee</a> <a href="http://www.riigiteadused.tlu.ee/">www.riigiteadused.tlu.ee/</a> <a href="http://www.tlu.ee/rasi/">www.tlu.ee/rasi/</a>	Teadus- ja uurimistöö Publikatsioonid
<b>Tallinna Tehnikaülikool avaliku halduse instituut</b>		<a href="http://www.ttu.ee/avaliku-halduse-instituut/">www.ttu.ee/avaliku-halduse-instituut/</a>	Teadus- ja uurimistöö Publikatsioonid
<b>Poliitikauuringute Keskus Praxis</b>	Rakendusuringute teostamine Poliitikanalüüsi oskuste arendamine Avalike teenuste kvaliteedi tõstmine Riigi ja sotsiaalpartnerite dialoogi tugevdamine Kodanikuühiskonna strateegilise rolli tugevdamine	<a href="http://www.praxis.ee">www.praxis.ee</a>	Analüüsid Publikatsioonid Koolitused Seminarisarjad Konverentsid Trükised Ekspertarvamused ning arvamusartiklid meedias Uudiskiri
<b>Sotsiaalteaduslike rakendusuringute keskus (RAKE)</b>	Rakendusuringute teostamine	<a href="http://www.ec.ut.ee/et/rakendusuringud">www.ec.ut.ee/et/rakendusuringud</a>	Analüüsid Publikatsioonid Koolitused

Allikas: autori koostatud.

**Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus (EAS)** edendab ettevõtlus- ja regionaalpoliitikat Eestis ning on riikliku ettevõtluse tugisüsteemi institutsioon, mis pakub avalikule ning kolmandale sektorile rahalisi toetusi, nõustamist, koostöövõimalusi ja erinevaid koolitusi. EAS koordineerib ka **maakondlike arenduskeskuste (MAK)** võrgustikku, mis on põhjalikumalt lahti seletatud järgmises osas. EAS edastab informatsiooni põhiliselt oma infokeskuse ja trükiste kaudu.

**Kohalikud omavalitsusüksused** on toeks ühenduste loomisel, teevad ühendustega koostööd erinevate teenuste delegeerimisel ja täidavad avaliku kõneisiku rolli erinevatel teemadel. Kolmandas sektoris tegutsevatest ühendustest tuleb lähema vaatlemise alla **Vabatahtliku Tegevuse Arenduskeskus** ja **maakondlikud vabatahtlike keskused**, mille tegevus on suunatud otseselt vabatahtliku tegevuse alase teadlikkuse tõstmisele ning võimalustest teavitamisele.

**Eesti Mittetulundusühingute ja Sihtasutuste Liit (EMSL)** tegeleb üldisema kodanikuühiskonnaalase info levitamise ja vabaühenduste nõustamise ning koolitamisega. EMSL korraldab ka üritusi edendamaks kodanikuühiskonnaalast mõtlemist ja tunnustamaks vabaühenduste praktikaid. Kodanikuühiskonna arengu toetuseks on loodud ka **Avatud Eesti Fond (AEF)**, mis pakub erinevaid stipendiume ühiskondlike teemade edendamiseks. Lisaks sellele korraldab AEF Avatud Ühiskonna Foorumeid, annab välja Koosmeele preemiat ja ka Avatud Fondi raamatut. **SA Archimedes** tegeleb Eesti haridus- ja teadussüsteemi ning noortevaldkonna arendamisega. Euroopa Noored allprogrammi raames pakub Archimedes noortele vabatahtliku teenistuse võimalust Euroopas ja korraldab ka koolitusi vabatahtlike kaasamise teemal erinevatele noorteorganisatsioonidele.

Sotsiaalse ettevõtluse edendamise teemaga tegeleb **Heateo SA**, pakkudes koolitusi ja nõustamisi ning korraldades erinevaid avalikke üritusi oma tegevuste tutvustamiseks. Loodud on ka **Õnnepank**, mis on veebikeskkond vabatahtliku tegevuse vahendamiseks ja noortele suunatud **SINA programm**, mis tegeleb koolinoorte sotsiaalse ettevõtluse edendamisega. Koolinoorte programm **Junior Achievement Eesti Sihtasutus** soovib sel aastal samuti esile tõsta ja tunnustada silmapaistvaid ettevõtlusõpetajaid ning vabatahtlikke, kes on kaasa aidanud nende organisatsiooni tegevustele, samuti programmide arengule ja levikule koolides.

Vabatahtlik tegevus on laialdaselt kajastust saanud seoses **Toidupanga** tegevuse ja osaliselt ka **Pimedate Ööde Filmifestivali (PÖFF)** suure populaarsusega. Lisaks on olemas külaseltsid ja liikumine Kodukant ning **linnaosade seltsid**, mis toimivad suuresti vabatahtlikkuse alusel ja kogukonna siseselt, arendades sellega üldist vabatahtlikkuse väärtustamist Eesti ühiskonnas.

Õppe- ja teaduskeskused mõjutavad nii otseselt kui kaudselt kodanikuühiskonna arengut ning seega ka vabatahtliku tegevuse edendamist Eesti ühiskonnas. Kodanikuühiskonna uurimisega tegelevad Eestis mitmed **ülikoolid** (Tartu Ülikool, Tallinna Ülikool, Tallinna Tehnikaülikool jt). Sarnaselt tegeleb ka **Poliitikauuringute Keskus Praxis** erinevate kodanikuühiskonnaalaste analüüside koostamisega. Lisaks korraldatakse konverentse, seminarisarju, antakse välja publikatsioone ja trükiseid, et edendada kodanikuühiskonna arengut Eestis.

Kui eelnev lühiülevaade sisaldas kaudsemaid seoseid vabatahtliku tegevuse edendamise valdkonnas, siis järgnev annab täpsema ülevaate Euroopa vabatahtliku tegevuse aasta 2011 sündmustest ja ettevõtmistest ning kolmest ühendusest/ühenduste võrgustikust, mis tegelevad antud teemaga lähemalt: VTA, maakondlikud vabatahtlike keskused ja maakondlikud arenduskeskused.

### **Euroopa vabatahtliku tegevuse aasta 2011 Eestis**

2011. aasta oli Euroopa Liidus vabatahtliku tegevuse aasta. Sellega sooviti ühest küljest tõsta elanikkonna teadlikkust vabatahtlikust tegevusest ja seda senisest enam väärtustada, teisest küljest aga tugevdada vabatahtlikke kaasavaid organisatsioone ja innustada neid tööga jätkama. Euroopa

vabatahtliku tegevuse aastat tähistati korraga kõigis 27 Euroopa Liidu liikmesriigis. Eestis koordineeris aasta tegevusi regionaalminister.

Aasta algas Euroopa vabatahtliku tegevuse aasta **avafoorumiga**. Seejärel korraldati maakondlikud vabatahtliku tegevuse **koolituspäevad** ja viidi läbi **vabatahtlike mess** ehk vabatahtliku tegevuse aasta ringreis. Anti välja **raamat** „Olen vabatahtlik, muudan maailma!“. Loodi vabatahtliku **elektroniline pass**. Tehti **teavitussürituste sari** „Vabaühendused koolidesse“ ja **koolikonkurss** „Väärtusarendus läbi vabatahtliku tegevuse“. Veel korraldati teema-aasta raames **Euroopa Vabatahtlike Keskuse (CEV) kevadkonverents**, anti välja kodanikuühiskonna ajakirja „**Hea Kodanik**“ **vabatahtliku tegevuse erinumber**, korraldati vabaühenduste liidu **EMSL XIII suvekool**, **tunnustati riiklikul tasandil vabatahtlikke** ja viidi läbi veel palju erinevaid vabatahtlikule tegevusele pühendatud üritusi.

Lisaks eelpool toodule viidi läbi **vabatahtliku tegevuse pilootprogramm äri- ja avalikule sektorile**, mille eesmärgiks oli pakkuda ettevõtete ja ministeeriumite töötajatele võimalust panustada vabatahtlikuna oma ande, oskuste ja ajaga programmis osalevatesse vabaühendusse ja selle kaudu suurendada professionaalidest vabatahtlike arvu, edendada tööandja toetusel tööajast tehtavat vabatahtlikku tegevust ning selle kõige kaudu kasvatada vabaühenduste elujõulisust. Praxise poolt läbi viidud pilootprogrammi hindamisest selgus, et programm oli osapooltele üldiselt kasulik. Ühendused, ettevõtted ja ministeeriumid tõdesid, et ilma pilootprogrammiga ei oleks jõutud sarnase koostööni ning spetsialistide vabatahtliku tööga panustamiseni. Leiti, et selle pilootprogrammiga alustatud tegevus (oma ala spetsialistide kaasamiseks vabatahtlikku tegevusse ja ühenduste ning ettevõtete/ministeeriumide koostöö soodustamiseks) võiks jätkuda ka edaspidi. (PRAXIS, 2012)

### Vabatahtliku Tegevuse Arenduskeskus (VTA)

Vabatahtliku Tegevuse Arenduskeskus tegeleb ühendustele vabatahtliku tegevuse tutvustamisega ning pakub neile võimalusi vabatahtlike kaasamiseks. Samuti nõustatakse ja vahendatakse infot võimalikele vabatahtlikele. Keskus pakub organisatsioonidele koolitusi vabatahtliku töö, vabatahtlike kaasamise ja juhtimise teemadel ning korraldab Vabatahtliku Tegevuse Foorumeid. Lisaks vabaühendustele koolitab VTA ka ettevõtteid sotsiaalse vastutuse ja vabatahtliku tegevuse alastel teemadel. Vabatahtliku Tegevuse Arenduskeskus viib läbi ka erinevaid uuringuid ja koostab analüüse vabatahtliku tegevuse arendamise teemadel. VTA korraldab ka vabatahtlike tunnustusüritust – **Aasta vabatahtlik**.

VTA haldab veebiportaali **Vabatahtlike Värav** ([www.vabatahtlikud.ee](http://www.vabatahtlikud.ee)), mis on loodud vabatahtliku tegevuse tutvustamiseks. See veebikeskkond tegeleb vabatahtlike ja võimalike ühenduste pakkumiste vahendamise, analüüside, nõuannete ning vabatahtlike muljet edasiandmisega.

VTA on koostanud **vabatahtliku passi** ja **vabatahtliku sõbra märgi**. Vabatahtliku Sõbra Märk on ühenduse kvaliteedikriteerium, mis näitab, et organisatsioonis on vabatahtlik tegevus läbi mõeldud ja seotud organisatsiooni missiooni elluviimisega; et vabatahtlikku toetatakse ja tema huvidega arvestatakse ning tema tegevust tunnustatakse ja väärtustatakse. Antud märk näitab **vabatahtlikule**, et tema töö on vastava organisatsiooni juures mõtestatud ja tema panusest on realselt kasu. Vabatahtliku Sõbra Märk tagab, et organisatsioon pakub vabatahtlikule meelepärast ja vajalikku tegevust, arvestab vabatahtliku vajaduste ja võimalustega ning väärtustab tema panust. **Ühendusel** aitab märgi taotlemine mõtestada ja korrastada vabatahtlike kaasamist ja juhtimist organisatsioonis.

**Vabatahtliku pass** on mõeldud igale vabatahtlikule, kes soovib vabatahtliku tegevuse käigus saadud teadmised, oskused ja kogemused kirjalikult üles märkida. Passi saab seejärel kasutada näiteks koos elulookirjeldusega tööturul, õppeasutustesse või stipendiumitele kandideerides.

KODARas on üheks vabatahtliku teadvustamise mõõtmise kriteeriumiks Vabatahtlike Värava külastatavus. Organisatsioonid lisasid 2011. aastal Vabatahtlike Väravasse umbes 172 vabatahtlike otsimise kuulutust, mis teeb keskmiselt 14 kuulutust kuus. Kuna osa kuulutustest aeguvad jooksvalt ja vahetuvad, siis on korraga lugejatele nähtavad 20–60 aktiivset kuulutust üle Eesti. 2011. aastal jätkus VTA koostöö CV-Online portaaliga, mis kuvab Vabatahtlike Värava kuulutusi ja kus kuulutuste vaadatavus ulatub paarikümnest kuni paarikümne tuhande vaatamiskorrani kuulutuse kohta. Üldiselt suurenes ka veebilehe külastus võrreldes 2010. aastaga (u 5000 --> 6000 kuus). Lisaks sellele tellitakse veel Vabatahtlike Värava uudiskirja (VTA, 2011).

### Maakondlikud vabatahtlike keskused

Kohalikul tasandil on vabatahtliku tegevuse edendamiseks loodud **viis maakondlikku keskust**: Jõgevamaa Vabatahtlike Keskus, Järvamaa Vabatahtlike Keskus, Läänemaa Vabatahtlike Keskus, Pärnumaa Vabatahtlike Keskus ja Viljandimaa Vabatahtlike Keskus.

Maakondlike keskuste ülesanne on üldjoontes **vabatahtliku tegevuse tutvustamine, teavitamine ja nõuandmine** kohalikul tasandil. Keskuste põhitegevused on erinevad, sest nende juriidiline staatus on erinev ja vabatahtlikega seotud tegevus on enamasti vaid üks paljudest. Ainus keskus, millel on just keskuse jaoks loodud MTÜ, asub Viljandimaal – nende põhitegevus on otseselt vabatahtliku tegevuse edendamisele üles ehitatud. Muud valdkonnad, millega keskused igapäevaselt tegelevad ulatuvad keskkonnale suunatud tegevustest (Järvamaa) ja noorsootööst (Jõgevamaa), külaelu ja kogukonnategevuse edendamiseni (Lääne- ja Pärnumaa).

Nagu erineb keskuste fookus, erineb ka nende panus vabatahtlike vahendamisse. 2011. aastal vahendasid kõige rohkem vabatahtlikke Lääne- ja Viljandimaa keskused – vastavalt 103 ja 135 vabatahtlikku. Järvamaa keskus rakendab erinevalt teistest ise vabatahtlikke (49) ja võtab vastu Töötukassa kaudu tegutsevaid vabatahtlikke (20). Teistesse vabaühendustesse on Järvamaa keskus aga vahendanud alla 10 vabatahtliku. Täpne vabatahtlike arvestus puudub Pärnus, kus vahendati vabatahtlikke enamasti erinevatele (suur)üritustele (konkreetne number pole teada). Samuti puudub info Jõgevamaa vabatahtlike keskuse poolt vahendatud vabatahtlike arvu kohta. Vabatahtlikke vahendati peamiselt Toidupangale (Lääne- ja Pärnumaa), talgutele (Viljandimaa), aga ka suurematele üritustele, nagu Maapäev, suveüritused Pärnus jmt (Lääne-, ja Pärnumaa). Pärnumaa keskus on avatud vaid neljapäeviti kell 10–15. Nagu eelnevalt öeldud, on keeruline hinnata vabatahtlike keskuste võimekust, kuna tegemist on erinevat tüüpi ühendustega ja puuduvad ka eelnevad uuringud, mis oleks nende tõhusust hinnanud.

### Maakondlikud arenduskeskused (MAK)

Maakondlikud arenduskeskused on kõigis maakondades paiknevad iseseisvad juriidilised üksused, mis pakuvad tasuta nõustamisteenust alustavatele ja tegutsevatele ettevõtetele, kohalikele omavalitsustele, alustavatele ja tegutsevatele MTÜdele ja SAdele. MAKid tegutsevad võrgustikuna, võrgustiku koordinaatori rolli täidab Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus. Üldiselt on MAKid laiema suunitlusega, kuid tegelevad osaliselt ka **vabatahtliku tegevuse alase nõustamisega**. Nimelt nõustavad nad tegutsevaid MTÜsid järgmistes küsimustes: kuidas moodustada ja suurendada meeskonda; kuidas kaasata vabatahtlikke; millised on vabatahtlike kaasamise, motiveerimise ja juhtimise eripärad. Aastal 2011 oli MAKide üks prioriteet vabatahtliku tegevuse aastaga seonduvate projektide ja tegevuste soodustamine maakonnas. Lisaks tegeleti veel teadlikkuse tõstmisega maakondlikest tugistruktuuridest ja kodanikuühiskonnast. Olulist rolli maakondlike arenduskeskuste teavitusvahendite hulgas mängib arenduskeskuste infosüsteem – **MAKIS** ([www.arenduskeskused.ee](http://www.arenduskeskused.ee)).



## 1.4. Meediakajastused vabatahtlikust tegevusest

### Vabatahtliku tegevuse aasta kajastused

2011. aasta **vabatahtliku tegevuse aasta** raames tõusis ka meediakajastus vabatahtliku tegevuse kohta. Siseministeeriumi koostatud kokkuvõttest selgub, et Euroopa vabatahtliku tegevuse aastat kajastati meedias umbes 300 korral ja seda enamjaolt kirjutatavas meedias. Antud number on tõenäoliselt suurem, sest sellele lisanduvad veel valdkonna- ja nišiajakirjad (Hea Kodanik, Külakiri, RADAR, REGI, Kaitse Kodu jne) ja lood, kus räägiti lihtsalt vabatahtlikust tegevusest, mitte spetsiifiliselt vabatahtliku tegevuse aastast.

Kõige aktiivsemad vabatahtliku tegevuse aastast kirjutajad olid **kohalikul tasandil maakondlikud lehed** (97 uudist) ja praktiliselt sama palju avaldati võrguväljaannetes. Lisaks saadeti kokku välja 37 pressiteadet, neist Siseministeeriumi või tema koostööpartnerite poolt ligi 25. Täpset meediakajastuse hulka on raske hinnata, kuid ka Siseministeeriumi kodanikuühiskonna valdkonna partnerite seas läbi viidud küsitlus, millele vastas kokku 94 vabaühendustega seotud olevat inimest, näitas, et 2011. aastal on vabatahtlikust tegevusest tänu vabatahtliku tegevuse aastale rohkem räägitud. **95% vastanuist leidis**, et sellest kas räägiti või pigem räägiti rohkem kui mullu (EVTA, 2012).

Lisaks ajalehtedele ja ajakirjadele toodi välja ka teisi infokanaleid, mille kaudu vabatahtliku tegevuse aastat tutvustati. Pääaegu viiendik vastanuist oli näinud vabatahtliku tegevuse aasta reklaamklippe ETV ja ETV2 telekanalil. 15% vastanuist oli kursis ja märkas vabatahtlikku tegevust tutvustava raamatu „Olen vabatahtlik, muudan maailma!“ esitlusega või järelkajaga seotud infot, teist samapalju ehk 14% oli lugenud/kuulnud vabatahtliku tegevuse pilootprogrammi uudiseid. Sellele järgnes vabatahtlike messi reklaamkampaania trükimeedias, välitingimustes ja raadios, vastavalt 13%, 13% ja 6%-ga (kokku 32%). Lisaks oli 4% vastanuist novembris kõndinud läbi Tallinna Vabaduse väljaku tunneli ning märganud sinna üles pandud vabatahtlikku tööd esitlevat näitust (EVTA, 2012).

Keeruline on hinnata, kui palju sellest positiivsest muutusest on seotud vabatahtliku tegevuse aastaga, kui palju kodanikuühiskonna üldiste arengutega ning millist rolli mängib päästeala laialdasem meediakaja. Kindlasti peab nende numbrite juures meeles pidama, et vastajate puhul on tegemist vabaühendustega ning seega ka vabatahtliku tegevusega rohkem kursis olevate inimestega. Sellest tulenevalt ei esinda need protsendid tõenäoliselt üldpopulatsiooni arvamust.

### Peamised teemad ja kanalid

Analüüsid viimasel aastal (märts 2011-märts 2012) meedias kajastatud vabatahtliku tegevusega seotud artikleid, selgub, et ühelt poolt domineerivad kajastused, kus antakse edasi erinevate vabatahtlike kaasavate projektide tutvustusi, sh edulugusid ja positiivseid näiteid; ning teisalt on viimasel ajal meedias prevaleeriv teemadering olnud seotud sisejulgeoleku valdkonnaga. Sisejulgeolekualase vabatahtliku tegevuse osas pälvis kõige enam tähelepanu vabatahtlike päästjate roll ühiskonnas. Seoses mitmete kutseliste päästekomandode sulgemise kavaga maapiirkondades, tõusis vabatahtlike roll kogukondliku turvalisuse tagamisel tähelepanu keskpunkti. Kuna sellest teemast annab täpsema ülevaate päästeala vabatahtliku tegevuse kommunikatsioonistrateegia, siis keskendub antud analüüs pigem üldise organiseeritud vabatahtliku tegevuse meediakajastusele.

Hea vabatahtliku tegevuse teavituse näidetena võib esile tuua neid arvamused, kus vabatahtlikud ise kirjeldavad vabatahtliku tegevuse positiivseid külgi ja praktikaid. Sellised artikleid ilmus aasta jooksul päris mitmeid, enamasti kohaliku tasandi meedias, aga ka näiteks Maalehes, Eesti Ekspressis, Postimehes jm. Peamiselt kirjeldati välisriigis vabatahtlikuksõlemise kogemusi või selgitati, millised on vabatahtliku töö plussid isiklikul ja kogukondlikul tasandil. Kajastustes joonistusid välja just noortele

suunatud soovitusel, aga ka (kooli)noorte endi heated – olgu nendeks helkurite jagamine või heategevuslike jõulukaartide müük. Sageli sulandusid vabatahtlikkuse ja laiemate heategevuse piirid ühte, mida võib omakorda üldistada „teiste abistamise“ diskursuseks.

Kajastust leidsid ka projektid ja algatused, kus vabatahtlikud aitasid kaasa sotsiaalvaldkonnas. Näiteks Pärnumaa projekt, mille mõte oli luua tugev koostöö sotsiaalvaldkonnas tegutsevate ühenduste, omavalitsuste sotsiaaltöötajate ning sotsiaaltöö tudengite ja õppejõudude vahel. Lisaks kajastati ka mitmeid toiduabi pakkuvaid algatusi, nt enim kajastusi saanud Toidupanga projekti. Samuti jõudsid kohaliku meediasse asenduskodude, omastehooldajate ja hoolekandeesutustega seotud teemad, kus kas otsiti või kiideti olemasolevaid vabatahtlikke.

Vabatahtlikust tegevusest rääkides toodigi meedias sagedamini sisse kõrvalteemad, nagu annetamine, heategevus, kodanikualgatus, doonorlus, loodus- ja loomakaitse, kogukond ja turvalisus. Domineerisid peamiselt erinevad projektid ja ühekordsed algatused, vähem räägiti pikaajalisest vabatahtlikkusest ning praktiliselt puudus arutelu professionaalidest vabatahtlike osas.

Valdav enamus edulugusid leidsid kajastust kohaliku tasandi meedias, peamiselt valla- või maakonnalehtedes ja nišiväljaannetes ning harva jõudsid vabatahtlikku tegevust peegeldavad lood üleriigilistesse meediakanalitesse (v.a päästeala temaatika). Osalt on see põhjendatud, kuna kohalik meedia on altim tooma lugejateni n-ö oma inimeste igapäevaelu, mis suure leviga väljaannetes sageli uudiskünnist ei ületa. Siiski on ka erandeid, näiteks Aktuaalse Kaamera saatelõik näitas, kuidas vabatahtlikku tööd tehes võib saada ka palgatööle;

*Elus on ikka nii, et kui aitad teisi, aidatakse ka sind. Nii juhtus endise juuksuri Tiina Toomjõega, kes jäi oma kodulinna Paidesse tagasi kolides aastaks ajaks töötuks. Kuid kolme poja ema ei mällanud kodus istuda ja pakkus end haigla patsientidele tasuta juukseid lõikama. Poole aasta pärast tegi haigla talle ettepaneku hakata palgatööle erakorralise meditsiini osakonnas, vahendas "Aktuaalne kaamera". (22.11.12)*

Rohkem on üleriigilises meedias saanud kajastatud just suuremad vabatahtlikke kaasavad projektid ja ühendused, olgu nendeks Toidupank, Teeme Ära! ja Talgupäev või Tagasi Kooli; edukamad kultuuriprojektid, aga ka SA Tallinn 2011 vabatahtlikke kaasamine ning Euroopa vabatahtliku tegevuse aasta algatused. Alljärgnevalt on välja toodud mõned näited.

*Toidupanga tegevjuht Piet Boerefijn on rõõmus selle üle, et seniste sarnaste kampaaniate käigus on Eesti inimesed näidanud üles hoolivust ja soovi aidata. Vähekindlustatud perede toidulauale on Toidupanga kaudu jagatav abi oluline lisa ning samal ajal aitab avalik toidukogumine tõsta ühiskonna teadlikkust vaesusprobleemi osas tervikuna. Annetuskampaania raames on nädalavahetuseks appi oodatud nii senised abilised kui uued tegusad vabatahtlikud. (Postimees 17.11.11 Toidupank kogub Prismades toiduannetusi).*

*Poliitik Imre Sooäär arvab Eesti kuvandist rääkides, et "Teeme ära!" oleks just selline lugu, mis aitaks kogu maailmas Eesti tutvustamisele kaasa, kuna on värvikas, positiivne ja jääb hästi meelde. (Õhtuleht 14.01.12 "Let's do it!" saagu Eesti kuvandiks maailmas).*

*Järelloenduse tulemusena on selgunud, et "Tagasi kooli" ürituse raames käis tundi andmas ning õpilastega oma töö- ja elukogemusi jagamas kokku 687 inimest. Algatusel võttis osa 167 kooli. Lisaks on president Toomas Hendrik Ilvese ja sihtasutuse Noored Kooli üleskutsest saanud alguse pikaajalisemad plaanid koolide ja kohta, teatas SA Noored Kooli. (Eesti Päevaleht 20.03.2009 "Tagasi kooli" algatus tõi klasside ette üle 600 inimese).*

Eraldi väljatoomist väärrib ka Delfi portaali Eesti Elu rubriik, kus avaldatakse ja tsiteeritakse erinevate kohaliku tasandi väljaannete artikleid. See annab väikestele lehtedele võimaluse kajastada nende lugusid suure lugejaskonnaga *online*-portaalis. Ka vabatahtliku tegevuse teema sai viimase aasta jooksul sel viisil korduvalt esile toodud.

Maakondlikest väljaannetest kajastas vabatahtlikku tegevust keskmisest enam Pärnu Postimees, mis võib olla tingitud ka sellest, et Pärnumaal on viimasel aastal toimunud mitmeid vabatahtlike üritusi ja algatatud projekte.

*Siiski saab rõõmsamalt tõdeda, et Eestis tervikuna, sealhulgas Pärnumaal ja Pärnus, seis nii kehv ei ole. On ju üsna palju aega varem mainitud uuringust edasi tiksunud, meie riigi seadusandja on kohandanud vabatahtliku tegevuse raamistikku ja muutunud on hoiakud tervikuna nii riiklikul kui kohalikul tasandil. /.../Pärnumaale on aktiivsete partnerite toel loodud vabatahtlike keskus. Äsja kuulsime uudist üha rohkem kaardile tulevast loomemajandusest, mis peamiselt ELi, samuti omavalitsuste rahastuse toel nüüd siinkandis jõulisema arengutõuke peaks saama. (Pärnu Postimees 10.11.12 Asi iseenesest ehk mõni mõte vabast tahtest).*

*Seal oli üritus nimega Osaluskohvik, kus noored ning noortemeelsed arutasid selle üle, kuhu tulevikus liikuma peame. /.../ Teemad, mille üle arutati, olid: 16aastaselt valima, vabatahtlikkus, noorte osalus kohalikul tasandil, noorte tervis, noorte tööhõive, mitteformaalne formaalses keskkonnas ning veel kolm Pärnut ning Pärnumaad puudutavat probleemi. (Pärnu Postimees 12.12.11 1500 pead ja 15000 sekundit noortesõbralikuma tuleviku nimel).*

Vabatahtliku töö erinevaid vorme ja võimalusi tutvustati põhjalike aramuslugude ja artiklite näol ka MTÜ Ökomeedia ja Vabatahtliku Tegevuse Arenduskeskuse koostöös portaalis [bioneer.ee](http://bioneer.ee).

## Kõneisikud

Nagu esitatud kajastusest näha, saavutavad vabatahtlikega seotud teemad laiemat kõlapinda, kui kõneisikuks on mõni ühiskonnas või kogukonnas tunnustatud inimene. Olulist meediatähelepanu pälvivad ka avalikult esitletavad tunnustamised ja esiletõstmised, kus patrooniks on avalikkusele tuntud inimene. President on käsitlenud jõuliselt kodanikuühiskonna, sh vabatahtliku tegevuse teemat, mitmetes kõnedes ja avaldustes.

*Vabariigi president Toomas Hendrik Ilves pöördus oma kõnes teenetemärkide saajate poole: "Teie seas on inimesi väga erinevatelt elualadelt, aga teid kõiki ühendab pühendumus. Pühendumus oma kutsetööle, vabatahtlikule tegevusele, kodukohale. Pühendumus Eestile ning nendele väärtustele, millesse vaba Eesti usub ja millele toetub. Ja selle eest Eesti tänab teid." ([www.president.ee](http://www.president.ee)). President Toomas Hendrik Ilves annab täna kell 13 Tartu Ülikooli aulas riiklikud autasud 99 inimesele, keda tunnustatakse Eestile osutatud teenete eest. Samuti saab punase risti teenetemärgi vabatahtlik abistaja Karl Mäesepp. (23.02.12 Postimees President annab Tartus üle riiklikke autasusid).*

Peamiste kõneisikutena figureerisid meedias siiski vabatahtlikud ise, kes kirjutasid nii aramuslugusid kui andsid intervjuusid. Aktiivsed vabatahtlikkuse eestkõnelejad olid ka vabatahtlike kaasavate suurprojektide eestvedajad, samuti vabaühenduste ja katuseorganisatsioonide liikmed. Teavitustööd tegid enamasti vabatahtlikku tegevust tutvustavad organisatsioonid, nagu Vabatahtlike Arenduskeskus ja maakondlikud vabatahtlike keskused. Viimaste puhul oli märgata, et osade piirkondade tegevused olid teistest selgelt enam (kohalikus) meedias nähtavad. Avaliku sektori poliitikakujundajate osalus vabatahtlikkuse teemal jäi avalikkuses siiski tagasihoidlikuks, kui välja arvata Siseministeeriumi koordineeritud vabatahtliku tegevuse aastaga seotud kommunikatsioon ja päästala vabatahtlike rolli tähtsustamine.

## 1.5. Hetkeolukorra analüüsi kokkuvõte

Käesolev hetkeolukorra analüüs annab taustinformatsiooni vabatahtliku tegevuse kohta Eestis organiseeritud vabatahtliku tegevuse kommunikatsioonistrateegia koostamiseks. Selleks on kasutatud riiklikke strateegilisi dokumente ning eelnevaid vabatahtliku tegevusega seotud uuringuid. Nende alusel on kokku pandud käesoleval hetkel Eestis toimivate kommunikatsioonipraktikate ülevaade.

Vabatahtliku tegevuse ühene määratlemine on keeruline, kuna vabatahtlik töö võib hõlmata erinevaid valdkondi, erinevaid tegevusi ja võib toimuda väga erinevates olukordades. Mitmed eelnevad uuringud on lähtunud KODARas välja toodud vabatahtliku definitsioonist, kuid on sellega seoses välistanud nn mitteteadlikud vabatahtlikud. Käesolev analüüs hõlmab vabatahtliku käsitluse juures ka neid, kes ennast ise vabatahtlikeks ei defineeri, kuid on osalenud vabatahtlikes tegevustes.

Eelnevatest uuringutest selgub, et üldiselt on Eestis tegutsev vabatahtlik pigem kõrgharitud Eesti rahvusest Eesti Vabariigi kodanik, kes töötab tippspetsialisti või keskastme juhina ja teenib keskmisest rohkem. Tegemist on pigem maa-asulas elava inimesega. Vabatahtliku tegevuse komplitseerituse tõttu on oluline välja tuua ka erinevad vabatahtlike tüübid. Esimene tüüp, mis moodustab ligi 80% kõikidest vabatahtlikest, on suhteliselt väheaktiivne, osalenud peamiselt kas heakorra- või päästetöödel või pakkunud inimestele abi. Samas teise rühma moodustavad vabatahtlikud, kes on aktiivsed erinevates ettevõtmistes (moodustavad ligi 20% kõikidest vabatahtlikest). Vabatahtlikuks olemine on teise tüübi puhul teadlik ning kõrgelt motiveeritud tegevus. Vabatahtliku tegevuse kohta informatsiooni saamine erineb samuti tüübiti. Kui esimene tüüp kuulub vabatahtliku tegevuse võimalustest põhiliselt massimeedia (televisioon ja ajalehed) vahendusel, siis teise tüübi puhul on olulisimaks allikas internet ning lisaks saadakse infot tuttavate ja sõprade käest. Eelnevad uuringud soovivad potentsiaalsete vabatahtlike värbamiseks suunata kommunikatsioonipraktikad juba aktiivsele vabatahtlikule, venekeelsele elanikkonnale ning vaba ajaressursiga vanemaelisele inimesele.

Olulist rolli vabatahtlike kaasamise soodustamisel mängivad ka vabaühendused. Eelnevad uuringud (Praxis 2009 ja KUAK 2010) on välja toonud, et kahel kolmandikul ühendustest on olemas vabatahtlike kaasamise kogemus, kuigi ligi sama palju ei kaasa vabatahtlikke tihti. Nagu on olemas erinevad vabatahtlike tüübid, on olemas ka erinevad vabaühenduste tüübid. Käesolev analüüs toob välja kuus tüüpi, millest vaid kaks ei tegele vabatahtlike kaasamisega aktiivselt. Üldjoontes on vabatahtlikke kaasavad organisatsioonid rohkem väljakujunenud ja professionaalsed. Samas ühendused, mis on orienteeritud oma liikmeskonnale ja mille tegevus on suunatud vaid organisatsioonisiseste eesmärkide saavutamisele, ei kaasa ka vabatahtlikke oma tegevustesse. Vabatahtliku tegevuse arengule ühendustes on võimalik kaasa aidata ühenduste teadlikkuse tõstmisega erinevatest olemasolevatest tugistruktuuridest ning muudest võimalustest.

Vabatahtlike arvu ning ühenduste võimekuse tõstmisega tegelevad mitmed avaliku ja kolmanda sektori asutused ning erinevad teadus- ja uurimiskeskused. Valdonna kommunikatsioonipraktikate hetkeolukord on antud analüüsis toodud välja kokkuvõtva tabeli kujul (tabel 2). Lisaks on välja toodud Euroopa vabatahtliku tegevuse aasta projektid ja erinevate organisatsioonide panus vabatahtliku tegevuse edendamisesse. Antud ülevaade võimaldab uurida erinevate organisatsioonide ja tegevuste kitsaskohti ning pakub sel kujul taustinformatsiooni kommunikatsioonipraktikate võimalikuks parandamiseks. Lisaks võtab analüüs kokku ka vabatahtliku tegevuse mediakuvandi viimase aasta jooksul, mis üldiselt on olnud positiivne hoolimata vähesest kajastusest. Suures osas kajastatakse vabatahtlikku tegevust pigem kohaliku tasandi lehtedes ja internetis, ning mitte massiteabevahendites, mis näitab vabatahtliku tegevuse vähest väärtustamist riiklikul tasandil.

## 2. Vabatahtlikele suunatud kommunikatsioonipraktikate analüüs

Käesolev osa annab ülevaate kommunikatsioonistrateegia koostamise raames korraldatud uuringute tulemustest. Kommunikatsioonipraktikate analüüsi aluseks on: veebiküsitlus vabatahtlike kaasavate vabaühenduste esindajatega; kolm fookusrühma arutelu ja süvaintervjuud erinevate siht- ja sidusrühmade esindajatega.

**Veebiküsitluse** eesmärgiks oli kirjeldada praegustele ja potentsiaalsetele vabatahtlikele suunatud kommunikatsioonipraktikad ja ühenduste kommunikatsioonivõimekust. Lisas 3 on antud täpne ülevaade uuringu taustast ja küsitluses osalenud vabaühendustest. **Fookusrühmad** viidi läbi kodanikuühiskonna- ja kommunikatsiooniekspertide; vabaühenduste; ja ettevõtete esindajatega.

### 2.1. Tagasiside senistele vabatahtliku tegevuse arendamise tegevustele

Vabatahtlike kohta saadakse infot enamjaolt suusõnalisel teel (Lisa 4). Kõige rohkem märgiti ära, et informatsioon on pärit **sõpradelt-tuttavatelt** (65%) ning **kolleegidelt, vabaühenduste liikmetelt ja koostööpartneritelt** (56%). Sarnane nägemus oli ka fookusrühmas osalenud ühendustel. Põhiliselt kaasatakse vabatahtlike tuttavate, sõprade ja liikmete kaudu. Vabatahtlike leitakse ka valdkonna vastu huvi tundvate inimeste seast (nt spordivõistluste korraldamisel). **Suuresti toimub kaasamine suusõnalisel teel ning kohalikul tasandil.** Lisaks sellele tasub täheldada, et informatsioon vabatahtlike kaasamise kohta levib mõnel määral ka **infopäevadel ning muudel üritustel** (30%), eraldi toodi välja ka **koolitused** (17%) ning samal määral ka teiste organisatsioonide **veebilehed ja infokirjad** (17%). Sotsiaalvõrgustikke küll kasutatakse, kuid informatsiooni levikul ei ole need siiani olnud primaarsed allikad (14%). Väga vähe informatsiooni saadakse süstemaatilisemal teel: meedia (raadio, üle-eestiline ja kohalik meedia), Vabatahtlike Värav.

Need ühendused, kes on kuulnud ning on kursis vabatahtliku tegevuse hea tavaga seda ka suuresti suuresti järgiva. Samas ei ole sellest kuulnud üle kolmandiku vastanutest ning lisaks veerand ei osanud öelda, kas nende organisatsioon lähtub heast tavast. Seega **ligi kaks kolmandikku vastanutest ei ole kuulnud või ei ole piisavalt kursis vabatahtliku tegevuse hea tava põhimõtetega.**

Organisatsioonid **ei kasuta Vabatahtliku Tegevuse Arenduskeskuse Vabatahtlike Väravat vabatahtlike leidmiseks.** Üle poole ei ole isegi kuulnud taolisest portaalist ning kuigi ligi 40% on sellest kuulnud, siis kasutanud nad seda sellegipoolest ei ole. Ka suur osa fookusrühmades osalenutest (nii ettevõtete kui ühenduste seas) ei olnud Vabatahtlike Väravast kuulnud. Vaid ühe spetsiifilise ühenduse esindaja rääkis kogemustest seoses vabatahtlike värbamisega Vabatahtlike Värava kaudu. Need kogemused olevat olnud meeldivalt positiivsed.

Ka fookusrühmas osalenud eksperdid teadvustasid seda probleemi, kuigi nägid **Vabatahtlike Väravas** potentsiaali inimeste **üldise teadlikkuse tõstmiseks** vabatahtliku tegevuse alal. Vabatahtlike Värava andmebaasis on suhteliselt vähe ühendusi arvestades, kui palju koolitusi VTA ühendustele korraldab. Samas **ei tehta Vabatahtlike Väravale eraldi reklaami, mis võiks tõsta teadlikkust antud veebikeskkonna suhtes.** Vabatahtlike Värav on üleriigiline, laiemale ringile mõeldud ning väiksemate, kohalike ürituste korraldamisel võiks info inimesteni jõuda ka kohalikul tasandil. Väiksemad ning isiklikel kontaktidel põhinevad ühendused leidsid, et nemad ei julgeks **nii kaudsel teel nagu seda on internet endale ühendusse vabatahtlike leida.**

Ühendused ei ole kasutanud ka Vabatahtliku Tegevuse Arenduskeskuse poolt välja töötatud vabatahtliku passi. Vaid veerand ühendustest on passist kuulnud, kuid ka nemad ei ole seda kasutusele võtnud.

Vabatahtlike kaasavad ühendused ei ole praktiliselt üldse (95%) kasutanud maakondlike vabatahtlike keskuste teenuseid. Vaid 20 antud valimi ühendust on kasutanud maakondlike vabatahtlike keskuste teenuseid ning üldjoontes ollakse kogemusega rahul – väga rahul (20%) ning pigem rahul (65%). Taas kord ei ole võimalik teha üldisemaid järeldusi, kuna enamus organisatsioone ei ole maakondlike vabatahtlike teenustega üldse kokku puutunud. Üle poole nendest ühendustest, kes ei ole maakondlike vabatahtlike keskuste teenuseid kasutanud, leiab, et neil pole olnud vajadust nende teenuseid kasutada, kolmandik pole olnud kursis nende keskuste olemasoluga ning ligi 10% puhul puudub taoline keskus nende maakonnas. Lisaks tuuakse veel välja, et ühendused kaasavad pigem oma MTÜ liikmeid ning kohalikke vabatahtlikke.

## 2.2. Kommunikatsioonitegevused ja -kanalid

Vabatahtlike värvatakse samade kanalite kaudu, kust nende kaasamise kohta informatsiooni saadakse. Kõige rohkem leitakse vabatahtlike otse kutsumisega (78%), informatsiooni levitamisega sõprade ja organisatsiooni liikmete seas (74%) (Lisa 5). Lisaks leidis viiendik vastanutest, et vabatahtlike leidmiseks pakuvad võimalust sotsiaalvõrgustikud, mõnevõrra vähem kasutatakse organisatsiooni infokirju ja kohalikke kuulutusi.

Kui sotsiaalvõrgustikud sobivad rohkem noore potentsiaalse vabatahtliku kaasamiseks, siis vanemaealiste puhul toimib kõige parema informatsiooniallikana kohalik/linnaosa leht või raadio (eriti/näiteks Vikerraadio), selgus intervjuust. Lisaks sobib vanemaealise kaasamiseks ka televisioon (eelkõige ETV) ja lauatelefon.

Üle poole vastajatest leidis, et infojagamine sõprade ja organisatsiooni liikmete seas on kõige tõhusam vahend vabatahtlike värbamiseks. Sama leidsid ka fookusrühmas osalenud ühendused. 40% leidis seevastu, et kõige parem viis värbamiseks on sobivate inimeste otse kutsumine panustamaks oma aega organisatsiooni tegevustesse.

Vabatahtlikega suhtlemiseks kasutatakse ülekaalukalt telefoni (77%) ja e-kirjade saatmist (73%) (Lisa 6). Elektroonilisi infoliste kasutab 22% ühendustest ja organisatsiooni meeskonna koosolekutele kaasab vabatahtlikke 15% organisatsioonidest. Kõige paremini toimivaks vahendiks peeti ligi pooltel juhtudel (45%) telefoni. Ligi kolmandik (30%) leidis, et tõhusaim viis vabatahtlikega suhtlemiseks on suhtlus e-kirja teel. Lisaks leidis 8% vastanutest, et parim viis suhtlemiseks on vabatahtlike infolist ning vaid 7%, et kõige efektiivsemalt töötab meeskonna koosolekutel osalemise.

## 2.3. Vabatahtlike värbamise, kaasamise ja juhtimise kvaliteet organisatsioonis

Vabatahtlike värbamise, kaasamise ja juhtimise kvaliteedi hindamise aluseks oli VTA poolt välja töötatud vabatahtliku sõbra märgi kvaliteedikriteeriumid. Samuti vabatahtliku tegevuse hea tava.

Läbiviidud uuringu käigus selgus, et strateegiline arengukava on olemas ligi pooltel (42%) ühendustest. Kirjalik strateegiline arengukava puudub hetkel aga ligikaudu sama paljudel. Ülejäänud organisatsioonidel on arengukava koostamisel.

Üldiselt on ca 60% ühendustest kursis sellega, mis on vabatahtlike kaasamise eesmärk ja milline roll neil organisatsioonis võiks olla. 15% vastanutest leidis, et nad tegelevad taolise arusaama loomisega oma organisatsiooni jaoks.



Natuke rohkem kui kümnendik ühendustest leidis, et neil puudub arusaam vabatahtlike kaasamise eesmärkidest. Samas ei anna antud küsimus vastust sellele, mida ühendused vabatahtlike kaasamise eesmärkide all silmas peavad. Nagu eelnevalt mainitud, ei ole ühenduste teadlikkus vabatahtlike kaasamise võimalustest suur. Nimelt leidsid fookusrühmas osalenud ettevõtted, et ühendused ei tea, kuidas või millega ettevõtete poole pöörduda. Samuti ei osanud fookusrühmas osalenud ühendused pakkuda välja erinevaid vabatahtlike kaasamise võimalusi. Seega võib suurem teadlikkus, mis peegeldub veebiküsitluse tulemustes, olla põhjendamatu.

Vabatahtlikkuse määratlemine ei ole ka ekspertide hulgas lihtne. Teatud arusaam, mis võiks vabatahtlikkuse olla on ekspertidel olemas, kuid tunnetatakse, et tavakodanikud vabatahtlikkuse tähendust ei mõista. Inimesed ei saa aru, et vabatahtlik töö võib olla väga mitmekesine. Vabatahtlikkus hõlmab nii pisikesi heategevusi kui ka professionaalset töötamist vabatahtlikuna ning seda kõikvõimalikes valdkondades.

Ressursside kohta uurides, selgub, et ühendusi, kus on või pigem on vabatahtlike juhtimise eest vastutav kindel inimene ning kus seda inimest ei ole või pigem ei ole, on enam-vähem võrdselt. Tuleb välja, et ligi 60% ühendustel ei ole või pigem **ei ole võimalik kompenseerida vabatahtlikele tegevusega seotud kulusid**. Samas 40% ühendustest on siiski seda võimelised teatud määral tegema. Üldiselt leiavad ettevõtted/ühendused (60%), et vabatahtliku ja organisatsiooni õigused, kohustused ning vastutus on organisatsioonis teada. Samas leiab veidi üle 30% vastanutest, et neile see nii selge ei ole.

Küsitlusest selgus, et ühendustel **puuduvad või ei ole läbi mõeldud võimalused, kuidas vabatahtlike paremini värvata** (Lisa 7). Esiteks, kolmveerand vastanutest on seda meelt, et vabatahtliku tegevuse võimalused pigem ei ole või **ei ole hõlpsasti leitavad nende kodulehel**. Teiseks, pigem puudub või **puudub organisatsioonidel tegevuskava** vabatahtlike värbamiseks (ca 95%). Kolmandaks, ligi 60% ühendustest ei ole **välja töötatud sõnumeid**, millega potentsiaalseid vabatahtlike organisatsiooni kutsuda ning lisaks leiab 20% ühendustest, et neil pigem puuduvad sellised sõnumid.

Organisatsioonid hindavad **vabatahtlikku tegevust, rahulolu ja arengut üldjuhul kõrgelt** (Lisa 8). Ligi kaks kolmandikku vastajatest arvas, et **organisatsioon juhendab või koolitab vabatahtlike** enne nende tööülesannete täitmist. Ligi 90% ühendustest leidis, et nad **annavad vabatahtlikele tehtud töö eest tagasisidet**. Lisaks on 85% organisatsioonidest seda meelt, et vabatahtlikud on **teadlikud, kellele ja kuidas nad saavad organisatsioonis tagasisidet anda ja ettepanekuid teha**. Ka ühenduste esindajatega läbi viidud fookusrühmas leiti, et vabatahtlikega sujub koostöö hästi, kui ühenduse siseselt liigub piisavalt informatsiooni ning vabatahtlikuga suheldakse isiklikul tasandil. Suurim probleem nende jaoks on aga aja- ja inimressursi puudus sellega tegelemisel.

Lisaks tunneb pea kaks kolmandikku (58%) ühendustest, et **neil on läbi mõeldud, kuidas vabatahtlike motiveerida ja tunnustada** ning 27% plaanib sellega tegeleda edaspidi. Fookusrühmas osalenud ühenduste ja ekspertide esindajad rõhutasid mõlemad pigem vabatahtlikust tegevusest saadavat **tagasisidet** ning leidsid, et **kõige olulisem motivaator vabatahtliku jaoks on huvi** antud valdkonna või töö/ülesande vastu.

Organisatsioonide esindajad tajusid, et **ühendustel on hetkel liigagi suur kohustus vabatahtlikele midagi vastu pakkuda** ning neile tundub, et vabatahtlikud teinekord lausa ootavad, et neile midagi pakutaks. Samas toodi välja, et vabatahtlik tegevus võib kaasa aidata üldisele isiklikule arengule ning karjäärile.

Ka eksperdid leidsid, et käesoleval hetkel on inimeste arusaam vabatahtlikust tööst seotud suuresti lõbuga. Ei mõisteta, et tegelikult on organisatsioonil püstitatud sisuline/temaatiline eesmärk, milleni soovitakse jõuda ning seetõttu on sisulist tööd tegevaid vabatahtlike keeruline leida. Inimesed ei tea,

et vabatahtlik töö võib olla rahulolu tekitav. Puudub arusaam, et vabatahtlik tegevus on kui igaühe moraalne kohustus, mida tehakse kogu ühiskonna huvides. Vabatahtlik tegevus ei ole saavutanud ühiskonnas n-ö „normaalsuse“ taset.

**Organisatsiooni infokandjates ja kodulehel** tõstab vabatahtlikkusega seotud teemasid esile veidi enam kui kolmandik (37%) vastanutest. Edaspidi on plaanis selline tegevus ette võtta ligi 40% ühendustest. Vaid väike hulk (14%) organisatsioone ei pea seda meetodit vabatahtlike esiletõstmisel oluliseks.

Kõikidel organisatsioonidel, millel on olemas veebilehekülg (65%), on see eesti keeles. Lisaks on 14% juhtudest info esitatud inglise ja 6% vene keeles. Veebileht puudub 35% ühendustest.

## 2.4. Arenguvajadused, tulevik, soovitused

Organisatsioonidelt uuriti, millised vabatahtlike kaasamiseks tehtud sammud on siiani kõige edukamaks osutunud ja miks. Tegu oli avatud küsimusega, millele vastasid inimesed 328 organisatsioonist. Üldiselt ei vastatud miks-küsimusele ja pandi kirja vaid kuidas on nende jaoks vabatahtlike värbamine kõige edukam olnud. Sarnaselt kommunikatsioonikanalitele, oli ka siinpuhul kõige rohkem rõhutatud **pere ja tuttavate kaudu värbamist ning otsesuhtlust võimalike vabatahtlikega**. Lisaks sellele mainiti korduvalt **liikmeskonda kui vabatahtliku töö tegijat** ning ka info edasikandjat potentsiaalsetele vabatahtlikele. Ürituste läbiviimine olid samuti mitmeid kordi märgitud kui vabatahtlike kaasamise vahend. Mainiti ka, et üliõpilased käivad ühendustes praktikatel ning spetsialistide abi vajamisel pöörduakse otse vastavate inimeste poole.

Lisaks toodi välja, millised on seniste vabatahtlike kaasamise tegevuste nõrgad kohad ja puudused. Selgus, et kõige rohkem on **puudus üldistest ressurssidest**. Ühendustel puudub raha ja transpordi pakkumise võimalus. Inimestel seevastu puudub vaba aeg, millega vabatahtlikku tegevusse panustada.

Läbiv probleem on vabatahtlike motiveerimine. Ühendustel puudub süstemaatiline lähenemine vabatahtlikele. Pole inimest, kes tegeleks otseselt vabatahtlike valdkonnaga, puudub üldine andmebaas ning tagasisidet ei saada vabatahtlike endi käest. Samas märgiti ka ära, et vabatahtlikel tihtipeale puuduvad töö tegemiseks vajalikud oskused ning nende väljaõpetamine võib kujuneda koormavamaks kui töö ise äratemine.

Sarnaselt juba kasutusel olevatele kommunikatsioonikanalitele soovivad ühendused lisaks **arendada info levitamist oma tuttavate ja organisatsiooni liikmete seas ning organisatsiooni oma veebilehel** (Lisa 9). Mõlemaid variante valiti ligi pooltel juhtudest. Lisaks sellele soovitakse paremini ära kasutada sotsiaalvõrgustikke (27%), kohaliku omavalitsuse veebilehte (19%) ning kohalikus või maakondlikus ajalehes kuulutamist (19%). Seega erilist rõhku osutati siiski kohalikule tasandile.

Küsimustikus oli võimalik veel märkida, mida organisatsioon võiks vajada selleks, et tulevikus veelgi edukamalt vabatahtlikke oma tegevusse kaasa haarata. Küsimusele vastanud 291 organisatsiooni vastustest selgus, et **organisatsioonid üldiselt ei tunne puudust lisavabatahtlike kaasamisest**. Põhiliselt märgiti, et hetkel on vabatahtlikke piisaval hulgal. Samas öeldi, et infot ei levi piisavalt ning seetõttu on **teadlikkus vabatahtliku töö võimalustest madal**. Taas kord tuli välja, et puudub organiseeritus vabatahtlike värbamise valdkonnas ja ei ole inimest, kes spetsiaalselt antud teemaga tegeleks. Mainiti, et vabatahtlike motiveerimine ja tunnustamine on ressursside puudumise tõttu piiratud. Nii mõnigi ühendus rõhutas oma veebilehe ning selle haldamise vajalikkust.

Küsitluses uuriti, millist lisainfot või tugiteenuseid vajatakse vabatahtlike paremaks värbamiseks ja rakendamiseks riigilt, omavalitsuselt või vabatahtlike keskuselt. Siia lisa oma arvamuse 273



organisatsiooni esindajat. Sarnaselt eelnevale leidsid organisatsioonid, et **nad ei vaja midagi või ei oska öelda, millest seoses vabatahtlike kaasamisega puudust tuntakse.**

Samas tuli välja, et **ühendused ei tea, mida oleks võimalik küsida. See näitab, et vabatahtlike potentsiaalse värbamise teadlikkus on väike ka organisatsiooni tasandil.** Ühendused soovisid 'mõistvat' suhtumist ja KOVide poolset koostööd ning kogemuste jagamise võimalusi teiste organisatsioonidega. Samuti selgus, et oluline oleks korraldada koolitusi ja infopäevi, et selgitada erinevaid teemasid (võimalusi, õigusi) seoses vabatahtliku töö kaasamisega.

Sarnaselt juba mainitule olid läbikäivad teemad veel ressursside nappus, millega seostuvad ka raskused vabatahtlike motiveerimisel, samuti ühtse vabatahtlike värbamise süsteemi puudumine. Ka fookusrühmades osalenud ühenduste esindajad leidsid, et avalik sektor võiks rohkem panustada erinevate mittetulunduslike valdkondade tegevustesse. Osa valdkondi on praegu riigi poolt väärtustatud ning rahastatud, samas jääb osa eluliselt tähtsaid valdkondi tähelepanuta. Erinevate ürituste ja muude tegemiste kohta saavad ühendused infot suuresti Eesti Mittetulundusühingute ja Sihtasutuste Liidu (EMSLi) kaudu. Erinevate MTÜdega seotud teemade jaoks kasutatakse ka internetiotsinguid.

Suures osas ei ole organisatsioonid saanud abi ega nõuandeid vabatahtlike värbamiseks katusorganisatsioonist ega koostöövõrgustikust. Kokku pole abi saanud kaks kolmandikku (67%) vastanutest, kellest natuke alla poole ei kuulu ühtegi koostöövõrgustikku ega katuseorganisatsiooni. Samas 15% vastanuist on abi saanud katuseorganisatsioonist ning 19% koostöövõrgustikust.

Fookusrühma arutelul rääkisid eksperdid, et riigi arusaam vabatahtlikust tegevusest on jäänud **teenuse osutamise** tasandile ning see peaks võtma suuna pigem väärtuspõhisuse poole. Ühiskondlikud hoiakud nii ühenduste kui vabatahtlike seas tulenevad aga suuresti otsustajate (avaliku võimu) tasandilt ning sealt peaksid alguse saama ka muutused. Hetkel on avalik sektor vabatahtlikkuse teemal ebaefektiivne ning peaks tegema selgeks, mis on avaliku sektori enda ülesanded ning milliste teemadega võiksid tegeleda ühendused ja vabatahtlikud.

## 2.5. Vabatahtlikele suunatud kommunikatsioonipraktikate analüüsi kokkuvõte

Küsitletud organisatsioonid paiknevad suuresti tiheda asustusega Harjumaal ning Tartumaal ning nende peamised tegevusvaldkonnad on seotud inimeste vaba aja sisustamise ning huvialase tegevusega. Tegeletakse ka kultuuri ja kunstiga, sotsiaalsete rühmade esindamise ning piirkonna elukvaliteedi edendamiseks. Põhilisteks tegevusteks nende valdkondade seas on üldine huvitegevus, koolitamine ja nõustamine, kodanikualgatuse arendamine, sihtrühmade abistamine ning üldise teavitustöö tegemine. Seejuures keskenduvad organisatsioonid suuresti kohalikule tasemele ning tegutsevad vaid harva maakondlikult või üle-eestiliselt. Enamjaolt toimub töö eesti keeles.

Organisatsioonidel puudub tihtipeale sissetulek ning suures osas puudub ka tasustatud töajõud. Samas kaasab üle 90% küsitletud organisatsioonidest mingil määral vabatahtlikku töajõudu. Nii vabatahtlike kui püsivabatahtlike arv organisatsioonides on suhtelist väike, samas ei leita, et neist ka märkimisväärne puudus oleks. Tasustamata töajõudu kaasatakse kõige sagedamini ürituste ning talgute korraldamisel, kuid ka organisatsiooni igapäevategevuste läbiviimisel. Põhiliselt on vabatahtlike puhul tegemist keskealiste inimestega (35–49), kellest ligi pool panustab organisatsiooni just oma erialaste oskustega.

Üldiselt on organisatsioonide teadlikkus vabatahtlike värbamise võimalustest madal. Kuigi teatud määral ollakse kursis vabatahtliku tegevuse hea tava põhimõtetega, siis suuresti ei olda isegi kuulnud Vabatahtliku Tegevuse Arenduskeskuse veebiportaalist Vabatahtlike Värv, Vabatahtliku Tegevuse Arenduskeskuse poolt välja töötatud vabatahtliku passist ega kasutatud maakondliku vabatahtliku keskuse teenuseid. Lisaks ei ole ühendustel tihti läbi mõeldud ka võimalused, kuidas vabatahtlikke värvata – pole informatsiooni kodulehel, puudub tegevuskava värbamiseks ning ei ole välja töötatud sõnumeid vabatahtlike süstemaatilisemaks kaasamiseks.

Siiski selgus, et organisatsioonid ise leiavad, et nad oskavad hinnata vabatahtlikku tööd ning neil on pigem läbi mõeldud, kuidas vabatahtlikke motiveerida ja tunnustada. Nad koolitavad vabatahtlikke ja pakuvad neile tagasisidet. Suurimaks probleemiks värbamisel on osutunud ressursside puudus jm. motiveerimise võimalused, transport ning inimeste endi vaba aeg.

Organisatsioonid saavad suuresti informatsiooni vabatahtlike kaasamise kohta sõpradelt-tuttavatelt ja ühenduse enda liikmetelt. Samad kanalid on olulised ka vabatahtlike värbamisel ning kõige rohkem ollakse huvitatud sarnaste kanalite edasisest arendamisest. Lisaks ollakse huvitatud organisatsiooni oma veebilehe loomisest ning selle kaudu informatsiooni edastamisest.

Kuigi organisatsioonid ei tundnud üldiselt puudust lisavabatahtlike värbamisest, leiti, et puudub süstemaatiline lähenemine vabatahtlike kaasamisele. Samas peab märkima, et organisatsioonid ise ei ole suures osas kursis erinevate olemasolevate lahendustega (näiteks Vabatahtliku Tegevuse Arenduskeskuses jne). Huvi laiema koostöö vastu kumas käesoleva küsimustiku põhjal läbi, kuid samas ei osatud märkida, mil viisil oleks võimalik üldse abi saada. See näitab, et vabatahtlike värbamise teadlikkus on suhteliselt madal ka organisatsioonide endi keskel.

### 3. Hinnang senisele kommunikatsioonile

Võttes aluseks hetkeolukorra analüüsi, on alljärgenavalt välja toodud vabatahtliku tegevuse senise kommunikatsioonikorralduse tugevused ja nõrkused.

#### TUGEVUSED

- *Vabatahtlik tegevus on leidnud oma koha ühiskonnas.* Eestis on vabatahtlikus tegevuses osalenud ligikaudu pool elanikkonnast.
- *Informatsioon vabatahtliku tegevuse kohta on olemas.* Aktiivsel vabatahtlikul on võimalik otsida ja leida taustainfot nii vabatahtlikkuse valdkonna kui ka konkreetsete panustamisvõimaluste kohta.
- *Püsivabatahtlikud lähenevad vabatahtlikule tegevusele teadlikult ja motiveeritult.* Püsivabatahtlikud oskavad väärtustada vabatahtlikku tegevust ja selle mõju nii ühiskonnale laiemalt kui iseenda heaolule.
- *Vabaühendustel on vabatahtlike kaasamise kogemused.* Kaks kolmandikku ühendustest on kaasanud vabatahtlikke. Viimastel aastatel on vabatahtlike kaasamine ühendustes kasvanud.
- *Professionaalsed, organiseeritud ja katusorganisatsioonidesse kuuluvad ühendused kaasavad vabatahtlikke oma tegevusse süstemaatiliselt.*
- *Ühendustele on loodud laialdane riiklik ning kolmanda sektori tugistruktuur arendamiseks teadlikkust ja edendamaks võimalusi vabatahtlike kaasamiseks.* Olulisematest struktuuridest on nendeks EMSL, maakondlikud arenduskeskused, VTA ja maakondlikud vabatahtlike keskused. Lisaks sellele töötavad kodanikuühiskonna arendamise nimel ka Heateo SA, Avatud Eesti Fond, SA Archimedes, Õnnepank, SINA, Junior Achievement Estonia jt.
- *Loodud on tugimehhanismid vabatahtliku tegevuse lihtsustamiseks ja süstematiseerimiseks.* Headeks näideteks on Vabatahtlike Värav, vabatahtliku pass, vabatahtliku sõbra märk jt. (nõrkus: teadlikkus nendest abinõudest on siiski madal).
- *Vabatahtlikke tunnustatakse riiklikul tasandil.* VTA annab aastast 2005 välja aasta vabatahtliku tunnustust tähelepanuväärselt olulise vabatahtliku töö eest.
- *Euroopa vabatahtliku tegevuse aasta 2011 edendas erinevate ürituste, projektide ja meediakajastusega vabatahtlikku tegevust Eestis.*
- *Positiivsed suuremad vabatahtliku tegevuse projektid aitavad kaasa vabatahtliku tegevuse üldisele väärtustamisele.* Näiteks: Teeme Ära!, Toidupank, PÖFF, SA Tallinn, Tagasi Kooli, külaliikumise ja linnaosade seltside tegevus.
- *Vabatahtlik tegevus on kohalikus meedias kajastatud.* Kajastatakse suuremaid projekte ja seonduvaid teemasid, nagu annetamine, heategevus, doonorlus, kodanikualgatus, loodus- ja loomakaitse, kogukond ja turvalisus jt.
- *Presidendi tähelepanu kodanikuühiskonna arendamisele ja seega ka vabatahtliku tegevuse teemale suurendab vabatahtliku tegevuse kõlapinda Eestis.*

## NÕRKUSED

- *Üldine teadlikkus vabatahtlikust tegevusest on madal.* Inimesed ei oska nimetada vabatahtliku tegevuse elemente. Vabatahtlik tegevus on pigem seostatud lõbu kui väärtustega.
- *Suurel osal vabatahtlikel puudub väärtuspõhine lähenemine vabatahtlikule tegevusele.* Ligi 80% osaleb vabatahtlikus tegevuses konkreetse eesmärgi nimel, panustamine on pigem episoodiline ja lühiajaline.
- *Muu emakeelega Eesti elanikud ei ole kaasatud vabatahtlikku tegevusse Eestis.*
- *Vanemaelised kui vajalikku aja- ja kogemusressurssi omavad potentsiaalsed vabatahtlikud ei ole Eestis kaasatud vabatahtlikku tegevusse.* Samal ajal nende osakaal elanikkonnas üha suureneb.
- *Informatsioon vabatahtliku tegevuse võimaluste kohta ei ole inimestele piisavalt kättesaadav.* Lisaks ajapuudusele on vähene ja killustatud teave vabatahtliku tegevuse võimalustest üks põhilisi põhjuseid, miks vabatahtlikus tegevuses ei osaleta.
- *Ühendused ei kaasa vabatahtlikke süstemaatiliselt.* Kuigi vabatahtlike kaasamise kogemus on paljudel ühendustel olemas, kaasab märkimisväärne osa ühendustest vabatahtlikke väga harva ja neil puudub vabatahtlike kaasamiseks strateegia ning koordineerimise jaoks vastav inimene. Vabatahtlikke ei kaasata oluliste strateegiliste eesmärkide saavutamise, püsivate tegevuste ja vastustusrikkamate tööde puhul.
- *Ühendustel on raskusi informatsiooni levitamiseks.* Ei osata ega nähta võimalusi vabatahtlike kaasamise kommunikatsiooni teostamiseks.
- *Vabatahtlikke kaasatakse suuresti suusõnalisel teel ja oma lähiringis.* Põhiliseks kanaliks vabatahtlike kaasamisel on sõbrad-tuttavad ja ühenduse enda liikmed.
- *Ühendustel on vähene teadlikkus erinevate riiklike ja kodanikualgatuse tugistruktuuride olemasolust.* Ühendused ei ole kursis võimalustega, mida pakuvad VTA, maakondlikud vabatahtlike keskused, maakondlikud arenduskeskused ja teised tugistruktuurid.
- *Ühendustel on vähene teadlikkus erinevatest tugimehhanismidest.* Ühendused ei ole suuresti kasutanud Vabatahtlike Väravat, pole kuulnud vabatahtliku sõbra märgist ja vabatahtliku passist või selle elektroonilisest versioonist.
- *Üleriigilises meedias on vabatahtlik tegevus vähe kajastatud.*
- *Ei tegeleta noortega kui potentsiaalsete vabatahtlike sihtrühmaga.* Noortele kui potentsiaalsetele vabatahtlikele suunatud eraldi kommunikatsioon on ebapiisav. Samal ajal on üksikud erandid (PÖFF jt) näidanud, et noored on vabatahtliku töö osas positiivselt meelestatud ja valmis panustama, kui nende kaasamisega aktiivselt tegeleda.
- *Puudub teadlik teavitus- ja kaasamistegevus erasektori suunal.* Eraettevõtted kui vabatahtlike tööandjad ja potentsiaalsed partnerid professionaalidest vabatahtlike kaasamisel on kasutamata ressursid. Ettevõtted ei ole teadlikud vabatahtliku tegevuse olemusest, toetamise võimalustest ja potentsiaalsest kasust ettevõtte (äri) eesmärkide saavutamisel.

## 4. Vabatahtliku tegevuse kommunikatsioon

### 4.1. Alus ja põhimõtted

Käesolev kommunikatsioonistrateegia on suunatud Siseministeeriumile, Eesti kodanikuühiskonna tugistruktuurile (vt tabel 2), ettevõtetele, avalikkusele ja vabaühendustele eesmärgiga suurendada kõigi osapoolte vahelist koostööd ja võimekust vabatahtlike senisest edukamaks kaasamiseks.

Vabatahtlik tegevus pakub võimalust olla aktiivne kodanik ja kogukonna liige, omandada uusi oskusi, laiendada silmaringi ja oma sotsiaalset võrgustikku, saada uusi tutvusi ja suurendada enesekindlust. Uurimused näitavad, et vabatahtlikuna tegutsemine suurendab inimese huvi enda ümber toimuva vastu ning tõstab tema ühiskondlikku ja poliitilist aktiivsust. Veel on leitud, et vabatahtlikuna tegutsenul on vanemas eas parem tervis ja nad on oma eluga rohkem rahul kui teised. Samuti on vabatahtlikud innukamad õppima ja haridust omandama ning neil on tänu ulatuslikumale sotsiaalsele võrgustikule ja töökogemusele kergem tööd leida (Wilson 2000). Paljud Euroopa Liidu riigid on edukalt rakendanud võimalust suurendada vabatahtliku töö kaudu sotsiaalset kaasatust ning abistada noori ja riskirühmadesse kuulujaid tööturule jõudmisel või sinna naasmisel.

Vabatahtlikud aitavad organisatsioonidel ühelt poolt säästa ressursse, teisalt tõsta teenuste kvaliteeti ning sageli tagada teenuse olemasolu. Peale selle võimaldab vabatahtlik töö riigil vahendeid kokku hoida. Kui arvestada vabatahtlike tehtud töö väärtust ja mahtu, mis tehakse ära rahalist tasu saamata, on selgelt näha sellise töö märkimisväärne panus riigi sisemajanduse kogutoodangusse (Praxis, 2011b).

Sotsiaalmajandusliku väärtuse kõrval on vabatahtlikul tööl veel suurem roll sidusa ühiskonna ja sotsiaalse kapitali loomisel. Vabatahtlik tegevus suurendab inimestevahelist usaldust, aitab kujundada ühiseid väärtusi ning luua sotsiaalseid võrgustikke, mis omakorda soodustab koostööd ühiste eesmärkide nimel. Et vabatahtlik tegevus paremini edeneks, tuleb seda teadlikult toetada ja arendada nii riiklikul kui ka kohalikul tasandil. Käesolev kommunikatsioonistrateegia seab fookusesse järgmised tegevusliinid:

#### 1. Ühtsed sõnumid ja kommunikatsioonialane koostöö

Läbiviidud uuringud näitavad, et valdkonnas tegutsejad, näiteks vabaühendused ja ka vabatahtlikud ise, ei oska sageli vabatahtlikuna tegutsemist selgelt määratleda. Ka erinevad uuringud lähtuvad erinevatest vabatahtlikkuse ja vabatahtlike tegevuste määratlustest. Seetõttu on äärmiselt oluline kõikidel osapooltel kokku leppida ja kommunikeerida vabatahtlikkusega seotud mõisteid ja teemasid laiemale avalikkusele senisest ühtsemalt.

Ei vabatahtlikud ise, vabatahtlikke kaasavad ühendused ega ka ettevõtted teadvusta tänasel päeval täielikult vabatahtlikuna tegutsemise mõjusid inimesele, ühiskonnale ja ettevõtete tegevusele ega oska seetõttu neid piisavalt tulemuslikult kommunikeerida ega rakendada. Käesolev kommunikatsioonistrateegia toob välja erinevatele sihtrühmadele suunatud tegevused ja sõnumid, mis aitaksid vabatahtlikku tegevust ja selle kasupotentsiaali efektiivsemalt kommunikeerida.

Suurema selguse ja koostöö huvides on ka keskse infokanali väljakujundamine, kus nii vabaühendused, ettevõtted, rakendusüksused kui ka tegutsevad ja potentsiaalsed vabatahtlikud saaks leida ja jagada infot vabatahtliku tegevuse kohta. Kõige soodsamal positsioonil selleks on tänasel hetkel veebiportaali Vabatahtlike infovärv. Hetkel on Vabatahtlike Värv mõõduka külastatavusega, teadlikkus selle olemasolust on nii vabatahtlike kui ühenduste seas madal. Esimene eesmärk on kujundada Vabatahtlike Värvast kvaliteetne infokanal vabatahtliku tegevuse propageerimiseks.

Vabatahtlike Värava kujundamiseks kvaliteetseks infokanaliks tuleb kõigepealt kriitiliselt üle vaadata portaali sisu ja vajadusel täiendada nõrgemalt esindatud valdkondi. Autorite hinnangul võiks selle tegemine käia teemakohaselt vabatahtlikus korras, kutsudes portaali täiendama vabaühendusi ja eksperte, kellel on kindlas alalõigus häid kogemusi. Nii akumuleerub väravasse olemasolev teadmine ning teiselt poolt annab see kaasautoriks olevatele vabaühendustele ja ekspertidele võimaluse oma organisatsioonile head arvamusi liidri kuvandit luua.

Oluline oleks luua portaali andmebaas vabatahtlike pidevalt ja ulatuslikult kaasavatest ühendustest koos kontaktidega. Andmebaas peaks olema kõikide andmebaasis olevate ühenduste endi poolt hallatav.

Vabatahtlikega tegelejad muutuvad ka ühe organisatsiooni lõikes, mistõttu on oluline, et teadmine Vabatahtlike Väravast kandub üle ka uutele inimestele. Sellega seoses on oluline Vabatahtlike Värava integreerimine teiste kodulehtedega, viitavate tekstide ja bannerite paigaldamine vabaühenduste, vabatahtlike kaasavate suurürituste ja avaliku sektori kodulehtedele. Portaali nähtavuse suurendamiseks on oluline teha kokkulepped kodulehtede omanikega veebibannerite eksponeerimiseks. Banner või tekstiviide kolmanda organisatsiooni kodulehelt oleks otsetee portaalini.

Olulist potentsiaali omab ka koostöö edasiarendamine CV-Online'iga, kus võiksid olla jätkuvalt sünkroniseeritult eksponeeritud Vabatahtlike Väravas olevad vabatahtliku töö kuulutused. Samuti tuleks kaaluda täiendava koostöö võimalusi, nt professionaalsete oskustega vabatahtlike kutsumine konkreetsetesse vabaühendustesse, aktiivsem kommunikatsioon uute vabatahtlike kaasamise kampaania raames, suunatud kommunikatsioon noortele töötajatele jne.

Oluline on edasi arendada olemasolevat VTA poolt toimetatavat vabatahtlikele suunatud uudiskirja. Uudiskiri peaks tooma kokku info valdkonna olulisemate arengute ja sündmuste kohta ning andma jooksvalt ülevaate osalemis- ja panustamisvõimaluste osas nii vabatahtlikele, vabaühendustele kui ka ettevõtetele. Selleks saab VTA teha koostööd EMSLi jt tugistruktuuridega ning vabaühendustega sisu tootmisel ja uudiste kogumisel. Samuti tuleks kaaluda koostööd Hea Kodaniku toimetusega, et avaldada seal valdkonda ja selle tegijaid tutvustavaid sisulisi artikleid. Samuti tuleks aktiivselt tegeleda uudiskirja tellijate ringi laiendamisega. Ka siin saab teha koostööd tugistruktuuride ning vabaühendustega, luua bannerid, mida soovijad saavad oma veebilehele üles panna ja mis tutvustaksid uudiskirja ning kutsuksid sellega liituma. Kuivõrd uudiskirjaga tegelemiseks on kõige tugevam baas tugistruktuuridel, siis käsitletakse uudiskirja teemat pikemalt käesolevas strateegias tugistruktuuridele suunatud kommunikatsiooni all.

## 2. Järjepidev koostöö meediaga ning lai kajastus valdkonna tähtsündmustele

Uuringu „Vabatahtlikus tegevuses osalemine Eestis“ (Praxis 2009) tulemustest nähtub, et suur osa vabatahtlikest ei ole end vabatahtlikeuna teadvustanud. Enamiku ehk 78% kõikidest vabatahtlikest moodustavad nõrasti passiivsed vabatahtlikud, kes löövad ühekordselt kaasa konkreetsetes tegevustes või ettevõtmistes, kuid ise neid ei algata. KODAR toob välja, et „vabatahtlikku tööd Eestis tehakse, kuid teadlikkus sellest ning osalejate pühendumus ei ole väga kõrged.“

Meedia kaasamine vabatahtlikkuse kui kodanikualgatuse ühe valdkonna tutvustamisel, tähelepanuväärsemate tegijate, sündmuste ning oluliste arengute kajastamiseks on oluline. Praegune valdavalt pealiskaudne kuvand vabatahtlikust tööst kui millestki, mida tehakse peamiselt lõbu pärast ja episoodiliselt peab täiendama sügavama teadvustamisega vabatahtlikkuse ning riigi ja ühiskonna omavahelisest läbipõimitusest.

EKAK rõhutab, et „vabatahtlike ühendusi moodustades tekib inimestel uusi võimalusi oma huvide, väärtuste ja eesmärkide väljendamiseks ja järgimiseks ning avalikuks aruteluks, nagu ka oma jooksvate

eluprobleemide iseseisvaks lahendamiseks ja vastastikuseks abiks. Kodanikuühendustega arvestamine ja koostöö nendega suurendavad avaliku võimu tegevuse tulemuslikkust ja süvendavad selle õiguspärasust kodanike silmis.”

Teema avamiseks meedias tuleb teha otsest tööd ajakirjanike ja meediakanalitega, algatades diskussioone, korraldades ümarlaudu vabatahtliku tegevuse sügavamaks käsitlemiseks ning pakkudes järjepidevalt mitmekülgset infot toimetustele, et saavutada teema mitmetahulisemat kajastamist.

Head kommunikatsioonivõimalust pakuvad valdkonna iga-aastased tähtsündmused (aasta vabatahtlike tunnustusüritus, Teeme Ära Talgupäev, vabatahtlike mess jm), mille ümber saab planeerida vabatahtlikkuse kui teema laiemat tutvustamist ning uute vabatahtlike värbamise kampaania.

Vabatahtlike värbamise kampaania oleks umbes kuu aja pikkune kampaania, mille sisse koondatakse võimalikult palju vabatahtlikkusega seotud teemasid eesmärgiga kaasata uusi vabatahtlikke.

Selleks tuleb ühelt poolt koondada info võimaluste kohta ja teiselt poolt kutsuda inimesi võimalustega tutvuma. Põhilised kanalid on veebiportaal Vabatahtlike Värav ja vabatahtlike mess.

Ühe võimaliku vahendina vabatahtliku tegevuse tutvustamiseks laiemale auditooriumile võib kasutada ka teleseriaali. Vabatahtliku tegevuse propageerimisele suunatud sari toodetakse koostöös Eesti Rahvusringhäälinguga. Sarjas kajastatakse häid näiteid, tutvustatakse erinevaid võimalusi vabatahtlikkusega tegelemiseks, kutsutakse aktiivselt inimesi vabatahtlikuna osalema, näidatakse, et vabatahtlik tegevus on loomulik ja ühiskonnas tunnustatud kodanikuks olemise viis. Üks võimalik formaat sarjale on “Teeme ära!” televersioon, kus saate esimeses pooles tutvustavad aktiivsed ja ettevõtlikud vabatahtlikud tegevust, mida nad tahaksid kogukonnas ära teha ning kuhu vajatakse vabatahtlikke. Samas kutsutakse inimesi konkreetsetes tegevustes kaasa lööma. Järgmise saate fookus on on juba tehtud tegude kajastamisel.

### 3. Erasektori jõulisem kaasamine

Väga oluliseks peavad strateegia koostajad tegelemist ühe seni tähelepanuta jäänud, kuid väga suure mõjupotentsiaaliga sihtrühmaga, kelleks on ettevõtted. Arvestades seda, et enamik potentsiaalsetest vabatahtlikest kuulub tööealise elanikkonda, on ettevõtete teadlikkuse tõstmine ja vabatahtlikku tegevusse toetava suhtumise saavutamine olulise soodustava mõjuga.

Praegusel hetkel ei teadvustata vabatahtlike endi, potentsiaalsete tööandjate ega ettevõtete poolt piisaval määral seda, et vabatahtlik tegevus saab pakkuda vajalikke kogemusi tööturule siirdumiseks, võimalust õppida elu jooksul juurde uusi oskusi, tõsta elukvaliteeti ja aidata kaasa sotsiaalse sidususe suurenemisele ühiskonnas.

See argument on oluline eriti just noorte puhul, kellel sageli puudub tööturule sisenemiseks vajalik praktilise töö kogemus. Kui potentsiaalsed tööandjad arvestaksid vabatahtliku töö käigus omandatud oskusi ja kogemusi, oleks see paljudele noortele oluliseks lisatõukeks vabatahtliku töö tegemisel.

Samuti saavad tööandjad julgustada oma töötajate vabatahtlikku tegevust, tunnustades ja tunnistades selle käigus omandatud uusi ja täiendavaid erialaseid oskusi ning kogemusi. Ettevõtete koostöö vabaühendustega professionaalsete vabatahtlike vahendamiseks võib olla lisavõimaluseks, kuidas ettevõtted saavad vabaühendustele tuge pakkuda.

Selleks, et koostöö käivitada, on vähemalt algusperioodil vaja aktiivset osapoolte kokkutoojat ning eestvedajat. Kõige potentsiaalsemad rollitäitjad on autorite hinnangul kas CSR-foorum, PARE või ka Heateo Sihtasutus.



Samuti tuleks avalikkuses positiivselt esile tõsta selles vallas edumeelsemaid ja aktiivsemaid ettevõtteid, kasutades selleks näiteks aasta vabatahtlike tunnustusüritust.

#### 4. Vabaühenduste teadlikkuse ja kaasamisvõimekuse tõstmine koolitusprogrammi abil

Uuring „Vabatahtlikus tegevuses osalemine Eestis“ (Praxis 2009), näitas, et enamikul vabaühendustel puudub vabatahtlike kaasamise strateegia ning teadlik tegevus sellel suunal. Need ühendused, kes vabatahtlikke kaasavad, teevad seda pigem episoodiliselt ning lühiajaliste eesmärkide täitmiseks. Vähemal määral kaasatakse professionaalseid vabatahtlikke organisatsiooni põhitegevuse ja strateegiliselt oluliste eesmärkide pikemaajalisse täitmisse.

Oluline on pakkuda vabaühendustele koolitusi ja juhendmaterjale vabatahtlike kaasamise strateegia väljatöötamiseks ning rakendamiseks. Esimene samm oleks olemasolevate juhendmaterjalide koondamine ühte infokeskkonda, milleks autorite hinnangul võiks olla VTA veebiportaal Vabatahtlike Värav. Käesolev strateegia annab vabaühendustele juhiseid vabatahtlike kaasamise eesmärgil tehtava kommunikatsiooni teostamiseks ning viitab vabalt kättesaadavatele juhendmaterjalidele, mis aitavad kaasamist efektiivselt planeerida, kommuniqueerida ja teostada.

Vabaühendustele kaasamiskoolituste läbiviimiseks on vajalik kaasata täiendavaid ressursse KÜSKI ja/või EASI toel. Sellealane kompetents on olemas mitmetel organisatsioonidel, kes on sellesuunalisi koolitusi vabaühendustele juba ka läbi viinud.

Eeltoodud väljakutsetest lähtuvalt on vajadus selge eestvedaja järele vabatahtliku töö valdkonna kommunikatsioonis. Et tuua kokku erinevad osapooled ja koordineerida ühtsemalt kommunikatsiooni, tuleb Siseministeeriumil endal haarata tugevam juhtroll või kokkuleppel kodanikuühiskonna tugistruktuuridega määrata teema kommunikatsiooni eestvedajaks konkreetne organisatsioon ning kõneisikud.

#### 4.2. Eesmärgid

Kommunikatsioonistrateegia üldisteks eesmärkideks on suurendada teadlikkust vabatahtlikust tegevusest, selle väärtusest ja vabatahtlikuna tegutsemise võimalustest ja kasulikkusest ühiskonna arengus. Teiseks eesmärgiks on kommunikatsiooni kaudu saavutada ühenduste tegevusvõimekuse ning vabatahtlike kaasamise suutlikkuse kasv. Need eesmärgid jätkavad Euroopa vabatahtlikkuse aasta 2011 missiooni ja toetavad seega vabatahtliku tegevuse jätkuvat arengut Eestis.

Täpsustatud eesmärkidena saab välja tuua:

- Suurem teadlikkus avalikkuses, ettevõtjate seas, tugistruktuurides, rakendusüksustes ja vabaühendustes vabatahtlikkusest, selle mõjust indiviidile, ühiskonnale ja organisatsioonidele.
- Tihedam ja efektiivsem kommunikatsioonialane koostöö erinevate rakendusüksuste vahel ning vabaühenduste ja rakendusüksuste vahel.
- Vabatahtlike aktiivsem kaasamine vabaühenduste poolt, sealhulgas nende lülitamine oma põhitegevuse korraldusse. Vabaühenduste võimekuse kasv vabatahtlike kaasamise, hoidmise ning motiveerimise osas ning oma sellealase tegevuse läbimõeldud planeerimine.
- Ärisectori ja avaliku sektori organisatsioonide suurem teadlikkus vabatahtlikkusest ning selle soodsast mõjust oma eesmärkide saavutamisele. Organisatsioonide toetav suhtumine ja konkreetsed sammud vabatahtliku tegevuse soodustamiseks oma töötajaskonnas.



- Meedia ja avalikkuse teadlikkuse ning huvi kasv vabatahtlikkuse ja selles valdkonnas tegutsevate inimeste ja organisatsioonide tegevuse osas. Valdonna arengute, kitsaskohtade ja sündmuste tihedam kajastamine avalikus meedias.
- Informatiivse, dünaamilise ja ühendava infokeskkonna kujundamine, mis kannaks valdkonna keskse kommunikatsioonikanali rolli, ning tooks kokku tegutsevad ja potentsiaalsed vabatahtlikud, vabaühendused, ettevõtted ja rakendusüksused ning oleks atraktiivseks infokanaliks valdkonnas toimuva kohta ka laiemale avalikkusele ja meediale.

### 4.3. Põhisõnumid

Sihtrühmade lõikes on oluline välja tuua ka peamised sisulised sõnumid, millest lähtuvalt vabatahtlike kaasamise olulisust, võimalusi ja põhjuseid kommuunikeeritakse. Oluline on sihtrühmade lõikes teadvustada ka erinevate osapoolte rolle ning koostöökohti, seni kasutamata võimalusi ja arengupotentsiaali. Alljärgnev tabel annab ülevaate olulisematest sisulistest sõnumitest erinevate sihtrühmade lõikes.

Sõnumid ei tähenda siinkohal mitte otseselt reklaamsõnumeid, vaid väärtuspõhiseid aluseid kommunikatsioonitegevuste kujundamiseks.

TABEL 3. SIHTRÜHMAPÕHISED EESMÄRGID JA SÕNUMID

Sihtrühm	Sõnumi sisu	Eesmärk
<b>Passiivsed vabatahtlikud</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vabatahtlik tegevus on oluline.</li> <li>• <b>Igaüks meist saab asju enda ümber paremaks muuta, vaja on vaid algatusvõimet.</b></li> <li>• <b>Töö vabatahtlikuna annab uusi kogemusi, oskusi, on eeliseks tööturul.</b></li> <li>• Vabatahtlikuna tegutsema hakkamine on lihtne, info kõikide võimaluste kohta leiab ühest kohast (viide).</li> <li>• Vabatahtliku tegevusega tegelejad on rahulolevamad ja õnnelikumad inimesed.</li> <li>• Noored saavad läbi vabatahtliku töö võimaluse omandada praktilisi kogemusi ja oskusi, mis annavad eelise tööturul.</li> </ul>	Väärtustada vabatahtliku panust, tõsta tema eneseteadvust ja anda märku võimalustest, mida vabatahtlikuna tegutsemine avab.
<b>Aktiivsed vabatahtlikud</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Vabatahtlik tegevus on oluline.</b></li> <li>• Vabatahtlikuna tegutsemine on elustiil ja võimalus jätkuvalt asjade paremaks muutumisse panustada.</li> <li>• <b>Vabatahtlikuna saab lahendada kitsaskohti ja algatada olulisi muutusi ühiskonnas.</b></li> <li>• Vabatahtlikkus annab võimaluse arendada ametialaseid oskusi, võtta vastu väljakutseid, mis arendavad ja annavad hiljem eeliseid tööturul.</li> <li>• Vabatahtlikuna tegutsema hakkamine on lihtne, info kõikide võimaluste kohta leiab ühest kohast (viide).</li> <li>• Noored saavad läbi vabatahtliku töö omandada praktilisi kogemusi ja oskusi, mis annavad eelise tööturul.</li> </ul>	Julgustada vabatahtlikke olema algatusvõimelisemad, võtma rohkem vastutust oma vabatahtlikus tegevuses ning suurendada panustamise sagedust ja järjepidevust. Väärtustada senist vabatahtlikuna töötamise panust ning anda märku võimalustest, mida vabatahtlikuna tegutsemine avab.
<b>Potentsiaalsed vabatahtlikud</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vabatahtlik tegevus on terve ühiskonna jaoks oluline.</li> <li>• <b>Igaüks meist saab asju enda ümber paremaks muuta, vaja on vaid algatusvõimet.</b></li> <li>• Töö vabatahtlikuna annab uusi kogemusi, oskusi, on eeliseks tööturul.</li> <li>• Vabatahtlikuna saab lahendada kitsaskohti ja algatada</li> </ul>	Julgustada inimesi proovima vabatahtlikuna töötamist, juhatada esmase info ja võimaluste juurde. Teadvustada vabatahtlikuna töötamisega kaasnevatest

	<p>olulisi muutusi ühiskonnas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vabatahtlikuna tegutsema hakkamine on lihtne, info kõikide võimaluste kohta leiab ühest kohast (viide).</li> <li>• Vabatahtlik töö aitab noortel proovida reaalset tegutsemist huvipakkuvates valdkondades ja oma võimete, oskuste ja annete kohta rohkem teada saada ning neid arendada.</li> <li>• Pensioniiga on suurepärane võimalus aidata oma kogemuste ja oskustega kaasa positiivsetele muutustele ühiskonnas tehes vabatahtlikku tööd.</li> </ul>	<p>võimalustest oma oskuste, kogemuste arendamisel. Väärtustada vabatahtlike panust.</p>
<b>Ettevõtted</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Osalemine vabatahtlikus töös võimaldab töötajaskonda tuua uusi kogemusi, oskusi ja teadmisi.</li> <li>• Kollektiivne panustamine vabatahtlikku töösse tõstab töötajaskonna ühtsustunnet ning tugevdab korporatiivset identiteeti.</li> <li>• Läbi vabatahtlikkuse soodustamise näitab ettevõtte praegusele ja tulevasele töötajaskonnale, koostööpartneritele, klientidele ja laiemale avalikkusele oma sotsiaalset vastutustunnet ja sisemisi väärtusi.</li> <li>• <b>Vabatahtlik tegevus aitab ettevõttel saavutada oma ärieesmärke.</b></li> <li>• <b>Ettevõtted saavad vabaühendusi toetada ka muuga kui rahaliselt, näiteks juhtide ja tippspetsialistide oskuste ja teadmistega.</b></li> </ul>	<p>Julgustada ettevõtete juhtkondi ja personaliosakondi töötajate vabatahtlikku tegevust toetama ning soodustama. Näidata vabatahtlikus tegevuses peituvaid võimalusi meeskonna oskuste arendamise, ühtsuse suurendamise ning organisatsiooni kuvandi tugevdamise ja kommunikatsiooni osas.</p>
<b>Tugi- struktuurid</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kõik vabatahtlikkuse tugistruktuuri üksused tegutsevad ühistel eesmärkidel, valdkonna arengu nimel.</li> <li>• <b>Koostöö ja üksteise tegevuse toetamine k.a kommunikatsioonis võimaldab eesmärkideni jõuda kiiremini ja väiksemate ressursikuludega.</b></li> <li>• Vabatahtlikkuse teema ja tegijate tutvustamisel avalikkuses saab teha aktiivset koostööd.</li> <li>• Vabatahtlikkuse soodustamiseks tuleks vastavad soovitused ja meetmed integreerida teiste valdkondade ja tegevussuundade programmidesse.</li> <li>• <b>Vabaühendused vajavad koolitusi ja eraldi meetmeid, et oma kaasamisvõimekust tõsta.</b></li> <li>• <b>Koostöö ettevõtetega peidab endas suurt potentsiaali – vabatahtlikkuse soodustamiseks tuleb teha rohkem koostööd avaliku ja erasektori organisatsioonidega. Ettevõtete ja vabaühenduste kokkuviiimine nõuab eestvedajat.</b></li> </ul>	<p>Julgustada tugistruktuure senisest enam omavahel koostööd tegema mh kommunikatsiooni valdkonnas. Ärgitada vabatahtlikku tegevust soodustavate juhiste ja suuniste integreerimist ka teiste valdkondade programmidesse. Teadvustada erasektori senisest aktiivsema kaasamise vajadust.</p>
<b>Meedia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vabatahtlikud ja vabaühendused aitavad tugevdada demokraatiat ja riigi toimimist seestpoolt.</li> <li>• Vabatahtliku tegevuse tutvustamisel, kajastamisel ning väärtustamisel on meedial kanda oluline roll.</li> <li>• <b>Vabatahtlik tegevus kannab endas inspireerivaid inimesi ja põnevaid lugusid, need tuleb üles leida.</b></li> <li>• <b>Vabatahtliku tegevuse tihe kajastamine annab tõe kodanikuaktiivsuse suurenemiseks terves ühiskonnas ning inspireerib uute positiivsete algatuste sündi.</b></li> <li>• Kogu ajakohase info valdkonna arengute ja selles tegutsejate kohta leiab lihtsalt üles ühest kanalist (viide).</li> </ul>	<p>Teadvustada meediakanalite uudistetoimetuste juhtidele ja ajakirjanikele meedia potentsiaali vabatahtliku tegevuse tutvustamisel, väärtustamisel ja olemasolevate ning uute vabatahtlike tegudele ärgitamisest. Kutsuda üles aktiivsemalt selle valdkonna tegijaid ja arenguid avalikkusele tutvustama.</p>
<b>Vaba- ühendused</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Vabatahtlike kaasabil saab teha rohkem ja paremini kui seni.</b></li> <li>• <b>Vabatahtlikke saab kaasata kõikides tööloikudes ja</b></li> </ul>	<p>Julgustada ühendusi senisest rohkem ja läbimõeldumalt vabatahtlikke kaasama.</p>

	<p><b>valdkondades – oluline on vabatahtlike kaasamise strateegia läbi mõelda.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vabatahtlike leidmine, kaasamine, motiveerimine ja hoidmine on pidev ning pikaajaline tegevus.</li> <li>• Koostöös ettevõtetega saab oma tegevusele professionaalset vabatahtlikku tuge juurde.</li> <li>• Vabatahtlikele saab anda rohkem vastutust ning kaasata neid püsivamalt ühenduse tegevusse panustama.</li> </ul>	<p>Rõhutada ettevõtetega koostöö potentsiaali. Teadvustada vabaühendusi võimalustest, mida peidab endas vabatahtlike läbimõeldum kaasamine, silmas pidades ühenduse strateegilisi eesmärgi.</p>
<b>Avalik sektor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Avaliku sektori organisatsioonid saavad olla eeskujuks vabatahtliku tegevuse soodustamisel oma töötajaskonnaga.</b></li> <li>• Osalemine vabatahtlikus töös võimaldab töötajaskonda tuua uusi kogemusi, oskusi ja teadmisi.</li> <li>• Kollektiivne panustamine vabatahtlikku töösse tõstab töötajaskonna ühtsustunnet ning tugevdab kollektiivset identiteeti.</li> </ul>	<p>Aidata avaliku sektori organisatsioonidel tajuda ennast kui võimalikku suunanäitajat ja eeskju vabatahtliku töö väärtustamisel. Julgustada avaliku sektori organisatsioone arvestama värbamisel võimalike kandidaatide vabatahtliku töö tegemise käigus saadud kogemusi ja oskusi ning seda ka avalikult kommunikeerima. Teadvustada avaliku sektori organisatsioone vabatahtliku töö rakendamise võimalustest organisatsiooni eesmärkide saavutamiseks.</p>

Allikas: autorite koostatud. **Paksus kirjas** on esile tõstetud peamised sõnumid iga sihtrühma lõikes.

## 4.4. Kommunikatsioonitegevused

### 4.4.1. Kommunikatsioon aktiivsetele vabatahtlikele

Aktiivsed vabatahtlikud on vabatahtlikud, kes panustavad rohkem, pikemaajaliselt ja on valmis ise ettevõtmisi eest vedama ja algatama. Paljude vabaühenduste juures tegutsevad aktiivsed vabatahtlikud oma tegevust sageli vabatahtlikkusena ei määratle – ollakse harjunud juba pikemaajaliselt panustama, ootamata selle eest mingit äramärkimist või tasu. Seda tüüpi vabatahtlike puhul on kriitiline küsimus see, et kas nad saavad oma panusele vastavat tunnustust, kas ühendus või organisatsioon, kelle juures nad vabatahtlikuna panustavad oskab sellist vabatahtlikku vajalikul määral motiveerida ja tunnustada, et ta tunneks soovi ja jõudu oma tegevust ka pikemas plaanis jätkata.

#### Aktiivsete vabatahtlike avalik tunnustamine

Eeltoodust lähtuvalt on selle grupi puhul äärmiselt oluline leida viisid ja vahendid nende panuse avalikuks väärtustamiseks ja äramärkimiseks - aktiivsete vabatahtlike esiletõstmine kommunikatsioonis, uudiskirjas, portaalis. Samuti silmapaistvate vabatahtlike ja vabatahtlike ettevõtmiste/algatuste portreerimine avalikus meedias, mis aitab ühelt poolt aktiivselt panustavaid vabatahtlikke avaliku tunnustuse kaudu motiveerida, teiselt poolt tervet valdkonda inimlike näidete kaudu laiemale avalikkusele lähedasemaks ja arusaadavamaks muuta.

Lisaks tublimate tegutsejate jooksvale esiletoomisele avalikus meedias ja kommunikatsioonikanalites, on oluline valdkonnas tegutsejaid ka märgiliselt tunnustada. Eestis antakse juba välja aasta vabatahtliku tiitlit, mille patrooniks on president. See on kahtlemata väga oluline viis, kuidas

valdkonnas tegutsejaid esile tõsta. Selle sündmuse mõju saab tõsta veel ulatuslikuma toetava kommunikatsiooniga, et enne valimist veel kandidaatide esitamise aktiivsust tõsta ning ürituse toimumise ajal ning järel aasta vabatahtliku tiitli saanud vabatahtlikke koostöös meediakanalitega ka üksikasjalikumalt avalikkusele tutvustada ja esile tõsta.

Aktiivsetele vabatahtlikele oleks vaja täiendavalt teadvustada nende rolli olulisust ka laiemas, ühiskondlikus mõttes. Seda saab teha läbi tugistruktuuri hallatavate valdkonna kommunikatsioonikanalite (uudiskiri, portaal) aga ka arvamuslimidrite avalike sõnavõtude ja meediakanalitega koostöö kaudu.

### **Info panustamisvõimaluste kohta**

Aktiivsed vabatahtlikud on potentsiaalsed panustajad ka teiste ühenduste ja algatuste juures, mistõttu on oluline nendeni viia info kõikide valdkonna panustusvõimaluste kohta – kõige lihtsam on teha seda olemasolevate infokanalite aktiivse teadvustamise kaudu (Vabatahtlike Värav, uudiskiri jm).

### **Aktiivsed vabatahtlikud kui kõneisikud**

Vabatahtliku rolli kandjad saavad olla ise valdkonna kõneisikud, kui nad enda ja oma kaasvabatahtlike rolli teadvustavad ja oskavad selgelt kommunikeerida. Tuleb leida viisid, kuidas aktiivsed ja panustamiskogemustega vabatahtlikud saaksid oma lugusid rääkida ja seeläbi edasi anda vabatahtlikuna tegutsemise vahetut kogemust ja elamust. Kaaluda võiks vabatahtlike lugude kogumist/võistlust, tehes seda näiteks aasta vabatahtlike tunnustamise eel ja raames ning koostöös mõne meediakanaliga, mis huvitavamatele lugudele ka avaldamisvõimalust pakuks. Samuti saab lood avaldada Vabatahtlike Väravas.

Noorte aktiivsete vabatahtlike puhul on oluline noortele suunatud meedias (noorteajalehed ja -ajakirjad, veebiportaalid, noortesaadetel televisioonis ja raadios, ülikoolide infokandjad) juba aktiivseid silmapaistvamaid noori esile tõsta, pakkudes neid persoonilugude kangelasteks või rääkides nende suu läbi huvitavamaid lugusid vabatahtliku töö valdkonnast. Noore aktiivse vabatahtliku kaudu saab kommunikeerida vabatahtliku tööga seotud sõnumeid, mis on olulised just noorte kaasamise kontekstis.

Samuti oleks oluline leida aktiivsete noorte vabatahtlike seast vähemalt üks kõneisik, kes oleks võimeline ja valmis läbi isikliku kogemuse olema kõneisikuks ka laiemas meedias. Seeläbi saaks vabatahtlikuna töötamise eeliseid ja võimalusi selgitada noortele usutava ja samastamisvõimalusi pakkuva allika kaudu. Noortele suunatud kommunikatsioonis on oluline näidata seda, et vabatahtlik töö pakub palju praktilise töökogemuse saamise ja oskuste arendamise võimalusi ning seeläbi eeliseid tööturul ning sinna sisenemisel.

Siinkohal on võimalik teha koostööd ka mõne suurema ettevõttega, kes ütleb avalikult välja, et hindab ja arvestab oma tulevaste noorte töötajate puhul ka vabatahtliku töö käigus omandatud oskusi ja kogemusi.

### **Koostöö seltside ja vabaühendustega**

Kommunikatsioonikoostööd tuleks teha ka aktiivseid noori ühendavate seltside ja vabaühendustega – nende kaudu saab kommunikeerida noortele vabatahtliku töö olemust, võimalusi ning presenteerida ka konkreetseid tööpakkumisi. Siia alla kuuluvad erinevad tudengiorganisatsioonid, noorte huviseltsid jm ühendused (skaudid, gaidid, kodutütred, väitlusselts jt.). Aktiivseid noorteühenduste eestvedajaid saab kasutada kõneisikutena valdkonna tutvustamisel noortele. Noortele suunatud infomessidel (Teeviit jt) tuleks samuti tutvustada vabatahtlikuna töötamise võimalusi, tehes koostööd noorteühendustega ja/või tutvustades messidel noori kaasavate vabaühenduste tegevust.

#### 4.4.2. Kommunikatsioon passiivsetele vabatahtlikele

Passiivsete vabatahtlike all on silmas peetud vabatahtlikke, kes panustavad pisteliselt ja pigem ühekordselt, olles enamasti abiks lihtsamate, mitte sügavat erialateadmist nõudvate ülesannete täitmisel. Siia kuuluvad sageli noored, kes alles teevad esimesi samme vabatahtliku tööga tutvumisel.

##### Info panustamisvõimaluste kohta

Passiivsete vabatahtlike puhul on oluline suunata nad infokanalite juurde, kust nad saaksid kerge vaevaga värsket infot erinevate panustamisvõimaluste kohta, et saada ideid ja impulsse järgmiseks vabatahtlikuna töötamise otsuseks. Siin oleks kõige paremaks viisiks kampaania, mis suunab nad infoportaali Vabatahtlike Värav ja/või uudiskirja saajaks registreeruma – siis ei pea vabatahtlik ise minema uut infot otsima, vaid saab regulaarselt vabatahtliku töö valdkonna uudised ja panustamisvõimalused otse oma postkasti.

Samuti saab koostööd teha populaarsemate meedia- ja suhtlusportaalidega, integreerides nendesse Vabatahtlike Väravas olevad vabatahtliku töö kuulutused. Seda saab teha teatud perioodi vältel kampaaniana või saavutades mõne konkreetse kanaliga kokkuleppe püsivaks vabatahtliku panustamise kuulutuste avaldamiseks.

##### Sotsiaalmeedia aktiivne kasutamine

Teine oluline kanal on sotsiaalmeedia (eeskätt Facebook), kust saab samuti info panustamisvõimaluste kohta suunata otse ja operatiivselt võimalike vabatahtlikeni. See eeldab esmalt jõupingutusi võimalike vabatahtlike tähelepanu võitmiseks. Samas töötab sotsiaalmeedia siin efektiivselt, sest võimaldab vabatahtlikuna panustamist kommunikeerida suhtlusringkondades, mis tõstab selle usaldusväärsust ja atraktiivsust. Samuti liigub info suhtlusvõrgustikes isiklike kontaktide kaudu, mis on seniste uuringute alusel eelistatud viis vabatahtlike värbamiseks.

Facebook'is võiks olla vabatahtlike leht, mille kaudu saab järjepidevalt vahendada vabatahtlikuna panustamise võimalusi, uudiskirju ning olulisemaid uudised. Sellel lehel saaksid vabaühendused postitada ka kuulutusi vabatahtlike leidmiseks. Vabatahtlike Facebook'i leht peaks olema integreeritud ka laiemasse vabatahtlike kaasamise kampaaniasse ning selle eesmärk peaks olema suurendada lehega liitunute ("like'ijate") arv erinevate sihtrühmade lõikes võimalikult suureks, et oleks võimalik ka kampaania lõppedes selle kaudu sihtrühmi vabatahtlikuna panustamise võimalustest operatiivselt ning regulaarselt teavitada. Vabatahtlike Facebook'i lehe haldajaks võiks olla Vabatahtlike Värav, kuivõrd info panustamisvõimaluste kohta pärineb Vabatahtlike Värava töökuulutuste osast. Mõlemad teavituskanalid saab omavahel sünkroniseerida selliselt, et iga Vabatahtlike Värava portaalil ilmunud töökuulutus kajastub kohe automaatselt ka vabatahtlike Facebook'i lehe seinal. Oluline on eristada Vabatahtlike Väravat kui organisatsiooni lehte ja Vabatahtlike Väravat, kuhu koonduvad erinevate organisatsioonide vabatahtlike otsimise kuulutused.

Noored, kes on aktiivsed veebikeskkondade ja sotsiaalmeedia kasutajad, on nende kanalite kaudu efektiivselt kaasatavad – noortele suunatud portaalidesse ja veebilehekülgedele saab integreerida just noorte jaoks atraktiivseid vabatahtliku töö kuulutusi, tutvustada vabatahtlike messi. Siin tuleb luua riskasutus populaarsete noorteühenduste veebilehtede ja sotsiaalmeedia lehtedega ning ka nende kaudu vabatahtlikuna panustamise võimalusi kommunikeerida. Kokkuleppel noorteühendustega tuleks valida välja just need töökuulutused, mis on noorte jaoks atraktiivsemad.

## Vabatahtlikkus annab eelise tööturul

Pistelisel panustavate vabatahtlike puhul on oluline tõsta esile seda, et vabatahtlikuna töötades on võimalik oma erialaseid oskusi proovile panna ja edasi arendada, samuti omandada täiesti uusi oskusi ja teadmisi, mis võivad praegusel töökohal või tööturul tulevikus uusi võimalusi luua. See sõnum on oluline ka noorte jaoks, kuivõrd tööturule sisenemine on nende jaoks sageli raske just praktiliste töökogemuste puudumise või vähesuse tõttu. Samuti annab vabatahtlik töö noortele võimaluse tutvuda juba enne erialavaliku tegemist erinevate valdkondade tööspetsiifikaga. Sellega seoses tuleks vabatahtlikuna töötamise võimalusi tutvustada ka karjäärimeessidel (Teeviit jt.) ja tööportaalides. Koostöös CV-Online'iga ja teiste töövahendusportaalidega, saab avaldada sünkroniseeritud vabatahtliku töö kuulutusi.

## Passiivsed aktiivseteks

Selleks, et vabatahtlikuna panustajate hulgas kasvaks aktiivselt tegutsevate vabatahtlike osakaal, tuleb julgustada passiivseid vabatahtlikke võtma vabatahtlikuna senisest rohkem vastutust, sisulisemaid ülesandeid ning suunata neid siduma ennast tugevamalt organisatsiooni või vabaühendusega, kuhu nad vabatahtlikuna panustavad. Seda saab teha aktiivsete vabatahtlike esiletõstmise kaudu erinevates infokanalites (Vabatahtlike Värava portaal ja Facebook, uudiskiri, Hea Kodanik jt) ja ka koostöös avalike meediakanalitega/ajakirjanikega.

Kahtlemata on passiivselt panustavatele vabatahtlikele suunatud kommunikatsioonis oluline roll koostööl avalike meediakanalitega, et vabatahtlikke portreterida, vabatahtlikuna töötamise kogemust väärtustada ja teadvustada vabatahtlikkust kui õppimise ja arenemise võimalust. Et viia seni juhuslikult panustanud vabatahtlikeni arusaam, et vabatahtlikkus saab olla ka elustiil, mis pakub sügavamalt sisemist rahuldust, erialaseid väljakutseid ning võimalust elada ja tegutseda oma sisemistest põhimõtetest ja väärtustest juhindudes. Siin saab kommunikatsiooni ühitada aktiivsema vabatahtlike kaasamise kampaaniaga, mille ajaks sõlmida kokkulepe mõne laiema levikuga meediakanaliga, et kajastada eredamaid vabatahtlikest persoone ja nende lugusid. Kõneisikuteks saavadki siin olla eelkõige aktiivsed vabatahtlikud ise, kes oma isikliku kogemuse kaudu avavad vabatahtlikuna töötamise valu ja võlu.

### 4.4.3. Kommunikatsioon potentsiaalsetele vabatahtlikele

Potentsiaalsete vabatahtlikena käsitleme siin inimesi, kes pole kunagi vabatahtlikku tööd teinud ja kes seetõttu ei oma reeglina selget ettekujutust või kogemust vabatahtliku töö olemusest, ei oska seda väärtustada ega ole senini leidnud ühtegi motiveerivat tegurit, et vabatahtlikuna panustada. Samuti võib põhjus olla ka selles, et valdkonna kohta tervikuna ega ka panustamisvõimaluste kohta ei ole inimeseni seniajani piisavalt ja/või selget infot jõudnud.

Selle sihtrühma puhul on kommunikatsioonil kaks peamist ülesannet: motiveerida inimest vabatahtlikuna panustama ning pakkuda talle infot konkreetsete panustamisvõimaluste kohta.

Potentsiaalse vabatahtliku motiveerimine toimub vabatahtliku töö väärtustamise kaudu avalikus meedias, vahendades ja tõstes esile juba panustavate vabatahtlike kogemusi ja nägemust. Samuti jagades meedias infot selle kohta, kust leiab huvi korral täpsema ülevaate panustamisvõimaluste kohta. Selleks tuleks kasutada intensiivsema kommunikatsiooniga kampaaniaid, mis kord-kaks aastas tõstaksid vabatahtlikkuse tugevamalt avalikkuse infovälja.

## Kõneisikud

Kahtlemata aitavad nii kampaania ajal, kui ka ülejäänud perioodil vabatahtlikkust tutvustada ja sõnumeid edasi viia atraktiivsed kõneisikud. Need võivad olla avalikkuse jaoks juba tuntud inimesed ja arvamustliidrid, kes saavad võtta enda ülesandeks oluliste sõnumite kommunikeerimise läbi enda isiku ja enda isikliku kogemuse jagamise. Kasutada saab muusikuid, näitlejaid, sportlasi jt mõnel muul alal edukaid ja üldiselt tuntud ning tunnustatud inimesi. Oluline oleks jälgida, et kõneisikul oleks olnud tõeline isiklik kogemus vabatahtlikuna.

Noori võiks siinkohal käsitleda eraldi olulise sihtrühmana, tehes koostööd tudengiorganisatsioonidega, skautidega, gaididega jt noorteorganisatsioonidega. Oluline on teadvustada, et vabatahtliku töö läbi saavad paljud noored võimaluse omandada juba õpingute ajal või vahetult peale nende lõppemist praktilisi töökogemusi, mis teevad hiljem tööturule sisenemise sujuvamaks. Töö noorte kaasamiseks on oluline ka seetõttu, et selles eas saadud esimene positiivne vabatahtliku töö kogemus muudab tõenäolisemaks korduva panustamise hilisemas eas. Noores eas ollakse vastuvõtlikumad uutele kogemustele, vähem on töiseid ja perekondlikke kohustusi, mis võtavad ära vaba aega, mida vabatahtlikku töösse saaks panustada.

Vabatahtlikku tööd saab tutvustada noortele suunatud messidel (Teeviit jm), otse tudengitele mõeldud ajalehtede, veebiportaalide jm kanalite kaudu. Aktiivsem periood/kampaania peaks olema ajatatud vahetult enne vabatahtlikele suunatud messi ja/või tunnustusüritust.

## Vabatahtlikkuse mess

Hea viis, kuidas uutele huvilistele vahetult tutvustada kogu vabatahtlikkuse valdkonda, selles tegutsejaid ja kõiki valikuid, mis viisil vabatahtlikuna panustada saab, on vabatahtlikkuse mess. Siin on oluline mõelda selle peale, et kuidas mess üles ehitada ja kommunikeerida niivõrd atraktiivselt, et ka valdkonnaga varem mitte kokku puutunud inimesed tunneksid kutset osaleda. Kahtlemata tuleks sealjuures läbi mõelda ka see, et kuidas toetada messil osalevaid organisatsioone ja vabaühendusi, et nad saaksid ja oskaksid ennast messile kohale tulnud huvilise jaoks atraktiivseks teha.

Vabatahtlikkuse aastal toimunud vabatahtlikkuse mess sai osalejate poolt positiivse tagasiside. Mess toob kokku ühelt poolt vabaühendused, kes saavad nii ennast tutvustada kui saada vabatahtlike oma ridadesse. Teiselt poolt saavad potentsiaalsed vabatahtlikud võimaluse saada ülevaade vabatahtlikkusega tegelemiseks vabaühendustega otse rääkides.

Vabatahtlikkuse mess võiks saada traditsiooniliseks ürituseks, mis toimub kord aastas, näiteks märtsis, enne kevadet ja talgute hooaega või oktoobris, enne talve, kus inimesed veel ei puhka ega ole suviste tegemistega hõivatud. Vabatahtlike mess annab ühelt poolt vabaühendustele võimaluse tutvustada oma tegevust, potentsiaalsetele vabatahtlikele võimaluse saada ülevaade erinevatest panustamisvõimalustest ning kokkuvõttes propageerib mess vabatahtlikku tegevust kui väärtust.

Kindlasti peaks eelteavitust messi eel tegema ka noorte kui potentsiaalsete vabatahtlike seas – eeskätt keskkooliõpilastele ja tudengitele nendele suunatud kanalite kaudu. Oluline on anda noortele praktiline motivatsioon tulla messile pakutavate võimalustega tutvuma. Samuti saab messile kutsuda ja selle toimumise eelses kommunikatsioonis esile tõsta just noortele vabatahtlikele pühendunud organisatsioone – skaudid, gaidid, AIESEC jt.

## Keskne infoportaal

Tänasel hetkel veedab suur osa inimestest oma igapäevaseid tööpäevi ja suure osa ka vabast ajast arvutiekraani taga, otsides muu hulgas informatsiooni erinevate vaba aja veetmise, hobide ja huvialade kohta eelkõige internetist. Seetõttu on oluline koondada valdkonna kohta käiv tausta- ja



operatiivne info ühte atraktiivsesse veebiportaali. Portaalile oleks lihtsalt sõnastatud ja selgelt esitatud üldine info valdkonna kohta, selles tegutsejad, põnevamad lood vabatahtlikelt ning konkreetsed vabatahtliku töö kuulutused. Veebiportaali tutvustamiseks ja esimeste külastuste saamiseks oleks vaja panustada tutvustavasse bannerikampaaniasse ning hoolitseda selle eest, et ka kõikidel valdkonnas tegutsevate organisatsioonide ja tugistruktuuri üksuste veebilehtedel oleks püsivalt väljas viitavad veebibannerid. Veebikampaaniasse ja esimese huvi äratamiseks on oluline kaasata ka sotsiaalmeedia kanalid.

### Vabatahtliku pass

Vabatahtlike pass on hea algatus, mis vajab edasiarendamist. Üks võimalusi vabatahtliku tegevuse propageerimiseks on tegevuse muutmine mänguliseks ja võistluslikuks. Olulisemat rolli mängib see just noorte kaasamisel. Vabatahtliku passi juurde saab luua veebi- ja mobiilirakenduse, kuhu saab märkida oma vabatahtliku tunnid ning neid teistega võrrelda (näiteks [www.kaijala.ee](http://www.kaijala.ee) eeskujul). Mängulisel moel tekib vabatahtlikust tegevusest omaette hasart ja selleleemaline sotsiaalne suhtlemine.

### Eraettevõtted kui koostööpartnerid

Üks oluline koostööpartner siin on ka ettevõtted ja nende töötajad – suurem osa inimestest, kes vabatahtlikuna panustanud veel ei ole, käivad igapäevaselt tööl. Koostöös tööandjatega saaks info vabatahtlikkuse ja panustamisvõimaluste kohta viia inimesteni nende töökohal. See oleks ka selgeks tööandjapoolseks signaaliks, et vabatahtlikuna töötamist väärtustatakse, ning vabatahtliku töö käigus saadud uued kogemused, oskused ja teadmised võivad muuta töötaja tööandja jaoks veelgi väärtuslikumaks. Ettevõtetele suunatud kommunikatsioonist on pikemalt kirjutatud eraldi alalõigus.

### Pensioniealiste kaasamine

Eraldi potentsiaalsete vabatahtlike rühm on pensioniealised inimesed. Neil on reeglina hulgaliselt kogemusi/oskusi, mille abil saaks vabaühenduste ja organisatsioonide töösse professionaalse vabatahtlikuna panustada. Samuti on neil vaba ajaressurssi. Selle rühma kaasamine muutub aja jooksul üha olulisemaks, kuivõrd Eesti inimeste keskmine eluiga pikeneb. Üha enam vanemaealisi inimesi otsib endale peale pensionile minekut ühiskonnas/lähikonnas täiendavat väljundit ja rakendust ning selleks võiks olla vabatahtlik töö.

Pensioniealiste inimeste kaasamiseks tuleks teha koostööd pensionäride päevakeskustega, erinevate seltside ja huvi- ning hobiringidega. Pensionäridele võiks tutvustada vabatahtliku töö olemust ning konkreetseid panustamisvõimalusi. Koostöös päevakeskustega võiks vabaühendused, kes vajavad vabatahtlikku panustamist, korraldada infopäevi oma tegevuse ning vanemaealistele sobivate panustamisvõimaluste tutvustamiseks.

Vabatahtlikuna töötamise võimalustest võiks pensionäridele teada anda ka neile suunatud meediakanalite ja saadete kaudu: trükiajakirjandus (Videvik), tele- ja raadiosaated (Prillitoos jm). Sellesuunalise teavituse saab integreerida laiemasse vabatahtlike kaasamise kampaaniasse.

### Töötute kaasamine

Üks potentsiaalsete vabatahtlike rühm on töötute elanikkond. Vabatahtlik töö on võimalus erialaselt panustada, et oma oskused/teadmised värskena hoida või neid edasi arendada. Vabatahtlik töö annab panustajale ka võimaluse tunda, et tal on endiselt ühiskonnale/teistele kasulikke ja vajalikke oskusi ning tema abi on vajalik ning hinnatud. Töötuteni jõudmiseks tuleks teha koostööd Töötukassaga, et info vabatahtlikuna panustamise võimaluste kohta jõuaks töötuteni. Seda nii läbi elektrooniliste



kanalite (töökuulutused veebis, e-mailile) kui ka läbi infomaterjalide ja nõustamise kohapeal. Samuti saavad siin olulisteks koostööpartneriteks olla tööportaalid (CV-Online, Ekspressjob jt), kes lisaks tavapärasele töökuulutustele saavad avaldada vabatahtliku töö kuulutusi.

Positiivse näitena saab siin tuua ka juba toimivat koostöömudelit Töötukassa ja Teeme Ära Talgupäeva vahel, mille raames Töötukassa hüvitab registreeritud töötutele Talgupäevast osavõtmisega seotud transpordikulud. Samalaadset koostöövõimalust võiks kasutada ka töötute kaasamisel vabaühenduste juurde või teiste samalaadsete kodanikualgatuslike ettevõtmiste juurde.

### Muukeelse elanikkonna kaasamine

Praxise 2009. aasta uuring näitas mitte-eestlaste distantseeritust vabatahtlikust tegevusest, mille kasulikkust ja vajalikkust nähakse eestlastega võrreldes oluliselt vähem. Lisaks on mitte-eestlaste puhul probleemiks ka infopuudus, mida tuuakse eestlastest sagedamini vabatahtlikus tegevuses mitteosalemise põhjuseks. Selle leevendamise esimeseks sammuks oleks valdkonna keskse infoportaali, Vabatahtlike Värava kakskeelseks muutmine, lisades sinna venekeelse olulise info vabatahtlikkuse põhimõtete, osapoolte ning praktiliste panustamisvõimaluste kohta. Siin tuleks koostööd teha venekeelsete inimeste kaasamisele suunatud vabaühenduste ja algatustega, kes võtaksid venekeelse portaali osa haldamise enda ülesandeks. Koostööd saab teha ka Integratsiooni ja Migratsiooni Sihtasutusega, et integreerida portaali vabatahtlikkusel põhinevaid algatusi ja projekte ning kommunikeerida nendes osalemise võimalusi.

Samuti tuleks koostööd teha suuremate kodanikualgatuslike projektide meeskondadega, pöörates eraldi tähelepanu muu emakeelega inimeste kaasamisele. Mitmed uuringud ja meediatarbimise ülevaated on näidanud mitte-eestlaste erinevat meediakasutust (eelkõige venekeelsed telekanalid ja raadio, venekeelsed internetileheküljed jms). Mitte-eestlased ei pea massiteabevahendeid sama oluliseks vabatahtliku tegevusega seotud informatsiooni kättesaamisel nagu seda peab eestikeelne elanikkond, mistõttu kasutada tuleks erinevaid kommunikatsioonisõnumeid ja -kanaleid. Näiteks saab Teeme Ära Talgupäeva raames eraldi tegeleda venekeelsete kogukondadega, tõstes esile seal sündivaid algatusi ja tutvustades neid venekeelses meedias.

Venekeelsete inimeste kaasamist saab omalt poolt ühe olulise vajadusena rõhutada ka KÜSK projektitoetuste jagamisel, eelistades algatusi, mis kaasavad mitte ainult eestikeelset, vaid ka venekeelset elanikkonda. Samuti tuleks ettepanek teha Kultuuriministeriumile, et muu emakeelega vabatahtlike kaasamine oleks üheks tingimuseks rahvusvähemuste jm kultuuriprojektidele rahastuse andmisel.

#### 4.4.4. Kommunikatsioon tugistruktuuridele

Rääkides kommunikatsioonistrateegia kontekstis tugistruktuuridest, siis on kõige olulisem tihendada kommunikatsioonialast koostööd osapoolte vahel (vt tabel 2). Oluline on vastastikku suunata üksteise poolt hallatava info ja juhendmaterjalide poole nii juba tegutsevaid kui ka potentsiaalseid vabatahtlikke, vabaühendusi, meediat ning ettevõtete esindajaid, kes on vabatahtliku tegevuse arendamisest oma organisatsioonis huvitatud. Koostöö seisneb ühiste kommunikatsioonitegevuste ja avalikkusele suunatud teavitussüirituste korraldamises.

### Ühtlustatud sõnumid

Uuringud on näidanud, et tugistruktuuride ja vabaühenduste seas, rääkimata laiemast avalikkusest, puudub ühtne arusaam vabatahtliku töö mõistest, selle aluseks olevatest väärtustest, mõjudest vabatahtlikele endile, ettevõtetele ning ühiskonnale laiemalt. Kuivõrd kõige olulisemateks valdkonna kommunikatsiooni teostajateks on tugistruktuuri üksused, siis on siinkohal kriitilise tähtsusega

väljapoole suunatud sõnumite ühtlustamine – mis on vabatahtlik töö, miks vabatahtlikkuse soodustamine on oluline osalejate endi, ühenduste, ettevõtete jt jaoks ja sidusrühmade esindajate ning ühiskonna seisukohalt jm. Ühtse sõnumipaketi väljatöötamist peaks kokkuleppel tugistruktuuri üksustega koordineerima Siseministeerium ning jälgima hiljem ka selle kasutamist nii suulisel kui ka kirjalikus kommunikatsioonis.

Selleks, et efektiivsemalt korrastada ja suunata asjakohase info liikumist, saavad tugistruktuurid kohaldada ja arendada koostöös välja järgmised kommunikatsiooni tööriistad:

### Vabatahtlike uudiskiri

Uudiskiri, mis suunatud tegutsevatele ja potentsiaalsetele vabatahtlikele, vabatahtlikke kaasavatele vabaühendustele, organisatsioonidele ja ettevõtetele. Uudiskiri on heaks vahendiks, millega viia valdkonna olulised uudised, vabatahtlikult panustamise võimalused, lood säravamatest tegijatest ning praktilised näpunäited, otse valdkonnaga seotud või valdkonnast huvitunute kirjakasti.

Kõige edukamat ja regulaarsemat laiemale avalikkusele suunatud kirjalikku kommunikatsiooni on tugistruktuuri poolelt teostanud EMSL läbi ajairja Hea Kodanik väljaandmise. VTA on alustanud vabatahtlike elektroonilise uudiskirja väljaandmist. Kahe olemasoleva kanali sisuloome ja Vabatahtlike Värava uudiste baasil on võimalik välja arendada elektrooniline uudiskiri, mis võtaks kokku kogu vabatahtlikkuse valdkonda puudutava olulise uudisliku info ning edastaks teavet vabatahtlikuna panustamise võimaluste kohta. Juhtiva rolli võiks siin võtta VTA, kes saab olemasoleva uudiskirja edasiarendamiseks teha koostööd nii EMSLi kui ka teiste tugistruktuuride üksustega. Uudiskiri võimaldaks avada valdkonnas toimuvat vahetult ja atraktiivsel moel, portreeterides selles tegutsejaid, nende maailmavaadet, katsumusi ja õppetunde läbi olemuslike lugude. Läbi uudiskirja saab tunnustada ja esile tõsta tugevamaid vabatahtlikke ning edukalt kaasavaid organisatsioone/ ettevõtteid ja vabaühendusi.

Tugistruktuuride ja vabaühendustega tuleks teha koostööd uudiskirja tellijate/lugejate baasi suurendamiseks. Selleks saab teha uudiskirja tutvustavad ning liituma kutsuvad veebibännerid, mis läheksid üles tugistruktuuride veebilehtedele, samalaadne ettepanek (bännerite ülespanekuks) tuleks teha ka vabaühendustele ja erinevatele koostööpartneritele, erialaliitustele jt. Uudiskirjaga liitumise kutse tuleks integreerida ka sotsiaalmeedia kanalitesse ning sellele tuleks eraldi juhtida tähelepanu ka vabatahtlike kaasamise kampaania raames, vabatahtlike messil, vabatahtlike tunnustusürituse kommunikatsioonis. Koostööettepaneku saab teha bännerite kuvamiseks ka populaarsematele *online*-meediakanalitele ning veebiportaalidele, kes hoiaksid bännereid aktiivsetena vabatahtlike kaasamise kampaania ajal.

### Keskne infoportaal

Veebiportaal, mis on suunatud vabatahtlikele, ettevõtetele, vabaühendustele jt valdkonnast huvitatud osapooltele. Sinna lisatakse vabatahtliku töö kuulutusi, seal paikneks vabatahtlikke kaasavate vabaühenduste ja ettevõtete andmebaas, seal saab ennast registreerida vabatahtlike uudiskirja saajaks ning lugeda valdkonna olulisemaid uudiseid ja olemuslugusid.

Kõige esinduslikum valdkonna osalemisvõimalusi vahendav ja taustinfot sisaldav veebileht on Vabatahtliku Tegevuse Arenduskeskuse poolt hallatav Vabatahtlike Värav aadressil [www.vabatahtlikud.ee](http://www.vabatahtlikud.ee). Sellel on potentsiaal kasvada terve valdkonna olulisimaks infoaknaks. Veebilehte tuleks sel juhul sisuliselt ja vormiliselt edasi arendada – täiendada valdkonna taustinfot, lisada viited ja info teiste tugistruktuuriüksuste kohta, koondada operatiivne info olulisemate sündmuste kohta, täiendada olemasolevate juhendmaterjalide kogu ja kommunikeerida täiendavalt

vabatahtliku töö kuulutuste lisamise võimalust vabaühendustele, organisatsioonidele ja ettevõtetele, et kuulutuste baas oleks mahukam ja dünaamilisem.

Eesmärgiga portaali rohkem külastajaid suunata tuleks kujundada ka atraktiivsed lehele suunavad veebibännerid, mis ripuksid nähtaval kohal kõikide tugistruktuuri üksuste kodulehtedel ning mida oleks võimalik alla laadida ja oma kodulehele lisada kõikidel soovijatel, kes tahavad vabatahtliku tegevuse arengule Eestis sel moel kaasa aidata.

Juhul, kui valida Vabatahtlike Värav leheks, mille baasil arendada välja infoliikluse sõlmpunkt, tuleks protsessi ja portaali käigushoidmisesse kaasata kindlasti kõik tugistruktuuri üksuste esindajad, et tagada info laiapõhjalisus ja operatiivsus.

Oluline on siduda omavahel selgelt ära nii veebiportaal kui ka uudiskiri – uudiskirjas sisalduvad lood suunaks edasi lugema juba infoportaal. Samas oleks portaalil nähtaval kohal esitatud kutse uudiskirjaga liituda ning lood viimasest uudiskirjast. Sel moel saab tekitada huvilisega sügavama ja püsivama kontakti: suunata ta uudiskirja kaudu portaali, üksikasjalikuma taustinfo ja osalemisvõimalustega tutvuma ning teisalt anda portaali külastajale lihtne võimalus, kuidas ennast regulaarselt olulisemate uudistega ja võimalustega kursis hoida.

### Vabatahtlikkuse mess

Üks oluline viis, kuidas kokku tuua olemasolevaid ja potentsiaalseid vabatahtlikke, vabaühendusi ja vabatahtlikkuse toetamisest huvitatud ettevõtteid, oleks iga-aastane vabatahtlikkuse mess. See oleks suunatud ühelt poolt vabatahtliku töö võimaluste tutvustamisele ja vabatahtlike ning kaasavate organisatsioonide omavahel kokkuviimisele, teiselt poolt ka ettevõtete ja vabaühenduste otsese koostöö soodustamisele. Vabatahtliku tegevuse aasta 2011 raames toimunud vabatahtlike mess osutus edukaks ja selle korraldamise peaks muutma iga-aastaseks traditsiooniks. See on hea viis, kuidas tuua valdkonna juurde uusi huvilisi, võimaldada neil korraga tutvuda paljude erinevate panustamisvõimalustega, et leida endale sobiv. Mess võiks sisaldada ka vabaühendustele ja teistele kaasavatele organisatsioonidele suunatud töötubade osa, kus saab edasi anda paremaid värbamis- ja kaasamispraktikaid. Messi saab kasutada ka selleks, et kokku viia ettevõtteid ja vabaühendusi, kes on huvitatud pikemajalisest koostööst. Messi korraldustoimkonda peaksid kuuluma erinevate tugistruktuuride esindajad. Eestvedav roll peaks olema kas ühel konkreetsel organisatsioonil või oleks selle korraldamiseks tehtud kokkulepped, et omavahel peakorraldaja rolli aastate lõikes jagada/vahetada.

Samuti tuleks toetada samalaadsete kohalike messide korraldamist Eesti teistes piirkondades. Siin saavad aktiivse rolli võtta Vabatahtliku Tegevuse Arenduskeskus ja maakondlikud vabatahtlike keskused, koostöös MAKidega.

Üle Eesti korraldatakse aktiivselt ka mitmeid teisi piirkondlikke ja erialaseid konverentse: arengu-, visiooni-, juhtimiskonverentsid jne. Siin peitub koostöökoht, et integreerida nende konverentside kavva ka vabatahtlikkust ja kaasamist puudutavad teemad, võimaldada vabaühendustel panustamis- ja koostöövõimalusi tutvustada ning kommunikeerida ka ettevõtetele ja nende juhtidele vabatahtlikkuse soodustamise võimalusi.

Messi(de)l ning konverentsidel osalemiseks, infomaterjalide kujundamiseks ja tootmiseks, vajavad mitmed vabaühendused kindlasti ka tuge. Üks viis seda pakkuda oleks KÜSKI kaudu, kes saab selleks välja arendada eraldi meetme. Messi enda korraldamise rahastus saab tulla kas läbi Siseministeriumi või KÜSKI, kaaluda tasuks ka erasektori rahalise toe kaasamist, pakkudes sel moel ka vabatahtlikku tööd toetavatele ettevõtetele võimalust oma toetust ja väärtusi näidata.

### Meetmed vabaühenduste kaasamisvõimekuse tõstmiseks

Oluline on toetada ka vabaühenduste kaasamisoskuste arengut. Vabaühendustel on vabatahtlike kaasamisest palju võita. Kahjuks täna kas ei osata näha või ei teata, kuidas seda kõige efektiivsemalt teha. Vabaühendustel ei ole võimalik motiveerida vabatahtlikke rahaliste vahenditega, seda olulisem on olla asjatundlik inimeste kaasamisel, motiveerimisel ja tunnustamisel.

Vabaühendused vajavad koolitust ja professionaalset tuge, et kujundada endale vabatahtlike kaasamise strateegia ning siis ka asjatundlikult seda praktikas rakendada õppida. Vabaühenduste võimekuse tõstmiseks on vaja viia selleks vajalikud oskused ja teadmised nendeni. Selleks tuleks KÜSKil välja arendada eraldi meede, et toetada ka professionaalide kaasamist või vabatahtlike kaasamise koolituste läbiviimist vabaühendustele.

Teine toetav meede peaks olema suunatud sellele, et vabaühendustel oleks võimalik kas püsivalt või olulisteks ajaperioodideks tööle võtta vabatahtlike koordinaator – inimene, kes on pühendunud ühendusse vabatahtlike kaasamisele, nende juhendamisele, motiveerimisele ja nendega pikemaajaliste suhete hoidmisele. Samuti on kasulik professionaalsete vabatahtlike väljakoolitamine, kes seejärel suunduvad erinevatesse vabaühendustesse tegutsema. Senine uuringute käigus laekunud tagasiside vabaühendustelt näitab, et enamasti tegutsetakse piiratud personali ja piiratud ressursside tingimustes, omamata selget ettekujutust, kuidas vabatahtlikke võiks kaasata ning kuivõrd see organisatsiooni arengule võiks kaasa aidata. Seetõttu jääb see võimalus paratamatult ka tahaplaanile ning kasutamata. Siin võiks arendada koostööd ka ettevõtetega, viies oma töötajate vabatahtlikku tegevust toetavad ettevõtted kokku vabaühendustega, kes vajaksid konkreetsete professionaalsete oskustega vabatahtlikke.

#### 4.4.5. Kommunikatsioon meediale

Koostöö meediaga peidab endast olulist potentsiaali vabatahtlikkuse selgemal kommunikeerimisel laiemale avalikkusele. Meediat võikski siinkohal käsitleda pigem partnerina, kelle abil saab jõuda teiste oluliste sihtrühmadeni.

#### Ajakirjanike koostöörühm valdkonna kommunikeerimiseks

Oluline on tekitada koostöörühm ajakirjanikest ja meediakanalitest, kes on valmis vabatahtlikkuse temaatikat käsitlema – selgitama selle olemust, tooma esile värvikamaid persoone, huvitavamaid ettevõtmisi ja olulisemaid arenguid.

Ajakirjanike leidmiseks on hea monitoorida juba sel teemal ilmunud kajastusi ja panna kokku ajakirjanike nimekiri, kellele läbi meililisti operatiivset infot vahendada, uudiskirja saata ning vajadusel korraldada ka kohtumisi olulisemate teemade/arengute lahtirääkimiseks. Suhtlust ning infovahetust selle rühmaga võiks koordineerida Siseministeerium.

Oluline on leida kõneisikud, kes on valmis sel teemal alati sõna võtma ja olema eestkõnelejateks. Vabatahtlikkuse kõneisikuid võib olla mitmeid, kes avavad vabatahtlikkust erinevate nurkade alt meedias ning kõnetavad edukalt erinevaid sihtrühmi. Meedia teab ja tunnustab neid ekspertidena ja kasutab kommentaaride võtmiseks. Kõneisikud võtavad aktiivselt sõna, seostades vabatahtlikkuse hetkel aktuaalsete teemadega.

Sisend oluliste tegijate, sündmuste ja kajastamistväärt sammude kohta peaks tulema vabaühendustelt ja tugistruktuurilt. Sealtkaudu saab koguda sisendit ka infoportaali ja uudiskirja jaoks. Selle kogumist saab korraldada kas Siseministeerium või konkreetne üksus tugistruktuuri sees. Sisu toodavad suurel arvul vabatahtlikke kaasavad organisatsioonid (PÖFF, teised kultuuri- ja spordisündmuste korraldajad, Teeme Ära ja infovahendajad nagu VTA ja EMSL).

## Kommunikatsioon kohalikul tasandil

Maakondlikud vabatahtlike keskused saavad omalt poolt vahendada infot kohalikul tasandil olulisemate sündmuste ja tublimate tegijate kohta otse maakondlikule ja kohalikule meediale. Tuleks julgustada ka vabaühendusi ise aktiivsemalt kohalikul tasandil oma eesmärkide, tegemiste, vajaduste ja võitude kohta meediale infot jagama. Maakondlikud vabatahtlike keskused saavad siin anda esimese impulsi, viies kokku ärksamad vabaühendused kohalike meediakanalite ajakirjanikega ning jagades ka olemasolevaid juhendmaterjale meediaga suhtlemiseks. Üks võimalik koostöörühm on siin ka kodanikuajakirjanduse tegijad, kellele samuti olulisemat infot perioodiliselt vahendada.

## Üleriigiline kommunikatsioon ja vabatahtlike kaasamise kampaania

Kahtlemata tuleks teha intensiivset avalikku kommunikatsiooni oluliste valdkonna tähtsündmuste eel, ajal ja järel – vabatahtliku messi, aasta vabatahtlike tunnustamisega seoses. Eelkõige uute vabatahtlike kaasamiseks on hea koondada suurem teavituskampaania ühele ajale, et anda tuge kogu vabatahtlikkuse valdkonnale ja kommunikeerida teemat laiemale avalikkusele.

Kommunikatsiooni ühe suurema lainena saab järgnevatel aastatel ära kasutada Teeme Ära Talgupäeva kommunikatsiooni, mis on üks suuremaid vabatahtlike kaasavaid üritusi aasta jooksul. Maikuu esimesel nädalavahetusel toimuv suurüritus vabatahtlike kaasamiseks erinevate kogukondlike tegevuste elluviimiseks on elujõuline ja toimiva kommunikatsiooniga formaat. Selle raames saab suunata kommunikatsiooni kõikidele erinevatele sihtrühmadele, kaasata meediat ning kasutada ja tutvustada olemasolevaid vabatahtlikkuse infokanaleid. Koostöös Talgupäeva meeskonnaga saab tutvustada vabatahtliku töö olemust, suunata sihtrühmadele sobivatesse kanalitesse konkreetset sõnumid. Talgupäeva formaat annab võimaluse pöörduda nii aktiivsete kui passiivsete vabatahtlike poole, kutsudes neid üles talgud algatama ja neis osalema. Samuti annab see hea võimaluse pöörduda potentsiaalsete vabatahtlike poole (sh noored, muukeelsed, vanemaealised jt), kutsudes neid esimest vabatahtliku töö kogemust saama. Erinevate panustamisviiside valik on Talgupäeva raames lai. Eraldi saab otsida ja kampaania kommunikatsioonis esile tõsta muukeelsete, noorte ja pensioniealiste jaoks atraktiivsemad talgud, presenteerides neid vastavalt noortele ja pensioniealistele suunatud info-, sotsiaalmeedia ja meediakanalites. Talgupäeva raames saab aktiivselt pöörduda ka töötute poole, kutsudes neid Talgupäevast osa võtma ja miks mitte ka aktiivselt talgujuhina panustama.

Talgupäeva eel tuleks eraldi kommunikeerida ka vabaühendustele Talgupäeva kui üht võimalust oma vabaühenduse tegevuse tutvustamiseks ning vabaühendusse uute vabatahtlike kaasamiseks.

Teine vabatahtlike kaasamise kampaania võib planeerida sügiseks. Selle raames saab tutvustada vabatahtlikku tööd, anda laiem ülevaade võimalustest vabatahtlikuna kaasalöömiseks. Samuti saab tutvustada vabatahtlikele suunatud infokanaleid ja innustada vabaühendusi oma kaasamistegevusi paremini planeerima. Teise laine sees võiks ühele ajale kavandada vabatahtlike messi, Vabatahtlike Värava tuntuse kampaania ja vabatahtlike tunnustamise ürituse. Samuti säravamate vabatahtlike portreeterimise/esiletõstmise ning nende lugude jutustamise meedias.

Kampaania raames toimuks kommunikatsioon vabaühendustele ja koostöö teiste potentsiaalsete kommunikatsioonipartneritega (tugistruktuurid, ettevõtted, tööportaalid, meediakanalid, noorteühendused jt) vabatahtlike töökuulutuste ülespanekuks. Samuti huviliste suunamine bannerite kaudu Vabatahtlike Väravasse, uudiskirja saajaks registreerimisele ja Facebook'i lehele. Kampaania kommunikatsiooni on integreeritud ka kutse vabatahtlike messile, mis oleks kampaania üheks tipp-sündmuseks ja kulminatsiooniks. Kampaania lõpetaks vabatahtlike tunnustamise üritus Eesti Vabariigi Presidendi osalusel, mis toetatud omakorda laiema meediakajastusega.

#### 4.4.6. Kommunikatsioon vabaühendustele

Vabatahtlike kaasamine vabaühenduste poolt on aastatega kasvanud, kuid sellegipoolest on vabaühendusi, kes ei näe vajadust vabatahtlike kaasamiseks või pole neil piisavalt oskusi sellega tegemiseks. Levinud on ka arvamus, et vabatahtlike kasutamine on justkui inimeste hea tahte ärakasutamine ning seetõttu eelistatakse oma jõududega hakkamasaamist.

##### Vabaühenduste teadlikkuse suurendamine oma rollist ühiskonnas

Vabaühendustele suunatud kommunikatsiooni eesmärk on suurendada vabaühenduste teadlikkust vabatahtlike kaasamise olulisusest ja selle mõjust ühiskonnale ning vabatahtlikule endale. Vabaühendused tegelevad tihtipeale oma kitsas lõiguga ega näe laiemat pilti, mistõttu ei näe nad ka vajadust vabatahtlike kaasata.

Siin on oluline roll meedial, mille abil kommuniqueeritakse vabatahtlikkuse olulisust ja väärtust ühiskonnale ning vabaühenduste rolli selles. Kui vabaühendused suudavad teadvustada oma rolli ühiskonnas ja vabatahtlike kaasamisel, on neil ka suurem huvi oma laiemal missiooni sõnastamisel ja erinevate kaasamise tehnikate õppimise osas.

Vabaühendusi on väga erineva suuruse ja suunitlusega ning osad neist leiavad, et nad on suunatud vaid oma liikmetele ning vabatahtlike väljastpoolt ei vaja. Samas on ühiskonnas potentsiaalseid vabatahtlike enam kui kaasavaid vabaühendusi. Laiem kommunikatsioon vabatahtlikkusest annab vabaühendustele võimaluse analüüsida oma rolli ühiskonnas ja vajadust vabatahtlike järele. Eesmärk on innustada vabaühendusi tegutsema laiemalt ja väljapoole suunatult.

Üheks heaks kanaliks nende sõnumite edastamisel on Hea Kodaniku ajakiri, mis autorite hinnangul võiks levida väljapoole aktiivselt vabatahtlikkusega tegelevate organisatsioonide ringist. Hea Kodaniku tellimiskampaania sihtrühmadeks võiksid olla nii kaasamisest mitteteadlikud vabaühendused kui potentsiaalsed vabatahtlikud.

Kommunikatsiooni eesmärk on suunata vabaühendusi läbi mõtlema, kuidas potentsiaalne vabatahtlik saab organisatsiooniga liituda, näiteks kas organisatsioonil on olemas koduleht, kus on piisavalt infot tegevuste kohta, kas seal on kutse liitumiseks ja kontaktid, kuidas seda teha, kas organisatsioon on aktiivne sotsiaalmeedias, kas vabaühenduses on mõeldud, kuidas vabatahtlike kaasatakse, motiveeritakse ja kuidas nendega sidet hoitakse.

##### Kampaania keskse infoportaali laiemaks teadvustamiseks

Ka vabaühenduste puhul on teemaks ühtse infoportaali ja infokanali loomine, kus vabaühendused saavad jagada teadmisi, edastada kuulutusi, sünkroniseerida omavahel sõnumeid. Kui Hea Kodaniku portaalil saavad vabaühendused laiemalt valdkonna teadmisi, siis Vabatahtlike Värav on kohtumispaik vabatahtlike, vabaühenduste, ettevõtete ja tugistruktuuride vahel. Seal saavad vabaühendused võimaluse oma organisatsiooni tutvustamiseks, lugude jagamiseks, vabatahtlike otsimise kuulutuste edastamiseks ja samuti valdkonna info saamiseks.

Enamus vabaühendusi ei tea praegu Vabatahtlike Värava olemasolust. Vabaühenduste seas tuleb läbi viia laiem teavituskampaania, kus näidatakse portaaliga liitumise eeliseid, sealhulgas võimalust oma organisatsiooni tutvustada ja vabatahtlike leida. E-kirja teel saadetakse kutse kutsub registreerima oma vabaühendus portaalil, panema üles oma kuulutus vabatahtlike leidmiseks ja liituda uudiskirjaga. Samuti palve üles panna Vabatahtlike Värava banner oma kodulehele, et aidata kaasa portaali kujunemiseks keskseks kohaks. Banneri olemasolu vabaühenduse kodulehel tagab selle, et ka uued vabaühendusega liitujad leiavad lingi oma enda kodulehelt ja portaali üles leiavad. Uudiskirjaga

liitumine tagab selle, et on olemas oma uudiskanal vabatahtliku tegevuse kommunikeerimiseks. Vabaühendustele pakutakse võimalust jagada oma kogemusi portaalis.

### **Vabaühenduste kommunikatsioonivõimekuse tõstmine**

Vabaühenduste vähese kaasamise üks põhjuseid on vähesed kommunikatsioonialased oskused. Vabaühendused pole oma kommunikatsioonitegevuses organiseerunud ning kuigi teadlikud ja aktiivsed. Vaid osa vabaühendusi soovivad või oskavad ajakirjanduse vahendusel või otse kitsamate sihtrühmadega suheldes oma tegevuse kohta infot pakkuda.

Vabatahtlikkuse kommunikeerimine pole organisatsioonide puhul seni primaarne. Pigem räägitakse oma projektidest. Hea kommunikatsioonikogemusega spetsialiste vabaühendustes napib.

Koostöös tugistruktuuridega tuleb teavitada vabaühendusi vastavatest koolitusprogrammidest, mis aitavad nende kaasamise võimekust suurendada. Koolitused võiksid olla vabaühendustele tasuta või väikse osalustasuga, et tagada võimalikult suur osalejate arv. Koolitusi tuleb proaktiivselt pakkuda vabaühendustele. Näidiskommunikatsioonistrateegiaid saab jagada Vabatahtlike Väravas ja/või Hea Kodaniku portaalis.

### **Vabatahtlike mess**

Vabatahtlike messist võiks saada vabaühendustele üks kord aastas toimuv oma organisatsiooni tutvustamine ja uute vabatahtlike kaasamise üritus. Oluline on messist osavõtu kulu hoida mõõdukas, et tagada suurem hulk osavõtvaid vabaühendusi.

### **Vabaühenduste avatud uste päevad**

Vabaühenduste avatud uste päevad tasub organiseerida vahetult peale vabatahtlike messi ja vabatahtlike tunnustamise üritust, kui vabatahtlikkuse teema on päevakorral ja potentsiaalsete vabatahtlike valmisolek liituda vabaühendustega on suurem. Vabaühenduste avatud uste päevad on jätk vabatahtlike messile, mis annab potentsiaalsetele vabatahtlikele võimaluse minna messil osalenud vabaühendusega põhjalikumalt tutvuma kohapeale või messil mitteosalenud vabaühendusest rohkem teada saada. Avatud uste päevadele registreerunud vabaühendused ja infopäevade või ürituste info leiab Vabatahtlike Väravast, kus igaüks saab registreeruda talle huvipakkuva vabaühenduse üritusele.

Kuidas vabaühendus ennast tutvustab, on organisatsiooni enda määrata, näiteks võib korraldada ametliku infopäeva, kohtumisõhtu liikmetega, ühise aktiivse ettevõtmise, mõttetalgud või muu.

Avatud uste päevad annavad potentsiaalsetele vabatahtlikele võimaluse piiratud aja sees tutvuda suurema hulga vabaühenduste tegevusega kohapeal ja endale meelepärane välja valida. Teiselt poolt on sel ajal vabaühendused ka valmis vabatahtlikega tegelema, mis muul ajal võib muude tegevuste rohkuse tõttu tahaplaanile jääda.

### **Vabaühenduste kommunikatsiooni abipakett**

Üks võimalus vabaühenduste abistamiseks vabatahtlike kaasamiseks on põhireklaamide välja-töötamine, mida on võimalik lihtsalt oma organisatsiooni tarbeks adapteerida, näiteks printreklaamid ja telereklaamid, millele saab lisada oma logo ja konkreetsema üleskutse.

### **Professionaalsete vabatahtlike kaasajate võrgu loomine**

Vabaühendustel napib professionaalsetid kaasajaid, kes teavad, kuidas kaasata vabatahtlike nii, et sellest võidaksid nii organisatsioon kui vabatahtlikud ise. Tasub läbi viia koolitusprogramm



professionaalsete kaasajate ringi tekitamiseks, kes seejärel liiguvad vabaühendustesse ja annavad teadmised edasi. Vabaühendustel napib kogemusi ja seeläbi julgust vabatahtlike kaasamiseks või ei näe nad selles kasutegurit. Julgust saab juurde heade praktikate ja näpunäidete saamise kaudu, mille edastamiseks on head olemasolevad vabaühendustele suunatud koolitused ja konverentsid (EMSL kevadkool jt).

EMSL on välja andnud mitmeid juhendmaterjale vabaühendustele, kuidas kaasata ja teostada kommunikatsiooni. Eesmärk on toetada nende materjalide laiemat levikut. Samuti teha juurde materjale, mis annavad konkreetsemaid näpunäiteid vabatahtlike kaasamiseks ja kommunikatsiooni tegemiseks piiratud vahenditega. Juhendmaterjale leiab Hea Kodaniku veebist [www.ngo.ee/trykised](http://www.ngo.ee/trykised) ja Vabatahtlike Värvast [www.vabatahtlikud.ee](http://www.vabatahtlikud.ee). Samuti on lisas 10 välja toodud vabatahtlike kaasamise ja motiveerimise juhendmaterjalid.

Hea Kodanik ajakiri on hea kodanikuühiskonna häälekandja, kus kajastatakse ka vabatahtliku tegevuse temaatikat. Toetada jätkuvalt ajakirja väljaandmist ja tõsta ajakirja tellijate arvu.

### Noortega tegelevad vabaühendused

Eriline fookus on noortega tegelevatel vabaühendustel, kuivõrd just noorte suunamine võimalikult varakult vabatahtliku tegevuse juurde on oluline. Siin on vajalik noortega tegelevate organisatsioonide omavaheline koostöö ja selle koostöö koordineerija. Hea näide on Domus Dorpatensis Tartus, kes on võtnud noortega tegelevate vabaühenduste võrgustamise oma missiooniks. Sarnaste võrgustike tekitamine ka teistes linnades on vajalik selleks, et sünkroonsemalt kaasataks noori ja läbi koostöö organiseeritaks suuremaid ja atraktiivsemaid üritusi uute noorte toomiseks vabatahtliku tegevuse juurde.

#### 4.4.7. Kommunikatsioon ettevõtetele

Ettevõtetele on vabatahtliku tegevuse arenemises oluline roll. Kuivõrd inimesed veedavad reeglina enamuse oma päevast tööd tehes, mõjutab ettevõtte kultuur ja olemasolev/puuduv vabatahtliku tegevuse strateegia potentsiaalsete vabatahtlike tekkimist ühiskonnas. Näiteks see, kas ettevõtte suhtub soosivalt töötaja vabatahtlikku töösse, annab talle võimaluse helistada või saata vabatahtliku tööga seotud e-kirju töö ajal, printida välja dokumente, mõjutab seda, kas töötaja jätkab vabatahtlikuna või mitte. Kui ettevõtte ei soosi seda, on töötajatel kaks võimalust, kas varjata oma tegevust ja püüdes seda teha töövälisel ajal või lõpetada vabatahtlik töö. Kui ettevõtte ei tolereeri ülesandeid, mis ei ole seotud ettevõtte tegevusega, on vabatahtlikul raskendatud vabatahtlikuna tegutsemine, isegi kui selleks on valmisolek ja soov.

Samuti on ettevõtetele suur mõju, et innustada oma töötajaid alustama vabatahtliku tööga. Paljud ettevõtted on vabatahtliku töö osavalt integreerinud ettevõtte töökultuuri ja sidunud selle ettevõtte eesmärkide ja majandustulemustega.

Vabatahtliku tegevusega tegelemiseks on Elain Cohen sõnastanud 5 tegevuse taset ettevõtetele töötajatele (vt tabel 4). Need tasemed on:

##### 1. Iseseisev vabatahtlik tegevus

Tegevus, kus töötajad teevad kogukonnas enda valitud tööd oma isiklikust ajast. Igasugune side olemasoleva töökohaga puudub.

##### 2. Toetatud vabatahtlik tegevus



Töötajad teevad kogukonnas enda valitud vabatahtlikku tööd oma isiklikust ajast, ettevõtte tunnustab ja toetab töötajate sellisuunalisi tegevusi. Näiteks võimaldatakse töötajatel kasutada oma tööaega või ettevõtte ressursse vabatahtliku tegevusega tegelemiseks.

### 3. Tööandja sponsoreeritud vabatahtlik tegevus

Töötajad valivad vabatahtliku tegevusega tegelemiseks valdkonna, mis toetab ettevõtte mainet. Vabatahtliku tegevusega tegeledes esindavad nad mitte iseennast, vaid oma tööandjat. Ettevõtte võimaldab raha, vahendeid ja aega ning innustab ise aktiivselt töötajaid vabatahtliku tegevusega tegelema.

### 4. Tööandja kavandatud vabatahtlik tegevus

Töötajad tegutsevad vabatahtlikena ettevõtte poolt organiseeritud projektides, mis toetavad ettevõtte mainet ja ärilisi eesmärgi. Vabatahtlik tegevus on üks ettevõtte poolt koordineeritud eraldi tegevustest.

### 5. Äritegevusse integreeritud vabatahtlik tegevus

Vabatahtlik tegevus on tugevalt integreeritud organisatsiooni kultuuri, on otseselt seotud ärilike eesmärkidega, vabatahtlikku tegevust mõõdetakse, vabatahtlikku tegevust nähakse töötajate oskuste ja kompetentside arendajana. Ettevõttes on loodud vabatahtliku tegevuse poliitika ja strateegia.

Kõikide nende tasemete eelduseks on korralikult läbi mõeldud, sõnastatud ja kokku lepitud vabatahtliku tegevuse strateegia ettevõtte siseselt. Isegi kui ettevõtte näiteks ei soosi vabatahtlikku tegevust teisel ajal, on see samuti hea ettevõtte sees sõnastada ja läbi rääkida vältimaks pingeid ja arusaamatusi.

Eesti ettevõtete teadlikkust vabatahtliku tegevuse võimalustest ja selle sidumisest ettevõtte tulemustega võib hinnata madalaks. On rida häid näiteid ettevõtetest, kes on antud teema enda jaoks lahti mõtestanud ja sõnastanud vabatahtliku tegevuse ja selle väärtuse ettevõtte jaoks. Nad on toonud vabatahtliku tegevuse oma ettevõtte kultuuri ja mitmel juhul sidunud selle otsettevõtte äritulemustega.

Hea näitena saab siin tuua Swedbank'i, kellel on olnud kodanikuühendustega väga pikk koostöö. Näiteks tänu 2008. aastal loodud vabaühendustele suunatud annetuskeskkonna loomisele on Swedbank läbi selle keskkonna teinud koostööd 38 MTÜga. Alates 2009. aastast on umbes 200 Swedbank'i töötajat käinud oma teadmisi vahendamas MTÜdele. Swedbank'i juhtivtöötajad panustavad vabatahtlikena erinevate MTÜde nõukogudes. Kogu tegevust koordineerib kaks inimest. Head näited on veel EMT, Eesti Energia ja teised.

Kuid enam on tuua näiteid, kus ettevõtted tegelevad sellega teadmatult ja episoodiliselt või on selle tegevuse oma organisatsioonis välistanud kui mittepõhitööga seotud tegevuse. Fookusrühmas osalejad nentisid ettevõtete seas levinud arusaama, et vabatahtlik tegevus pigem väsitab töötajat ja tal ei jää enam piisavalt aega ja energiat põhitöö tegemiseks. Ei nähta seost vabatahtliku tegevuse ja ettevõtte positiivsete majandustulemuste vahel. Arvatakse, et äriettevõtte on kasumi teenimiseks ja seega peaksid töötajad keskenduma organisatsiooni põhitegevusele.

Uute töötajate värbamisel on vabatahtliku tegevuse käsitlemine ühe osana inimese töökogemusest pigem erand. Teiselt poolt ei julge ja ei oska inimesed ka ise vabatahtlikku tööd näidata töökogemusest. On reegel, et kui ettevõtte juhtkond väärtustab vabatahtlikku tegevust, siis on ettevõttes üldiselt taoline tegevus rohkem väärtustatud ning võimalused vabatahtliku töö korraldamiseks on paremini läbi mõeldud. Vabatahtliku tegevuse soodustamine organisatsioonides saab alguse selle valdkonna defineerimisest enda jaoks ning vastava strateegia loomisest.

TABEL 4. ETTEVÖTETE TÖÖTAJATE VABATAHTLIKU TEGEVUSE TASEMED

Iseseisev vabatahtlik tegevus	Toetatud vabatahtlik tegevus	Tööandja sponsoreeritud vabatahtlik tegevus	Tööandja kavandatud vabatahtlik tegevus	Äritegevusse integreeritud vabatahtlik tegevus
<ul style="list-style-type: none"> <li>Töötajad teevad kogukonnas enda valitud vabatahtlikku tööd oma isiklikust ajast</li> <li>Puudub ettevõtte ametlik tunnustus</li> <li>Puudub seos ettevõtte äriliste eesmärkidega</li> <li>Ettevõtte ei toeta töötajate vabatahtlikku tegevust</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Töötajad teevad kogukonnas enda valitud vabatahtlikku tööd oma isiklikust ajast</li> <li>Ettevõtte tunnustab vabatahtlikku tegevust auhindadega või kommunikatsioonis</li> <li>Ettevõtte võib võimaldada vabatahtlikuks tööks vahendeid ja raha</li> <li>Ettevõtte võib võimaldada vabatahtlikuks tööks tasustatud tööaega</li> <li>Puudub otsene seos ettevõtte äriliste eesmärkidega</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Töötajad teevad kogukonnas vabatahtlikku tööd valdkondades, mis toetavad ettevõtte mainet</li> <li>Töötajad teevad vabatahtlikku tööd esindades ettevõtet</li> <li>Ettevõtte pakub vabatahtlikuks tööks raha, vahendeid ja tasustatud tööaega ning innustab töötajaid vabatahtlikuna tegutsema</li> <li>Ettevõtte võib töötajatele välja pakkuda vabatahtliku tegevuse võimalusi</li> <li>Ettevõtte tunnustab vabatahtlikku tegevust auhindadega ja kommunikatsioonis</li> <li>Vabatahtlikul tegevusel esineb tihti kaudne seos ettevõtte äriliste eesmärkidega</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Töötajad teevad vabatahtlikku tööd ettevõtte väljatöötatud projektides, mis toetavad ettevõtte mainet või ärilisi eesmärke</li> <li>Ettevõttes on vabatahtliku tegevuse programmi juht (võib töötada osalise ajaga)</li> <li>Ettevõttel võib olla vabatahtliku tegevuse poliitika</li> <li>Ettevõtte võib määrata vabatahtliku tegevuse koordinaatorid</li> <li>Töötajatest vabatahtlikke tunnustatakse ja neid võidakse auhinnata</li> <li>Vabatahtlik tegevus võib toimuda töötaja isiklikust ajast või tasustatud tööajast</li> <li>Tavaliselt ei kajastata vabatahtlikku tööd ettevõtte jõudluse hindamisel</li> <li>Vabatahtliku töö üle võidakse pidada arvestust</li> <li>Ettevõtte juht võib teha vabatahtlikku tööd</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ettevõtte on loonud töötajate vabatahtlikule tegevusele strateegilise raamistiku, mis toetab ettevõtte ärilisi eesmärke</li> <li>Töötajate vabatahtliku tegevuse juhtimiseks on ametisse määratud professionaal (tihti täisajaga), kes juhib vabatahtliku tegevuse koordinaatorite meeskonda</li> <li>Ettevõttel on vabatahtliku tegevuse poliitika</li> <li>Vabatahtlik tegevus on osaks ettevõtte jõudluse eesmärkidest ja hindamisest</li> <li>Valitud vabatahtlikud tegevused pakuvad võimalusi ettevõtte töötajate oskuste ja kompetentside kasvatamiseks</li> <li>Töötajatest vabatahtlikke auhinnatakse ja tunnustatakse</li> <li>Vabatahtlik tegevus võib toimuda töötaja isiklikust ajast või ettevõtte tasutud tööajast</li> <li>Vabatahtlik tegevus on osaks ettevõtte kultuurist</li> <li>Vabatahtliku tegevuse üle peetakse arvestust ja seda kommuniqueeritakse</li> <li>Ettevõtte juht teeb vabatahtlikku tööd</li> </ul>

Allikas: Elaine Cohen, CSR for HR, Greenleaf Publishing Ltd., 2010. Tõlge Vabatahtliku Tegevuse Arenduskeskus.

## Ettevõtete teadlikkuse suurendamine

Suurim probleem, mida kommunikatsioonistrateegia peab lahendama, on ettevõtete teadlikkuse suurendamine vabatahtliku tegevuse soodustamise positiivsetest külgedest, vabatahtliku tegevuse soodustamise erinevatest võimalustest ettevõttes ning kokkuvõttes selle kasust ettevõtte majandustulemustele.

Kuivõrd võib eeldada, et ettevõtjad ei näe veel vabatahtlikus tegevuses suurt kasutegurit oma ettevõtte tulemustele ning ettevõtjatel ja juhtidel ei ole valmidust ise proaktiivselt uurida vabatahtliku tegevuse kasusid ettevõttele, tuleb sellealane teave tuua ettevõtjatele ja juhtidele kätte nende oma keskkonnas. Peamised kanalid on siin erialased konverentsid, ärialane ajakirjandus ja pilootprojektid.

Konverentsidest on mõttekas keskenduda neile, kus osalevad need, kellel on mõju personali- ja ettevõttestrateegia kujundamisele, näiteks konverentsid juhtidele, turundajatele, finantsistidele ja personalitöötajatele. Konverentsidel jagavad kogemusi oma ala eksperdid, kes räägivad, kuidas vabatahtliku tegevusega tegelevad ettevõtted on tulemuslikumad. Näiteks juhtidele suunatud konverentsil jagavad eksperdid teadmisi ja kogemusi, kuidas vabatahtliku tegevusega tegelevad ettevõtted on majanduslikumalt edukamad ja vabatahtliku tööga tegelevad töötajad on motiveeritumad ja rahulolevamad. Personalijuhtidele tuuakse näiteid sellest, kuidas vabatahtlik tegevus on hea alternatiiv töötajate koolitustele ja meeskonna arendamiseks. Turundajatele aga sellest, kuidas vabatahtlik tegevus aitab tõsta ettevõtte mainet ning sponsorlust on võimalik lisaks rahalisele panusele teha ka oma professionaalsete töötajate saatmisel vabaühendustesse.

Konverentside osas saab teha koostööd näiteks Pärnu Juhtimiskonverentside, Eesti Konverentsikeskuse ja teistega.

## Ettevõtete ja vabaühenduste koostöö

Ettevõtted toetavad vabaühendusi peamiselt rahaliselt sponsorluse korras, saades vastu turundusväljundeid. Samas on võimalusi ettevõtete ja vabaühenduste koostöök märksa enam. Üks võimalus on professionaalide kasutamine vabaühenduste töös vabatahtlikena. Näiteks ettevõtte juht konsulteerib vabaühenduse pikaajalise strateegia tegemist, raamatupidaja aitab teha vabaühenduse raamatupidamist, ettevõtte disainer kujundab ettevõtte materjalide kõrval ära ka vabaühenduse visiitkaardid ja infovoldikud, kommunikatsioonijuht aitab luua vabatahtlikke kaasamiseks sõnumeid meediale.

Ettevõtjad on nentunud, et sellised päringud on ettevõtetele pigem väljapaistvaks erandiks. Sellisest koostööst võidavad aga mõlemad pooled. Vabaühendused saavad juurde vajalikku professionaalsust, mis aitab neil tõsta vabatahtlike kaasamise võimekust. Teisalt saavad professionaalid avardada oma silmaringi, saada juurde kogemusi teisest valdkonnast, panustada ühiskonna jaoks.

Kommunikatsioonistrateegia eesmärk on avardada koostöövorme nii vabaühenduste kui ettevõtte poole pealt.

Kuna selliste koostööprojektide arv on veel väike, siis on oluline tekitada taolisi projekte juurde, et neid ka ka teistele eeskujuks seada. Siin on oluline vabaühenduste ja ettevõtete koostöö koordineeriva funktsiooni loomine. Ettevõtjad kurdavad, et ei näe piisavalt professionaalseid mittetulundusühendusi, kellega koostööd teha. Just ettevõtjad tõid välja, et sellise koostöö tegemiseks on vaja head koordineerijad, kes ühelt poolt kaardistab ära professionaale vajavad vabaühendused ja teiselt poolt leiab ettevõtteid, kes võiksid vabaühendustele just sellisel abiks olla. Ettevõtjatel on vaja kindlust, et nende poolt toetatav vabaühendus on professionaalne ega kahjusta ettevõtte mainet tulevikus. Esimene Siseministeeriumi juhtimisel teostatud pilootprojekt, kus viidi

kokku vabaühenduste ja ettevõtete mentorpaarid, sai positiivse tagasisidet ning järeluuringu toonitati koordineerija vajalikkust.

### Meedias lugude jagamine

Meedias jagada häid näiteid, kuidas ettevõtted on edukalt integreerinud vabatahtlikkuse oma ettevõtte kultuuri, jagada häid näpunäiteid, teha persoonilugusid ettevõtete juhtidest, kes ka ise head eeskju näitavad.

Kuivõrd suurtest ettevõtetest juba oodatakse pehmete väärtuste kommuniqueerimist, siis on eriti oluline keskenduda keskmiste ja väiksemate ettevõtete edulugude ja heade praktikate jagamisele, et kummutada "vabatahtliku tegevuse kui suurte ettevõtete kulukas hobi" kuvandit. Kanaliteks sobivad näiteks Äripäev, Director, Best Marketing portaal, PARE uudiskiri, erinevad päevalehed.

### Ettevõtete juhendmaterjalid

Eestis ei ole head raamatut või juhendmaterjali ettevõtetele vabatahtliku tegevuse integreerimiseks ettevõtte kultuuri ja selle rakendamiseks eesmärkide saavutamise vankri ette. Võiks kaaluda sobivate raamatute eestindamist.

## 4.4.8. Kommunikatsioon avalikule sektorile

Avalik sektor on ühiskonnale teenäitajaks ja eeskujuks. Ka vabatahtliku tegevuse edendamisel saab avalik sektor võtta hea eeskju näitamise rolli. Näiteks oma töötajatega vabaühenduste töös tegutsedes ja projektides kaasa lüües, kaasates vabatahtlikke avalike teenuste pakkumisse läbi vabaühenduste, tunnustades siiralt vabatahtlikke ja tuues oma retoorikasse vabatahtlikkuse mõiste.

Häid näiteid avalikkust sektorist on juba tuua. Ministeeriumid kaasavad vabaühendusi seadusloomes ja poliitikate kujundamisel. Ametnikud võtavad osa vabatahtlikest aktsioonidest. Oluline on muuta episoodilised tegevused avaliku sektori rutiinseteks tegevustest ja tuua vabatahtlikkus väärtustesse sisse.

### Eesti Vabariigi President kui kõneisik

EV President on vabatahtliku tegevuse üks olulisemaid kõneisikuid, kes pöörab tähelepanu vabatahtliku tegevuse olulisusele ühiskonnas. President tunnustab parimaid vabatahtlikke.

### Ministeeriumid ja kohalikud omavalitsused

Oluline on avaliku sektori poolt vabatahtliku tegevuse märkamine ja tunnustamine, selle olulisuse rõhutamine. Samuti aktiivne koostöö vabaühendustega nii nende algatuses osalemiseks kui ka nende kaasamiseks seadusloomesse ja avalike teenuste pakkumisse.

### Koostöö erasektori ja vabaühendustega

Toimunud avaliku, kolmanda ja äriktori koostöö pilootprojektid võib lugeda õnnestunuks. See on loonud olulise pretsedendi taoliste koostöövormide tekkimisele ka tulevikus. Selliste projektide puhul on vajalik koordineerija roll, milles saab just avalik sektor võtta eestvedava ülesande vabaühenduste ja ettevõtete kokkuviiimisel.

Avalik sektor saab olla ka oluliseks tugistruktuuriks vabatahtliku tegevuse arendamisel. Näiteks tuua seadusloomesse parandusi, et vältida erisoodustusmaks vabatahtlike panuse kompenseerimisel või luua süsteem vabatahtlike kindlustamiseks, mis seni on reguleerimata.

## 5. Kommunikatsioonistrateegia elluviimine

Kommunikatsioonistrateegia elluviimine peab toimuma vabaühenduste, äri sektori, avaliku sektori ja kodanikualgatuse tugistruktuuride koostöös. Järgnevalt on ära toodud olulisemad kommunikatsioonistrateegia rakendajad.

### Siseministeerium ja avalik sektor

Küsitlustest selgus, et vabatahtlikkuse teemale on vaja omanikku, kes kogu tegevust jälgib ja suunab, teeb vastavaid uuringuid ja hoiab koos suurt pilti. Seda rolli on siiani täitnud Siseministeerium, kes võiks veelgi jõulisemalt neid ülesandeid täita.

Siseministeeriumi roll on käesoleva kommunikatsioonistrateegia elluviimine koostöös kõikide osapooltega, koordineerida ja suunata tegevusi, monitoorida tegevusi, juhtida strateegia uuendamise protsessi ja suhelda osapooltega. Eriti oluline on koordineerida rakendusüksuste tööd, kelle kommunikatsioonialane koostöö on seni killustunud.

Siseministeeriumi roll on suunata riiklikke vahendeid vabatahtliku tegevuse arendamise kommunikatsioonistrateegia põhjal. Oluline on määratleda ära, millised valdkonnad vajavad püsitoetust, näiteks kommunikatsioonikanalite aktiivsena hoidmine, sh Vabatahtlike Värav, Hea Kodanik, uudiskirjad, jne.

Siseministeeriumi ülesanne on ka vabatahtliku tegevuse monitoorimine ja analüüs ning vastav kommunikatsioon avalikkusele. Lisaks Siseministeeriumile on oma spetsiifilistes teemavaldkondades vabatahtliku tegevuse toetamise ja edendamise seotud mitmed teised valitsusasutused: Justiitsministeerium (ohvriabi, vanglavabatahtlikud), Keskkonnaministeerium (keskkonnakaitse), Välisministeerium (arengukoostöö ja humanitaarabi), Haridus- ja Teadusministeerium (noorsootöö) ning Kultuuriministeerium (sport ja liikumisharrastus, kultuur).

### EMSL

EMSL rolliks kommunikatsioonistrateegia kontekstis on muu hulgas strateegia kommunikeerimine oma liikmeskonnale, Hea Kodaniku ajakirja väljaandmine, Hea Kodaniku portaali haldamine, koolituste korraldamine vabaühenduste kaasamisvõimekuse tõstmiseks, sh EMSL kevadkool ja suvekool, samuti olla kogu vabatahtliku tegevuse üks eestkõneleja, osaleda vabatahtlikku tegevust reguleeriva seadusandluse väljatöötamises ja parendamises.

### Vabatahtliku Tegevuse Arenduskeskus

Vabatahtliku Tegevuse Arenduskeskuse ülesanne on luua ühendustele parimad võimalused vabatahtlike kaasamiseks. Selleks korraldab VTA temaatilisi info- ja koolitusüritusi, seminare, konverentse, konkursse; eksperdid nõustavad vabatahtlikke ja organisatsioone; levitavad informatsiooni ja loovad suhtlusvõrgustikke; osalevad vabatahtlikku tegevust reguleeriva seadusandluse väljatöötamises ja parendamises.

VTA haldab veebiportaali Vabatahtlike Värav [www.vabatahtlikud.ee](http://www.vabatahtlikud.ee), mis toimib Eesti vabatahtliku tööjõu vahendusplatvormina, mille kuulutusi kuvab ka Eesti suurim tööportaal [www.cvonline.ee](http://www.cvonline.ee).

VTA roll on luua vabatahtlike keskne infoportaal, mis oleks vabatahtliku tegevuse info keskpunkt, kus saavad infot nii vabatahtlikud, vabaühendused, ettevõtted kui avalik sektor. VTA üheks rolliks on vabatahtlike portaali haldamine, sellesse asjakohase sisu tootmine ja edasiarendamine koostöös erinevate osapooltega.

Vabatahtlike Värava kaudu levitada ka vabatahtliku tegevuse uudiskirja, millega saavad liituda kõik vabatahtlikust tegevusest huvitunud. VTA roll on uudiskirja tellijate arvu mitmekordistamine ja haldamine. VTA rolliks võiks olla ka vabaühendustele koolituspakettide väljatöötamine oma tegevusvõimekuse suurendamiseks.

### **MAK**

Maakondlikul tasandil pakuvad maakondlikud arenduskeskused ühendustele tasuta info-, nõustamis- ja koolitusteenuseid. MAKide roll on proaktiivselt pakkuda vabaühendustele välja vabatahtlike kaasamise ja kommunikatsioonialast nõustamist, vajadusel need oskused ka nõustajate seas välja arendada.

### **KÜSK**

KÜSK roll on toetada vabaühendusi nende kaasamise ja kommunikatsioonivõimekuse arendamisel ja koostöö soodustamises vabaühenduste ja sektorite vaheliselt.

### **Vabaühendused**

Vabaühendustel on täita kõige olulisem roll – kaasata vabatahtlikke oma töösse, juhtida ja motiveerida neid, hoida üleval pidevat suhtlust, arendada kogu vabatahtliku tegevuse valdkonda Eestis. Vabaühendustel on roll arendada oma kompetentsi, parandada oma kommunikatsioonivõimekust, olla avatumad ning kaasavamad. Vabaühendused võiksid olla julgemad ettevõtetest abi küsima – neist professionaalse abi küsimisel ja ettevõtete aktiivsel kaasamisel vabatahtlikku tegevusse.

Vabaühendustelt oodatakse ka aktiivset koostööd riigiga vabatahtliku tegevuse valdkonna arendamisel.

### **Ettevõtjate katusorganisatsioonid ja erialaliidud**

Ettevõtjate katusorganisatsioonide (nt Kaubandus-Tööstuskoda, Tööandjate Keskliit ja erialaliidud ning töötajate kutseliidud) roll on kommunikeerida vabatahtlikku tegevust ettevõtetele ja anda edasi häid praktikaid vabatahtliku tegevuse integreerimiseks ettevõtte töösse. Just katusorganisatsioonid ja erialaliidud võiksid hoolitseda asjakohaste esinejate toomise eest konverentsidele ja koostööprojektide koordineerimise eest.

### **Noorteorganisatsioonid**

Noorteorganisatsioonid ja nende katusorganisatsioonidel (Eesti Üliõpilaskondade Liit, Eesti Noorteühenduste Liit, Eesti Õpilasesinduste Liit) on roll tuua noored vabatahtliku tegevuse juurde. Oluline on noorteorganisatsioonide omavaheline koostöö, et tugevdada noortesuunalist tööd, teha suuremaid ja mõjukamaid projekte.

## **5.1. Strateegia uuendamine**

Käesoleva strateegia uuendamine peaks toimuma vähemalt kord aastas Siseministeriumi eestvedamisel ja koostöös kõikide osapooltega: vabaühenduste, tugistruktuuride, kommunikatsiooniekspertidega. Strateegia uuendamisel antakse hinnang tehtule, analüüsitakse hetkeolukorda ja tehakse strateegiasse vastavalt olukorrale muudatusi ja täiendusi.

Koostöös strateegia uuendamine aitab strateegiat hoida dünaamilisena ning teadvustada kõikide osapoolte rolli strateegia elluviimisel.

## 5.2. Teavitustegevuse hindamise põhimõtted ja indikaatorid

Kommunikatsioonistrateegia elluviimise edukust mõõdetakse nii kvantitatiivselt kui kvalitatiivselt. Uuringud on soovitatav läbi viia kord aastas. Kvantitatiivselt mõõdetakse:

- Vabatahtlike arvu tõus, kes tegutsevad nii lühiajaliselt (nt kampaaniates) kui pikaajalise panusena (nt mõne vabaühenduse töös).
- Vabatahtlike kaasavate vabaühenduste arv ja selle võrdlus eelmiste perioodidega.
- Vabatahtliku osalusega tegevusalade ja ülesannete mitmekesisus, võimaluste rohkus vabatahtlikuks panustamiseks, vastajate hinnangu põhjal.
- Äriettevõtete ja avaliku sektori asutuste, kes kindlate kokkulepete alusel toetavad oma töötajate tegutsemist vabatahtlikena arvu kasv.
- Vabatahtlike Värava või mõne muu olulise vabatahtlikku tegevust kajastava portaali külastatavus.

Teiseks indikaatorite liigiks on mõjuindikaatorid:

- Meediakajastuste sagedus, temaatika ja tonaalsus vabatahtliku tegevuse käsitlemisel.
- Sidusrühmade esindajate (näiteks poliitikute ja teiste avaliku sektori kõneisikute ja ettevõtete juhtide) avalikkuses väljendatud hoiakud ja nende aktiivsus vabatahtlikus töös kaasalöömisel või selle toetamisel.
- Inimeste hinnang vabatahtliku tegevuse arusaadavusele. Hinnang, kui arusaadavaks ja läbipaistvaks inimesed hindavad kaasavate vabaühenduste tegevust, kui arusaadavad on kutsed vabatahtlikule tegevusele, ootuseid, võimalused ja õigused vabatahtliku tegevusega tegeledes.

## 5.3. Kommunikatsiooniplaan 2012-2014

Kommunikatsioonistrateegia elluviimise tegevused aastatel 2012-2014 kokkuvõtvalt:

- **Vabatahtlike mess** vabaühenduste ja potentsiaalsete vabatahtlike kokkuvõimiseks ja vabatahtliku tegevuse üldiseks propageerimiseks. Messil toimub vabaühenduste võimaluste tutvustamine, uute vabatahtlike kaasamine vabaühenduste tegevusse, vabatahtliku tegevuse propageerimine avalikkuses. Suunatud kõikidele sihtrühmadele. Aeg: veebruar või oktoober (regulaarne, igal aastal).
- **Vabatahtlikkuse meediakampania** vabatahtliku tegevuse propageerimiseks meedias, üldiste reklaamide tootmine aastaringseks kasutamiseks, kindlate perioodide kaupa, vastavalt kokkulepetele meediakanalitega Suunatud kõikidele sihtrühmadele. Soovitatavalt regulaarselt igal aastal.
- **Vabatahtlike tunnustamise üritus** vabatahtlike messi lõpetuseks EV Presidendi osavõtul, ülekanne televisioonis. Suunatud kõikidele sihtrühmadele.
- **Vabaühenduste avatud uste päevad** potentsiaalsetele vabatahtlikele võimaluse pakkumiseks vabaühenduste võimalustega tutvumiseks ja nendega liitumiseks. Suunatud vabaühendustele ja potentsiaalsetele vabatahtlikele.
- **Telesari** vabatahtliku tegevuse võimaluste tutvustamiseks, ülevaade vabatahtlike kaasavatest vabaühendustest, uute vabatahtlike aktiivne kaasamine, vabatahtliku tegevuse üldine propageerimine.

- **Vabatahtlike Väravast keskse infoportaali kujundamine**, selle sisu loomine ja uuendamine koos vabaühendustega. Vabatahtlike Väravas kohtuvad kõik sihtrühmad ja seal toimub info vahetamine vabatahtliku tegevuse tutvustamiseks ja praktiliseks korraldamiseks. Juurde tuleb luua venekeelne leht ning seda järjepidevalt hallata ja uuendada. Infoportaaliga on aktiivselt seotud Facebook'i konto, et tagada laiem levi ja aktiivne suhtlus huvilistega.
- **Vabatahtlike Värava püsibännerreklaam (ristviitamine)** vabaühenduste ja teiste organisatsioonide kodulehtedel.
- **Vabatahtliku tegevuse uudiskiri** vabatahtlikele ja eraldi vabaühendustele, uudiskirja aadressaaside andmebaasi suurendamine.
- **Vabatahtlike passi edasiarendus veebis koos mobiilirakendusega**, vabatahtlikult tehtud tundide ülesmärkimine, oma tulemuste võrdlemisesõpradega, vabatahtlike võistlus.
- **Vabaühenduste kampaaniad** vabatahtlike kaasamiseks. Põhikommunikatsiooni paketi loomine vabaühendustele nende kommunikatsioonitegevuse lihtsustamiseks.
- **Artiklid ja kajastused meedias.** Kõneisikute briifimine ja kaasamise seminar. Ajakirjanikele ümarlaudade ja pressikonverentside korraldamine.
- **Vabatahtlike, vabaühenduste ja ettevõtete võrgustamise üritused ja messid.** Vabaühenduste võimaluste tutvustamine vabatahtlike kaasamiseks regionaalselt, koostöö süvendamine vabaühenduste, ettevõtete ja potentsiaalsete vabatahtlike vahel, vabatahtliku tegevuse üldine propageerimine.
- **Ajakirja Hea Kodanik** tellimiskampaania, eesmärgiga viia ajakiri laiema lugejaskonnani, sealhulgas potentsiaalsete vabatahtlikeni.
- **Tudengitele suunatud messid.** Vabatahtliku tegevuse tutvustamine noortele, nende aktiivne kaasamine.
- Vabatahtliku tegevuse teema sissetoomine olemasolevatesse **telesaadetesse ja -sarjadesse.**
- **Esinejad** vabatahtlikkuse teemal ettevõtetejuhtidele ja spetsialistidele (nt turundus, personalitöö) suunatud konverentsil. Ärisektori esindajatele vabatahtliku tegevuse propageerimine, argumentide ja näidete andmine, kuidas vabatahtlikku tegevust soodustada ettevõtte töötajaskonna seas, kasude väljatoomine ettevõtte jaoks.
- **Juhendmaterjal** ettevõtetele vabatahtlikkuse soodustamiseks.
- **Vahetusprogramm:** vabaühendused ja ettevõtted uute koostöömodelite tekitamiseks kahe sektori vahel.
- **Vabatahtlike koordineerijate koolitus** professionaalsete kaasajate võrgustiku tekitamiseks.
- **Juhendmaterjalid kaasamiseks vabaühendustele.**
- **Koolitused ja konverents vabatahtlikkuse ja kaasamise teemal** vabaühendustele.
- **Juhendmaterjalid MAKidele kaasamise juhendamiseks (vabaühenduste nõustamiseks).**
- **MAK koolitus ja seminarid** vabaühenduste nõustamisvõimekuse suurendamiseks ja ühtsete sõnumite loomiseks.
- **Monitooring** vabatahtliku tegevuse kommunikatsiooni tulemustest ning iga-aastane uuring/aruanne vabatahtliku tegevuse valdkonna arengust.



## Kasutatud kirjandus

- EKAK (2002). Eesti kodanikuühiskonna arengukontseptsioon.
- EVTA (2012). Euroopa Vabatahtlike Aasta 2011 tulemuste hindamine. Siseministeerium.
- EVTA (2012). Euroopa Vabatahtlike Aasta 2011 tulemuste hindamine. Siseministeerium.
- Gramberg, A., & Vutt, M. (2005). Vabatahtliku tegevuse väljakutsed Eestis. Riigikogu Toimetised 11.
- KODAR (2011). Kodanikuühiskonna arengukava 2011-2014.
- KUAK (2010). Eesti kodanikuühiskonna institutsionaliseerumine 2009/2010. Kodanikuühiskonna uurimis- ja arenduskeskus, Rahvusvaheliste ja Sotsiaaluuringute Instituut, Tallinna Ülikool.
- PRAXIS (2011). Eesti ühiskonna integratsiooni monitooring ja valdkonna kaardistamine. SA Poliitikauuringute Keskuse Praxis.
- PRAXIS (2012). Vabatahtliku tegevuse pilootprogrammi hindamine: analüüsi aruanne. SA Poliitikauuringute Keskus Praxis.
- PRAXIS (2009). Vabatahtlikus tegevuses osalemine Eestis. SA Poliitikauuringute Keskus Praxis.
- PRAXIS (2011b). Ülevaade vabatahtliku töö majandusliku ja sotsiaalse väärtuse hindamise võimalustest.
- VTA (2011). Vabatahtlike Värava Haldamise Aruanne 2007-2011. Vabatahtliku Tegevuse Arenduskeskus.
- Wilson, J. (2000). Volunteering. *Annual Review of Sociology* 26: 215-40.

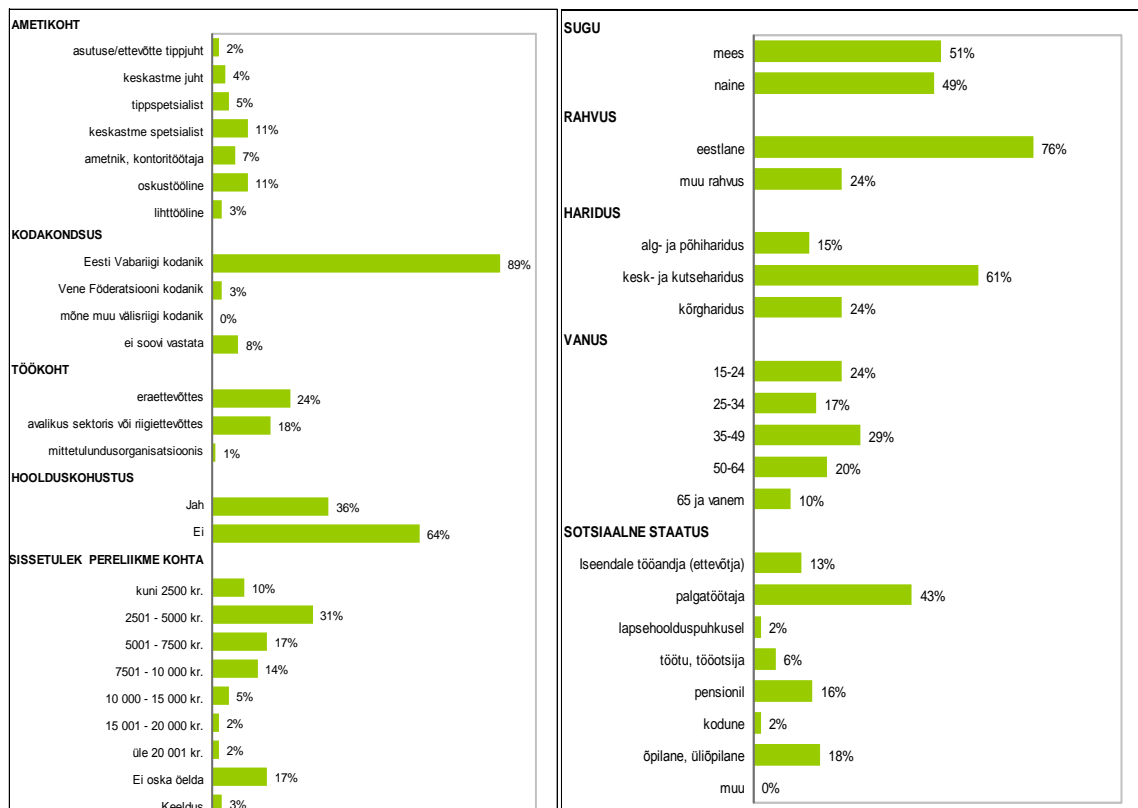
### Perioodika

- "Let's do it!" saagu Eesti kuvandiks maailmas. (14. 1 2012. a.). *Õhtuleht*.
- "Tagasi kooli" algatus tõi klasside ette üle 600 inimese. (20. 3 2009. a.). *Eesti Päevaleht*.
- 1500 pead ja 15000 sekundit noortesõbralikuma tuleviku nimel. (12. 12 2011. a.). *Pärnu Postimees*.
- Asi iseenesest ehk mõni mõte vabast tahtest. (10. 11 2012. a.). *Pärnu Postimees*.
- President annab Tartus üle riiklikke autasusid. (23. 2 2012. a.). *Postimees*.
- Toidupank kogub Prismades toiduannetusi. (17. 11 2011. a.). *Postimees*.

LISAD

# LISA 1. Vabatahtlikus tegevuses osalenud vastajate sotsiaaldemograafiline profiil

**JOONIS 3. VABATAHTLIKUS TEGEVUSES OSALENUD VASTAJATE SOTSIAALDEMOGRAAFILINE PROFIIL (% VASTAVAST RÜHMAST, N=401)**



Allikas: 2009. aasta Praxise uuringu "Vabatahtlikus tegevuses osalemine Eestis"

## LISA 2. Mittetulundusühingute tüübid

### I TÜÜP – 6% MTÜdest

I tüüpi kuuluvad peamiselt vanad ja vanimad, MTÜdest suurimate sissetulekutega, keskmiselt suurema liikmeskonnaga, riigiasutustega tihedat koostööd tegevad ja riigieelarvelistest vahenditest toetust saavad organisatsioonid. Taolistel organisatsioonidel on tihedad regulaarsed koostöösuhted lisaks riiklikele institutsioonidele ka ühiskonna teiste sektoritega: mittetulundus- ja äriühingutega jne. Lisaks on neil pigem **suured kogemused vabatahtlike kaasamisega**. Selle tüübi esindajate hulgas on kõige suurem EKAKi ja KATA teadlikkus. Organisatsioonid tegelevad teenuste osutamisega laiematele sihtrühmadele ja uute valdkondlike algatuste väljatöötamisega. Levinud on tegutsemine ka ELi ja muul rahvusvahelisel tasandil. Neile on iseloomulik teistest tüüpidest sagedasem koostöö poliitiliste parteidega. Tüüpilised esindajad on vanad valdkondlikud-piirkondlikud kesk- ja katusorganisatsioonid, sh omavalitsusliidud.

### II TÜÜP – 17% MTÜdest

II tüüpi kuuluvad vanad ja vanimad, väikeste sissetulekutega või ilma sissetulekuteta, peamiselt keskmise või keskmisest väiksema liikmeskonnaga ühendused. Liikmete hulgas on rohkem naisi. Ühendusi iseloomustab orienteeritus oma liikmeskonnale ja vähene seotus ülejäänud ühiskonnaga. **Enamasti ei kaasata tegutsemisse vabatahtlikke väljastpoolt organisatsiooni.** Tegutsetakse pigem kohalikul tasandil. Rahastamisallikatest on olulisemad liikmemaksud ja kohaliku omavalitsuse toetus. Samas nende teadlikkus kolmanda sektori edendamise instrumentidest (EKAK, KATA, KÜSK) on keskmine või pigem veidi suurem. Tüüpilised esindajad on siinpuhul vanemad harrastusrühmad või selgepiirilise liikmeskonnaga n-ö rohujuuretasandi ühendused.

### III TÜÜP – 8% MTÜdest

III tüüpi organisatsioonid on samuti üle kümneaastased, Eesti MTÜde mõistes keskmiste või pisut suuremate sissetulekutega, keskmisest suuremate liikmeskondadega. Organisatsioonide peamised koostööpartnerid on teised kolmanda sektori ühendused, koostööd valitsusasutustega ja kohaliku omavalitsusega esineb harvemini kui I tüüpi organisatsioonidel. Samas sõltutakse kohaliku omavalitsuse rahalisest toetusest ja soodustuste tegemisest. III tüübile on iseloomulik, et suheldakse keskmisest tihedamini haridusasutuste ja meediaga. **Vabatahtlikke kaasatakse keskmisest sagedamini.** Tüüpiline on tegutsemine kas maakondlikult või üle-eestiliselt. Ajuti tegutsetakse rahvusvahelisel või ELi tasandil. Maakondlike arenduskeskuste tugiteenuseid reeglina ei kasuta. Osalus nii EKAKi kui KATA aruteludes on keskmisest suurem. Tüüpilisteks esindajateks on vanemad erialaliidud, piirkondlikud kesk- ja katusorganisatsioonid.

### IV TÜÜP – 23% MTÜdest

IV tüübis on peamiselt keskmise vanusega ühendused, kelle sissetulekud on väikesed või keskmised. Liikmeskonna suurus jääb enamikel alla 30 liikme, aga on ka suurema liikmeskonnaga organisatsioone. Keskeks koostööpartneriks on kohalik omavalitsus, koostöö riigiasutustega on vähene. Nende mõju ühiskonnas laiemalt on madal. Pigem osalevad nad vähe uute valdkondlike algatuste väljatöötamises ja õigusloomes. **Vabatahtlikke kaasatakse keskmisest sagedamini.** Domineerib kohalikul tasandil tegutsemine. Klasterite keskmisest rohkem kuulub siia tüüpi harrastuse ja looduse teemaga tegelejaid, samuti naabruse ja piirkonna edendajaid. Selle tüübi esindajad on ka ühed tüüpilisemad maakondlike arenduskeskuste MTÜdele suunatud teenuste tarbijaid. Teadlikkus EKAKist, KATAst vastab klasterite

keskmisele tasemele. Tüüpilised esindajad on kohalikul tasandil teenuste osutamise, kohaliku arengu küsimustega või vaba aja sisustamisega tegelevad MTÜd.

### V TÜÜP – 42% MTÜdest

V tüüp on arvukuselt kõige levinum tüüp MTÜsid Eestis. Sinna kuuluvad peamiselt kuni nelja aastase tegutsemiskogemusega, MTÜde hulgas väikseima sissetulekuga ja liikmeskonnaga ühendused. Samas sõltutakse oma liikmeskonnast palju. Kõige olulisemaks rahastusallikaks on liikmemaksud ja palgalised töötajaid reeglina puuduvad. **Vabatahtlikke väljastpoolt oma organisatsiooni kaasatakse teistest klastritest harvemini.** Oma kontor on vaid viiendikul sellesse tüüpi kuulujatest. Neil puuduvad või on vähesed koostöösuhted nii kolmanda sektori sees kui ka omavalitsuse ja riigiasutustega. Keskmisest enam on neil aga koostöösuhteid äriettevõtetega. Kuuluvus katusorganisatsioonidesse on tüüpidest madalaim. Selle rühma esindajad on aga kõige tüüpilisemad maakondlike arenduskeskuste MTÜdele suunatud teenuste tarbijaid. Teadlikkus kolmanda sektori edendamise instrumentidest (EKAK, KATA, KÜSK) on tüüpide hulgas madalaim. Tüüpilised esindajad on noored, väikese selgepiirilise liikmeskonnaga, rohujuuresandide ühendused.

### VI TÜÜP – 5% MTÜdest

VI tüüpi esindajad on väikseim teistest eristuv rühm MTÜsid. Siia kuuluvad võrdlemisi noored – kuni kümne aastase tegutsemiskogemusega ja suhteliselt väikeste liikmeskondadega, aga suurte sissetulekutega ühendused. Liikmete hulgas on keskmisest sagedamini juriidilisi isikuid. Neil on enamasti palgalisi töötajaid ja regulaarseid koostöösuhteid nii kodanikualgatuslike organisatsioonidega kui ka teiste ühiskonnas tegutsejatega. Ministeeriumitega partnerluslepingute olemasolu sageduselt on see väike rühm koos I tüüpi kuulujatega esimesel-teisel kohal. **Levinud on ka vabatahtlike kaasamine.** Samuti on nad MTÜdest ühed suuremad koolitusfirmade teenuste kasutajad. Nende teadlikkus kolmanda sektori edendamise instrumentidest (EKAK, KATA, KÜSK) jääb siiski alla keskmisele. Tüüpilisemad esindajad on nooremad maakondliku või üle-eestilise tegevusulatusega erialaliidud või teenuste pakkumise tegelevad ühendused. (KUAK, 2010)

### Milline ühendus ei kaasa vabatahtlikke?

Vabatahtlike kaasamisega tegelevad vähem II ja V tüüp, mis kokku teeb 59% MTÜdest Eestis. See näitab, et kuigi kahel kolmandikul ühendustest on kogemused vabatahtlike kaasamisega, **siis märkimisväärne osa ühendustest kaasab vabatahtlikke väga harva.** Antud tüpoloogia kohaselt võib väita, et ühendused, mis on orienteeritud oma liikmeskonnale ja ei seo end ülejäänud ühiskonnaga, ei kaasa ka vabatahtlikke oma tegevustesse.

Kui II tüüpi puhul on teadlikkus kolmanda sektori edendamise instrumentidest olemas, siis V tüüpi puhul, kus samuti ei kaasata vabatahtlike, on see teadlikkus teistest madalaim. Lisaks puuduvad neil koostöösuhted erinevate asutustega ning ei kuuluta ka katusorganisatsioonidesse. Kuigi tegemist on ka suhteliselt noorte ja väikse liikmearvuga ühendustega, on neid väga palju, moodustades kõikidest ühendustest 42%. Siinpuhul on võimalik ühenduste arengule kaasa aidata teadlikkuse tõstmisega erinevatest võimalustest, mis juba praegu ühendustele pakkuda on. Järgnev peatükk annabki ülevaate olemasolevatest kommunikatsioonipraktikatest ja võimalikest infoallikatest.

## LISA 3. Kommunikatsiooni praktikate analüüs

### Uuringu taust

Antud uuringu analüüsi teostamiseks viidi läbi veebiküsitlus vabatahtlike kaasavate organisatsioonide esindajate, toimus kolm fookusrühma arutelu ning üks süvaintervjuu erinevate siht- ja sidusrühmade esindajatega.

**Veebiküsitluse** eesmärgiks oli kirjeldada praegustele vabatahtlikele ja potentsiaalsetele vabatahtlikele suunatud kommunikatsiooni praktikad (kodulehed, liikmete teavitamine, avalikkuse teavitamine jm kanalid/võtted) ja kommunikatsioonivõimekust (sh ressursside olemasolu ja kasutamine: oskused, inimesed, aeg, raha jne) erinevates ühendustes.

Veebiküsitluse valimi moodustasid vabatahtlike kaasavad organisatsioonid. Valimi moodustamiseks kasutati KÜSK poolt rahastatud ja TLÜ Kodanikuühiskonna Uurimis- ja Arenduskeskuse (KUAK) poolt läbiviidud uuringu „Kodanikuühiskonna institutsionaliseerumine Eestis. 2009/2010“ küsitluse andmebaasi. Nimetatud andmetele tuginedes oli võimalik saata küsitlus neile organisatsioonidele, kelle kohta teame, et nad on kasutanud vabatahtlikku (tasustamata) tööjõudu väljastpoolt organisatsiooni. Kokku on neid andmebaasis 716, kellest 454 organisatsioonis tegutsevad püsivabatahtlikud. Küsitlusele vastanutest 284 organisatsiooni ei ole kaasanud vabatahtlikke. Käesoleva veebiküsitluse valimiks oli seega 716 organisatsiooni. Vastamismäär ületas oodatud 45% ning vastajate hulgaks moodustus 370 ühendust.

Küsimustikus oli 50 küsimust, millest neli oli ainult avatud vastustega. Vastajaks oli kas organisatsiooni juht või kõige enam vabatahtlikega kokku puutuv meeskonnaliige. Küsitlus viidi läbi SA Poliitikauuringute Keskus Praxis veebiküsitluste keskkonnas.

Käesoleva uuringu raames viidi läbi ka kolm **fookusrühma intervjuud**. Nende eesmärk oli valideerida ning täiendada küsitlustulemusi, selgitada välja toimivad kommunikatsiooni kanaleid ning praktikaid ning koguda erinevate osapoolte arvamusi kommunikatsioonistrateegia lähtepunkti ning eesmärkide täpsustamiseks. Erinevate fookusrühma intervjuude raames osalesid järgmised siht- ja sidusrühmad: senised juhtivad sõnumiedastajad vabatahtliku töö teemadel nii avalikust kui vabasektorist ehk **ekspertid**; erinevate **ettevõtete esindajad**; vabatahtlike erineval määral kaasavad **vabaühendused**.

Fookusrühma intervjuud leidsid aset SA Poliitikauuringute Keskus Praxis büroo ruumides ajavahemikul 02.03.2012-14.03.2012. Fookusrühma intervjuude pikkus oli ligikaudu 2 tundi.

Lisaks fookusrühma aruteludele viidi läbi ka üks **süvaintervjuu** Pensionäride Ühenduse nõukogu liikmega, mille raames uuriti nii tema isikliku kogemust kui tema arusaama üldisemast suhtumisest vabatahtliku töö tegemisse. Intervjuu läbiviimine aitas paremini mõista, milliste kommunikatsiooni kanalite ja praktikate kaudu on kõige efektiivsem ja praktilisem informatsiooni vanemaealisteni toimetada. Intervjuu toimus 29.02.2012 SA Poliitikauuringute Keskus Praxis büroo ruumides ja kestis ligikaudu poolteist tundi.

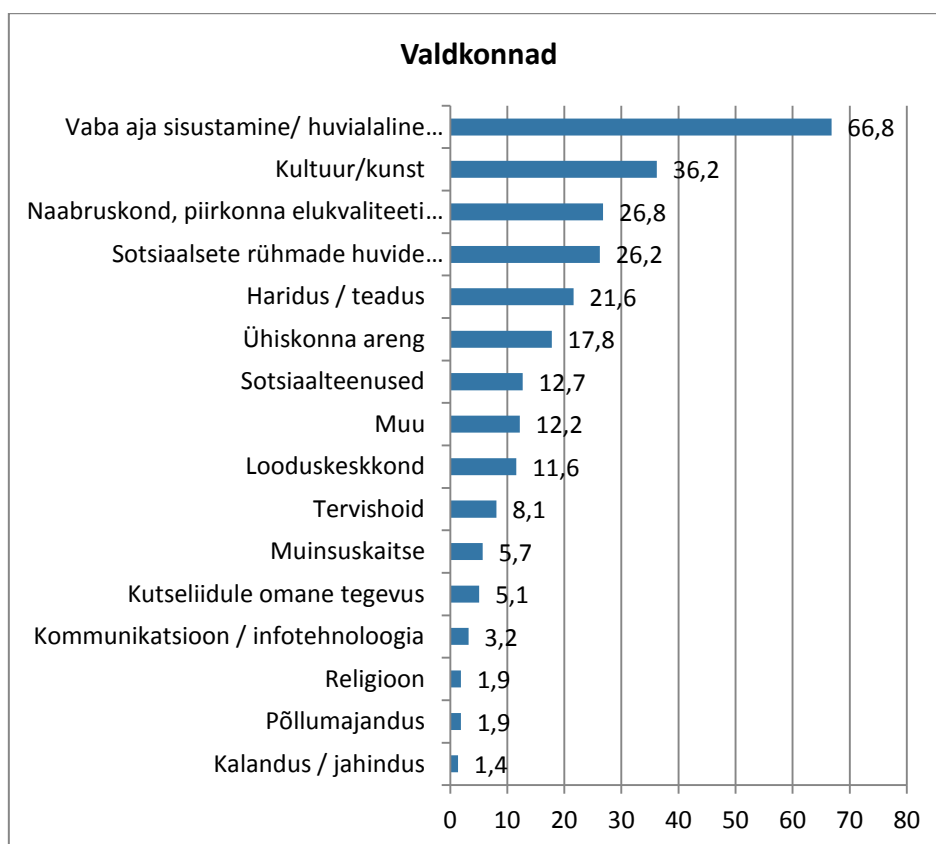
Antud meetodite kasutamine uuringu läbiviimisel annab sisendi eelkõige organisatsioonide kommunikatsioonivõimekuse tõstmisesse suunatud tegevuste kavandamisele kui ka strateegia põhimõtete koostamisele, sh sihtrühmade täpsustamisele; teiste kommunikatsioonitegevuste planeerimisele; kommunikatsioonikanalite valikule ja sihtrühmapõhiste põhisõnumite koostamisele. Järgnevalt koostatud analüüs põhineb suuresti veebiküsitluste tulemustel, kuid hõlmab ka fookusrühmade ning intervjuude tulemusi, et pakkuda võimalikult põhjalikku ning täpset arusaama vabatahtlikele ja potentsiaalsetele vabatahtlikele suunatud kommunikatsiooni praktikatest ja ühenduste kommunikatsioonivõimekusest.

## Ülevaade organisatsioonidest

Ülekaalukas enamus veebiküsimustikule vastanud ühendustest tegutsevad **MTÜ**dena (367) ning vaid kahe organisatsiooni tegutsemisvorm oli seltsing ning ühel sihtasustus. Kuna seltsinguid ning sihtasutusi oli valimis vähe, siis tegutsemisvormi edasisse analüüsi ei kaasatud.

Organisatsioonide erinevad tegevusvaldkonnad on ära näidatud (Joonis 4). Kaks kolmandikku ühendustest on oma tegevuses mingil määral seotud **inimeste vaba aja sisustamise ning huvialase tegevuse pakkumisega**. Lisaks on olulised valdkonnad veel **kultuur ja kunst, naabrus- või piirkonna elukvaliteedi edendamine ning sotsiaalsete rühmade huvide esindamine**. Ühendused võisid siinpuhul märkida ära mitu valdkonda ning protsendid on seega iga valdkonna puhul kogu valimi suhtes.

**JOONIS 4.** MILLISED ON TEIE ORGANISATSIOONI TEGEVUSVALDKONNAD? (%) N=370

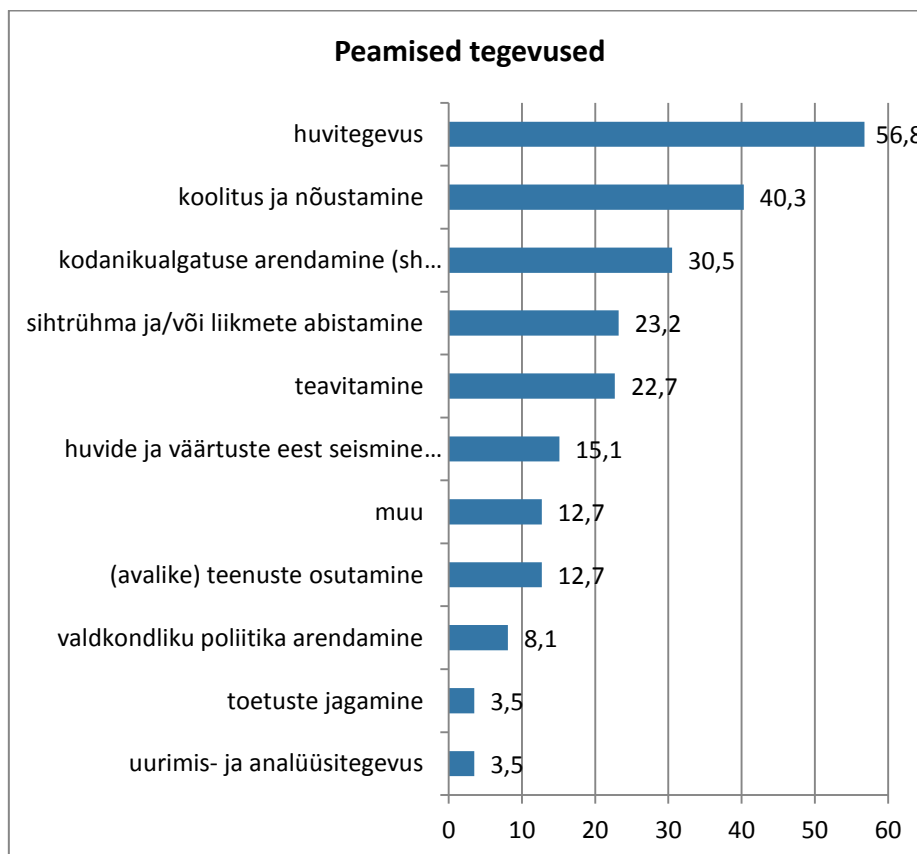


Allikas: Vabatahtlikele suunatud kommunikatsiooni praktikate uuring 2012

Järgnevalt tuli valida aga ainult üks, peamine valdkond millega ühendus tegeleb ning see tulemus ei erine eelmisest vastusest. Ka siin on ülekaalukalt ligi 40% ühenduste puhul peamiseks valdkonnaks inimeste vaba aja sisustamine ning neile huvialase tegevuse pakkumine. Sarnasele tasemele (kõik ca 12%) jäävad kultuur ja kunst, sotsiaalsete rühmade esindamine ning naabruskonna või piirkonna elukvaliteeti edendav tegevus. Arvestades ka eelmise küsimuse tulemusi, võib väita, et ühendused tegelevad erineval tasemel just nende nelja alaga.

Organisatsioonide **peamised tegevused** hõlmavad **huvitegevust** (ligi 60%), koolitusi ning nõustamist (40%), kodanikualgatuse arendamist (30%), sihtrühma ja liikmete abistamist (23%) ning üldist teavitustööd (23%) (Joonis 5).

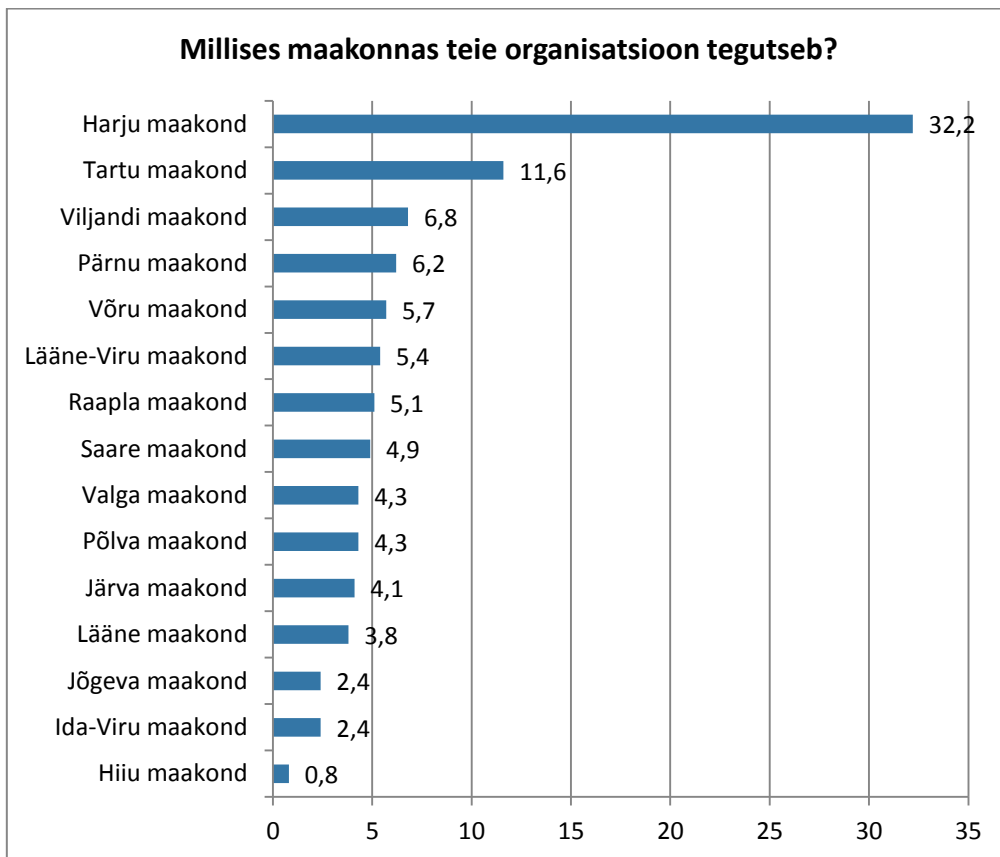
JOONIS 5. MILLISED ON TEIE ORGANISATSIOONI PEAMISED TEGEVUSED? PALUN MÄRKIGE KUNI KOLM (%) N=370



Allikas: Vabatahtlikele suunatud kommunikatsiooni praktikate uuring 2012

Kolmandik kõigist ühendustest tegutseb **Harju maakonnas** ning veidi üle 10% organisatsioonidest **Tartu maakonnas** (Joonis 6), mis näitab, et suuremad linnad on tugevamalt esindatud ühenduste poolt. Ülejäänud maakonnad mahuvad 1-7% sisse. Ühendused tegutsevad kõige rohkem **kohalikul tasandil**. See tähendab, et nende tegevus jääb valla, küla või linna tasandile. Tallinna puhul on siiski tegemist vaid linnajao tasandiga. Pidevalt tegutseb kohalikul tasandil 70% ühendustest ning lisaks 20% tegutseb vahel samal tasandil. Pool vastanutest tegutseb ka aegajalt maakondlikul ning üle-eestilisel tasandil. Vähem on neid, kes pidevalt sellel tasandil tegutseks: 27% maakondlikul tasemel ning 20% üle-eestiliselt. Tallinnas enam kui ühe linnajao piires ja Euroopa Liidu tasandil tegutsevad ühendused väga vähe.

Joonis 6. MILLISES MAAKONNAS TEIE ORGANISATSIION TEGUTSEB? (%) N=370



Allikas: Vabatahtlikele suunatud kommunikatsiooni praktikate uuring 2012

Kuna küsitleti ainult eestikeelseid organisatsioone, siis peaaegu kõikides ühendustes on **töökeeleks eesti keel**. Pool ühendustest kasutab vahel ka vene ning inglise keelt ning vaid viiendik kasutab lisaks ka mõnda muud keelt.

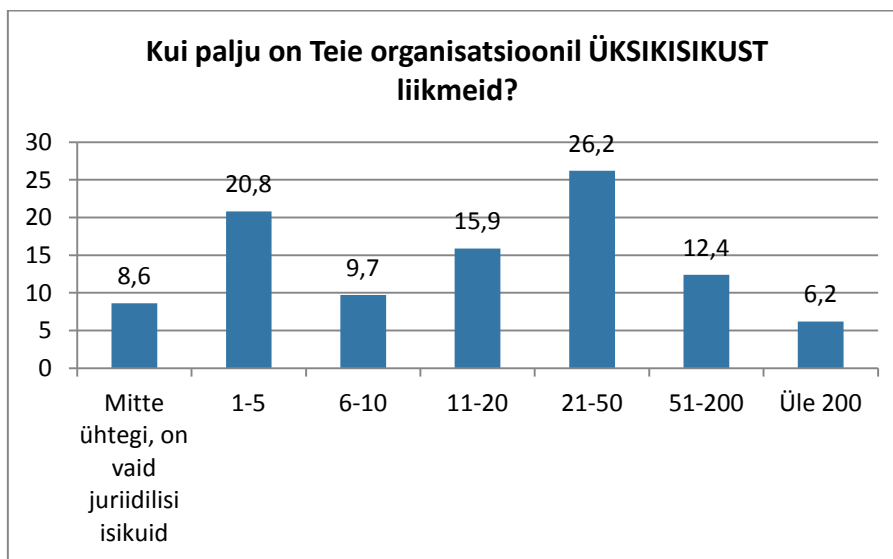
Ligi 60% organisatsioonidest on kandud tulumaksusoodustusega mittetulundusühenduste ja sihtasutuste nimekirja ning 34% vastanutest ei osanud öelda, kas nad selles nimekirjas paiknevad.

Pea kahel kolmandikul organisatsioonidest **pole üldse mingit sissetulekut** viimase aasta jooksul olnud ning vaid alla 10% ühendustest on samal ajal märkimisväärset (30001–65000 eur) tulu teeninud.

**Liikmete arv ühendustes on varieeruv** (Joonis 7). Viiendikul juhtudest on ühenduses vaid 1-5 liiget ning ligikaudu veerandil ühendustest on liikmete arv 21 ja 50 vahel. Väga vähe on organisatsioone (vaid 6%), kus oleks üle 200 liikme ning mitte ühtegi liiget pole ligi kümnendikul ühendustest. Ühendustega läbi viidud fookusrühmast selgus, et üldiselt on ühendused pigem **väikesed ning spetsiifilise suunitlusega**. Siinpuhul on ühenduste liikmed ise tihti seotud ühenduse eesmärgiga või omavad vastavat spetsialiteeti ning kogmust selles valdkonnas (nt sport). Ühenduste esindajad leidsid, et liikmete ootused ühenduste suhtes ei klapi ühenduste ootustega liikmete suhtes. Ühendusi nähakse siinkohal kui teenuse pakkujaid ning liikmed ei näe oma panuse olulisust ühenduse eesmärkide täitmisel. Vähesed laiema suunitlusega ning suurema liikmearvuga organisatsioonid on organiseeritumad ning suhtlevad rohkem ka avalikkusega. Nende puhul ei ole probleemideks ka liikmete puudus või mured liikmete suhtumisega.



JOONIS 7. KUI PALJU ON TEIE ORGANISATSIOONIL ÜSIKISIKUST LIIKMEID? (%) N=370



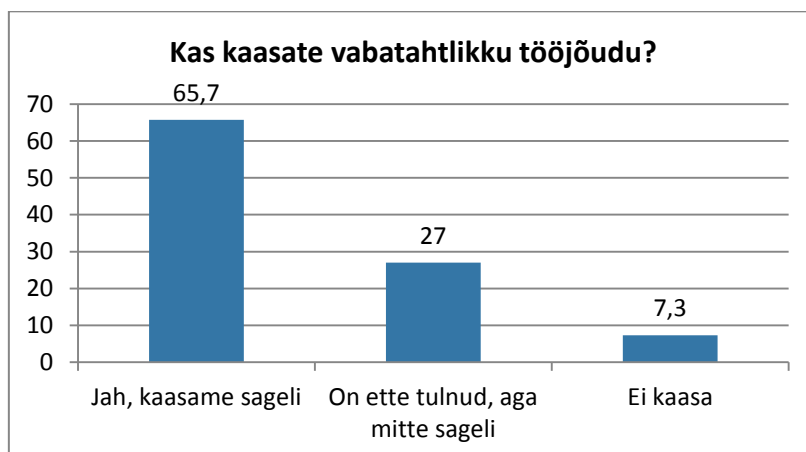
Allikas: Vabatahtlikele suunatud kommunikatsiooni praktikate uuring 2012

Organisatsioonides üldjoontes **täistööajaga töötajaid pole**. Nimelt üle 80% juhtudest ei töötanud organisatsioonis ühtegi täistööajaga töötajat. Ühel juhul töötas 22 inimest, paaril üksikul juhul 8-9 ning ülejäänud juhtudel ainult 1-2 inimest. Ka osalise tööajaga puhul ei töötanud organisatsioonis kedagi ligi kolmveerandil juhtudest. Üle 20 osalise tööajaga töötajat oli kolmel juhul, mõnel üksikul juhul langes see number seitsme ja kümne vahele ning ülejäänud juhtudel töötas organisatsioonis viis või vähem osalise tööajaga töötajat.

### Vabatahtlike kaasamine organisatsiooni tegevusse

Kuna valimi moodustamise eelduseks oli, et organisatsioonid on kaasanud tasustamata tööjõudu väljaspool oma liikmeskonda, siis ei ole imestada, et kaks kolmandikku küsitlusele vastanud organisatsioonidest kaasavad oma tegevusse vabatahtlikku tööjõudu ning üle veerandi ühendustest kaasavad vabatahtlikke harvemini (Joonis 8). Vaid 7,3% organisatsioonidest ei kaasa tasustamata tööjõudu oma tegevustesse.

JOONIS 8. KAS KAASATE ORGANISATSIOONI TEGEVUSTESSE VABATAHTLIKKU (TASUSTAMATA) TÖÖJÕUDU? (%) N=370



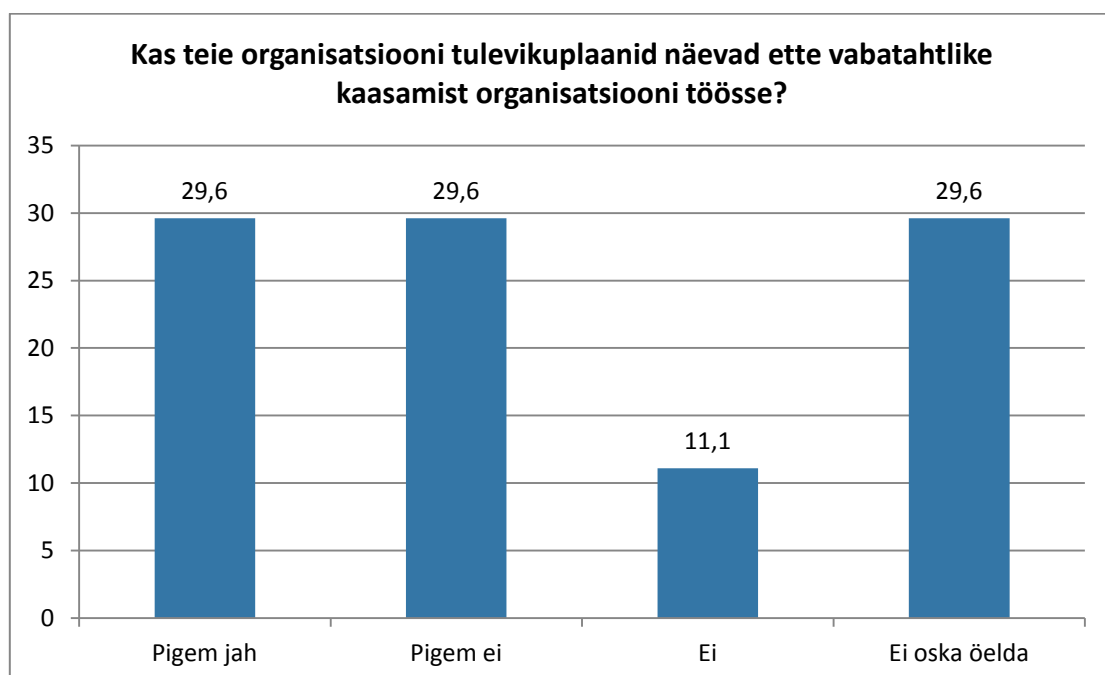
Allikas: Vabatahtlikele suunatud kommunikatsiooni praktikate uuring 2012

Kuna vaid väike osa organisatsioonidest vabatahtlikku tööjõudu siiski ei kaasa, siis uuriti nende 27 organisatsiooni käest, millistel põhjustel nad seda ei tee. Pea 70% nendest organisatsioonidest, kes ei kaasa vabatahtlikke, leidsid, et **nad ei vaja oma töös vabatahtlikke väljastpoolt oma organisatsiooni liikmeskonda** ning 30% leidis, et neil **puuduvad sobivad tööülesanded**, mida vabatahtlikele anda. Kuna tegemist oli mitme võimaliku vastusega küsimusega, siis paaril juhul leiti veel lisaks, et neil ei ole häid kogemusi värbamisel olnud, et neil puudub inimene, kes koordineeriks vabatahtlike tööd ning lisaks puuduvad teadmised ja kogemused vabatahtlike leidmiseks. Arvestades, et vabatahtlikke ei värba ainult 27 ühendust 370 küsitletu seas, siis laiemaid üldistusi, miks ei kaasata, ei ole mõistlik veebiküsitluse tulemuste põhjal välja tuua.

Fookusrühmas osalenud ühenduste esindajad aga leidsid, et potentsiaalse vabatahtliku leidmine on tihedalt seotud **ühenduse olemuse ning valdkonnaga**. Spetsiifilise valdkonnaga tegelevate ühenduste esindajad usuvad, et vabatahtlikud, kellega oma alal koostööd teha, võiksid (ning osalt peaksid) olema kursis ka vastava valdkonna spetsiifikaga. Üldiselt on vabatahtliku ning eriti valdkonnaspetsiifikaga mitte kursis oleva vabatahtliku ettevalmistamine ning koolitamine keeruline ning ei pruugi teinekord ühendusele palju kasu tuua, kuna vabatahtlikud kipuvad panustama vaid lühiajaliselt. Samas leidis osa ühendustest, et kuigi vabatahtlike väljakoolitamine on aeganõudev protsess, siis teinekord on see vaeva väärt ning inimene, kes tõeliselt tahab aidata, kuid ei oma erialaseid teadmisi, võib väga hea töötaja olla.

Samad ühendused, kes ei kaasa vabatahtlikke, ei öelnud ka kindlalt, et nende tulevikuplaanid näeksid ette vabatahtlike kaasamist organisatsiooni töösse. Kolmandik neist leidis, et siiski pigem kaasaks tulevikus vabatahtlikke, kolmandik aga, et pigem mitte ning lisaks veel kolmandik ei osanud öelda, kas nad tulevikus kaasaks vabatahtlikke (Joonis 9). Umbes 10% vastanutest ehk siis vaid kolm ühendust leidis, et nad kindlasti ei kaasaks vabatahtlikke ka tulevikus.

**JOONIS 9.** KAS TEIE ORGANISATSIOONI TULEVIKUPLAANID NÄEVAD ETTE VABATAHTLIKE KAASAMIST ORGANISATSIOONI TÖÖSSE? (%) N=27



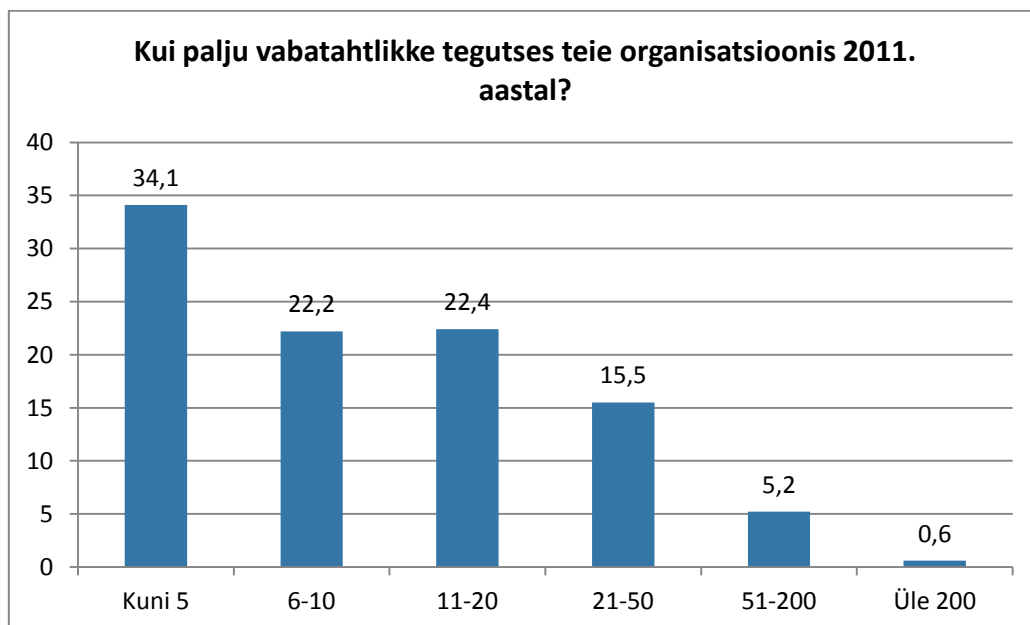
Allikas: Vabatahtlikele suunatud kommunikatsiooni praktikate uuring 2012

Vabatahtlike kaasavaid organisatsioone jäi üldvalimis alles 343 ning edasine küsimustik oligi suunatud ainult neile, et paremini kirjeldada vabatahtlike kaasamise praktikaid.

Kõige rohkem kaasatakse vabatahtlikku tööjõudu **ürituste või talgute abipersonaliks**. Selles valdkonnas rakendab vabatahtlike 80% vabatahtlike kaasavatest ühendustest. Lisaks on pooltel vastanutest vabatahtlikud abiks **organisatsiooni igapäevategevuste läbiviimisel**, kolmandikul juhtudest aitavad vabatahtlikud lisaks **projektitaotlusi kirjutada** ning sama palju värvatakse neid ka **üritustele või koolitustele esinejateks**. Siin oli võimalik ka ise juurde lisada valdkond, kus vabatahtlike abi on ära kulunud ning põhiliselt toodi välja, et vabatahtlike abi on olnud oluline spordivõistluste ning –ürituste läbiviimisel ning lastelaagrite ja ka lastehoiu korraldamisel.

Üldiselt on **vabatahtlike hulk organisatsioonides väike** (Joonis 10). Kõige rohkem (35%) oli neid organisatsioone, kus 2011. a jooksul tegutses vaid 1-5 vabatahtlikku. 6-10 vabatahtlikku ning 11-20 vabatahtlikku tegutses võrdselt 22% organisatsioonides. Veidi rohkem vabatahtlike (ehk siis 21-50) tegutses ainult 15% organisatsioonidest ning üle 200 oli märgiti vabatahtlike hulgaks vaid kahel juhul.

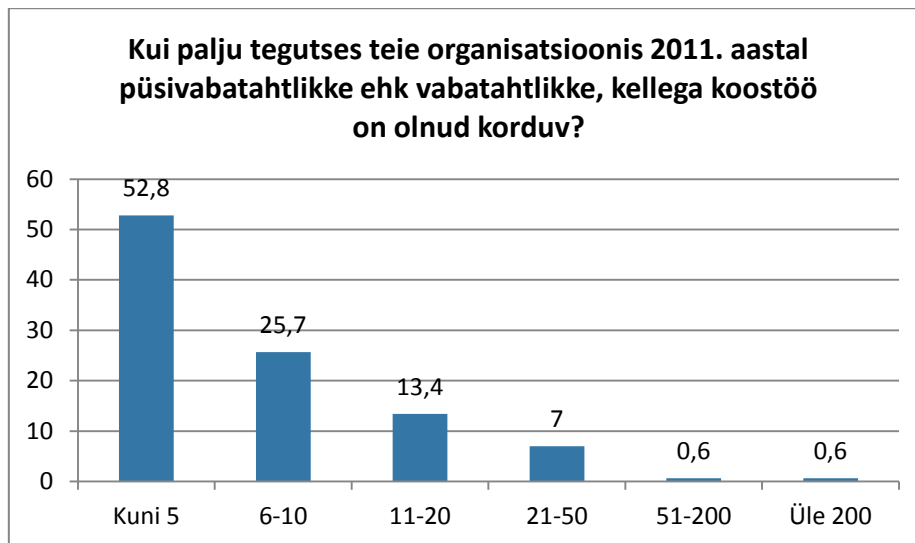
**JOONIS 10.** KUI PALJU VABATAHTLIKKE TEGUTSES TEIE ORGANISATSIOONIS 2011. AASTAL? (%) N=343



Allikas: Vabatahtlikele suunatud kommunikatsiooni praktikate uuring 2012

**Püsivabatahtlike hulk oli ühendustes mõnevõrra väiksem** (Joonis 11). Nimelt pool ühendustest vastas, et nende organisatsioonis tegutses 2011. a jooksul 1-5 püsivabatahtlikku, veerand, et püsivabatahtlike oli 6-10 ning vaid 13% leidis, et korduv koostöö on olnud 11-20 vabatahtlikuga.

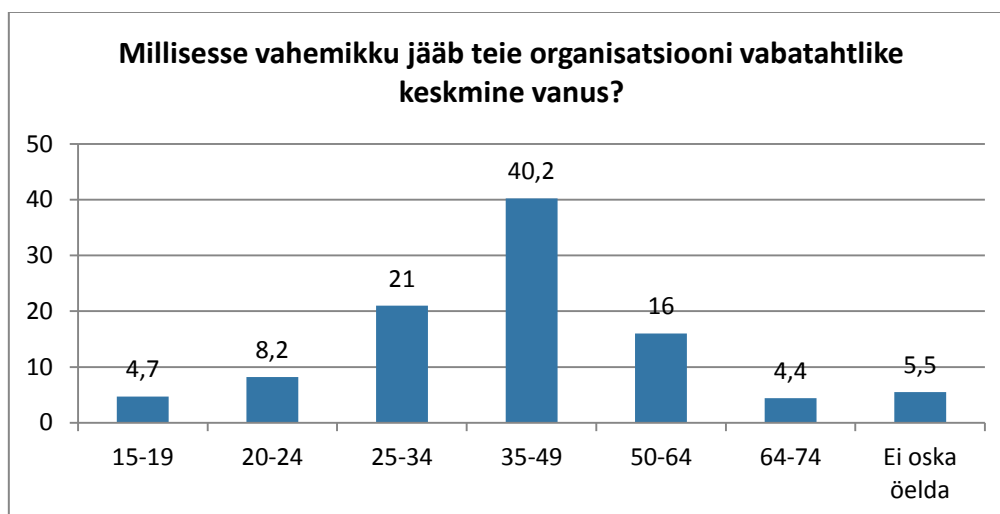
**JOONIS 11.** KUI PALJU TEGUTSES TEIE ORGANISATSIOONIS 2011. AASTAL PÜSIVABATAHTLIKKE EHK VABATAHTLIKKE, KELLEGA KOOSTÖÖ ON OLNUD KORDUV? (%) N=343



Allikas: Vabatahtlikele suunatud kommunikatsiooni praktikate uuring 2012

Antud organisatsioonide vabatahtlikud on sageli keskealised inimesed (Joonis 12). 40% vastanutest leidis, et nende organisatsiooni vabatahtlike keskmine vanus jääb 35 ja 49 eluaasta vahele. Ligi viiendik vabatahtlikest on 25-34 aastased ning veidi üle 15% keskmisest veidi vanemad, ehk 50-64 aastased. Ühenduste fookusrühmast selgus, et nooremaid inimesi on keeruline ühendustel värvata vabatahtlikeks, juhul kui ei ole tegemist just praktikavõimaluse pakkumisega. Kui ühendused ise olid huvitatud just noore vabatahtliku kaasamisest, siis samas selgus süvaintervjuu käigus Pensionäride Ühenduse nõukogu liikmega, et vanemaealistel inimestel on valmisolek vabatahtliku töö tegemiseks ja oma panuse andmiseks olemas, kuid tihtipeale välistatakse nad üldse sihtrühmana. Vanemaealised tunnevad end sotsiaalsest elust välja jäetud ning seetõttu tihti ka ühiskonnas mittevajalikena. Vanemaealiste potentsiaal võiks olla oma erialase spetsialiteediga panustamine erinevate erialade ning huvialade õpetamisel.

**JOONIS 12.** MILLISESSE VAHEMIKKU JÄÄB TEIE ORGANISATSIOONI VABATAHTLIKE KESKMINE VANUS? (%) N=343



Allikas: Vabatahtlikele suunatud kommunikatsiooni praktikate uuring 2012

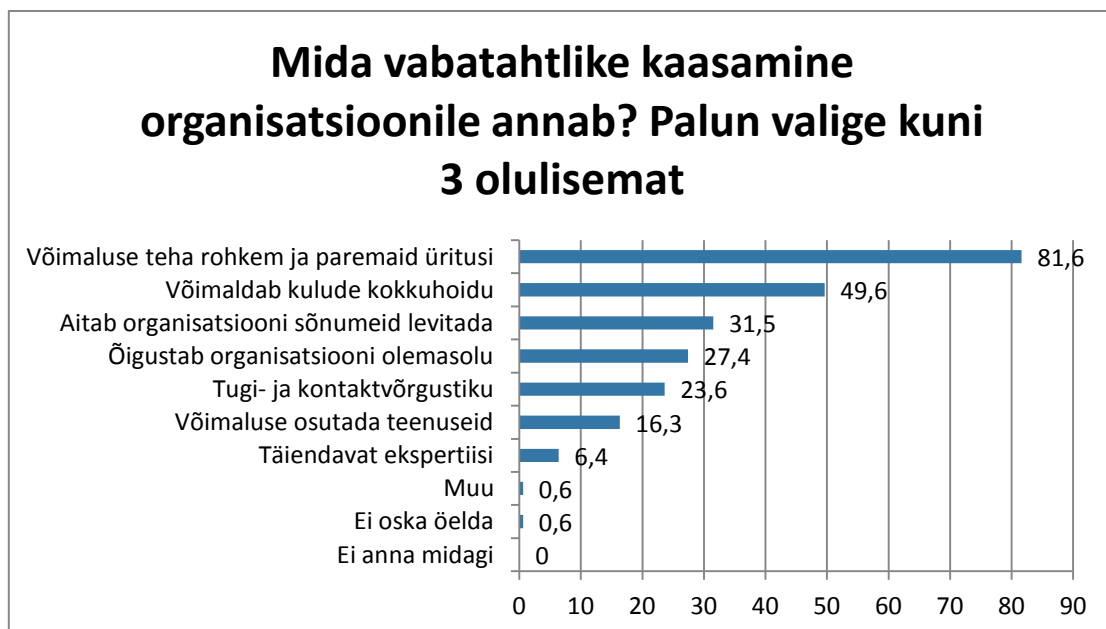
Vabatahtlikud langevad professionaalsuse suhtes suuresti kahte ossa. Kolmandik vastanutest leidis, et vaid vähesed vabatahtlikud panustavad just oma erialaste oskustega. Samas leidis peaaegu sama palju, et enamus nende vabatahtlikest on professionaalid. Fookusrühmast ühenduste esindajatega selgus, et ühenduste arusaam, **kuidas ning milleks vabatahtlikke kaasata, on kohati limiteeritud**. Peaaegu ükski ühenduse esindaja ei olnud mõelnud professionaalsete vabatahtlike kaasamisest näiteks ühenduste administratiivse juhtimisega seotud murede lahendamiseks (nt IT- või raamatupidamisalane) ning see kehtis nii kitsama kui laiema suunitlusega ühenduste puhul. Sarnaselt leidsid **ettevõtete esindajad**, et nad oleksid valmis pakkuma ühendustele professionaalset abi, kuid ühenduste teadlikkus nendest võimalustest tundus neile selles valdkonnas madal olevat. Pakuti välja, et ettevõtete abi võiks näiteks paluda **ekspertarvamuse küsimisel, ruumide kasutamisel ning mitte niivõrd otsese rahalise toetuse** jaoks.

Siiski leiavad ühendused, et vabatahtlike panus nende organisatsiooni on suur. Peaaegu pool vastanutest leidis, et organisatsioon ei oleks vähemalt sama edukas ilma vabatahtliketa ning 37% usub, et nende organisatsioon lakkaks lausa tegutsemast, kui neil puuduks vabatahtlik tööjõud.

**Vabatahtlike puudus ei ole ühenduste endi jaoks märkimisväärne.** 60% vastanutest leiab, et neil on piisavalt või pigem piisavalt vabatahtlikke, et oma eesmärged täita. Samal ajal leidis 30% vastanutest, et pigem võiks vabatahtlikke rohkem olla ning vaid 6% leidis, et kindlasti oleks juurde vaja vabatahtlikke.

Kõige rohkem leiti, et **vabatahtlike kaasamine annab võimaluse organisatsioonile teha rohkem ning paremaid üritusi** (80%) ning **hoida kokku kulude pealt** (50%) (Joonis 13). Olulisemate valdkondadena toodi veel välja organisatsiooni sõnumite levitamine (30%) ning organisatsiooni olemasolu õigustamine (27%). Samuti pakuvad vabatahtlikud organisatsioonile tugi- ja kontaktvõrgustikku (24%).

**JOONIS 13.** MIDA VABATAHTLIKE KAASAMINE ORGANISATSIOONILE ANNAB? PALUN VALIGE KUNI 3 OLULISEMAT (%)  
N=343



Allikas: Vabatahtlikele suunatud kommunikatsiooni praktikate uuring 2012

## LISA 4. Infokanalid

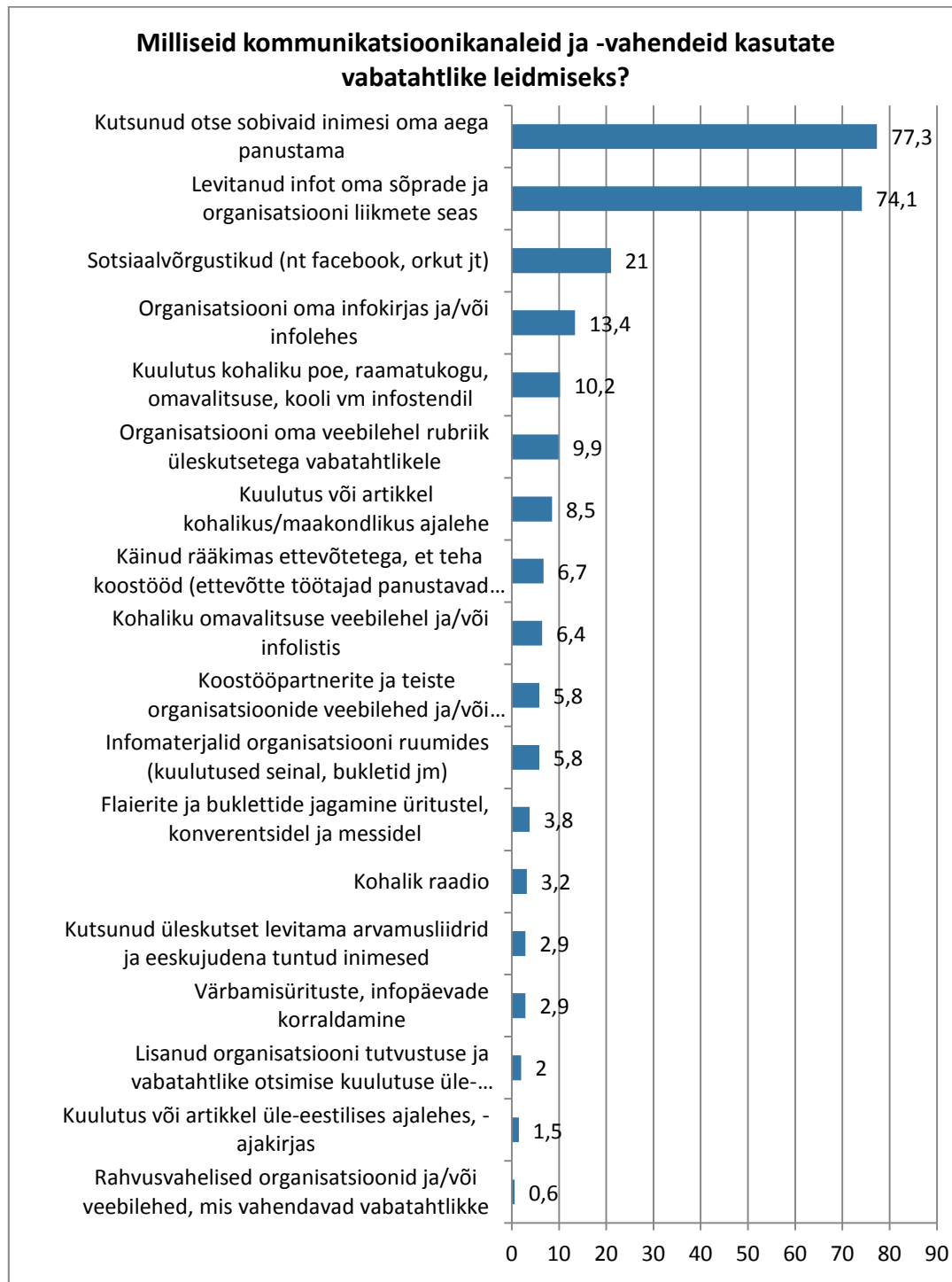
**JOONIS 14.** PEAMISELT MILLISTEST ALLIKATEST JA KANALITEST SAATE VAJALIKKU INFORMATSIOONI VABATAHTLIKE KAASAMISE KOHTA? (KUNI 5 VASTUST) (%) N=343



Allikas: Vabatahtlikele suunatud kommunikatsiooni praktikate uuring 2012

## LISA 5. Kommunikatsioonikanalid vabatahtlike leidmiseks

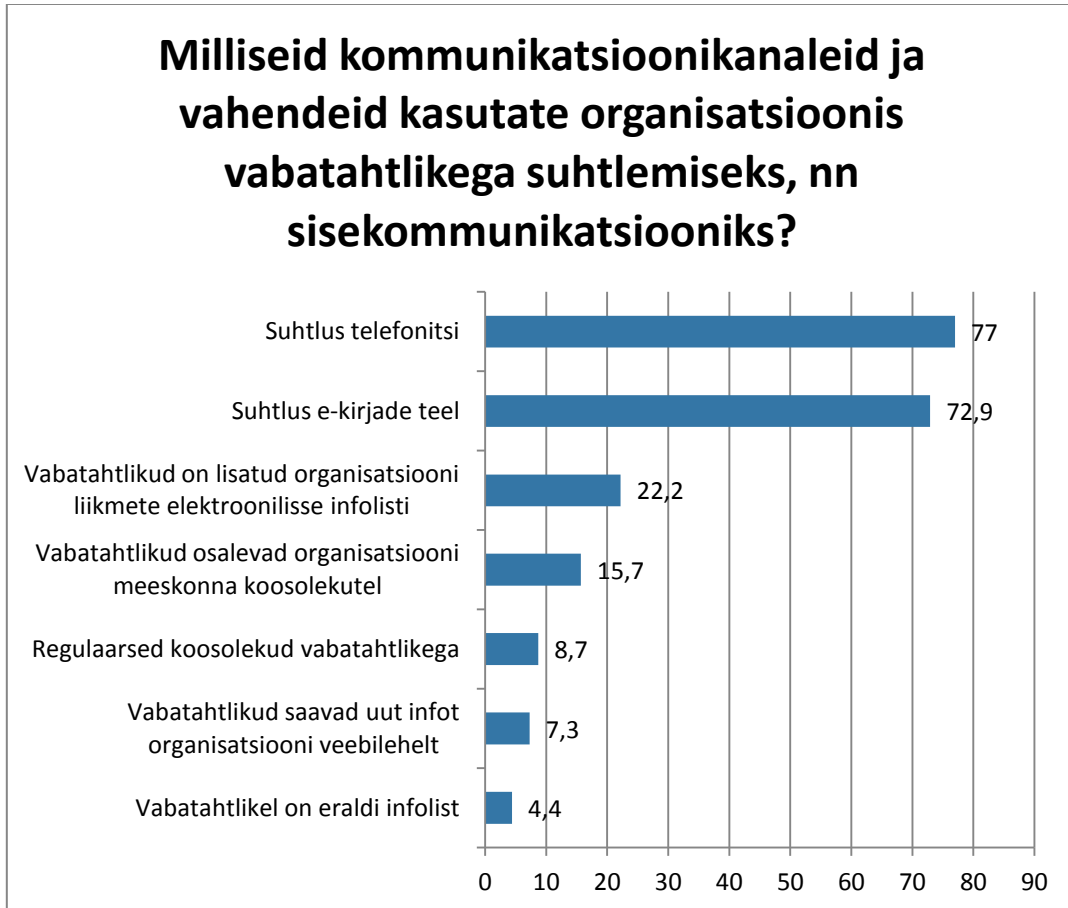
JOONIS 15. MILLISEID KOMMUNIKATSIOONIKANALED JA -VAHENDEID KASUTATE VABATAHTLIKE LEIDMISEKS? (%)  
N=343



Allikas: Vabatahtlikele suunatud kommunikatsiooni praktikate uuring 2012

## LISA 6. Suhtluskanalid vabatahtlikega

**JOONIS 16.** MILLISEID KOMMUNIKATSIOONIKANALEID JA -VAHENDEID KASUTATE ORGANISATSIOONIS VABATAHTLIKEGA SUHTLEMISEKS, NN SISEKOMMUNIKATSIOONIKS? (KUNI 3 VASTUST) (%) N=343



Allikas: Vabatahtlikele suunatud kommunikatsiooni praktikate uuring 2012



## LISA 7. Vabatahtlike leidmine ja värbamine

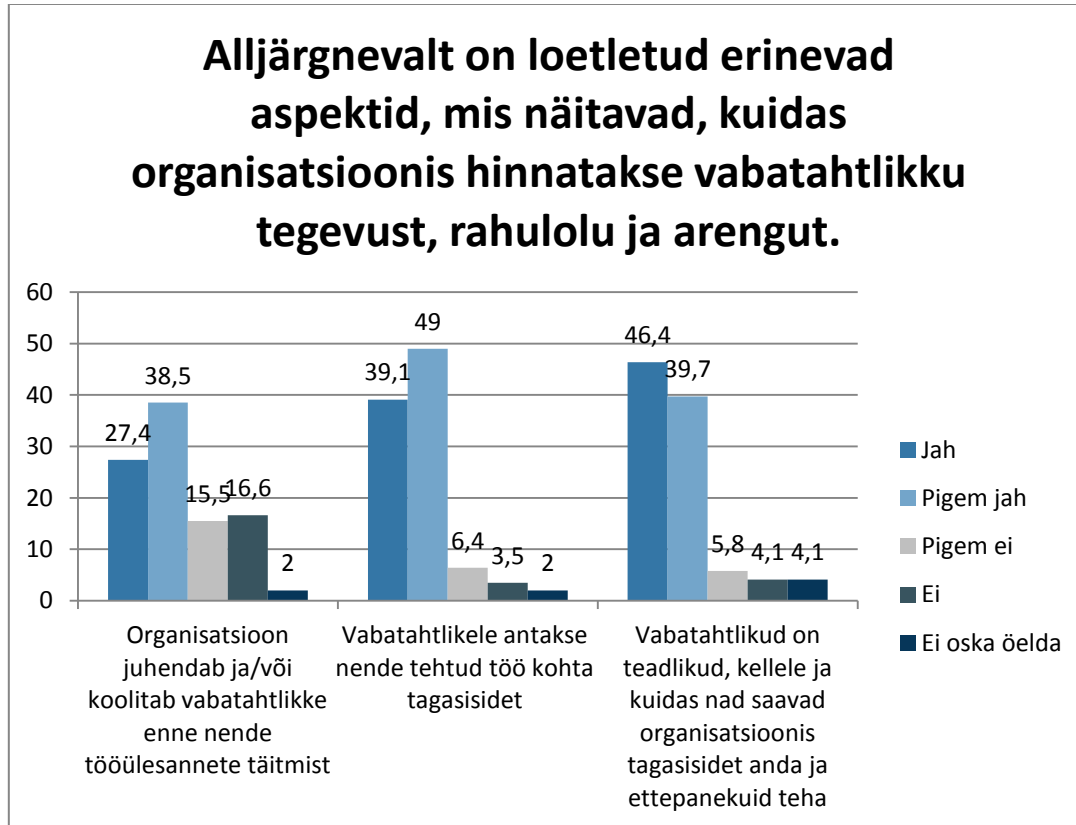
**JOONIS 17.** ALLJÄRGNEVALT ON KIRJELDATUD ERINEVAID ASPEKTE VABATAHTLIKE LEIDMISEST JA VÄRBAMISEST. PALUN MÄRKIGE IGALE REALE, MIL MÄÄRAL KIRJELDAB NIMETATUD ASPEKT TEIE ORGANISATSIIONI



Allikas: Vabatahtlikele suunatud kommunikatsiooni praktikate uuring 2012

## LISA 8. Vabatahtliku tegevuse korraldus

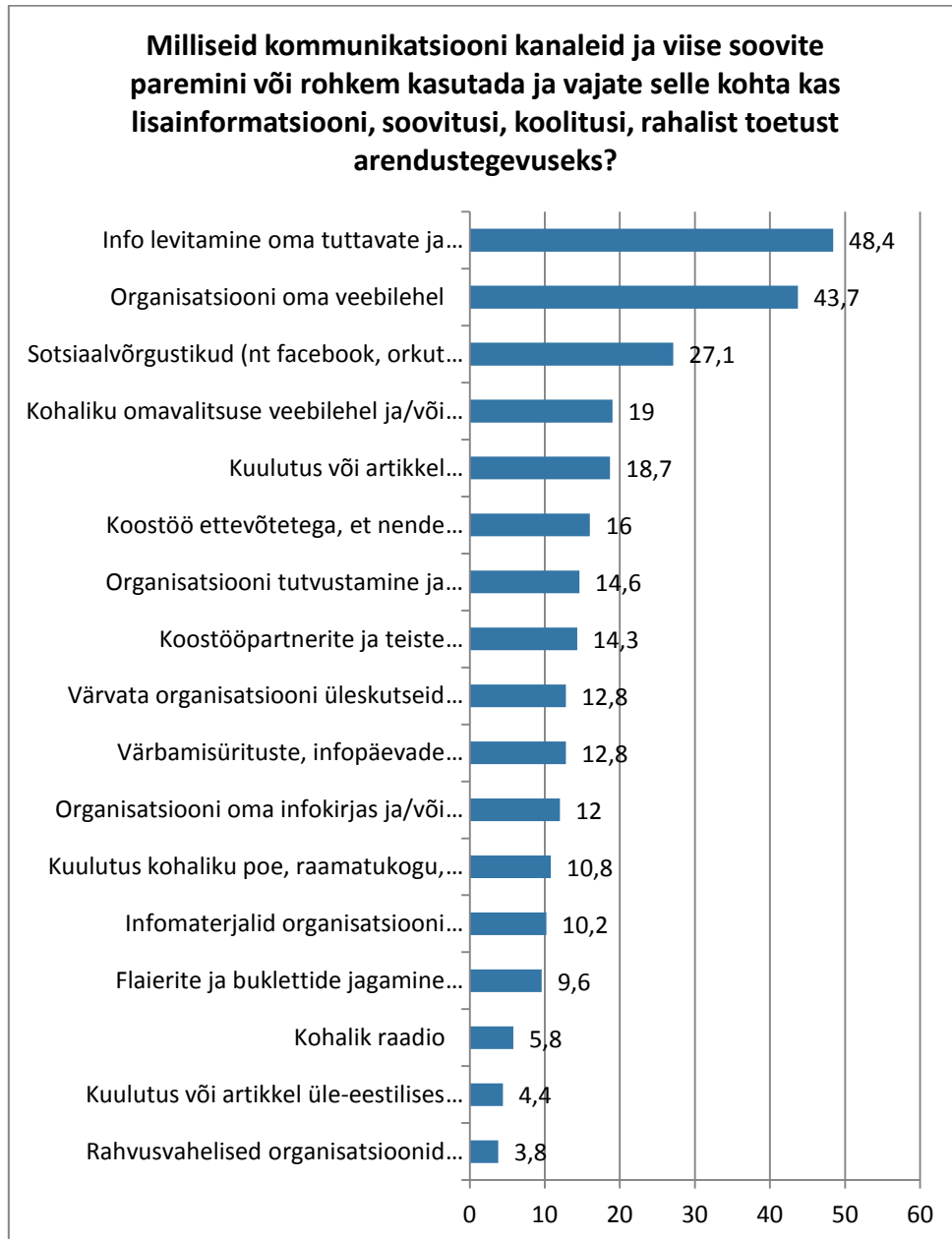
**JOONIS 18.** ALLJÄRGNEVALT ON LOETLETUD ERINEVAD ASPEKTID, MIS NÄITAVAD, KUIDAS ORGANISATSIOONIS HINNATAKSE VABATAHTLIKKU TEGEVUST, RAHULOLU JA ARENGUT. PALUN MÄRKIGE VASTUS IGALE REALE (%) N=343



Allikas: Vabatahtlikele suunatud kommunikatsiooni praktikate uuring 2012

## LISA 9. Lisainformatsiooni vajadus

**JOONIS 19.** PALUN MÄRKIGE, MILLISEID KOMMUNIKATSIOONIKANALEID JA -VIISE SOOVITE PAREMINI VÕI ROHKEM KASUTADA JA VAJATE SELLE KOHTA KAS LISAINFORMATSIOONI, SOOVITUSI, KOOLITUSI, RAHALIST TOETUST ARENDUSTEGEVUSEKS. (KUNI 5 VASTUST) (%) N=343



Allikas: Vabatahtlikele suunatud kommunikatsiooni praktikate uuring 2012

## Lisa 10. Soovitused vabaühendustele kommunikatsiooni ja kaasamise parendamiseks

Vabaühendused on võti uute vabatahtlike kaasamisel, seega on väga oluline, et vabaühendused oleksid valmis uute vabatahtlike kaasamiseks oma organisatsiooni. Siinkohal soovitused vabaühendustele vabatahtlike kaasamise parendamiseks oma organisatsioonis.

### Vabatahtlike kaasamise strateegia

Vabatahtlike kaasamisel täidab vabaühendus olulist rolli – pakub inimestele võimalust olla aktiivne kodanik, areneda ja saada uusi oskusi ning olla õnnelikum inimene. Seega võiks igal vabaühendusel olla ukсед avatud vabatahtlikele ja läbi mõeldud, kuidas vabatahtlikke oma tegevustesse kaasata. Vabaühendusel tasub kirja panna, milliseid vabatahtlikke oodatakse, kuidas nad leiavad tee vabaühenduseni, kuidas neid juhendatakse, motiveeritakse ja kuidas nendega kommunikeeritakse. Just ebaselged juhtnöörid ja mittepiisav kommunikatsioon on tavaliselt need põhjused, miks vabatahtlikud lahkuvad.

Vabatahtlike kaasamine pole ainult kutse ühineda, vaid ka nende motiveerimine ja nende õnnelikunahoidmine organisatsiooni juures ning neist aktiivsete vabatahtlike kujundamine. Iga vabaühendus peab läbi mõtlema, kuidas ta seda kavatses teha oma ressursside juures. Milliseid kanaleid kasutab kutsumiseks, kuidas hoiab vabatahtlike kursis organisatsiooni tööga, kuidas motiveerib, kuidas paneb tegutsema.

Süsteemse vabatahtlike kaasamise eesmärgil tuleks läbi mõelda ja kirja panna:

- Keda soovitakse kaasata, millised on sobilik vabatahtlike eeldused?
- Milliste tööde tegemiseks kaasatakse vabatahtlikke?
- Kuidas vabatahtlikke kaasatakse/värvatakse (mis kanaleid ja sõnumeid kasutades)?
- Kes koordineerib vabatahtlike tööd?
- Kas vabatahtlike kaasamise põhimõtted järgivad organisatsiooni missiooni ja visiooni?
- Millised on vabatahtlike tunnustamise ja motiveerimise viisid?
- Kuidas korraldatakse vabatahtlikega arenguestlustusi?
- Milliseid töövahendeid vabatahtlikud vajavad; kas töövahendid on olemas?
- Kuidas on kompenseeritud vabatahtliku tööga seotud otsesed kulud (toitlustus, transport)?
- Kuidas kontrollitakse tehtava töö kvaliteeti?
- Kuidas lahendatakse konflikte ja eriarvamusi?
- Kuidas on sätestatud vabatahtlike materiaalne vastustus?
- Mil viisil suheldakse vabatahtlikega töö käigus ja tööde välisel ajal (nö sisekommunikatsioon)?
- Kuidas on korraldatud vabatahtlike koolitamine, juhendamine?
- Kuidas hinnatakse vabatahtlike töö efektiivsust, mõju?
- Millised on erinevate osapoolte (vabatahtlike, juhtkonna) kohustused, õigused ja vastutus?

Strateegiat tuleb tutvustada ka oma ühingu töötajatele, et nad teaksid, millistel põhimõtetel organisatsioonis vabatahtlikud tegutsevad.

## Kodulehele kutse liitumiseks

Üks esimesi kohti, kus potentsiaalsed vabatahtlikud, partnerid ja rahastajad otsivad infot, on koduleht. Vabaühendustel tasub panustada kodulehe tegemisse, kaasates selleks näiteks vabatahtlikke.

Olemasoleval kodulehel tasub vaadata ise selle pilguga, mis mulje koduleht võõrale inimesele jätab. Tasub küsida arvamust mõnelt organisatsiooni mittekuuluvalt inimeselt.

Kodulehel peaks olema kindlasti ülevaade, millega vabaühendus tegeleb, olulisemad projektid, uudised ja kontakt ühendusevõtmiseks. Oluline on kommunikeerida seda, kas organisatsiooni oodatakse vabatahtlikke ja konkreetne juhised, kuidas on võimalik vabatahtlikuna panustada või organisatsiooniga liituda. Ainult kontaktidest ei piisa, sest potentsiaalne vabatahtlik võib eeldada, et tegemist on kindla organisatsiooniga, kuhu uusi inimesi ei oodata.

Kodulehel võiks olla nähtaval kohal kutse liitumiseks ning konkreetsed juhised, kuidas seda teha. Tuleb tagada, et kontaktid, mille kaudu võetakse ühendust, oleksid aktiivsed ja toimivad.

## Ole aktiivne sotsiaalmeedias

Tänapäeval käib palju infot läbi sotsiaalmeedia ja potentsiaalsed vabatahtlikud otsustavad vabaühenduse üle selle järgi, kas ja kui palju ta oma tegevusest ja projektidest läbi sotsiaalmeedia räägib. Sotsiaalmeedia on tasuta kanal, kuid tuleb arvestada, et ka inimtööjõud on ressurs. Sotsiaalmeedias tasub olla aktiivne ja suhelda inimestega, seetõttu tuleb vabaühenduses kokku leppida, kes seda teeb, millise sagedusega, milliseid sõnumeid postitab.

## Meediaga suhtlemine

Vabaühendused teevad palju häid projekte ja tegusid, kuid tihtipeale ei kuule me sellest meediast. Samas tulevad vabatahtlikud just uudistama neisse vabaühendustesse, kellest nad kuulnud on. Oma tegudest tasub meediale teada anda ja mitte oodata, et ajakirjanikud ise avastavad.

Kui napib oskusi meediaga suhtlemisel, tasub kaaluda professionaalse kommunikatsiooninimese palkamist, tema kutsumist vabatahtlikuna tegutsema või hoopis teha partnerlust mõne ettevõttega, kelle kommunikatsioonispetsialist aitab kommunikatsiooni teha ka vabaühendusel. Võimalus on ka mõnel olemasoleval liikmel koolitada end kommunikatsioonivallas ja proovida ise teha. Kommunikatsioonispetsialisti puudumine ei tähenda, et kommunikatsiooni väljapoole ei saa teha.

## Konkreetsed projektid ja väljakutset esitavad eesmärgid

Inimesed reeglina ei tule ühenduse juurde vabatahtlikuks saamise eesmärgil. Pigem motiveerib inimesi konkreetne ja huvipakkuv projekt või tegevus, mis pakub huvi, võimaldab kohtuda inimestega ja areneda, töötab tulla lõbus vms. Tegevus peab tekitama õhinat. Kui tegevuses kaob õhin, tuleb oma tegevused läbi vaadata. Õhin motiveerib vabatahtlikke, meeskondi kui ka partnereid. Selles peitub areng, edasimineku, uute asjade proovimine. Vabaühendustel tasub läbi mõelda, mis on need projektid, mille kaudu vabatahtlike kaasata, ning siis neid atraktiivselt välja kommunikeerida.

## Positiivsus ja naeratamine

Positiivsus tõmbab ligi. Positiivsus on oluline väärtus, mida tasub rakendada vabaühenduse sisekultuuris. Eriti nende vabaühenduste puhul, kes tegelevad tundlikemate teemadega. Positiivsus on mõttelaad, mis eeldab julgust, siirust ja rõõmsust. Vabaühendustel tasub näidata, et see tegevus neile meeldib. Siis meeldib see ka teistele.

Samuti soovime vabaühendustele välja töötada detailsemad juhendid ja soovitused kaasamiseks, kommunikatsiooni teostamiseks, pressiga suhtlemiseks ja reklaamikampaania tegemiseks.



REGIONAALMINISTRI  
VALITSEMISALA