

Akcijski načrt za povezovanje in sodelovanje javnih resorjev pri ozaveščanju za učenje odraslih in vseživljenjsko učenje – 2. 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-platfomo, 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.:

- **Vesna – živeti življenje brez nasilja** (Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti (MDDSZ), Ministrstvo za notranje zadeve, Ministrstvo za pravosodje, Ministrstvo za zdravje in Vrhovno državno sodišče RS)
- **Začetna integracija priseljencev** (Ministrstvo za notranje zadeve, Andragoški center Slovenije, Center za slovenščino kot drugi/tuji jezik, Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport (MIZŠ) in MDDSZ)
- **Čili za delo** (Klinični inštitut za medicino dela, prometa in športa (KIMDPŠ), Slovenska mreža za promocijo zdravja pri delu; domena Ministrstva za zdravje)
- **Promocija lokalne hrane** (Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, partnerji: Ministrstvo za zdravje, Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport, socialni partnerji)
- **FabLab mreža Slovenija** (Fakulteta za elektrotehniko Univerze v Ljubljani in Direktorat za informacijsko družbo Ministrstva za javno upravo)
- **Državne nagrade za prostovoljstvo** (Ministrstvo za javno upravo, partnerji: Urad predsednika RS, Ministrstvo za obrambo, Ministrstvo za kulturo, Ministrstvo za zdravje, prostovoljske organizacije).

Naštete kampanje predstavljajo potencial za povezovanje in sodelovanje, zato smo zanje 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.

Celovitega pregleda nad kampanjami v Sloveniji žal 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-platforni 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 kotičkih (npr. v kotičku 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 (oglasil, sporočila za medije)
- Oglasil
- 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 prireditel 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 institutom 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 prijemi: 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 izvirnih 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:

Vesna živetl brez nasilja:

Strokovni dogodki:



- Strokovni posvet z naslovom Učinkovitost zaščite žensk pred nasiljem po Zakonu o preprečevanju nasilja v družini in drugih predpisih
- Strokovna usposabljanja za policistke/policiste, socialne delavke/delavce, tožilke/tožilce, sodnice/sodnike in odvetnice/odvetnike ter zdravstveno osebje
- Aktivnosti za posamezne ciljne skupine prebivalstva, ki so zaradi specifičnih življenjskih okoliščin bolj izpostavljene nasilnemu vedenju in njegovim posledicam
- Delovni posvet med socialno službo in policijo VESNA
- Javni, odprti in anonimni fotografski natečaj z naslovom 'Nasilje na njeni koži'
- Nacionalna konferenca - otvoritvena konferenca kampanje Vesna - živeti življenje brez nasilja

Vizualna promocija:

- Promocija preko Facebook strani ministrstva (Enakost spolov) - objava selfija s pripisom oznake Nasilje je #cistmim
- Zloženske o nasilju
- Gradivo o nasilju v okviru projekta Vesna
- Promocijska gradiva (Zapestnica za mladostnike - Nasilje je #cistmim, vrečka Vesna,
- Fotografska razstava »Nasilje na njeni koži / Violence on her skin« (na ogled v večjih slovenskih mestih).

Medijska promocija:

- Prepoznavna široka medijska kampanja
- Kratki TV spot Vesna
- Plakat in teaser (elektronski plakat) kampanje
- Članki v medijih
- Pogovor o nacionalni kampanji Vesna v oddaji Dobro jutro
- Pogovor o nasilju in o dveletni kampanji Vesna v oddaji Dobra ura.

Začetna integracija priseljencev (ZIP):

Strokovni dogodki:

- Posvet ob peti obletnici programa Začetna integracija priseljencev, 15. novembra 2017 na Ministrstvu za notranje zadeve

Medijska promocija:

- Članki v medijih

Publikacije:

- Dobre prakse izobraževalnih programov za priseljence
(http://arhiv.acs.si/publikacije/Dobre_prakse_izobrazevalnih_programov_za_priseljence.pdf)

Čili za delo:

Promocijske kampanje osveščanja o pomenu skrbi za zdravje delavcev (npr.: letne kampanje: Varno delo na soncu, Promocija zdravja za varno delo z azbestom, Promocija duševnega zdravja na delovnem mestu ipd.; promocijski dnevi, posvečeni določeni temi: tretji Dan za zdravje v UKC Ljubljana je bil v znamenju ergonomskih ukrepov pri delu, saj so kostno-mišične bolezni najpogostejša z delom povezana zdravstvena težava bolnišničnega osebja)



Promocijsko gradivo:

- [Priročnik Čili za delo](#),
- [letak Čili za delo](#),
- [knjižica Čili za delo](#),
- [plakat Čili za delo](#),
- [Časopis Čili za delo](#),
- [Priročniki Zdravi delavci v zdravih organizacijah](#),



Medijske objave

Delavci naj bodo čili za delo, Program promocije zdravja – Čili za delo ipd.

Čili po korakih:

Na spletni strani <http://www.cilizadelo.si> so objavljena priporočila po korakih, ki bodo organizacijam (izbirate lahko med: mikro podjetjem, malim podjetjem ter srednje ali velikim podjetjem) v pomoč pri načrtovanju programov za boljše zdravje zaposlenih, ki jih kot obvezo delodajalca uvaja tudi zakonodaja.

Opisani primeri dobrih praks:

DSO Izlake, Hidria, Luka Koper INPO, Polycorn Škofja Loka, Splošna bolnišnica Izola, Kostak, Slovenske železnice, HIT, DARS, DOMEL, d.d. idr.

Povezovanje:

Povezale so se izobraževalne, javnozdravstvene in druge ustanove kot ponudniki znanja z gospodarstvom.

Z vključitvijo KIMDPŠ v Evropsko mrežo za promocijo zdravja pri delu v letu 2004 so se odprle tudi poti za sodelovanje v mednarodnih projektih, ki se osredotočajo predvsem na izmenjavo znanj in izkušenj, oblikovanje novih programov promocije zdravja in usposabljanje za promocijo zdravja ter iskanje in širjenje primerov dobre prakse.

Promocija lokalne hrane:

- **Promocijske kampanje osveščanja o pomenu lokalne hrane** (npr.: **letne kampanje**: Uživajmo lokalno kakovost, TV in radijska kampanja Bodimo pozorni na lokalno poreklo, Povezani smo z dobrotami naše dežele, Sveža hrana iz vaše bližine (<http://nasasuperhrana.si>), Kakovost nam je blizu, Sveže lokalno jabolko vsak dan ipd.; **promocijski dnevi**, posvečeni določeni temi: [Dan slovenske hrane](#) (projekt [Tradicionalni slovenski zajtrk \(TSZ\)](#))
- [Bodimo pozorni na poreklo pri izbiri hrane](#) (promocija lokalne hrane na MKGP)

Promocijsko gradivo (primeri so na voljo na povezavah pri kampanjah in gradivu):

- Letak
- *Banner*
- *Plakat*
- *Jumbo plakat*
- Kratki videi
- Radijski oglas
- TV oglas
- [Publikacija Slovenski zaščiteni kmetijski pridelki in živila \(2014\) \(.pdf\)](#)



- spletna stran: http://www.mkgp.gov.si/si/delovna_podrocja/promocija_lokalne_hrane/
- [E-katalog primerov dobrih praks letošnjega obeleževanja dneva slovenske hrane in izvedbe Tradicionalnega slovenskega zajtrka](#)

Medijske objave

[Ministrstvo začelo promocijo lokalne hrane, Pol milijona evrov za povečanje potrošnje lokalne hrane, http://www.kgzs.si/Portals/0/Clanek_Priprave%20na%20skupno%20promocijo%20v%20polnem%20teku_1.docx](#)

Povezovanje:

Povezale so se izobraževalne, javnozdravstvene in ponudniki lokalne prehrane.

Pri obeleževanju **dneva slovenske hrane** in izvedbi projekta **Tradicionalni slovenski zajtrk** v letu 2017 medresorsko sodeluje že 5 ministrstev – poleg [MKGP, Ministrstva za izobraževanje, znanost in šport](#), [Ministrstva za zdravje](#) ter [Ministrstva za kulturo](#) se letos pridružuje tudi [Ministrstvo za okolje in prostor](#). Partnerji pri projektu pa so še: [Čebelarstva zveza Slovenije](#) (pobudnica projekta), [Zavod RS za šolstvo](#), [Kmetijsko gozdarska zbornica Slovenije](#), [GZS-Zbornica kmetijskih in živilskih podjetij](#), [Zveza sadjarskih društev Slovenije](#), [Nacionalni inštitut za javno zdravje](#), [Zadružna zveza Slovenije](#) ter [Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije](#).

FabLab mreža Slovenija:

Spletna stran (<https://www.facebook.com/FabLabSlovenia>), konference, srečanja delovnih skupin.

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 informacij 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. prireditev 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



Andragoški center Republike Slovenije
Slovenian Institute for Adult Education

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 2017