

Lukiolaisten näkemykset opiskelupaikan valintaan ja työelämään liittyen (n= 4683)

Harri Leinikka / T-Media Oy / TAT-ryhmä

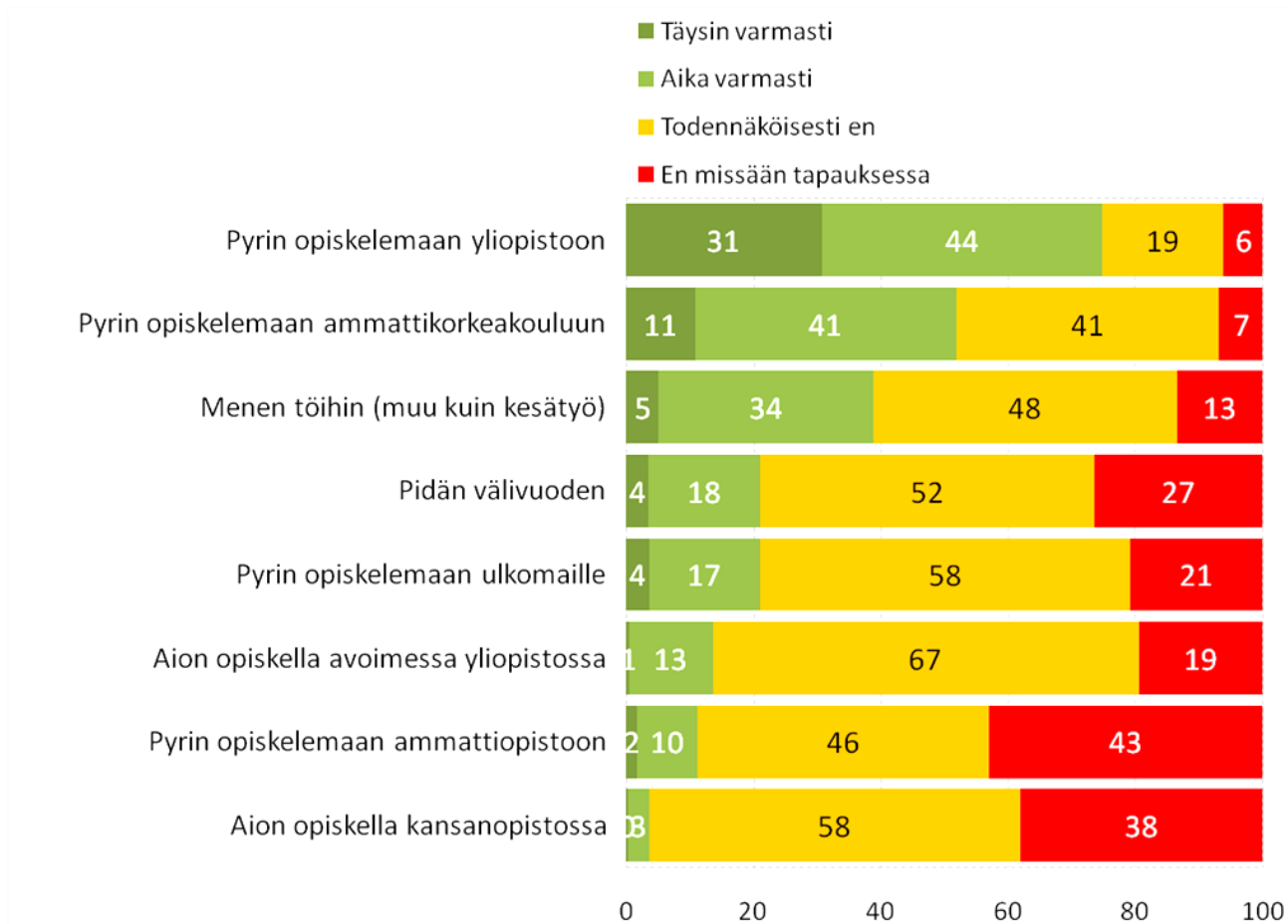
MITTAA JA RAVISTA.

VAIKUTA JA SAAVUTA.

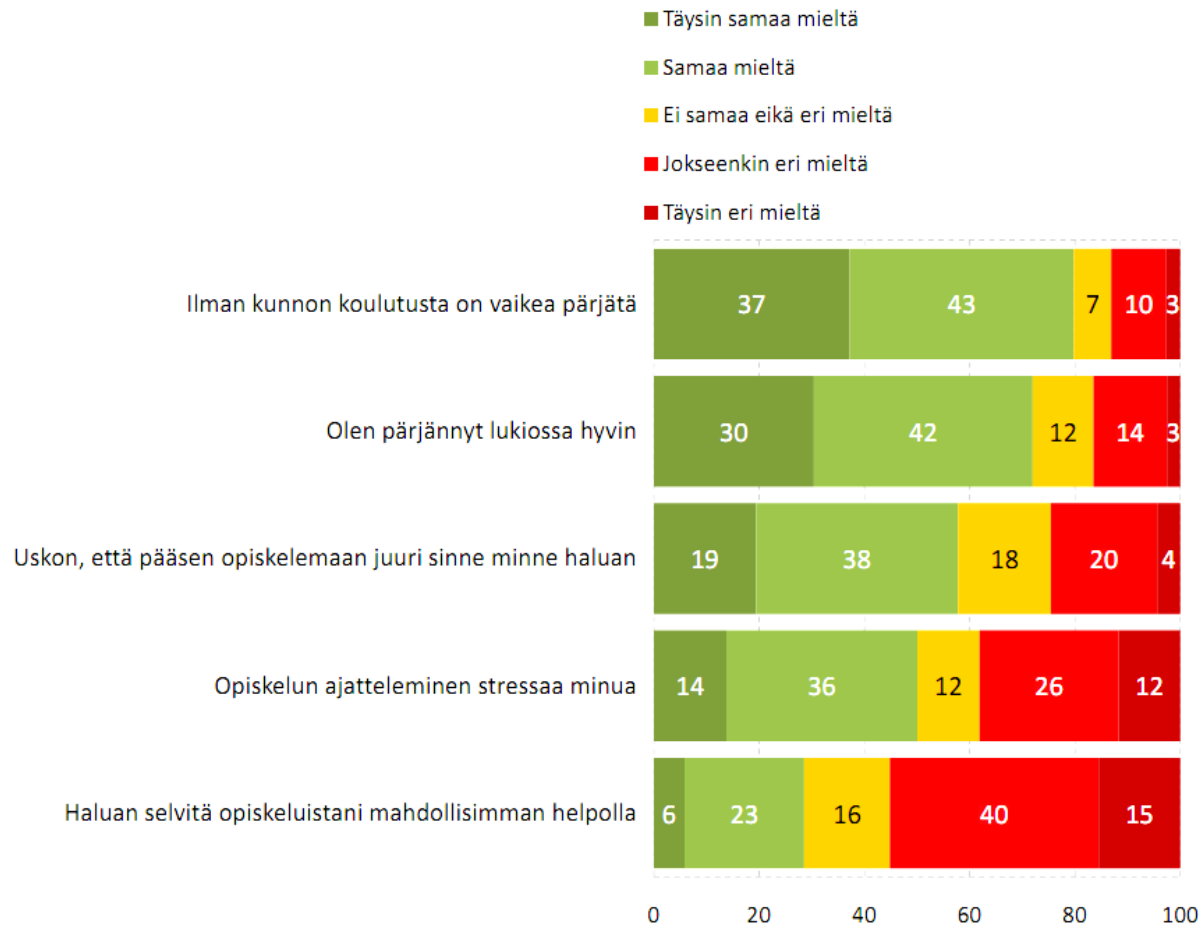


T-MEDIA

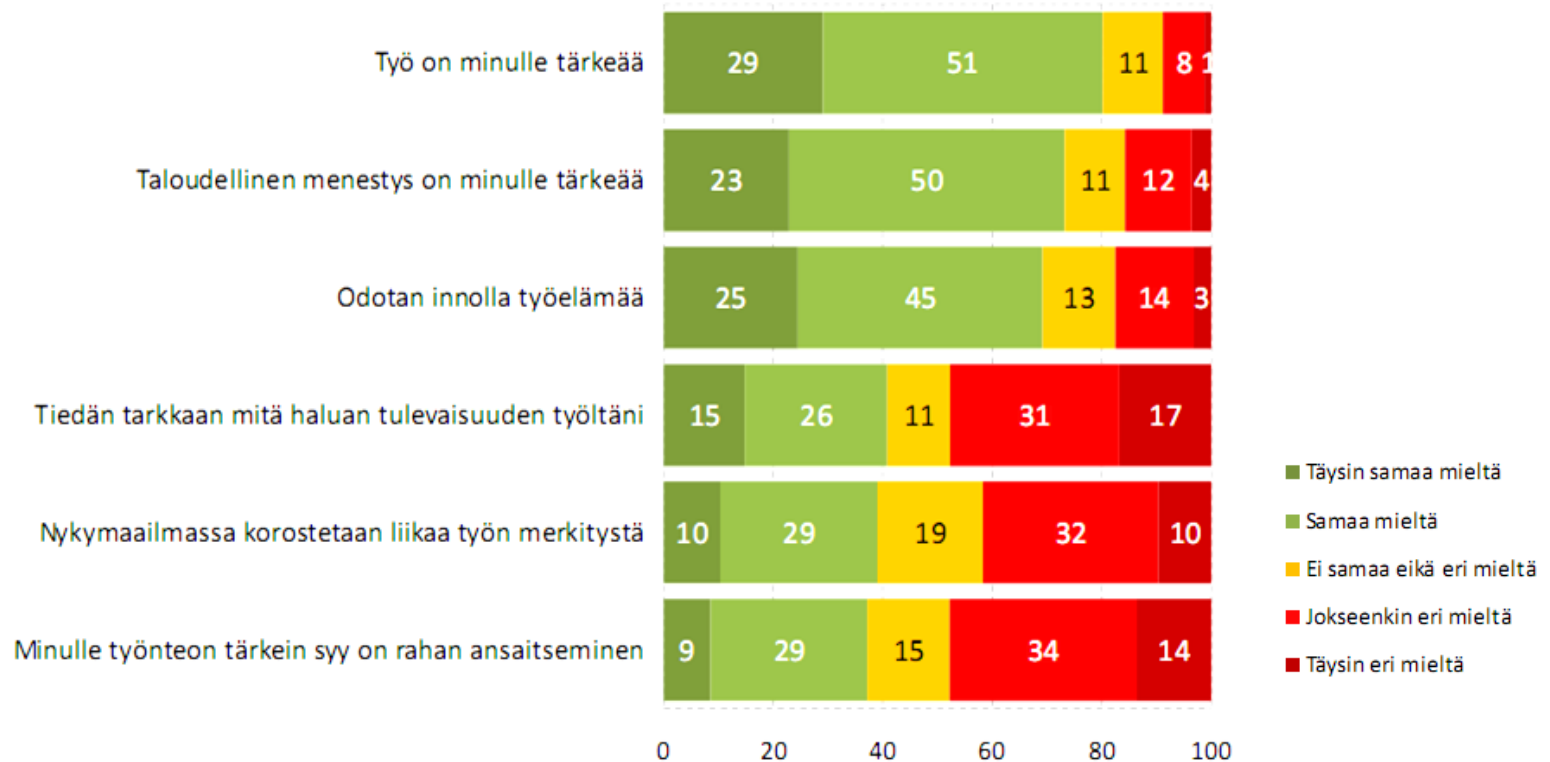
Tulevaisuuden vaihtoehtojen vertailu



Koulutuksen merkitys tiedostetaan



Työelämää odotetaan mutta vain harva tietää mitä tulevaisuuden työltään haluaa



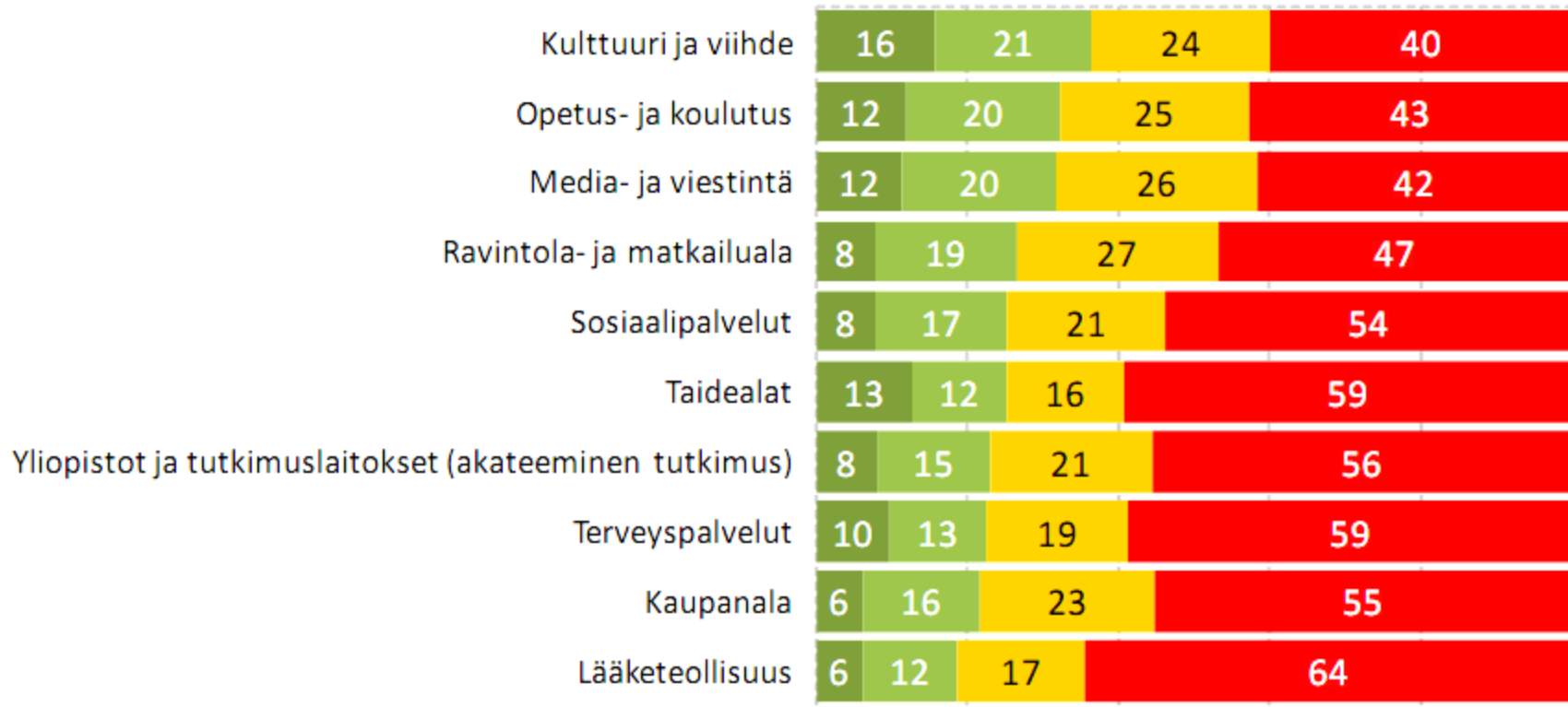
Mikä saisi kiinnostuksesi heräämään tiettyä alaa kohtaan?

Ammattivaihtoehtoja on tuhansia, enkä oikein tunne niitä. Kuitenkin kertomukset aloista, joissa on piirteitä minua kiinnostavista asioista voisivat herättää mielenkiintoa. Haluaisin kuulla kertomuksia tavallisista työpäivistä, ja tietää, mitä työ sisältää.

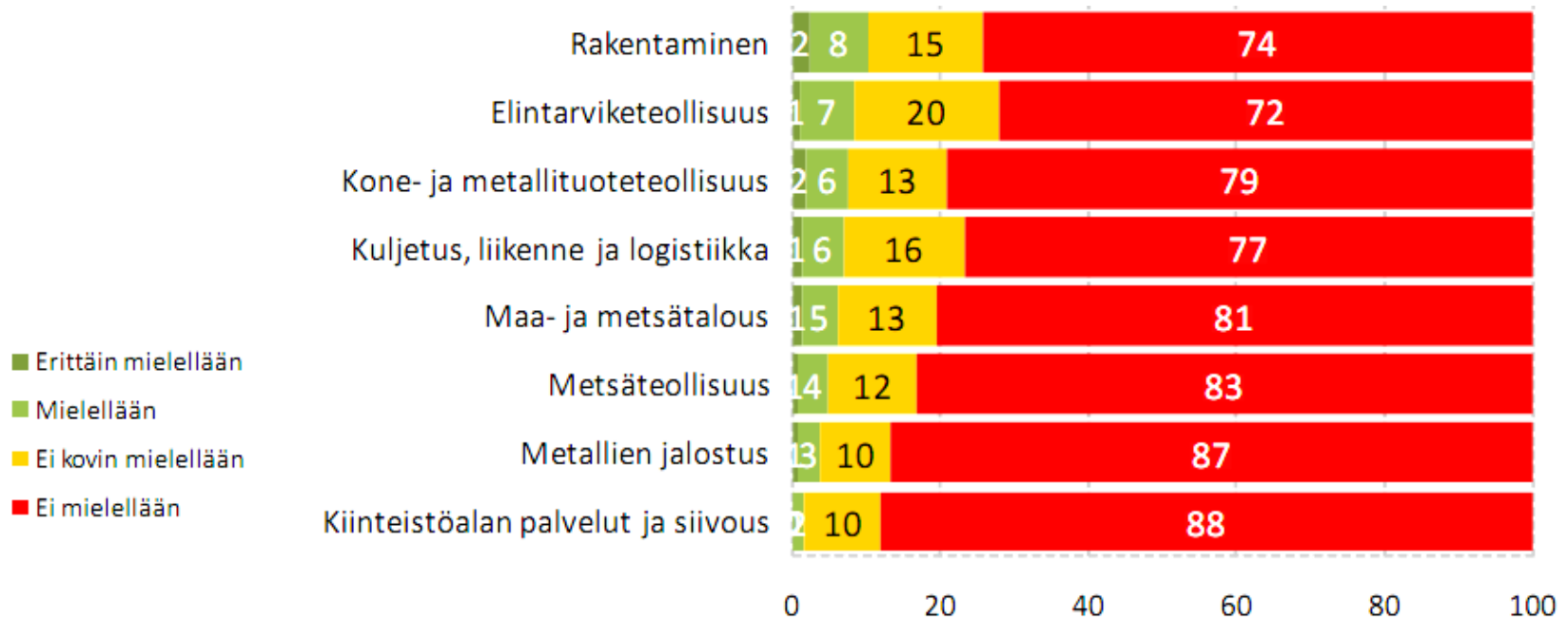
Saisi tarpeeksi informaatiota kyseisestä alasta, sen tulevaisuudennäkymistä, opiskelun vaikeudesta ja kestosta jne.

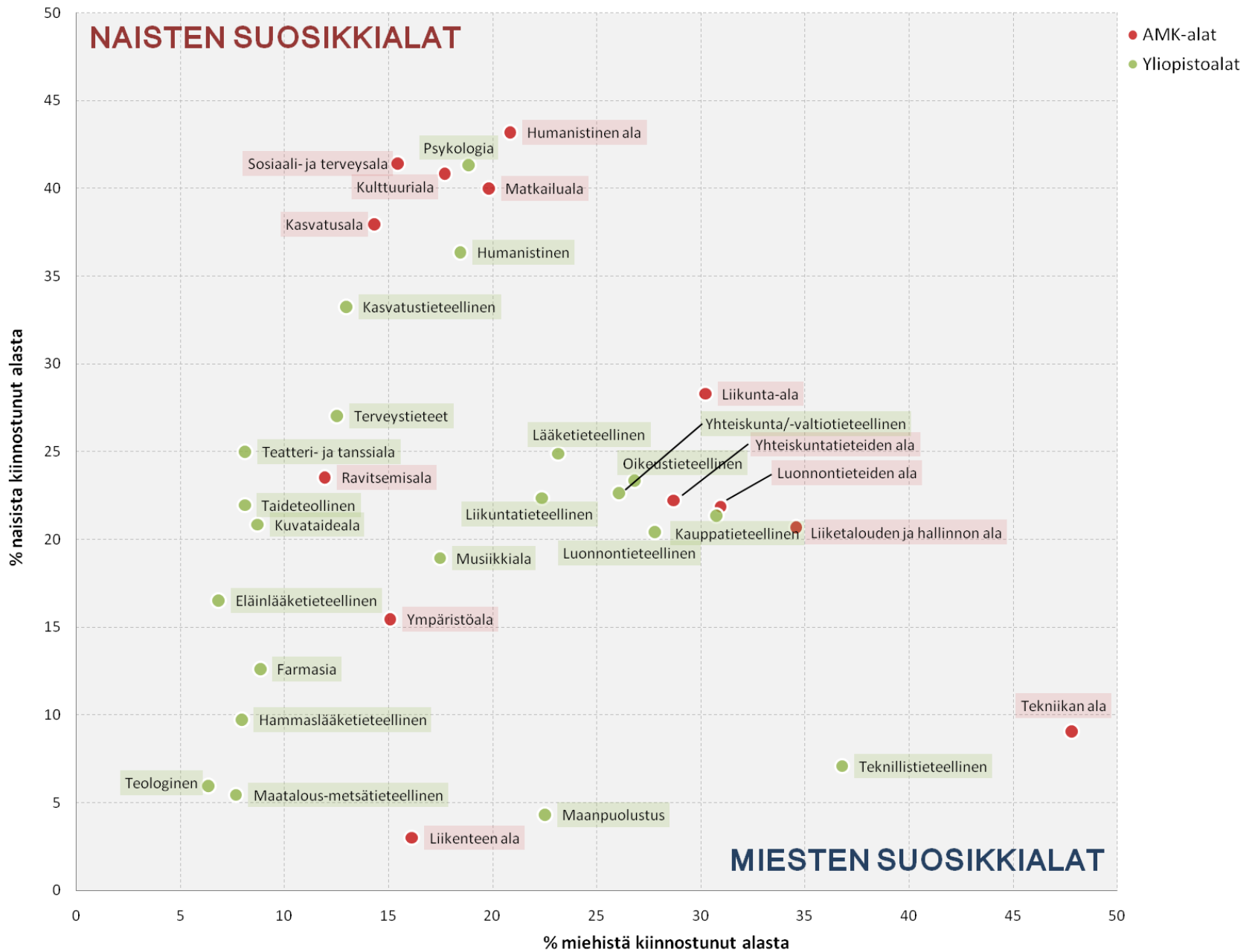
Onnistumisen kokemus siltä alalta, sen mielekkyys. Myös se, minkä tasoista sen alan opetus on ollut esim. lukiossa, monesta alasta jää huono mielikuva epäpätevän opettajan takia.

Toimialojen kiinnostavuus top 10...



Toimialojen kiinnostavuus top ...20-27

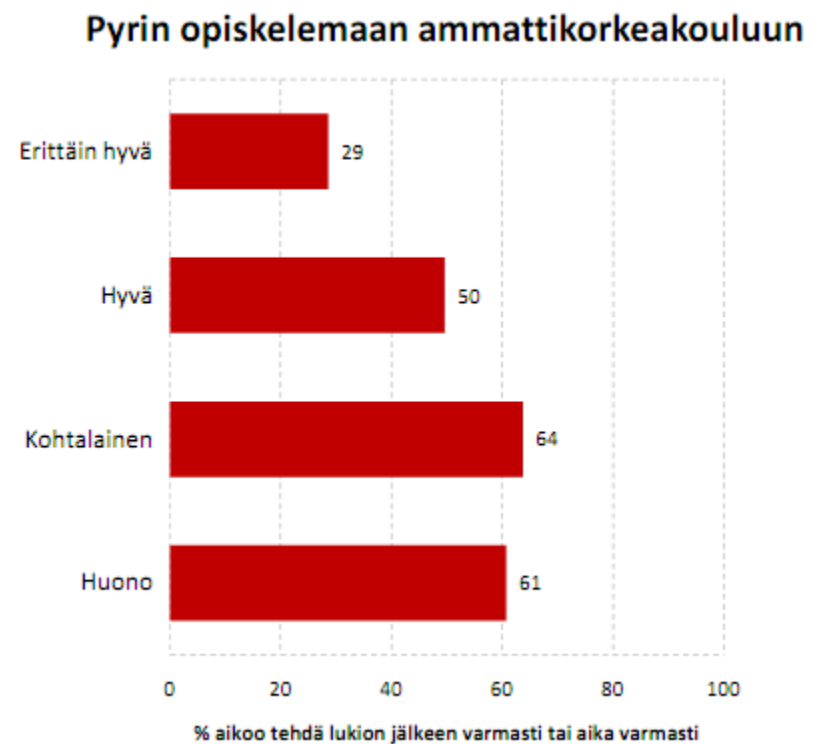
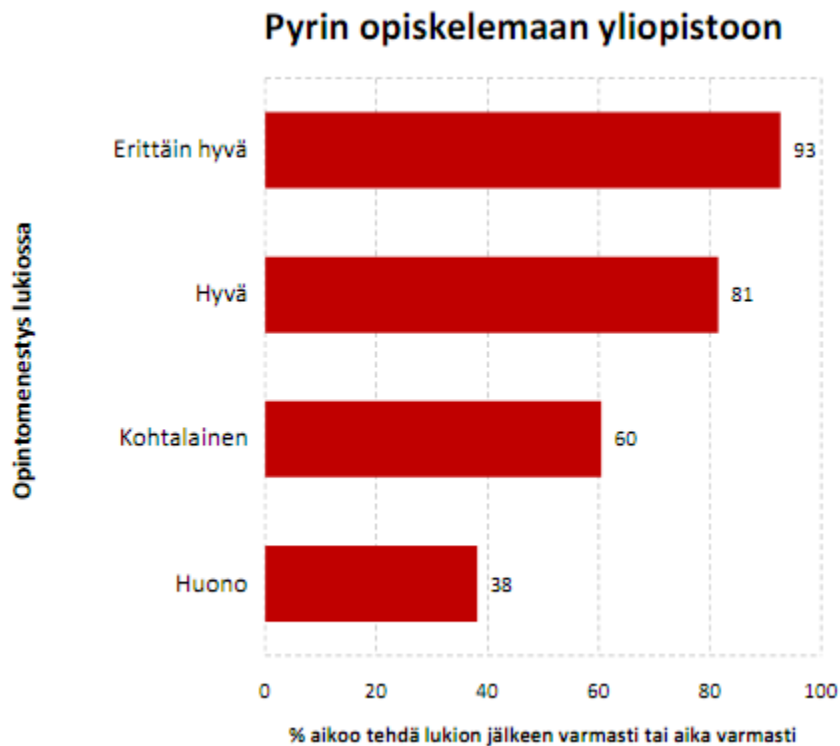






Prosenttia oppilaitoksesta kiinnostuneista lukio-opinnoissa hyvin tai erinomaisesti menestyneitä

Opintomenestyksen yhteys tulevaisuuden suunnitelmiin



Tunnolliset, nautiskelijat ja kyseenalaistajat

Tutkimuksen vastauksista käy ilmi, että lukiolaiset eivät ole yhtenäinen joukko opiskeluun ja työelämään liittyvien odotusten, tavoitteiden ja toivomusten suhteen. Heidän asenteissaan il-

menee merkittävää vaihtelua. Tilastollisen analyysin perusteella tutkimusdatasta on löydetty kolme selkeästi toisistaan poikkeavaa arvo- ja asennesegmenttiä:

- 1) **Tunnolliset** (40 % lukiolaisista) kunnianhimoisia, ahkeria, hyviä koulussa
- 2) **Nautiskelijat** (31 %) arvostavat menestystä, mutta haluavat selvitä helpolla, eivät erityisen hyviä koulussa
- 3) **Kyseenalaistajat** (29 %) eivät lainkaan kilpailuhenkisiä, suhtautuvat kriittisesti työkeskeiseen asenteeseen