

## Akcijski načrt za povezovanje in sodelovanje javnih resorjev pri ozaveščanju za učenje odraslih in vseživljenjsko učenje – 1. del

**Akcija 1 – Prireditve na nacionalni ravni:** Obstoječe prireditve/kampanje/festivale s področja izobraževanja povezati s prireditvami in kampanjami drugih resorjev, zato da je zagotovljeno nagovarjanje in spodbujanje ciljne publike vse leto in na različnih področjih življenja in dela.

**Kratkoročni cilj:** V Tednu vseživljenjskega učenja (TVU) zagotoviti povezave s preučeni resorji prek instituta 'akcija TVU'. Po drugi strani zagotoviti prisotnost vsebin in sporočil s področja izobraževanja odraslih in vseživljenjskega učenja na prireditvah drugih resorjev.

**Dolgoročni cilj:** Vzpostaviti e-platformo, v kateri bi bili zajeti splošni in aktualni podatki o prireditvah/kampanjah vseh resorjev, vključenih v ReNPIO.

**Ozadje:** V okviru projekta Uresničevanje Evropskega programa za učenje odraslih (EPUO) 2015–2017 smo obravnavali naslednje primere dobre prakse ozaveščanja o pomenu izobraževanja odraslih in vseživljenjskega učenja v povezavi z zaposljivostjo, kulturnim udejstvovanjem, trajnostnim razvojem, življenjem in učenjem v skupnosti ipd.:

- Dnevi slovenskih svetovalni središč – DSSS (Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport – MIZŠ)
- Teden vseživljenjskega učenja – TVU (MIZŠ in Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti – MDDSZ)
- Parada učenja – Dnevi učečih se skupnosti – PU (MIZŠ, v obdobju 2013–2015 pa predvsem Evropska komisija, projekt EPUO)
- Festival za tretje življenjsko obdobje – F3ŽO (MDDSZ)
- Teden ljubiteljske kulture – TLK (Ministrstvo za kulturo – MK)
- Kulturni bazar – KB (MK)
- Usposabljanje za trajnostni razvoj in prehod v zeleno gospodarstvo v povezavi s podnebnimi spremembami (Ministrstvo za okolje in prostor – MOP in MIZŠ).

Prve tri kampanje ter projekt s področja trajnostnega razvoja je zasnoval in jih vodi Andragoški center Slovenije (ACS), druge kampanje pa predstavljajo potencial za povezovanje in sodelovanje. Za našete primere smo pripravili predstavitvene osebne izkaznice, v katerih posebno mesto zavzemajo uspešni promocijski prijemi. Slednje smo združili in strukturirali, tako da je nastal osnutek tega akcijskega načrta. Pripravili smo tudi pregled razvojnih strategij posameznih ministrstev, ki predstavljajo širše ozadje naših prizadevanj.

Do neke mere so kampanje že med seboj povezane, na primer TVU in TLK v akciji 'Učenje in kultura z roko v roki' ter nastop prirediteljev TVU na F3ŽO (2012–2016). Podoben način sodelovanja je mogoče vzpostaviti tudi z drugimi kampanjami in projekti. Za projekt EPUO bomo v letu 2017 preučili še kampanje na področju zdravja, kmetijstva, gozdarstva in prehrane ter notranjih zadev, javne uprave in pravosodja. Poleg naštetih je smiselno

vzpostaviti povezavo tudi z drugimi prireditvami, kot so Študentska arena, Informativa, Poslovna Informativa, Teden medgeneracijskega učenja, Teden trajnostnega učenja ipd.

Celovitega pregleda nad kampanjami ni, z nekoliko sinergije, ki bi upoštevala problematiko posameznih ciljnih skupin, pa bi bilo mogoče doseči večje učinke skozi vse leto.

**Akcija 2 – Promocijske dejavnosti:** V okviru kampanj uporabiti izvirne promocijske dejavnosti (dogodke, razstave, natečaje, akcije ...) na nacionalni in lokalni ravni in se pri tem prilagoditi potrebam in aspiracijam posameznih ciljnih skupin ter značilnostim okolij, v katerih (so)bivajo in delajo.

**Kratkoročni cilj:** V Tednu vseživljenjskega učenja v sodelovanju s platformo EPALE zagotoviti razvojni sestanek in druge oblike izmenjave na temo izvirnih promocijskih dejavnosti.

**Dolgoročni cilj:** Na e-platformi promocijskih kampanj vzpostaviti zakladnico teh izvirnih dejavnosti, ki bo omogočala medsebojno izmenjavo idej in njihovo nadgradnjo.

**Ozadje:** Iz obravnavanih primerov dobre prakse smo izluščili naslednje primere učinkovitih promocijskih dejavnosti:

- Natečaji (fotografski, literarni, pesniški, likovni ...)
- Izložbe in okenske police (predmeti povezani s posamezno tematiko)
- Svetlobne projekcije na stavbah
- 'Veriga znanja' kot primer karavane ljudi, opremljenih s promocijskimi napisi, ki vabijo na prireditve
- Živa knjiga – ko si »sposodiš« človeka, da ti pripoveduje svojo zgodbo (migranti, športniki, invalidi, osipniki, narkomani, homoseksualci – vse ranljive ciljne skupine) namesto knjige
- Izobraževanje (kot nagrada) na srečelovu
- Gibanje »lope, garaže« za moške
- Okrogle mize
- Razstave
- Predstavitve v promocijskih koticah (npr. v koticu e-storitev)
- Obnavljanje prostorov za druženje (klopce, avtobusna postajališča, vrtovi, pisanje po tleh, grafiti) s promocijsko noto o učenju
- Abonma za učitelje, izobraževalce odraslih, mentorje (nabor tem)
- Akcija, v kateri nagovorimo otroke v vrtcih in osnovnih šolah o vseživljenjskem učenju in to prenesejo na starše domov (skupinska naloga, intervju o tem, kaj se moji starši učijo, kje se učijo, ali risba o tem, s pomočjo plišaste igračke opisati, kako preživijo dan ...) – doseganje staršev preko otrok v sodelovanju z Zavodom za šolstvo.

**Akcija 3 – Mediji:** Vzpostaviti partnerski odnos z mediji (TV, radio, časniki, e-portali ipd.), ki so podaljšana roka vseh naših prizadevanj, z namenom da to sodelovanje prinese dobrobiti vsem udeleženi.



**Kratkoročni cilj:** V Tednu vseživljenjskega učenja v sodelovanju s platformo EPALE zagotoviti srečanje s predstavniki medijev o možnostih sistematičnega sodelovanja.

**Dolgoročni cilj:** Z izbranimi medijskimi hišami zasnovati strategijo sodelovanja, ki bo temeljila na medresorskem povezovanju in sodelovanju vse leto.

**Ozadje:** Iz obravnavanih primerov dobre prakse smo razbrali, da so najpogosteje uporabljeni načini sodelovanja z mediji:

- Sponzorstvo medijskih hiš (oglas, sporočila za medije)
- Oglasi
- Dokumentarci
- Kratki filmi
- Promocijski spoti
- Novinarske konference.

Naša izkušnja je, da se lokalni mediji vključujejo v večji meri kot nacionalni, vendar verjamemo, da lahko z odličnimi, medresorsko povezanimi vsebinami prodremo tudi na nacionalno raven.

Posebno vlogo imajo v medijski promociji socialna omrežja, ki jih je treba vpreči v še večji meri in v ta namen pripraviti strategijo sodelovanja nosilcev prireditev in prijemov na nacionalni in lokalni ravni.

**Akcija 4 – Posamezniki (ambasadorji):** Življenjske zgodbe posameznikov sistematično vpreči v proces doseganja in navduševanja najširše javnosti in posameznih ciljnih skupin za vključevanje v izobraževanje odraslih in vseživljenjsko učenje.

**Kratkoročni cilj:** V okviru projekta TVU nadaljevati z institutoma Dobitniki priznanj za promocijo učenja in znanja odraslih ter Zgledi vlečejo, pospešiti prizadevanja za vzpostavitev Foruma učečih se ter zagotoviti usposabljanja za javno nastopanje zglednih učečih se na prireditvah in v medijih.

**Dolgoročni cilj:** Institut 'ambasador učenja' v povezavi z drugimi resorji in njihovimi kampanjami ter s platformo EPALE sistematično doreči, zanj zagotoviti vire ter ustrezna usposabljanja.

**Ozadje:** Iz obravnavanih primerov dobre prakse smo razbrali, da so primerni načini vključevanja posameznikov (ambasadorjev) nastopi učečih se na različnih dogodkih, medijski nastopi (intervjuji, kratki filmi), turneja z ambasadorji učenja, sodelovanje na strokovnih dogodkih, kjer zastopajo glas učečih se, in podobno.

**Akcija 5 – Drugi promocijski prijem:** V okviru kampanj uporabiti izvirne promocijske prijeme, predvsem vizualne narave, na nacionalni in lokalni ravni in se pri tem prilagoditi potrebam in aspiracijam posameznih ciljnih skupin ter značilnostim okolij, v katerih (so)bivajo in delajo.

**Kratkoročni cilj:** V Tednu vseživljenjskega učenja v sodelovanju s platformo EPALE zagotoviti razvojni sestanek in druge oblike izmenjave na temo izvernih promocijskih prijemov.

**Dolgoročni cilj:** Na e-platformi promocijskih kampanj vzpostaviti zakladnico teh izvirnih prijemov, ki bo omogočala medsebojno izmenjavo idej in njihovo nadgradnjo.

**Ozadje:** Iz obravnavanih primerov dobre prakse smo izluščili naslednje primere učinkovitih promocijskih prijemov:

- Celostna grafična podoba kampanje/projekta
- Drobno promocijsko gradivo (majice, dežniki, pisala ...)
- Oglaševalske akcije (jumbo plakati, plakati, oglaševalski zasloni na avtobusih, lekarnah, poštah, zdravstvenih domovih in drugih javnih prostorih, infografike, zastave, transparente)
- Maskote
- Stripi na temo učenja
- Papirnati pogrinjki v lokalih s hrano (kavarne, čajnice, gostilne)
- Himna, napevek ali jingle
- Izbor pesmi, ki opevajo učenje.

**Akcija 6 – Sodelovanje ACS:** Andragoški center Slovenije (ACS) kot vodilna ustanova za promocijo izobraževanja odraslih in vseživljenjskega učenja naj odigra vlogo pobudnika za povezovanje prireditev/kampanj različnih resorjev ter koordinatorja dejavnosti.

**Kratkoročni cilj:** ACS prek svojih medijev (spletnih in FB strani, e-Novičke ...) ter z objavami na EPAL zagotovi objavljane informacije o prireditvah/kampanjah ter na druge načine poskrbi za njihovo promocijo. Obenem si prizadeva za dejavno udeležbo na kampanjah s svojimi vsebinami ter vsebinami partnerjev na lokalni ravni, npr. prirediteljev TVU.

**Dolgoročni cilj:** ACS v vlogi pobudnika in koordinatorja povezovanja in sodelovanja javnih resorjev pri ozaveščanju za izobraževanje odraslih in vseživljenjsko učenje pripravi načrt tega sodelovanja in za njegovo uresničevanje pridobi ustrezne vire – predvidoma v okviru projekta Uresničevanje Evropskega programa za učenje odraslih (EPUO) 2017–2019.

**Ozadje:** ACS (tudi v vlogi nacionalnega koordinatorja projekta Uresničevanje EPUO) ima dolgoletne izkušnje na področju promoviranja izobraževanja odraslih in vseživljenjskega učenja s projektom TVU (1996–2016), podeljevanjem priznanj za promocijo učenja in znanja odraslih ((1996–2016), kampanjo Zgledi vlečejo (2007–2016), festivalom Parada učenja – Dnevi učečih se skupnosti (razvito v okviru projekta EPUO 2013–2015, 2016) ter drugimi dejavnostmi.

Že do zdaj smo iskali povezave in možnosti sodelovanja z drugimi večjimi prireditvami na državni ravni in pri tem prišli do spoznanja, da bi z nekoliko več usklajevanja in sinergije lahko s skupnimi močmi dosegli več. Koordinacijsko vlogo na državni ravni pri tem lahko odigra Nacionalni odbor za TVU ali Koordinacija na področju izobraževanja odraslih, ki je obenem koordinacijsko telo za projekt EPUO.

Delovna skupina TVU/EPUO na ACS

Ljubljana, oktober 2016