

2011

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT KOPER

DIPLOMSKA NALOGA

DIPLOMSKA NALOGA

SONJA MASTNAK

SONJA MASTNAK

KOPER, 2011

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT KOPER

Diplomska naloga

KOMUNIKACIJA Z UDELEŽENCI
IZOBRAŽEVANJ ZA ODRASLE

Sonja Mastnak

Koper, 2011

Mentorica: doc. dr. Valentina Franca

POVZETEK

V diplomski nalogi sta predstavljeni področji komunikacije in izobraževanja odraslih. Poudarek je na komunikaciji z odraslimi udeleženci izobraževanj za pridobitev javno veljavne srednješolske izobrazbe. V prvem delu so podana teoretična izhodišča, ki nadalje služijo za podlago empiričnemu delu naloge. Zapisane so opredelitve pojmov komunikacija, generacija ter odrasli. V drugem delu so predstavljeni rezultati ankete na temo komunikacijskih poti za informacije iz in v tajništvo šole. Pri tem so bile upoštevane razlike med generacijskimi skupinami ter zaposlitvenim statusom vprašanih. V sklepnem delu so zapisane ugotovitve o dejanskem stanju izobraževanja odraslih v občini Velenje, s poudarkom na Šolskem centru Velenje.

Ključne besede: komunikacija, odrasli, izobraževanje odraslih, motivacija, komunikacijski kanali, zaposlitveni status

SUMMARY

The areas of communication and adult education have been presented in my diploma paper. The main focus was on adult education participants in order to get a publicly recognized qualification in secondary education. The first part deals with theory which serves as a basis for a further empirical part of the diploma paper. The notions that are dealt with are communication, generation and adults. In the second part of my diploma paper the results of a questionnaire have been presented. The theme of the questionnaire is communication channels from and to school secretary's office. The generation differences as well as employment status of the questioned have been taken. In the final part there are findings of the current adult education situation in Velenje, with emphasis on School Center Velenje.

Key words: communication, adults, adult education, motivation, communication canal, employment status

UDK: 316.77:374.7(043.2)

VSEBINA

1	Uvod	1
2	Oprelitev pojma komunikacija	3
2.1	Definicije pojma.....	4
2.2	Načini komuniciranja.....	5
2.3	Komunikacijski kanali in komunikacijske poti.....	8
2.4	Komunikacija z odraslimi udeleženci izobraževanj kot oblika poslovne komunikacije.....	8
3	Oprelitev pojma generacija in odrasli	10
3.1	Definicije pojma generacija	10
3.2	Oprelitev pojma odrasli	12
3.2.1	Definicije pojma odraslosti.....	13
3.2.2	Dejavniki, ki vplivajo na rast števila odraslih, ki se izobražujejo	14
3.2.3	Nosilci izobraževanj za odrasle	16
4	Predstavitev Šolskega centra Velenje	17
5	Raziskava o modelu komunikacijskih poti za informacije iz in v tajništvo šole upoštevajoč generacijske razlike	21
5.1	Metodologija	21
5.2	Rezultati ankete in interpretacija rezultatov.....	22
5.3	Ugotovitve.....	39
6	Zaključki	41
	Literatura	43
	Viri	44
	Priloge	45

SLIKE

Slika 1: Elementi komunikacije	3
Slika 2: Razmerja v komuniciranju	5
Slika 3: Viri motenj v komuniciranju	6
Slika 4: Model dvosmerne komunikacije	7
Slika 5: Organigram izobraževanja odraslih na ŠCV	19

TABELE

Tabela 1: Število vseh udeleženi v izobraževanju po šolskih letih	20
---	----

GRAFI

Graf 1: Porazdelitev po starosti in spolu	22
Graf 2: Dokončana izobrazba	23
Graf 3: Vpisani v programe izobraževanj po stopnjah	24
Graf 4: Zaposlitveni status glede na starost udeležencev	25
Graf 5: Plačniki izobraževanj	25
Graf 6: Plačniki izobraževanj glede na zaposlitveni status	26
Graf 7: Čas, ki je minil od rednega izobraževanja – vsi	26
Graf 8: Čas, ki je minil od rednega izobraževanja glede na zaposlitveni status	27
Graf 9: Čas, ki je minil od rednega izobraževanja glede na plačnika – vsi	27
Graf 10: Vzroki za izobraževanje – vsi	28
Graf 11: Vzroki za izobraževanje glede na zaposlitveni status	29
Graf 12: Vzroki za izobraževanje glede na pripadnost generacijski skupini	30
Graf 13: Na podlagi česa so udeleženci izbrali ustanovo – vsi	31
Graf 14: Podlaga za izbiro ustanove glede na pripadnost generacijski skupini	32
Graf 15: Predlog plačnika izobraževanja v zvezi z izbiro ustanove	32
Graf 16: Motivatorji izobraževanja	33
Graf 17: Motivacija za izobraževanja glede na pripadnost generacijski skupini	34

Graf 18: Kje iščejo aktualne informacije	35
Graf 19: Kje iščejo aktualne informacije glede na pripadnost generacijski skupini	35
Graf 20: Ostali pomembni dejavniki izobraževanja.....	36
Graf 21: Ostali pomembni dejavniki glede na pripadnost generacijski skupini	37
Graf 22: Zadovoljstvo s komunikacijskimi kanali	37
Graf 23: Zadovoljstvo s komunikacijskimi kanali glede na pripadnost generacijski skupini	38

KRAJŠAVE

LUV	Andragoški zavod, Ljudska univerza Velenje
MIC	Medpodjetniški izobraževalni center
MŠŠ	Ministrstvo za šolstvo in šport
RS	Republika Slovenija
SMS	Kratka mobilna sporočila (Short Message Service)
ŠCV	Šolski center Velenje
ZPIZ	Zavod za invalidsko in pokojninsko zavarovanje
ZRSZZ	Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje

1 UVOD

Današnja sodobna družba se neverjetno hitro spreminja tako sociološko, kulturno, gospodarsko kot tehnološko. Da bi delovni človek lahko sledil tem spremembam, je nujno, da se tako ali drugače izobražuje. Kar je nekdanj pomenila končana osnovnošolska izobrazba, pomeni danes končana srednješolska izobrazba pete stopnje. Zato so danes tisti, ki so iz kakršnih koli razlogov predčasno zapustili šolske klopi, skoraj prisiljeni ponovno sestiti vanje, da bi s tem izboljšali svoj tako delovni položaj kot položaj v družbi. Pri tem ni pomembno, ali gre za zaposlene ali brezposelne osebe, mlajše ali starejše. Raziskava v nalogi je pokazala, da sama starost kot razlog ali kot ovira za izobraževanje ni toliko pomembna. Izkazalo se je, da imajo največjo željo po pridobitvi višje izobrazbe brezposelni ter tisti, ki želijo napredovati v službi ali zamenjati službo.

V današnjem času postaja vseživljenjsko izobraževanje in s tem izobraževanje odraslih zelo pomembna osnovna ali dopolnilna dejavnost institucij v izobraževalni dejavnosti. Mnogi avtorji, na primer Boštjančič in Šešok (2007), napovedujejo, da bo v prihodnosti le malokdo lahko opravljal svoje delo ves čas v eni organizaciji, kar se že uresničuje. Marsikdo bo moral menjati tudi panogo svoje dejavnosti. Kdor želi biti konkurenčen na trgu delovne sile, se je že ali pa se še bo prisiljen izobraževati.

Namen diplomske naloge je preučiti dejavnike, ki vplivajo na odločitev in vztrajnost posameznika po nadaljnjem izobraževanju, ter pomen komunikacije pri tem. V nalogi je poudarek na komunikaciji z udeleženci izobraževanja za odrasle na srednji šoli, ki pridobivajo javno veljavno izobrazbo oziroma formalno izobrazbo. S tega vidika je treba upoštevati razliko med brezposelnimi in zaposlenimi. Za brezposelne je značilno, da so ponavadi v slabšem ekonomskem položaju, kar vpliva tudi na njihovo možnost vključitve v izobraževanje. Prav tako pa imajo praviloma nizko samopodobo, občutek neobvladljivosti življenja in negativen pogled na izobraževanje zaradi napak v preteklosti (Radovan 2001). Za njimi ne stojijo več starši, zato je treba razumeti, da so ranljivi in mnogi dvomijo v svoje sposobnosti. Potrebno jim je prisluhniti in pri tem upoštevati njihove osebne lastnosti, torej tudi značaj in starost. Zelo pomembno je tudi, ali želijo dokončati manjkajoče obveznosti za pridobitev srednješolske izobrazbe ali želijo zvišati že pridobljeno. V svoji raziskovalni študiji je Radovan (2001) ugotovil, da je posameznikom z višjimi kvalifikacijami več do dodatnega izobraževanja kakor tistim z nižjimi kvalifikacijami.

Osnovni cilj diplomske naloge je ugotoviti, kateri so glavni motivacijski vzvodi najprej za samo odločitev za izobraževanje in kasneje za vztrajanje in doseganje zastavljenih ciljev. Sledi analiza mnenj različnih avtorjev in strokovnjakov s področja komunikacije, izobraževanja in psihologije. V empiričnem delu naloge so predstavljeni rezultati izvedene ankete z namenom ugotovitve dejanskega stanja izobraževanja odraslih v občini Velenje.

V teoretičnem delu so bili skozi prebiranje literature, virov na internetu ter poslovnih dokumentov ŠC Velenje zbrani sekundarni podatki. Sledi kvalitativna analiza ter z metodo

Uvod

sintetiziranja in komparativno metodo strnjene ugotovitve o tem, kakšno je stanje na Šolskem centru Velenje v primerjavi s teoretičnimi izhodišči. V empiričnem delu je bila za osnovo pridobivanja relevantnih podatkov uporabljena anketa. Z uporabo metod deskriptivne statistike je prikazana anketirana populacija oziroma njene značilnosti v povezavi z izbrano problematiko. Vprašalnik je bil v pisni obliki in lasten. Za vzorec so bili izbrani udeleženci izobraževanj na Šolskem centru Velenje in Ljudski univerzi Velenje.

Prva predpostavka je bila, da si vsi udeleženci izobraževanja odraslih, ne glede na pripadnost starostni generacijski skupini, želijo boljše in hitrejše komunikacije. Druga predpostavka je bila, da dobro komuniciranje ni odvisno izključno od starosti, ampak tudi od motiviranosti in pripravljenosti za komuniciranje vseh sodelujočih v procesu. Pri izvedbi ankete je bila pomanjkljivost neprimerno izbran čas – junij. Večina predavanj za odrasle udeležence je bila pri koncu. Zato je bilo potrebno z dokončanjem izvedbe počakati na začetek novega šolskega leta.

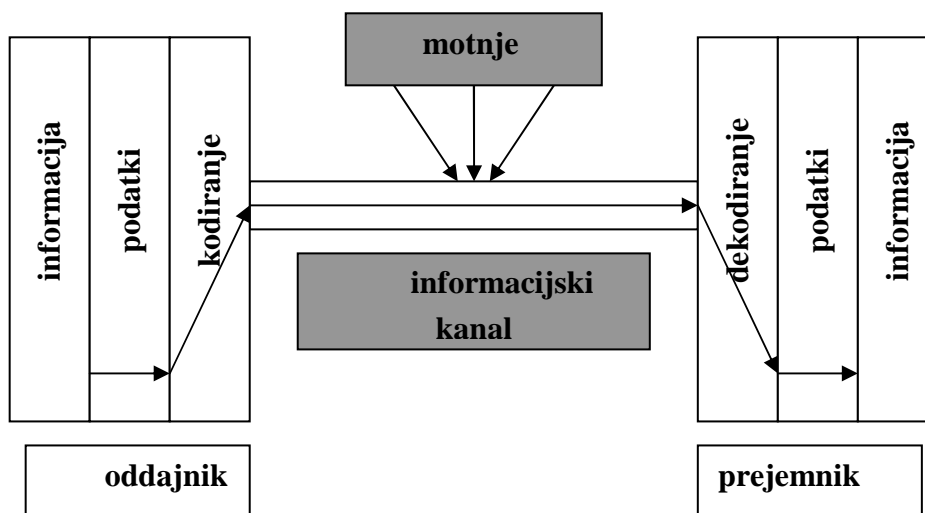
2 OPREDELITEV POJMA KOMUNIKACIJA

V nadaljevanju so predstavljena mnenja in stališča različnih avtorjev o samem pomenu besede komunikacija, o načinih in oblikah komunikacije ter o možnih motnjah v razumevanju.

Na načine in oblike komunikacije vpliva več dejavnikov. Predvsem je pomembno, za kakšno situacijo gre, torej s kom komuniciramo in zakaj. Pomembno je, v kakšni vlogi in v kakšnem razmerju sta komunikatorja oziroma so komunikatorji. Med enakovrednimi udeleženci se ustvarja iskrenejša komunikacija.

Po mnenju Dernovškove (2007) se danes pojem komunikacije pojavlja v veliko oblikah. Zasedila je, da je najpogosteje predstavljen z medsebojno povezavo dveh elementov, točk, simbolov ali oseb. Komunikacija je orodje in način za sporazumevanje. Možno je, da pride do prekinitve komunikacijskega toka in s tem do nerazumevanja, če simboli, besede ali drugi znaki ene strani v procesu niso razumljivi drugi strani oziroma si jih le ta napačno tolmači. Takšno nerazumevanje pa povzroča spore in stres.

Slika 1 prikazuje elemente komunikacije in njihovo delovanje. Oddajnik informacijo pretvori v podatek in jo posreduje bodisi z besedo, gesto ali mimiko. Kodirana informacija potuje po informacijskem kanalu do prejemnika. Na poti je izpostavljena različnim motnjam, ki lahko vodijo do nerazumevanja s strani prejemnika. Prejeta informacijo prejemnik dekodira, kar pomeni, da jo pretvori nazaj v podatek, ki prinaša neko informacijo.



Slika 1: Elementi komunikacije

Vir: Lokar in Wechtersbach 1997.

2.1 Definicije pojma

Definicij za besedo komunikacija je veliko. Povzela bom nekatere, ki se mi zdijo najpomembnejše in po mojem mnenju najboljše razložijo pojem.

Beseda komunikacija je latinskega izvora (*communicatio*) in ima po Štefancu (2003) vsaj tri pomene: naznanilo oziroma sporočilo, občevanje ter povezanost oziroma povezava. V najširšem pomenu besede je po Vrhovčevi (1998) komunikacija proces menjave informacij za sporazumevanje med osebami. Njen namen je vzpostavljanje medsebojnih odnosov, pridobivanje znanja, izmenjava mnenj, prenašanje izkušenj in dogovarjanje med osebami. Je kakršno koli vedenje, ki ga druga oseba lahko zazna.

Komunikacija so naša osebna razmerja in prepričanja, ki prihajajo iz nas in so posvečena drugim. Za boljše razumevanje in spoznavanje samega sebe lahko proučujemo, kako komuniciramo z različnimi ljudmi in v neenakih situacijah. Za dobro komunikacijo je zelo pomembna empatija – sposobnost živeti se v situacijo drugega. Kadar smo pozorni in sočloveka skušamo razumeti, poteka medsebojna komunikacija lažje, prav tako pa se v procesu lažje medsebojno zblížamo (Kosec 2009).

Klančičeva (2006, 3) ugotavlja, da je komunikacija proces, v katerem vsi udeleženci sprejemajo, pošiljajo in interpretirajo sporočila, ki so povezana z določenim pomenom.

Mnogo lažje je govoriti o pomenu komunikacije, kot o tem, kaj dejansko pomeni beseda oziroma kakšna je njena vsebina. Gre za vzpostavljanje odnosa med oddajnikom in sprejemnikom. Vanjo nehote vnašamo čustva in naše vrednote (Erčulj in Vodopivec 1999).

Green (1993 v Erčulj in Vodopivec 1999, 7) pravi, da se je pri komuniciranju potrebno sprijazniti s tem, da se pomen besed prve osebe (oddajnika) izraža v odgovoru sogovornika (sprejemnika) in ne v tem, kar oddajnik misli, ko jih izraža. Zavedati se je potrebno, da naše besede vzbudijo v drugih drugačne predstave, čustvene povezave in pomene od naših.

Po Jacksonu (1987 v Alessandrini 1996) je komunikacija izredno zapletena igra. To pa zato, ker so naslovniki oziroma prejemniki naših sporočil številni in različni, prav pogosto pa so tudi njihovi interesi zelo različni ali celo izključujoči.

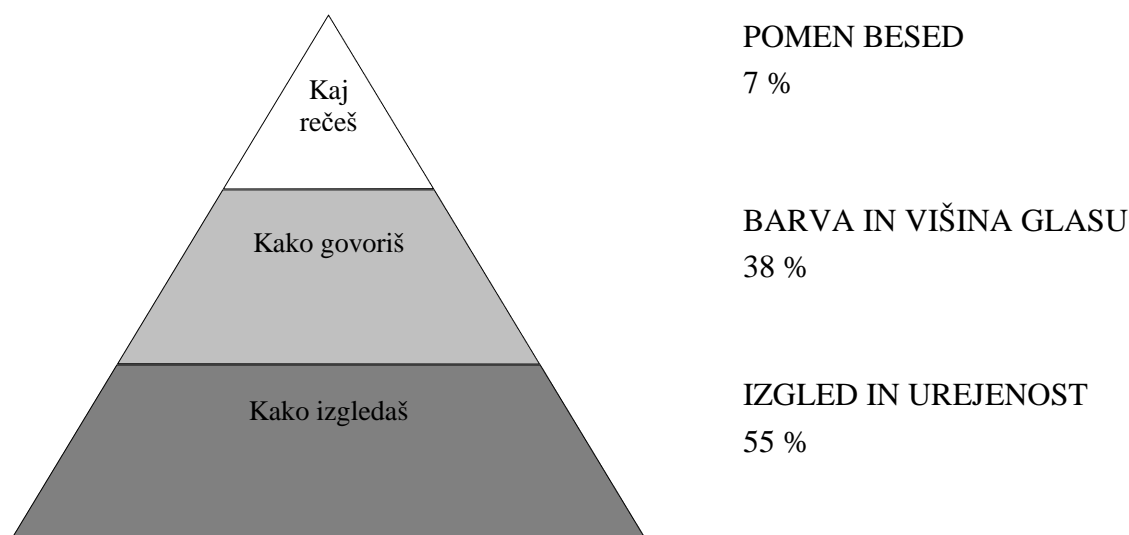
Naj povzamem, da so izbrani avtorji enotni, da gre pri komunikaciji za proces sporazumevanja med vsaj dvema osebama. Kako komunikacija poteka, je odvisno od posameznika, tako podajalca informacije kot prejemnika. Vsak v svoj način sporazumevanja vnaša svoja osebna mnenja, prepričanja in čustva. Za uspešno oziroma pozitivno komunikacijo je potrebno najprej razmisliti, kako se bo na naš način podajanja informacije odzvala nasprotna stran. Namen načrtovane komunikacije je namreč v tem, da smo z rezultati vsi zadovoljni. V praksi pa se vse prevečkrat dogaja, da smo v komunikacijo preprosto prisiljeni. V poslovnem svetu je lahko to velika ovira za tiste, ki komunikacije niso dovolj

vešči, da bi se znašli v vsaki situaciji. Še prav posebna težava nastane, kadar gre za neprijetne situacije. Menim, da se ravno v teh konfliktnih situacijah pokažejo resnične sposobnosti komunikatorjev.

2.2 Načini komuniciranja

Iz del avtorjev, ki jih navajam v nadaljevanju, obstajajo naslednji načini komunikacije: verbalna in neverbalna, direktna in indirektna, enosmerna in dvosmerna, digitalna in analogna, intrapersonalna, interpersonalna in javno komuniciranje ter podobno.

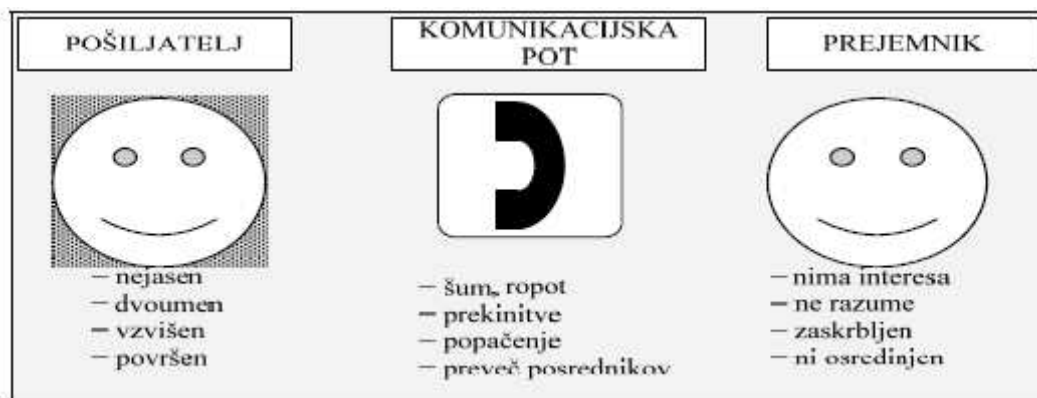
Vrhovčeva (1998) je opredelila *verbalno komunikacijo* kot komuniciranje z besedami, ki se nanašajo na vsebino sporočila. Besede lahko kontroliramo in se jih naučimo. Mihaljčič in Šantl Mihaljčičeva (2000) verbalno komunikacijo oblikovno in vsebinsko nadalje delita v govorno in pisno. Nasprotno se po Vrhovčevi (1998) *neverbalna komunikacija* nanaša na način, kako nekaj povemo. Lahko izraža čisto nasprotje povedanega. Neverbalno komuniciramo z mimiko obraza, držo telesa, oblačili, dotiki in podobnim. Tega se je težko naučiti. Koširjeva (1998) poudarja, da je bolj izrazna neverbalna komunikacija, ker predstavlja okoli 55 odstotkov razumevanja sporočil. Na sprejem sporočila v višini 38 odstotkov vpliva barva in višina glasu. Komaj 7 odstotkov pomena povedanega pa so besede same. Na sliki 2 je razvidna piramida pomembnosti razumevanja sporočil, glede na izrečeno, kako to poveš ter kakšen je pri tem tvoj izgled.



Slika 2: Razmerja v komuniciranju

Vir: Košir 1998.

Glede na razdaljo med udeleženci komunikacije ločimo direktno in indirektno komunikacijo. *Direktna komunikacija* predstavlja najbogatejši komunikacijski kanal, saj poleg besednega sporazumevanja omogoča zaznavanje celotnega spektra nebesedne komunikacije (Fink, Goltnik Urnaut in Števančec 2009, 9). Torej lahko rečemo, da pomeni medosebno komunikacijo v skupnem prostoru in času. Med komunikatorji ni posrednikov, ki bi lahko bili vzrok za komunikacijske šume. Šum v komunikaciji je vsakršna motnja pri prenosu sporočila do sprejemnika. Tu mislim na prireditvev in popačenje izvirnega sporočila. Kadar gre na primer za navodila oziroma informacije, ki prehajajo od ust do ust, končno sporočilo skoraj nikoli ni takšno kot izvorno. *Indirektna komunikacija* poteka na daljavo preko prenosnikov oziroma posrednikov kot so telefon, telefaks, dopisi, e-pošta in podobno. Na sliki 3 vidimo najpogostejše vire za motnje v komunikaciji.



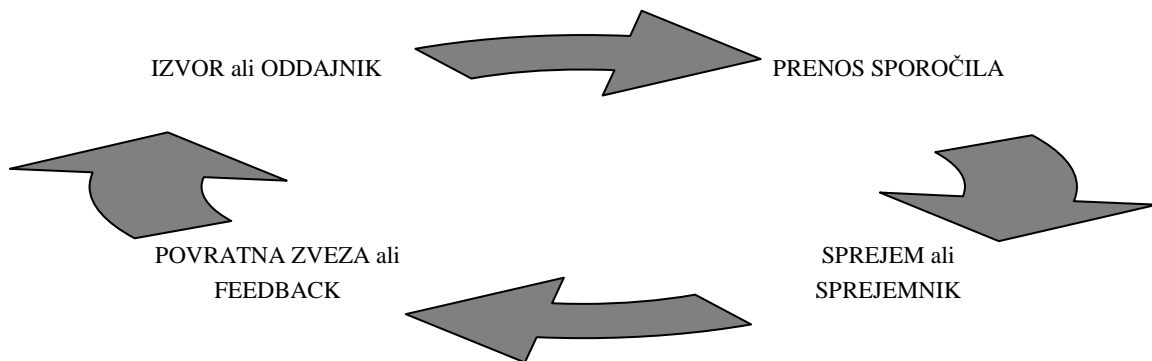
Slika 3: Viri motenj v komuniciranju

Vir: Možina 2004 v Fink, Goltnik Urnaut in Števančec 2009.

Glede na število sodelujočih v procesu komunikacije ločimo: intrapersonalno, interpersonalno in javno komuniciranje (Mihaljčič in Šantl Mihaljčič 2000, 15). Nadalje avtorja pojasnjujeta posamezno zvrst komuniciranja in sicer: pri *intrapersonalnem komuniciranju* gre za komuniciranje s samim seboj, kar pa ni tema diplomske naloge. *Interpersonalno komuniciranje* predstavljajo stiki med posamezniki ali skupinami. Javno komuniciranje pa pojasnjujeta kot način komunikacije ki vključuje širok krog ljudi. Takšno komunikacijo uporabljamo, kadar želimo o zadevi obvestiti več ljudi naenkrat. Lep primer takšne komunikacije so objave v časopisu, na internetu, publikacije, vabila in podobno.

V sodelovanju z okoljem obstajata dva načina komunikacije: enosmerna in dvosmerna. *Enosmerna komunikacija* je bolj informativne narave, kot na primer različna obvestila, publikacije, brošure in podobno (Trunk Širca 1998). Imenujemo jo lahko tudi monolog. Primer so sredstva javnega obveščanja. Uporabljamo jo, kadar želimo čim hitreje posredovati sporočilo čim več uporabnikom informacij. Pri *dvosmerni komunikaciji* pa pričakujemo povratno informacijo – oddajnik vs. sprejemnik. Zanj je potrebno več časa, vendar se na ta način lahko prepričamo, če je bilo sporočilo pravilno razumljeno (Vrhovec 1998). Pravi

pomen dobi komunikacija, kadar sporočila izmenjujeta vsaj dve osebi. Komunikacija je zato največkrat dvosmerna. Pošiljatelj in prejemnik med seboj izmenjujeta mnenja in se poslušata. Sporočila se izmenjujejo. Med njima obstaja dialog (Klančič 2006).



Slika 4: Model dvosmerne komunikacije

Vir: Trček 1994, 62.

Komunikacijski proces se prične z oddajnikom. To je lahko oseba, več ljudi skupaj ali naprava. Oddajnik izbere in pošlje sporočilo po zanj najprimernejšem komunikacijskem kanalu. Vedeti mora, kaj želi sporočiti in komu. Sprejemnik je prav tako lahko oseba, več ljudi skupaj ali naprava. Tudi od njegove sposobnosti komuniciranja je odvisno, ali bo sporočilo pravilno sprejel in razumel.

Kadar govorimo o *digitalni komunikaciji*, mislimo pravzaprav na nebesedno oziroma neverbalno komunikacijo. *Analogna komunikacija* pa z drugo besedo pomeni verbalna komunikacija. Človek komunicira z obema načinoma, povezuje digitalno z analogno. Prehod oziroma kombinacija pa je včasih težavna, saj na primer ni vedno lahko z besedami opisati in izraziti svojih čustev. Za nebesedno komunikacijo je včasih primernejši izraz telesna komunikacija. Vendar se tudi tu meja med načinom komunikacije zabriše, ker v bistvu tudi glas prihaja iz telesa (Kovačič 2010).

Po Klančičevi (2006) poznamo glede na način komunikacije naslednje stile komuniciranja:

- *asertivni stil* - oseba je pripravljena na sodelovanje, komunicira neposredno in odkrito, vendar ne ogroža drugih,
- *agresivni stil* - oseba želi prevladovati in zanika pravice sogovornika, ima vedno prav in želi za vsako ceno doseči svoje, ne glede na to, da pri zadovoljevanju svojih potreb prizadene druge,
- *pasivni stil* - oseba je nesamozavestna, nemočna, ne zavzema se za lastne pravice, izogiba se konfliktom, je neodločna in skriva svoja prava čustva,
- *manipulativni stil* - oseba hlina in se dobriča, da bi uresničila svoj prikriti namen, s čimer zmanjšuje pravice sogovornika.

2.3 Komunikacijski kanali in komunikacijske poti

Po Koširjevi (1998) bi morali ljudje, ki imajo pri svojem delu veliko opravka z ljudmi, obvladati kanale, po katerih posamezniki komuniciramo. Navaja, da v osnovi poznamo tri kanale:

- vizualni kanal: preko njega oddajamo in sprejemamo slike in predstave;
- avditivni kanal: preko njega oddajamo in sprejemamo zvoke, glasove, šume;
- kinestični kanal zaznava gibanje, posreduje občutja, dotik.

Komuniciranje poteka preko vseh omenjenih kanalov, vendar smo ljudje različni ter imamo različno razvite kanale preko katerih najučinkoviteje komuniciramo. Ravno zato imajo tudi odrasli udeleženci izobraževanj različne potrebe pri načinih obveščanja o zadevah.

Kadar mislimo na komunikacijski kanal kot orodje oziroma sredstvo, pa govorimo o možnih poteh in načinih za sporočila in informacije. Lahko gre za neposredni prenos s pogovorom, za klasična pisma, za objave v različnih medijih ali tehnične pripomočke, kot na primer računalnik z e-pošto, spletnimi stranmi in podobno. Možnosti izbire so v današnjem času precejšnje. Glede na namen, pomembnost in cilje je treba dane možnosti dobro proučiti in izbrati najprimernejšo pot do sprejemnika. V svojem delu Alessandrini (1996) ugotavlja, da v vsaki organizaciji obstajajo štirje nivoji oziroma komunikacijski tokovi in glede na to štirje temeljni sistemi komunikacije. Prvi temelj predstavlja načrtovanje osnov komunikacije, drugi je hierarhični temelj – komunikacija zaradi prenašanja ukazov, tretji temelj je podpora poklicni motivaciji z vodenjem podatkov in informacij, kot četrtega pa navaja sprožanje inovativnosti.

Kadar komunikacija ne poteka gladko in brez težav, govorimo o komunikacijskih šumih. Vzroki za napačno razumevanje med zaposlenim v vzgoji in izobraževanju (poslovno sekretarke) in odraslim udeležencem so različni. S strani poslovne sekretarke je to lahko pomanjkanje časa, neustrezen odnos, stereotipni odgovori, neodkritost, neustrezno odzivanje, jemanje poguma s kretnjami in mimiko, brezbržnost in podobno. Na strani odraslega udeleženca izobraževanja pa se kot vzrok nerazumevanja pojavlja pomanjkanje samozavesti, občutek manjvrednosti, emocionalni položaj (upanje, strah, jeza), pomanjkanje pozornosti, neprijetno okolje (hrup, telefonsko zvonjenje), napačne predstave, strah pred spraševanjem in podobno.

2.4 Komunikacija z odraslimi udeleženci izobraževanj kot oblika poslovne komunikacije

Posebno mesto v družboslovnih vedah ima poslovna komunikacija. Lahko jo opredelimo kot komunikacijo med poslovnimi partnerji (Vrhovec 1998, 86). Kosijeva in Romova (2009) navajata, da je njen cilj postavljanje in doseganje skupnih poslovnih ciljev organizacije. Njen končni cilj je torej ustvarjanje dobička. V primeru izobraževanja odraslih je skupni cilj dosežena višja stopnja izobrazbe. Odrasel pridobi nova znanja in višjo izobrazbo, kar poveča

njegovo konkurenčnost, šola pa se na ta način dodatno financira in hkrati pridobiva na slovesu, še posebej, če so odrasli v izobraževanju uspešni in zadovoljni. Po Vrhovčevi (1998, 86) obstajata v organizaciji dve metodi komuniciranja, in sicer pisne ter ustne metode. Kot primer pisne metode navaja kratka pisna obvestila, pisma, poročila, plakate in vabila ter avdio in vizualne pripomočke. Kot primer ustne metode komuniciranja pa navaja poslovno komuniciranje s poslovnimi partnerji, poslovno komunikacijo s sodelavci, timske sestanke in podobno.

Komunikacija z odraslimi, ki se izobražujejo, zaseda prav posebno mesto v izobraževalni dejavnosti. Združuje splošno s poslovno komunikacijo. Odrasel, ki pride v tajništvo šole po informacije, pride kot oseba, hkrati pa ga lahko smatramo kot poslovnega partnerja. V interesu šole je, da se odloči za izobraževanje ravno pri nas in ne pri kateri od konkurenčnih ustanov. *Mi* mu moramo prisluhniti in mu nato ponuditi izobraževanje na takšen način, da bo zanj sprejemljiv. Za začetek pogovora uporabimo pravila komunikacije, ki veljajo tudi v vsakdanjem življenju. V načinu predstavitve konkretnega izobraževanja oziroma izobraževalnih možnosti pa lahko uporabimo znanje s področja pogajanj v poslovni komunikaciji.

3 OPREDELITEV POJMA GENERACIJA IN ODRASLI

V komuniciranju z odraslimi je še prav posebno pomemben način komunikacije ter s tem pokazan odnos do osebe, ki pokaže interes za izobraževanje. Zelo pomemben je individualni pristop do posameznika. Potrebno je prisluhniti, kakšni so njegovi motivi za izobraževanje ter kakšni so njegovi cilji. Iz lastnih delovnih izkušenj lahko povem, da se v praksi na podlagi zbranih informacij oblikuje individualni oziroma osebni učni načrt, v katerem so zajete programske enote, ki so del obveznosti odraslega za dokončanje oziroma pridobitev izobrazbe. Določijo se mu mentorji po programskih enotah, terminski plan izpitov, predviden konec izobraževanja ter seveda stroški izobraževanja.

V praksi je potrebno upoštevati, da mlajše osebe oziroma tisti, ki časovno še niso tako oddaljeni od rednega izobraževanja, lažje sprejemajo in sproti opravljajo svoje obveznosti. Starejše oziroma tiste, ki so se že pred časom redno izobraževali, je potrebno motivirati na drugačne načine. Z njimi se je potrebno bolj pogovarjati, saj potrebujejo nekoga, ki jih posluša in bodri. Na ta način pridobivajo samozavest in so tako bolj uspešni pri premagovanju ovir.

V nadaljevanju bom pojasnila, kako različni avtorji razlagajo pojem generacija. Opredelila bom značilnosti in posebnosti posameznih generacij ter kako pomembno je, da poznamo vsaj osnovne razlike med njimi. Sledijo mnenja različnih avtorjev o dobi odraslosti in izobraževanju v tej dobi življenja. Za zaključek točke navajam nosilce izobraževanj za odrasle v občini Velenje.

3.1 Definicije pojma generacija

V osnovi vsak od nas pozna tri generacije: mlajšo, srednjo in starejšo. Pri opredelitvi, kam kdo spada, je bolj pomembno kot starost, kakšne naloge opravljamo. Naloga otrok in mladostnikov je predvsem, da se učijo. Starši skrbijo za gospodinjstvo in vzgojo otrok, tako materialno kot čustveno. Stari starši jim pri tem pomagajo in svoje izkušnje prenašajo na vnuke. Beseda generacija največkrat pomeni starostno skupino prebivalstva. V posamezne generacije uvrstimo ljudi, ki so rojeni istega leta ali pa v relativno majhnem razmiku let. Ker so odraščali v istem družbenem času, so njihove vrednote in prepričanja približno enaka. Seveda pa pri tem ne smemo zanemariti različnih osebnosti.

Delitev glede na leto rojstva

Mnogi avtorji, med njimi Žagar (2009), Brečkova (1998), Zorko (2010) in drugi, poudarjajo, da se ljudje razlikujejo tudi zaradi generacij, v katerih so bili rojeni. Posamezne generacije so razdelili v generacijske skupine in jim pripisali določene skupinske lastnosti. S tega vidika je pomembno poznati starostne meje generacijskih skupin ter vsaj osnovne razlike med njimi. Žagar (2009) je opredelil naslednje generacijske skupine:

- generacija veteranov (rojeni med 1922 in 1945),
- generacija baby boomers (rojeni med 1946 in 1964),
- generacija X (rojeni med 1965 in 1980),
- generacija Y (rojeni med 1981 in 2000),
- generacija Z (rojeni po 2000).

Vsaka izmed generacij ima svoje posebnosti, prednosti in slabosti. Vse to se odraža v njihovem vsakdanjem življenju. Je pa potrebno še enkrat poudariti, da je generacijska skupina le eno izmed meril za ocenjevanje osebnosti posameznika ter njegovih vrednot, stališč in prepričanj.

V *generacijo veteranov* uvrščamo ljudi, ki so danes stari med 65 in 88 let. Po Turkovi (2005) so to ljudje, ki zelo zagreto opravljajo svoje delo. Delo postavljajo pred osebno zadovoljitev potreb. Spoštujejo red, pravila ter avtoriteto. Glede na starost lahko sklepamo, da so to ljudje, ki so danes v večini upokojeni. Zorko (2010) meni, da za tiste, ki so še poslovno aktivni, mnogi mlajši sodijo, da so svoje poslanstvo opravili in da je čas, da predajo prostor in priložnosti mlajšim. Imajo jih za staromodne in trmaste. Doživljajo jih kot »pametnjakoviče«. Žal mlajši v večini primerov ne znajo izkoristiti znanja veteranov v svoj prid. Ne pomislijo, kaj vse bi jih lahko izkušeni veterani naučili. V vlogi mentorjev so lahko zelo učinkoviti, saj svoje znanje radi prenašajo na mlajše.

V *generacijo baby boomersev* uvrščamo ljudi, ki so danes stari od 46 do 64 let. Njihove glavne značilnosti po Dizdarevičevi (2010) so optimizem, delavnost, skupinska orientacija, spoštovanje osebnosti, zavedajo se pomena zdravja in počutja ter skrbijo za osebno rast. Z drugimi besedami jih imenujemo otroci blaginje. Radi imajo gotovost stalne službe in niso pripravljeni tvegati vsega zaradi dodatnega zaslužka. Večina v tej generacijski skupini je imela v svojem poklicnem življenju le eno službo.

V *generacijo X* po tej delitvi spadajo tisti, ki so danes stari od 30 do 45 let. Lahko rečemo, da so se ti ljudje vzgajali med seboj in se učili drug od drugega. Pogosto so odraščali v enostarševskih družinah. V obdobju njihovega odraščanja so se na veliko zaposlovale tudi ženske oziroma njihove matere, tako da niso bili le očetje tisti, ki so prinašali v družino materialne dobrine (Šaponja 2010). Po Turkovi (2005) je to generacija, ki si ne želi več stalne zaposlitve za vsako ceno. Želijo biti konkurenčni na trgu delovne sile in so pripravljeni tvegati za kariero. Z namenom konkurenčnosti samostojno skrbijo za razvijanje svojih sposobnosti in prednosti. Pogosto zaradi okolja, v katerem so odraščali, strogo ločijo poslovno od privatnega življenja.

V *generacijo Y* spadajo ljudje, ki so danes stari od 10 do 29 let. Ti ljudje se bodo šele zaposlili ali pa so na začetku poklicne kariere. To pomeni, da se njihove vrednote in stališča šele oblikujejo. To je generacija, ki ne samo uporablja, ampak tudi soustvarja informacijsko-komunikacijsko tehnologijo. Ustvarjajo si svoj virtualni svet komunikacije. Vzgaja jih svet

multimedije in ne več zgolj starši, pravi Dizdarevičeva (2010). Po Sikiričevi (2007) za tiste ki so že zaposleni velja, da jim veliko pomeni svoboda, možnost inovativnosti, zabavno urejeno delovno mesto ter hitro nagrajevanje za uspešne rezultate. Z nadrejenimi želijo imeti tudi neformalne odnose, želijo si odprtega dialoga. Všeč jim je, če so sproti obveščeni o dogajanju v podjetju. Radi sodelujejo v procesu odločanja.

Generacija Z šele prihaja. Te osebe so danes stare največ 10 let. Zanimivo bo, kakšne bodo njihove osnovne karakteristike. Odraščajo v popolnoma drugačnih časih kot prejšnje generacije, vendar jih vzgajajo starši in stari starši iz prejšnjih generacij, zato menim, da bodo prav gotovo prevzeli nekatere njihove lastnosti in prepričanja, nekatere vrednote pa bodo iz ključbovalnosti najbrž zavrgli. Po Zorku (2010) so to generacije, ki odraščajo ob nenehnem razvoju tehnologije in so v nenehnem informacijskem stresu. V svojem članku *Od generacije veteranov do generacije Z* pravi, da je generacija Z generacija digitalnih ustvarjalcev, ki bo v prihodnosti popolnoma spremenila način potrošnje, prodaje, komunikacije ... življenja nasploh.

Pomen poznavanja generacijskih razlik

Načini in oblike komunikacije se spreminjajo skozi človekovo življenje. Prav tako so le ti z razvojem družbe vedno bolj komplicirani in zahtevni. S tega vidika se ljudem različnih generacij pripisujejo različne skupne lastnosti in stereotipi, kar se nanaša tudi na njihov način komunikacije. Splošno v javnosti velja prepričanje, da so starejši »tečni« ter se imajo za pomembne in poznavalce. Življenje jih je marsikaj naučilo, zato so izkušeni. Mladi pa naj bi veljali za egoistične in željne zadovoljevanja potreb in doseganja materialnega bogastva ne oziraje se preveč na druge. Teorija govori drugače. Po Musku (1994) raziskave kažejo, da se človek z leti spreminja, zori. V osnovi se osebnost človeka z leti ne spreminja. Tu so mišljene njegove glavne osebnostne poteze. Spreminjajo pa se nekatere druge lastnosti, kot na primer upada impulzivnost, živahnost, aktivnost, zgovornost, raste pa samokontrola in samozavest. Z leti postajamo bolj konzervativni in manj navdušeni nad spremembami in novostmi. Razlika med odraslimi udeleženci izobraževanj je mnogokrat vidna ravno zaradi starostne razlike. Iz lastnih delovnih izkušenj vem, da starejši pričakujejo direktne informacije osebno ali po telefonu, mlajši pa jih poiščejo na spletu ali pričakujejo komunikacijo po e-pošti.

3.2 Opredelitev pojma odrasli

V pričujoči točki so povzeta mnenja različnih avtorjev o dobi odraslosti, izobraževanju odraslih, vplivu izobraževanja, o potrebah po izobraževanju v odraslosti, dejavnikih, ki vplivajo na odločitev in vztrajanje v izobraževanju. Teoretična izhodišča bom uporabila za oblikovanje lastnega mnenja v sklepnem delu. Sledi kratka predstavitev nosilcev izobraževanj v občini Velenje ter natančnejša predstavitev Šolskega centra Velenje v povezavi z izobraževanjem odraslih.

Oznaka odrasel človek je zelo relativna. Številni avtorji, kot na primer Ličnova (2006), Brajša (1993), Možinova (2003) in drugi, imajo za uvrščanje ljudi v različne življenjske dobe različne koncepte. V različnih družbah veljajo različna pričakovanja od odraslih. V tej dobi se pričakuje, da je človek umsko in telesno zrel, finančno neodvisen in sposoben samostojnega življenja v družbi. Če bi bila to edina merila, potem nekateri ne bi nikdar odrasli. Niso namreč vsi umsko zreli, niso vsi v službah in vsak ni sposoben samostojno preživeti. Zato je nujno upoštevati še ostale dejavnike. Prav tako menim, da ni edino merilo za odraslost dopolnjena starost 18 let. Avtorji že pri določanju biološke zrelosti niso enotni. Nekateri menijo, da človek biološko dozori, ko pridobi sposobnost starševstva, spet drugi, da pri dvajsetih letih, ko se nehajo razvijati možgani. Lažje je določiti odraslost s pravnega vidika – pri nas so odrasli z 18 leti, ponekod z 21 leti. Odraslost jim prinese poslovno in volilno sposobnost, lahko sklenejo zakon in podobno.

3.2.1 Definicije pojma odraslosti

V tej točki sem zajela teoretična izhodišča različnih avtorjev ter njihove različne vidike in poglede na pojem odraslosti.

Kot prvo naj po Ličnovi (2006) povzamem, da je odraslost najdaljše obdobje v človekovem življenju. V zahodni kulturi je veljajo, da je odraslost obdobje, na katerega se pripravljamo v otroštvu. Kako dolgo traja otroštvo, pa je odvisno od posameznika in je težko posplošiti.

Da bi človek postal človek, se mora roditi štirikrat, pravi Brajša (1993). Prvo rojstvo je biološko (telesno), drugo je cerebralno (možgansko), tretje je personalno (osebnostno) in četrto socialno (družbeno). Če navežemo njegovo teorijo o rojstvu na dobo odraslosti, lahko sklepamo, da se za odraslega šteje oseba, ki je osebno in družbeno zrela. Z drugimi besedami gre za osebo, ki ve, kaj hoče in želi doseči v življenju ter je posledično sposobna skrbeti sama zase ter za svojo družino.

Osebnostni razvoj in zorenje je proces, ne stanje. Kronološka leta praktično nimajo več prave teže, saj eni dosežejo zrelost mnogo prej kot drugi, nekateri pa niti v pozni starosti ne. Ravno zato je pojem odraslosti lažje povezati s socialnim statusom (Brečko 1998).

Za Eriksona (1966 v Brečko 1998, 55) je odrasla oseba oziroma zrela osebnost tista, ki ima razvito identiteto, kar se vidi v tem, da oseba zna sprejemati in dajati, zadrževati in osvobajati, prevzemati pobude in aktivno živeti ter sprejemati samega sebe.

Glede na starost, bi po Možina (2003, 33) lahko opredelili predvsem tri velike skupine odraslih, in sicer: mlajše odrasle, odrasle in starejše odrasle. Osnovna značilnost izobraževanja odraslih je, da se mnogokrat ali skoraj praviloma dogaja, da se v istem

izobraževalnem programu srečujejo udeleženci zelo različnih starosti. Tako je tudi na ŠCV, kjer je razpon oziroma starostna razlika med udeleženci tudi do 25 let, kar bo razvidno iz empiričnega dela moje naloge. Zame osebno je to velik izziv na področju komuniciranja in s tem povezanega načina motiviranja in obveščanja udeležencev.

Glede na to, da se moja naloga vsebinsko nanaša na izobraževanje odraslih, sem poiskala teoretično razlago za pojem odraslosti še z vidika andragogike Ličnova (2006) pravi, da je z andragoškega vidika odrasel tisti, ki se poleg svoje sociološke vloge v družbi vključuje v organizirana izobraževanja. Vloga izobraževanja odraslemu predstavlja dejavnost, ki poteka vzporedno z njegovim drugim delovanjem doma in v službi. Odraslost je v sodobnih interpretacijah definirana kot sposobnost človeka, da deluje v več vlogah, ki so medsebojno prepletene. Tako se odraslost torej ne loči od mladosti s starostno mejo, temveč z vlogami posameznika.

Če povzamem, nihče od zgoraj navedenih avtorjev ni natančno časovno opredelil, kdaj se pravzaprav končna otroštvo in začne odrasla doba v človekovem življenju. Sklepam, da zato, ker to enostavno ni mogoče. Preveč dejavnikov vpliva na človekovo osebnost in s tem povezano zrelost. Menim, da je pri oceni posameznika potrebno upoštevati njegovo celotno podobo in osebnost. Glede na to, da sem zaposlena v šolstvu in imam direktni stik tako z dijaki kot z odraslimi udeleženci izobraževanj, lahko iz prakse povem, da se starostna meja odraslosti giblje od 17 do 25 let. Pri tem moramo seveda upoštevati merila zgornjih avtorjev.

3.2.2 Dejavniki, ki vplivajo na rast števila odraslih, ki se izobražujejo

Z izobraževanjem odraslih se ukvarja veda, ki se imenuje andragogika. Po Legrandeju (1998) je andragogika veda, ki daje odgovore na vprašanja, kdo so odrasli in kakšne so njihove lastnosti, zakaj in na kakšen način se učijo ter pojasnjuje in prikazuje, kakšne so možnosti izobraževanja odraslih.

Na podlagi lastnih izkušenj sem ugotovila, da imajo odrasli za izobraževanje drugačne motive kot mladostniki. Mladostniki so nekako »pahnjeni« v različna izobraževanja. S starši se posvetujejo o svojih namerah, ti pa jih bolj ali manj uspešno usmerjajo na njihovo poklicno pot. Odrasli se o svojem izobraževanju odločajo na osnovi lastne presoje, lastnih interesov in poznavanja samega sebe. Kar pa ne pomeni, da pri tem ne potrebujejo strokovne pomoči. Marsikdo pride v tajništvo, ne da bi pravzaprav točno vedel, kaj želi. Pridejo po nasvet in informacije. Največ težav imajo tisti, ki so v času rednega izobraževanja obiskovali programe, po katerih danes ne izobražujemo več, ker so prenovljeni. Tem je kar težko razložiti, da imajo na primer namesto enega preostalega izpita zdaj kar 7 izpitov.

Z izobraževanjem odrasli osebnostno zorijo. Po Brečkovi (1998) zorijo v procesih socializacije. To pomeni, da se ves čas spreminjajo in prilagajajo spreminjajočemu socialnemu in kulturnemu okolju v katerem živijo. Pravi tudi, da je socializacija vseživljenjski

proces. V življenju sprejema človek različne vloge ter sprejema vrednote, norme in vzorce vedenja družbe, v kateri živi. Kar se človek nauči v mladosti, ne zadostuje za celo življenje. V današnjem sodobnem času se družba še hitreje in bolj intenzivno spreminja. Temu mora človek, ki želi biti uspešen in učinkovit v takšni družbi, slediti s svojim zanimanjem za spremembe in izobraževanjem ter usposabljanjem. Avtorica navaja, da ločimo formalne in neformalne oblike socializacije. Neformalna socializacija združuje vse, kar se naučimo drug od drugega (od družine, staršev, otrok, partnerja, prijateljev in znancev, medijev). O formalni socializaciji govorimo, kadar mislimo na ciljno usmerjeno učenje kot na primer v šolah, na delovnem mestu in podobno. Posledično govorimo o formalnih in neformalnih skupinah ljudi. V neformalne, ki jih lahko imenujemo tudi interesne, vstopajo ljudje popolnoma prostovoljno. Posameznik in skupina pripadata drug drugemu. Formalne skupine pa so delovne skupine, izobraževalne skupine in podobno.

V današnjih oblikah izobraževanj se pričakuje, da bodo odrasli udeleženci veliko delali in se učili sami doma po navodilih mentorjev oziroma njim določenih učiteljev. Organizacijski model, ki se izbere za posamezno predmetno področje, je odvisen od števila udeležencev izobraževanja. Za programe, v katerih sodeluje zadostno število udeležencev, so na ŠCV organizirana predavanja v obsegu 50 odstotkov predpisanih ur po predmetnikih za redno izobraževanje. To velja za teoretični del programskih enot. Praktični pouk pa je organiziran v obsegu 60 odstotkov ur po predmetniku za posamezni izobraževalni program. To pomeni, da imajo doma še precej dela, da osvojijo vsa potrebna znanja v obsegu predpisanih ur in s tem vso potrebno vsebino po programskih enotah za pridobitev želene izobrazbe. Tu se srečamo s terminom *samoizobraževanje*.

Izobraževanje in samoizobraževanje sta se z razvojem družbe povezala in se prepletata. O čistem samoizobraževanju danes težko govorimo. Tudi tisti, ki se popolnoma sami izobražujejo, to se pravi, da vse faze v učnem procesu opravijo sami, so enkrat že sodelovali v rednem izobraževalnem procesu. Problem nastane v zadnji fazi procesa – pri vrednotenju. Če oseba samega sebe izobražuje in vrednoti, potem tega znanja neka ustanova ne more tudi formalno priznati. Za priznanje formalne izobrazbe mora v procesu sodelovati tudi ustanova, katere registrirana dejavnost je izobraževanje (Krajnc 1979).

Sem pa ugotovila, da se v praksi pojavlja močna kombinacija usmerjenega samoizobraževanja. Po evidenčnem vpisu v izobraževanje odraslih odraslemu udeležencu ustanova izdelava osebni učni načrt in z njim določi tudi učitelja, ki bo njegovo znanje usmerjal in končno tudi preverjal. Udeleženec se lahko popolnoma sam doma uči in pride samo na izpit, kjer se preveri njegovo znanje. Kot izhaja iz mojih izkušenj, gre tu praviloma za osebe, ki jim za dokončanje pridobitve izobrazbe manjka še manjši obseg obveznosti, torej le nekaj izpitov.

Motivi odraslih za izobraževanje so zelo različni. V večini se vključujejo v izobraževanje po svoji volji. Ko se to zgodi, »imajo jasne specifične cilje, ki so povezani s pridobitvijo novih poklicnih spretnosti in znanj, zadovoljitvijo intelektualne radovednosti ali pa zgolj s potrebo po ustvarjanju novih družbenih vezi in vključitvijo v novo obliko druženja,« pravi Možina (2003, 27).

Motiv je razlog, odgovori nam na vprašanje zakaj smo ali zakaj naj bi nekaj storili. Po Kimu (2001) obstajata v osnovi dva nivoja motivacije: preživetje in uspeh. Preživetje vključuje potrebo po hrani, zavetju, varnosti in razmnoževanju. Ko so osnovne potrebe zadovoljene, nastopijo sekundarne potrebe po uspehu, osebni rasti, samospoštovanju in čustveni izpopolnitvi.

O sami motivaciji bi lahko še veliko napisali, vendar bi to preseglo okvire te naloge. Zato naj zgornje navedbe o tej temi služijo le za lažje razumevanje in boljšo predstavo v zvezi z udeleženci izobraževanj za odrasle.

3.2.3 Nosilci izobraževanj za odrasle

Nosilci izobraževanj za odrasle so različne ustanove, kjer potekajo oziroma so organizirane izobraževalne dejavnosti za odrasle. Nekatere so osnovane izključno z namenom izobraževati odrasle, nekaterim pa je to dodatna dejavnost. Izobraževalna dejavnost je zelo raznolika. Zaradi trga in konkurence so se razvile različne oblike organiziranja izobraževanj. Ponudnikov je veliko.

Jarvis (2004 v Ličen 2006) razdeli nosilce izobraževanj na tri skupine. V prvi skupini so vladne organizacije kot so na primer ljudske univerze (občinske ustanove), šole, univerza (državne ustanove). V drugo skupino nosilcev izobraževanj so uvrščene nevladne organizacije (cerkve, društva, jezikovne šole). Tretja skupina so podjetja s profitnimi centri. Ker posamezni nosilci kombinirajo več dejavnosti, jih je v praksi težko uvrstiti v samo eno skupino.

Po registru Andragoškega centra Republike Slovenije je bilo v Velenju leta 2009 registriranih 5 izobraževalnih organizacij za izobraževanje odraslih s 170 programi: Andragoško društvo (Univerza za III. življenjsko obdobje Velenje), Andragoški zavod (Ljudska univerza Velenje), INVEL, d. o. o. (Podjetje za izobraževanje in poslovno podjetniško svetovanje), Šolski center Velenje (Medpodjetniški izobraževalni center, Izredno izobraževanje) in Šolski center Velenje (Višja strokovna šola). Izobraževanje kot dodatna dejavnost poteka tudi na ŠCV, kjer je osnovna dejavnost izobraževanje mladine. ŠCV je predstavljen v nadaljevanju naloge.

4 PREDSTAVITEV ŠOLSKEGA CENTRA VELENJE

Šolski center Velenje je javni zavod, ki združuje organizacijske enote štirih poklicnih in tehniških šol, Gimnazijo, Višjo strokovno šolo in Medpodjetniški izobraževalni center (MIC). V sklopu izobraževanj za mladino in redne študente se izobražujejo tudi odrasli udeleženci po javno veljavnih vzgojno-izobraževalnih programih za pridobitev izobrazbe in po programih za pridobitev nacionalne poklicne izobrazbe. Prav tako izvaja tečaje za različna izpopolnjevanja. V nalogi bodo moja ciljna skupina osebe, ki želijo pridobiti srednješolsko izobrazbo ali zvišati že pridobljeno stopnjo izobrazbe na III., IV. ali V. stopnjo. To so osebe, ki so že kdaj obiskovale srednjo šolo in jim manjka še nekaj obveznosti, in pa tisti, ki so s pridobivanjem srednješolske izobrazbe šele začeli.

Izobraževanje odraslih ima na ŠCV dolgoletno tradicijo. Praviloma se v izobraževanje vključujejo zrele osebe, ki že imajo nekaj delovnih izkušenj. S tega stališča se v programih za izobraževanje odraslih praviloma izpuščajo izrazito vzgojne vsebine. Eden od teh predmetov je športna vzgoja, ki se jim na dokumentih prizna in ovrednoti z istim številom kreditnih točk kot dijakom. Splošnoizobraževalne in strokovne vsebine pa morajo udeleženci osvojiti v celoti, saj je njihov zaključek izobraževanja z opravljeno maturo, poklicno maturo ali zaključnim izpitom enak kot pri dijakih. Enako je tudi število kreditnih točk, ki jih z izobraževanjem pridobijo. Je pa poudarek na tem, da se udeležence nauči samostojnega učenja, kar je pomemben prispevek k razvoju osebnosti udeleženca in družbe kot celote. Zelo pomembno v današnjem času je namreč, da se je posameznik sposoben sam izpopolnjevati v stroki, kar narekujejo tudi sodobni trendi v razvoju gospodarstva. Možina (2003, 18) pravi, da sta »vzgoja in izobraževanje vedno manj v funkciji nadziranja in discipliniranja (prevzgoje) in vedno bolj v krepitvi samopodobe posameznika, dela na sebi in samoaktualizacije«.

Pri sami izvedbi izobraževanj upoštevamo Navodila o prilagajanju izrednega poklicnega in strokovnega izobraževanja (Uradni list Republike Slovenije, št. 8/2008), ki zajemajo organizacijo, časovno razporeditev izobraževanja in vodenje dokumentacije. To pomeni, da pri modelu organizacije izobraževanja smemo upoštevati načelo ekonomičnosti. Pri večjih skupinah je organizirano več ur skupnih predavanj oziroma vaj, pri manjših oziroma za posameznike, pa podajanje snovi poteka v obliki individualnih konzultacij pri posameznih učiteljih. Preverjanje znanja je možno vsak prvi teden v mesecu. Razpored izpitov je narejen na podlagi prijav k izpitom.

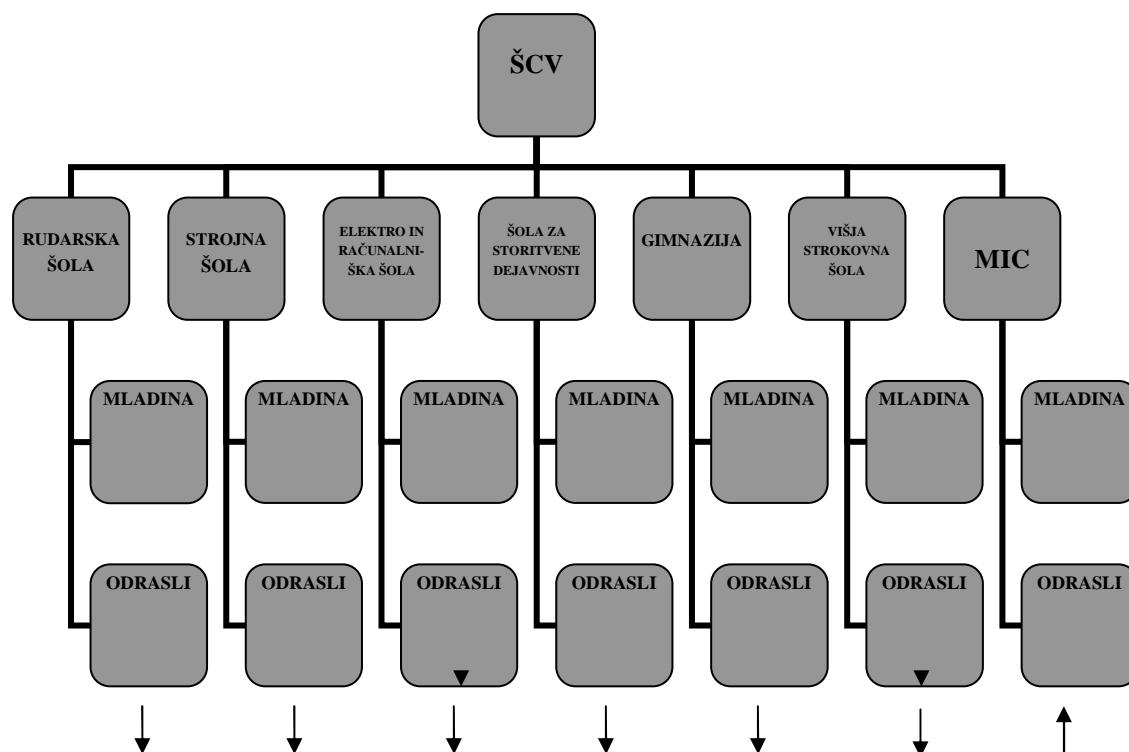
Strokovni organi za izobraževanje odraslih so: andragoški zbor (programski učiteljski zbor), strokovni aktiv, koordinator in vodja izobraževalnega področja.

Poslovni sekretar je spremljevalni del strokovnega aktiva za izobraževanje odraslih. S svojim delom pomembno prispeva k dejavnosti. Njegova naloga se začne s podajanjem osnovnih informacij potencialnim kandidatom za vpis v izobraževanje odraslih. Pri kandidatih, ki so napoteni na izobraževanje s strani Zavoda RS za zaposlovanje, izpolni obrazec, ki zajema

obveznosti udeleženca ter izračun stroškov izobraževanja. Sledi izvedba vpisnega postopka in izdelava predloga osebnega učnega načrta. Nato seznanijo udeleženca s predlogom osebnega učnega načrta in ga po potrebi prilagodijo ter uskladi s cilji, sposobnostmi in interesi udeleženca. Odgovoren je za izvedbo plačila stroškov izobraževanja. Poslovni sekretar je tisti, ki koordinira komunikacijo med udeleženci in učitelji. Administrativna opravila, ki potekajo vzporedno, so zbiranje prijav na izpite ter spremljanje, dokumentiranje in arhiviranje opravljenih obveznosti oziroma izpitov. Za ZRSZZ in druge plačnike izobraževanj pripravlja poročila o uspešnosti udeležencev. Zelo pomembna naloga poslovnega sekretarja (vir informacij) je obveščanje udeležencev o predavanjih in izpiti na oglasni deski na šoli ter elektronski oglasni deski na svetovnem spletu. Ob zaključku šolskega leta izdelava statistična poročila o vpisu in uspešnosti udeležencev za MŠŠ, kar vpliva na višino dodeljenih sredstev za izobraževanje odraslih. To je zelo pomembno poročilo, glede na to, da se s samimi šolninami ne pokrijejo vsi stroški izobraževanja.

Izrednega pomena je kandidatu za vpis prvi vtis, ki ga dobi, ko prvič stopi v prostore tajništva po informacije, ali že kadar prvič pokliče po telefonu. V prvem trenutku zamujena priložnost za komunikacijsko odličnost poslovnega sekretarja se težko povrne. Prvi vtis predstavlja urejenost prostora in osebna urejenost poslovnega sekretarja. Kadar poteka prvi stik po telefonu, pritegne prijazen glas, pripravljenost do poslušanja in nato jasen, nedvoumen in vzpodbuden odgovor.

Na ŠCV je izobraževanje odraslih izvedbeno oziroma organizacijsko vezano na MIC, kjer sta zaposlena vodja ter koordinator za izobraževanje odraslih. Naloge *vodje izobraževanja* so zapisane v Letnem delovnem načrtu: vodenje dela strokovnega aktiva, načrtovanje in organiziranje izobraževanja, analiziranje izobraževalnega dela in rezultatov, spremljanje napredovanja udeležencev izobraževanja, opravljanje in organiziranje svetovalnega dela ter druge strokovne naloge. *Koordinator izobraževanja* za odrasle povezuje vodjo s posameznimi organizacijskimi enotami ŠCV, kamor je formalno posamezen program vezan glede na področje. Na vsaki organizacijski enoti (šoli) je za stike določena oseba - to je najpogosteje poslovni sekretar.



Slika 5: Organigram izobraževanja odraslih na ŠCV

Na ŠCV je v organizacijski shemi zajetih 8 poslovnih sekretarjev. To delovno mesto predstavlja stičišče oziroma vezni člen med udeleženci v procesu izobraževanja. Poslovni sekretar / asistent informacije zbira, ureja, selekcionira in posreduje naprej (Zevnik in Hojs Potočnik 2010).

Statistični podatki glede vpisa v izobraževanje odraslih na Šolskem centru Velenje

Število odraslih udeležencev izobraževanj na ŠCV pada, kar je razvidno iz tabele 1. Brez temeljite raziskave in analize trga je težko natančno opredeliti, kaj je temu vzrok. Menim, da bi temu morali posvetiti več pozornosti, kljub temu, da je na ŠCV izobraževanje odraslih dopolnilna dejavnost. Sicer se izvajajo informativni dnevi za izobraževanje odraslih, vendar so premalo promovirani. Prav tako bi se po mojem mnenju morali bolj povezati z ZRSZZ in podjetji ter na ta način pridobiti informacije o dejanskih potrebah delodajalcev po srednješolsko izobraženem kadru.

Tabela 1: Število vseh udeleženi v izobraževanju po šolskih letih

Šolsko leto	Skupaj	Dijaki	Študenti	Odrasli udeleženci *	Udeleženci za pridobitev formalne izobrazbe *
2007/2008	4460	2120	740	1600	120
2008/2009	4291	2001	690	1600	80
2009/2010	4119	1929	640	1550	70

*Število odraslih udeležencev je zapisano na osnovi ocene. Na ŠCV omogočajo vpis v izobraževanje odraslih tudi med šolskim letom. To pomeni, da se podatek o številu udeležencev ves čas spreminja.

Vir: ŠCV 2007; 2008; 2009.

Načini komunikacije na ŠCV se prepletajo in dopolnjujejo v skladu s potrebami, kar pomeni, da se prilagajajo individualnemu uporabniku informacij in izobraževanja. To potrjuje vizija ŠCV, ki v LDN poudarja pomen skupnega ustvarjanja znanja po današnjih visokih standardih za življenje in delo. Kot poslanstvo pa je zapisano, da ŠCV upošteva izzive okolja in izvaja kakovostne storitve na področju izobraževanja.

Pri komuniciranju z odraslimi udeleženci na ŠCV uporabljamo različne komunikacijske poti, tako direktno komunikacijo s pogovorom v živo, konzultacijami, predavanji kot posredno komunikacijo s telefonskimi pogovori, podajanjem zelenih informacij preko e-pošte, gradiv in navodil za učenje, zbiranje prijav na izpite, objavami v lokalnih časopisih in širše, objavami informacij na spletnih straneh v zvezi z osnovnimi informacijami, roki izpitov, govornimi in kontaktnimi urami, aktualnimi objavami razpisov za sofinanciranje izobraževanja ter aktualnimi projekti v zvezi z izobraževanjem odraslih udeležencev. V publikacijah in zbornikih objavljamo osnovne podatke v zvezi z izobraževanjem ter aktualnimi dogajanja na ŠCV. Na radiu in televiziji izvajamo kontaktne oddaje za podajanje možnosti glede izobraževanja na lokalni ravni in tudi širše, »žal« s poudarkom na rednih izobraževanjih.

5 RAZISKAVA O MODELU KOMUNIKACIJSKIH POTI ZA INFORMACIJE IZ IN V TAJNIŠTVO ŠOLE UPOŠTEVAJOČ GENERACIJSKE RAZLIKE

V poglavju je opisan potek izvedbe ankete na temo zadovoljstva udeležencev izobraževanj za odrasle z obveščanjem in podajanjem informacij v zvezi z izobraževanjem. Za začetek so predstavljena izhodišča za anketo in zastavljena vprašanja. Sledi analiza rezultatov in njihova interpretacija. V sklepnem delu so zapisane moje ugotovitve, pridobljene z anketo.

Namen raziskave je bil proučiti dejavnike, ki vplivajo na odločitev in vztrajnost posameznika po nadaljnem izobraževanju, ter pomen komunikacije pri tem. Želela sem dobiti odgovore na vprašanja, ali in kolikšen vpliv ima na posameznike, ki se izobražujejo, način komunikacije z njimi s strani zaposlenih na šoli. Zanimalo me je, ali je res pomembna samo starost odraslih ali nanje vplivajo še drugi dejavniki in kateri.

5.1 Metodologija

Po spoznanju različnih teoretičnih stališč s področij komunikacije, poslovne komunikacije, medgeneracijske komunikacije, splošne psihologije in obče andragogike sem s pomočjo anonimne ankete ugotavljala empirično vrednost in pojavnost problematike komuniciranja z odraslimi udeleženci izobraževanj. Z uporabo metod deskriptivne statistike sem prikazala anketirano populacijo oziroma njene značilnosti v povezavi z izbrano problematiko. Moja ciljna skupina so bili tisti udeleženci, ki se izobražujejo za pridobitev formalno priznane srednješolske izobrazbe. Raziskavo sem izvajala v času od junija do avgusta 2010.

Vprašalnik je bil lasten in v pisni obliki. Vzorec je zajemal 71 anketirancev. Osredotočila sem se na lokalni nivo raziskave. Vanjo sem vključila naključno izbrane udeležence izobraževanj za odrasle, ki so bili v šolskem letu 2009/10 vpisani na Šolski center Velenje in Ljudsko univerzo Velenje. Ta dva zavoda sem izbrala, ker predstavljata ključno možnost za pridobitev izobrazbe v občini.

Anketni vprašalnik je bil sestavljen iz šestnajstih vprašanj. Vprašanja so bila zaprtega tipa, zadnje vprašanje pa je bilo popolnoma odprtega tipa. Zadnje vprašanje je bilo namenjeno dodatnim predlogom za izboljšanje komunikacije med udeleženci in izvajalci izobraževanj. Prvih devet vprašanj je bilo namenjenih pridobitvi demografskih značilnosti anketirancev. Vprašani so bili po spolu, starosti, izobrazbi, zaposlitvenem statusu, kje se izobražujejo, kdo je plačnik izobraževanja ter koliko let je minilo od njihovega rednega izobraževanja. Osrednji del vprašalnika je vseboval vprašanja, ki so se nanašala na motive za izobraževanje ter ključne elemente za izbiro ustanove, kjer se trenutno izobražujejo. Sledila so vprašanja v zvezi s pridobivanjem različnih informacij o izobraževanju. Pri zadnjem vprašanju so imeli udeleženci možnost, da sami predlagajo izboljšave v zvezi z obveščanjem. Anketni vprašalnik je v prilogi številka 1.

Zbrane rezultate sem vnesla v tabele računalniškega programa Microsoft Excell, jih proučila, določila medsebojne korelacije odgovorov, jih primerjala in izdelala grafe. Na ta način sem prišla do ugotovitev, ki sledijo v nadaljevanju.

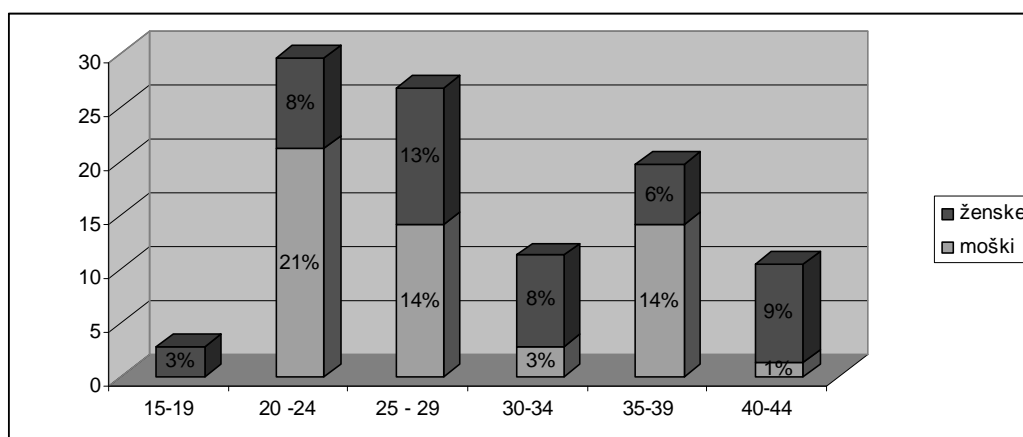
5.2 Rezultati ankete in interpretacija rezultatov

Spol

V anketi je sodelovalo 71 anketirancev, od tega 38 moških in 33 žensk, kar predstavlja 54 odstotkov moških in 46 odstotkov žensk.

Starost

Največ anketirancev je bilo starih od 20 do 24 let (29 odstotkov). Sledila je skupina starih od 25 do 29 let (27 odstotkov). 20 odstotkov vprašanih je bilo starih od 35 do 39 let, od 30 do 34 let 11 odstotkov ter od 40 do 44 let 10 odstotkov. Najmanj, komaj 3 odstotke vprašanih, pa je bilo starih od 15 do 19 let.



Graf 1: Porazdelitev po starosti in spolu

Sodelujoči moški so bili v 40 odstotkih stari od 20 do 24 let, pri ženskah pa je bila najpogostejša starost nekoliko višja – v 28 odstotkih od 25 do 29 let. Menim, da je to pokazatelj, da se ženske kasneje odločajo za pridobivanje oziroma dokončanje pridobivanja izobrazbe. Po neuspešnem rednem izobraževanju postavijo v ospredje pridobitev prve službe in ustvarjanje družine.

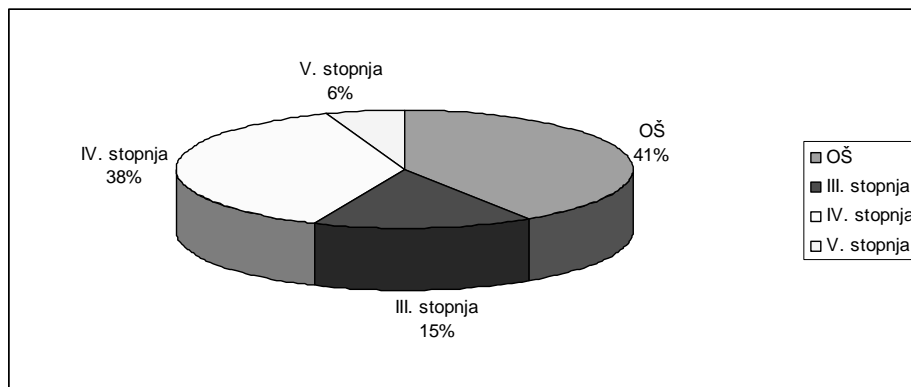
Generacijske skupine

Več kot polovica vprašanih je bila starih manj kot 30 let, kar pomeni, da je bilo 59 odstotkov pripadnikov generacije Y. Vendar je tudi starejših od 30 let, ki jih štejemo v generacijo X, sodelovalo kar 41 odstotkov. To je prvi pokazatelj, da starejšim leta niso ovira za pridobitev

izobrazbe. Po prejšnjih teoretičnih izhodiščih je značilnost generacije X, da se želijo izpopolnjevati in držati korak s časom in razvojem družbe in tehnologije.

Dokončana izobrazba

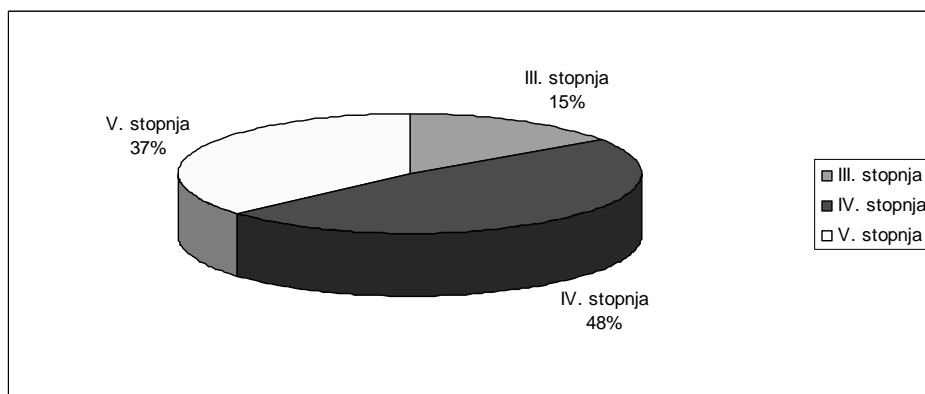
Največ vprašanih (41 odstotkov) ima končano osnovno šolo, najmanj pa peto stopnjo (6 odstotkov). 38 odstotkov je tistih, ki imajo končano srednjo poklicno šolo oziroma četrto stopnjo izobrazbe. Z nižjo poklicno izobrazbo oziroma tretjo stopnjo je sodelovalo 15 odstotkov vprašanih.



Graf 2: Dokončana izobrazba

Izobrazba, ki jo trenutno pridobivajo udeleženci izobraževanj

Iz rezultatov je razvidno, da je slaba polovica vprašanih vpisanih v programe za pridobitev srednje poklicne izobrazbe oziroma četrte stopnje. Sledi vpis v pridobivanje srednje strokovne ali poklicno-tehniške izobrazbe oziroma pete stopnje, ki predstavlja 37 odstotkov vpisanih. Najmanj je tistih, ki pridobivajo nižjo poklicno izobrazbo – 15 odstotkov. Tisti, ki so bili v času izvedbe ankete vpisani v osnovnošolsko izobraževanje na LUV, v anketiranju niso sodelovali. Skupina naključno ni bila aktivna v času izvedbe ankete in zato niso bili zajeti v vzorec.



Graf 3: Vpisani v programe izobraževanj po stopnjah

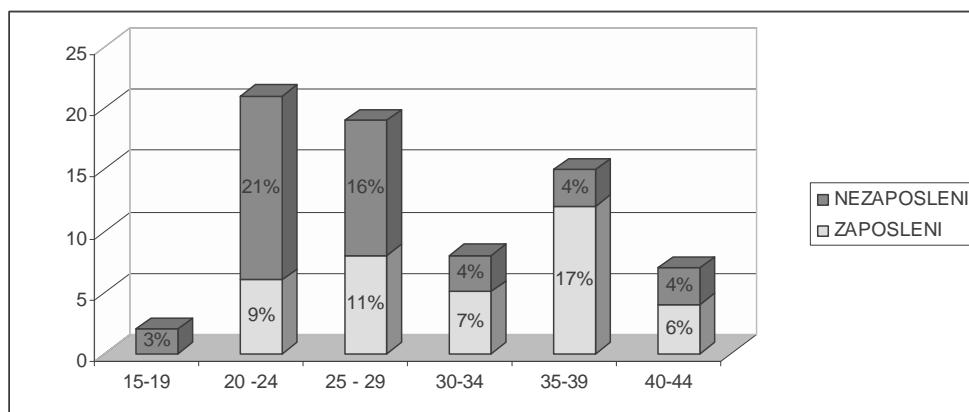
Namera po nadaljevanju izobraževanja

Dobri dve tretjini vprašanih je odgovorilo, da se bodo po uspešno zaključenem izobraževanju izobraževali še naprej, ostali pa vsaj zaenkrat nimajo višjih interesov. Menim, da bo njihova dejanska odločitev znana šele po uspešnem zaključku trenutnega izobraževanja. Verjetno bo na odločitev vplival tudi zaposlitveni status oziroma njihov finančni položaj.

Zaposlitveni status

Med vprašanimi je bilo skoraj polovica zaposlenih in malce več kot polovica nezaposlenih. Brezposelnih je bilo le 2 odstotka več.

Največ, kar dobra petina vprašanih, je brezposelnih in so stari od 20 do 24 let. Iz tega je razvidno, da je največ tistih, ki se izobražujejo, mlajših od 24 let. Ker so hkrati brezposelni, je njihov motiv za izobraževanje očiten – pridobiti boljše pogoje za zaposlitev. Sledijo s 17 odstotki zaposleni, ki so stari od 35 do 39 let. Skleпам, da v zdajšnji službi niso preveč zadovoljni ali pa je njihovo delovno mesto ogroženo. Naslednji so s 16 odstotki brezposelni in zaposleni z 11 odstotki stari od 25 do 29 let. Najmanj, le 3 odstotke vprašanih, je nezaposlenih in starih od 15 do 19 let. Zaposlenih v tej starostni skupini ni.



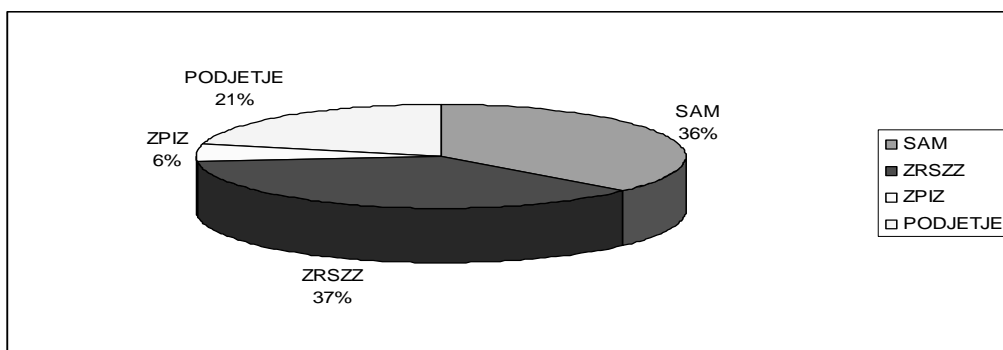
Graf 4: Zaposlitveni status glede na starost udeležencev

Izbrana ustanova

Slabi dve tretjini vprašanih je vpisanih v izobraževanje na ŠCV, ostali pa na LUV.

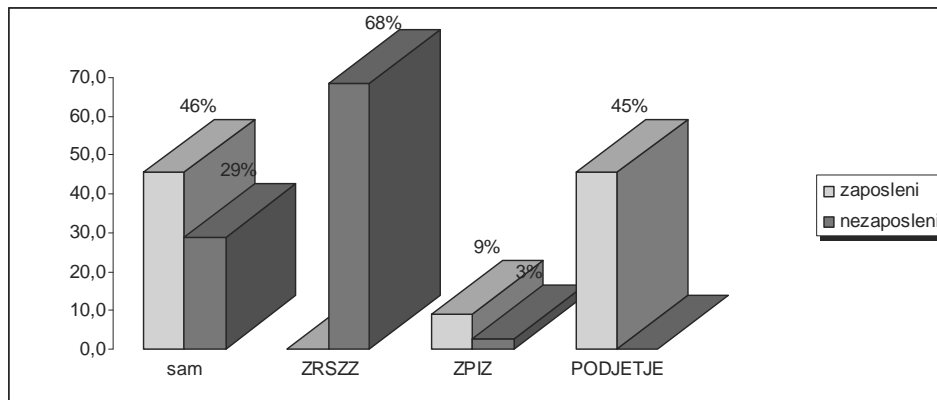
Plačnik izobraževanja

Večini vprašanih udeležencev plačuje izobraževanje Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje – 37 odstotkom. Podoben odstotek je samoplačnikov. Dobro petino izobraževanj plačujejo podjetja oziroma delodajalci ter le 6 odstotkom Zavod za invalidsko in pokojninsko zavarovanje.



Graf 5: Plačniki izobraževanj

Znotraj skupine zaposlenih udeležencev izobraževanj si v večini plačujejo izobraževanje sami (46 odstotkov). 45 odstotkom zaposlenih plačujejo izobraževanje podjetja, kjer so zaposleni. Slabo desetino plačnikov predstavlja ZPIZ.

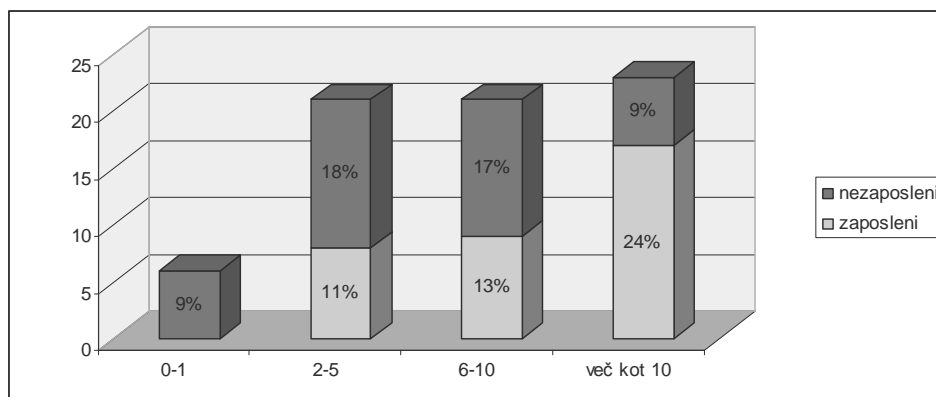


Graf 6: Plačniki izobraževanj glede na zaposlitveni status

Nezaposlenim udeležencem plačuje izobraževanje v večini ZRSZZ, kar 68 odstotkom. Slaba tretjina je samoplačnikov, le 3 odstotkom pa plačuje ZPIZ.

Koliko let po končanem rednem je minilo do vpisa v izredno izobraževanje?

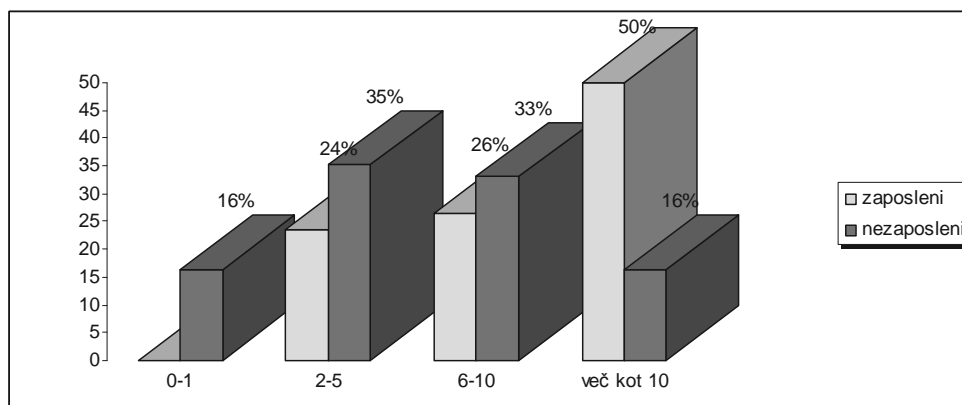
Četrtnina vprašanih odgovorila, da so se odločili za nadaljevanje izobraževanja po več kot desetih letih. Ker so hkrati že zaposleni, je očitno, da so bili do sedaj zadovoljni s svojo poklicno kariero ali pa niso bili finančno sposobni za izobraževanje. Od 2 do 5 let je minilo 18 odstotkom nezaposlenih oseb. 17 odstotkov vprašanih, ki so nezaposleni, se je odločilo za izobraževanje po 6 do 10 letih. Slaba desetina vprašanih, ki so hkrati brezposelni, je praktično prešla iz rednega v izredno izobraževanje takoj ali že v enem letu – za razliko od zaposlenih, ki so potrebovali najmanj 2 leti za takšno odločitev.



Graf 7: Čas, ki je minil od rednega izobraževanja – vsi

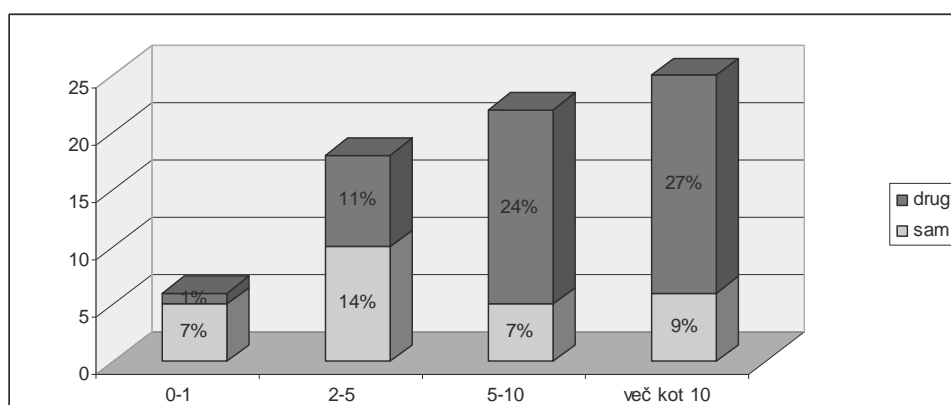
Če pogledamo skupino zaposlenih, ugotovimo, da se je polovica vprašanih odločila za izobraževanje po več kot 10 letih. 26 odstotkov je potrebovalo od 6 do 10 let za vrnitev v izobraževanje, 24 odstotkov pa od 2 do 5 let. Takoj po končanem rednem izobraževanju se nihče od zaposlenih ni vpisal v izredno izobraževanje, kar kaže, da so s pridobitvijo zaposlitve dosegli svoj trenutni cilj – finančno neodvisnost. Z leti se je pojavil višji interes, bodisi zaradi

potreb podjetja bodisi zaradi lastne želje po pridobivanju znanja ali s tem povezane želje po boljšem in bolje plačanem delovnem mestu.



Graf 8: Čas, ki je minil od rednega izobraževanja glede na zaposlitveni status

V skupini brezposelnih se je dobri dve tretjini vprašanih vrnilo v izobraževanje v času od 2 do 10 let. 16 odstotkov vprašanih se je ponovno vpisalo takoj oziroma v enem letu in ravno toliko je tistih, ki so se vpisali po več kot 10 letih. Iz izkušenj pri delu z odraslimi sklepam, da so tisti, ki so potrebovali več časa za vrnitev v šolske klopi, že bili kdaj zaposleni in so trenutno nezaposleni.

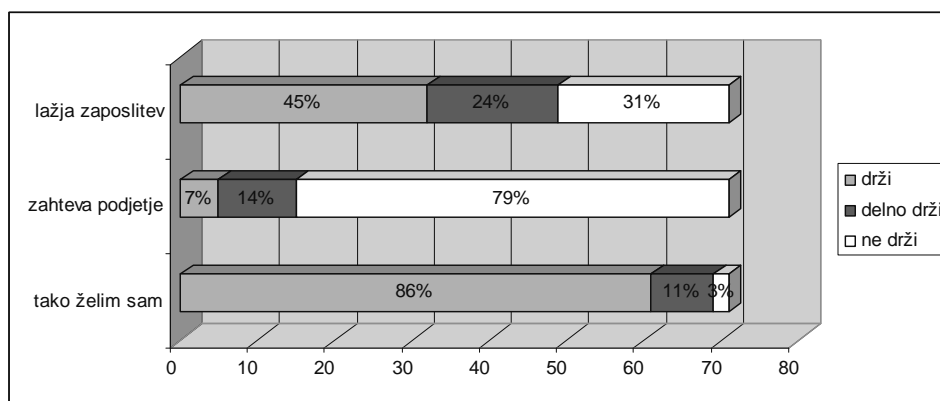


Graf 9: Čas, ki je minil od rednega izobraževanja glede na plačnika – vsi

Če nas zanima, kako je finančna plat izobraževanja vplivala na odločitev o izobraževanju, ugotovimo, da je 1 odstotku vprašanih brezposelnih oseb že v roku enega leta plačal izobraževanje ZRSZZ. V obdobju 2 do 5 let je največ samoplačnikov (14 odstotkov), dobri desetini vprašanih pa plača izobraževanje druga pravna oseba. V 5 do 10 letih po zaključenem rednem izobraževanju je slabi četrtini udeležencev plačnik nekdo drug, samoplačnikov pa je 7 odstotkov vseh sodelujočih. Največ, kar 27 odstotkov vseh vprašanih, je vpisano na stroške drugih po preteku 10 let od rednega izobraževanja. V istem obdobju je vključenih 9 odstotkov tistih, ki si izobraževanje plačujejo sami.

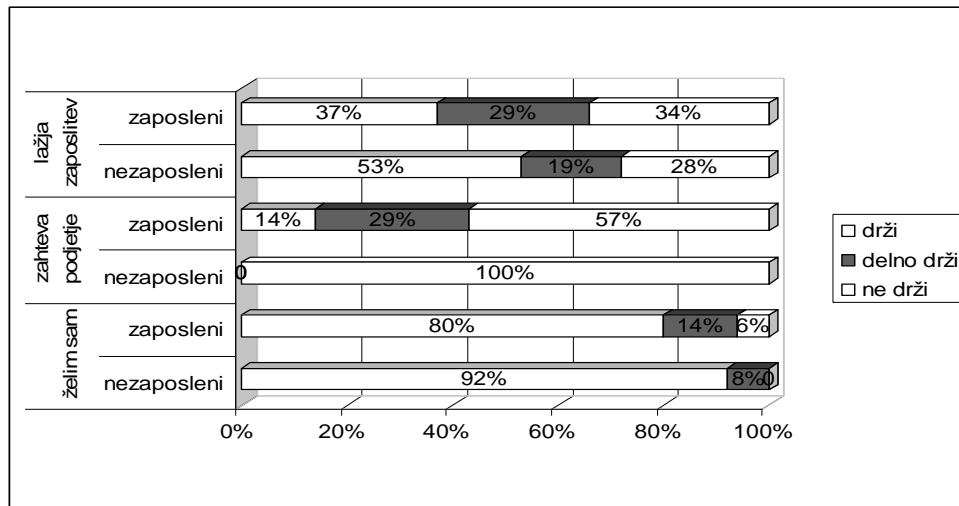
Vzroki za izobraževanje

Večina (86 odstotkov) udeležencev se je vpisala v izobraževanje odraslih, ker so sami tako želeli, dobra desetina bi se jih mogoče ne vpisala brez pritiska okolice, 3 odstotke pa se jih ne bi odločilo za izobraževanje, če ne bi bilo nujno. 7 odstotkov vprašanih udeležencev se izobražuje, ker to od njih pričakuje ali zahteva podjetje, kjer delajo. 14 odstotkov vprašanih podjetje podpira pri njihovi odločitvi, ni pa jim pogoj za službo. Od 79 odstotkov tistih, ki podjetje od njih ne zahteva izobraževanja, je polovica brezposelnih. 45 odstotkov vprašanih verjame, da bodo s pridobitvijo višje izobrazbe lažje našli zaposlitev, če so zaposleni pa, da bodo v podjetju na ta način napredovali na boljše delovno mesto. 24 odstotkov je odgovorilo na vprašanje z delno drži, kar pomeni, da niso povsem prepričani, da jim bo višja izobrazba prinesla hitrejšo pridobitev službe ali napredovanje v podjetju, kjer so zaposleni. Kar 31 odstotkov vprašanih pa je odgovorilo, da ne verjamejo, da bodo s pridobitvijo višje izobrazbe izboljšali svoj položaj. To kaže na nizko samopodobo in samozavest tistih, ki imajo doseženo nižjo stopnjo izobrazbe ali so celo brez službe. V izobraževanje so se sicer vpisali, vendar še nimajo upanja na uspeh, ker tudi sebi ne zaupajo.



Graf 10: Vzroki za izobraževanje – vsi

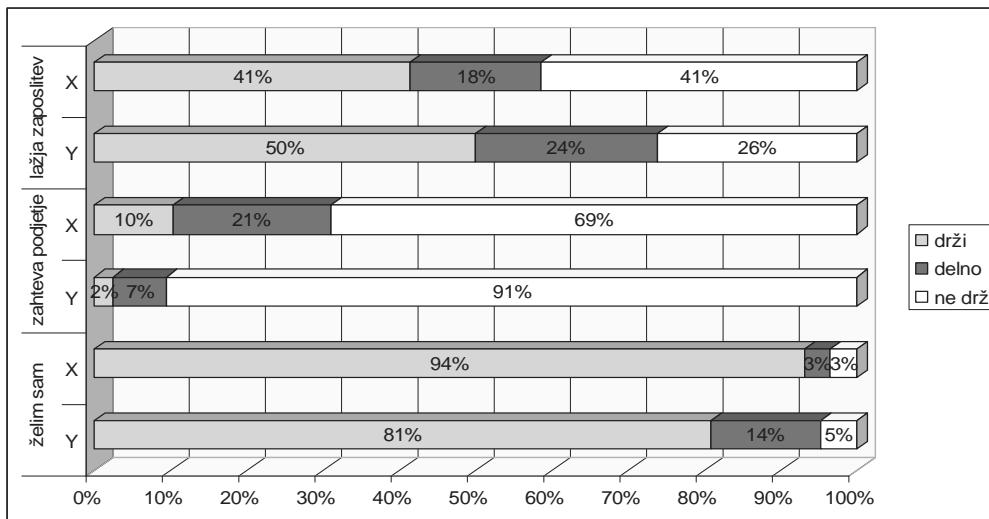
Med zaposlenimi vprašanimi se je večina odločila za izobraževanje, ker so tako želeli sami (80 odstotkov). 14 odstotkov vprašanih je bilo delno pahnjenih v izobraževanje, 6 odstotkom vprašanih pa je bilo izobraževanje nujno za ohranitev službe ali za napredovanje. 14 odstotkov vprašanih se je vpisalo na zahtevo podjetja, 29 odstotkom je podjetje izobraževanje predlagalo, 57 odstotkom pa podjetje ni postavilo zahteve po izobraževanju. 37 vprašanih meni, da bodo na ta način lahko obdržali službo ali bodo tako lahko napredovali na boljša delovna mesta. 29 odstotkov ni prepričanih, da jim bo izobraževanje prineslo boljši položaj v podjetju, kar dobra tretjina vprašanih pa meni, da se zanje s pridobitvijo izobrazbe ne bo spremenilo nič.



Graf 11: Vzroki za izobraževanje glede na zaposlitveni status

Tudi med brezposelnimi osebami so se skoraj vsi vpisali v izobraževanje popolnoma na lastno željo, kar 92 odstotkov vprašanih. Le 8 odstotkov vprašanih ni popolnoma prepričanih, da si želijo izobraževanja. Predvidevam, da te osebe ne zaupajo v svoje sposobnosti za učenje. Zaposleni niso, torej tudi ni podjetje tisto, ki bi zahtevalo njihovo izobraževanje. Dobra polovica jih verjame in zaupa, da bodo s pridobljeno izobrazbo lažje našli službo, slaba petina jih ni popolnoma prepričana, kar 28 odstotkov pa meni, da izobrazba ne bo bistveno ali pa sploh ne bo vplivala na pridobitev službe.

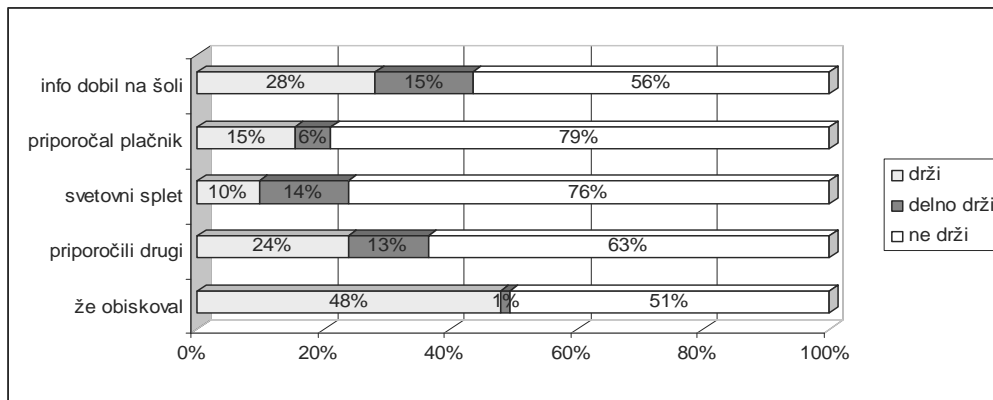
V odgovorih na vprašanje, zakaj so se odločili za izobraževanje, med pripadniki generacijske skupine Y in X ni bilo bistvenih razlik. Oboji so se v večini odločili za izobraževanje na podlagi lastne želje, v večini izobraževanja od njih ni zahtevalo podjetje, kjer so zaposleni. Nekaj več vprašanih iz skupine X je odgovorilo, da podjetje delno zahteva izobraževanje. Odgovor *delno zahteva* po mojem pomeni, da je podjetje nakazalo možnost napredovanja do boljšega delovnega mesta v primeru višje izobrazbe ali pa možnost ohranitve službe, če izpolnijo izobrazbene pogoje za določeno delovno mesto. Predvidevam, da gre za podjetja, ki vlagajo v izobraževanje zaposlenih in cenijo trud svojih delavcev za pridobivanje višje izobrazbe. Imajo pa vprašani v skupini X nekaj več nezaupanja v izobraževanje in s tem nove priložnosti za nove ali boljše zaposlitve.



Graf 12: Vzroki za izobraževanje glede na pripadnost generacijski skupini

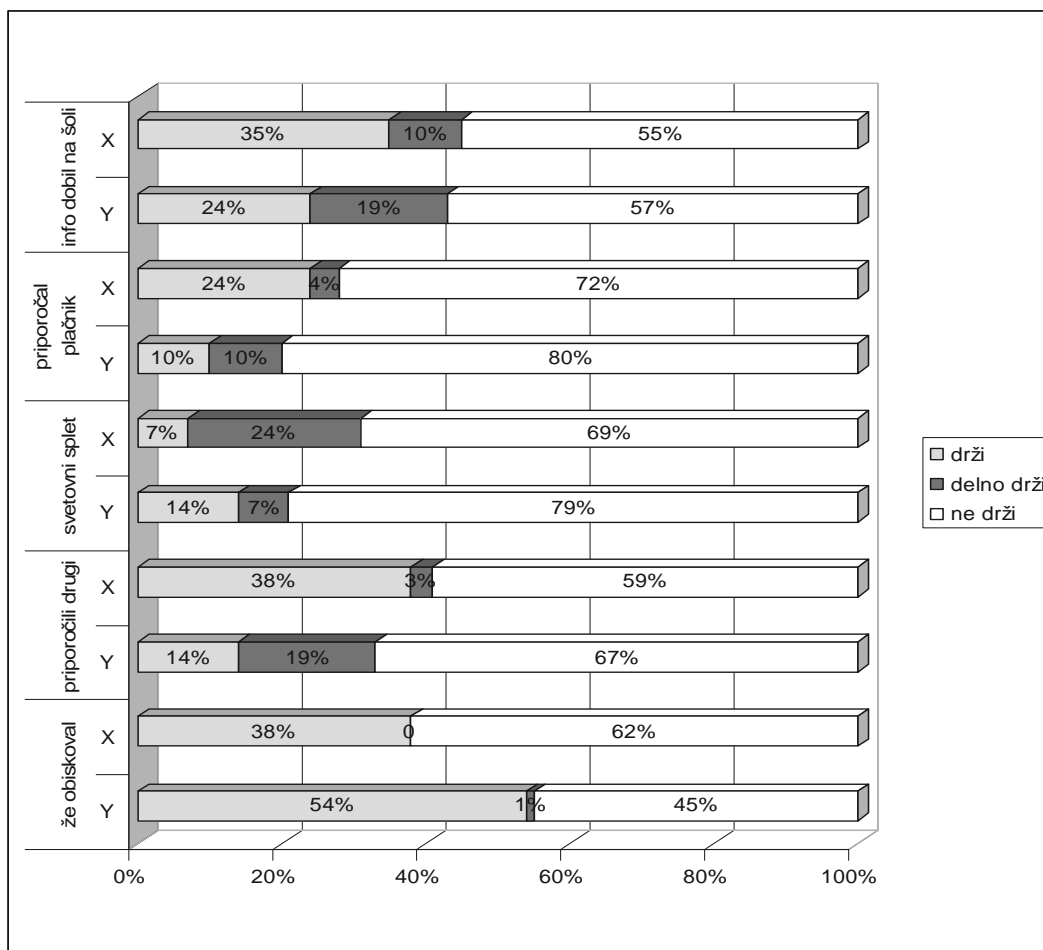
Izbira ustanove

Večina je odgovorila s kombinacijo možnih odgovorov po stopnjah drži, delno drži in ne drži. Slaba polovica vprašanih je odgovorila, da so ustanovo obiskovali že v času rednega izobraževanja. To so v večini naši bivši dijaki, ki ŠCV in zaposlene v zavodu dobro poznajo. Ostali, ki so odgovorili, da se z ustanovo srečujejo prvič, so v večini tisti, ki so bili redni dijaki na ŠCV, zdaj pa so iz različnih vzrokov raje izbrali drugo ustanovo. Slaba četrtina vprašanih se je odločila na osnovi priporočil drugih oseb, 13 odstotkov se je posvetovalo z drugimi in so se nato odločili na podlagi lastnega mnenja o ustanovi, ki so ga pridobili z različnimi načini pridobivanja informacij. Kar 63 odstotkov pa za nasvet in mnenje ni spraševalo drugih. Le desetina vprašanih je informacije o zavodu oziroma ustanovi poiskala na svetovnem spletu. 14 odstotkov je delno poiskalo informacije na spletu, delno kje drugje. 76 odstotkov vprašanih udeležencev pa sploh ni uporabilo svetovnega spleta za pridobivanje informacij o ustanovi. Iz lastnih izkušenj pri delu z odraslimi in na podlagi pogovorov z njimi vem, da jih kar nekaj nima dostopa do interneta. Bodisi zaradi finančne nesposobnosti bodisi zaradi neurejenih razmer, v katerih živijo. So pa tudi taki, ki s pomočjo računalniške opreme ne znajo poiskati potrebnih in želenih informacij. V 16 odstotkih je ustanovo priporočal plačnik izobraževanja, 4 osebe (6 odstotkov) je plačnik delno usmeril v določeno ustanovo, v 79 odstotkih pa plačnik ni sodeloval pri izbiri ustanove – od teh je 37 odstotkov samoplačnikov, 42 odstotkov udeležencev pa je prosto izbiralo ustanovo. 28 odstotkov je informacije o vpisu poiskalo direktno ali telefonsko v tajništvu ustanove, 11 odstotkov delno, kar 40 odstotkov vprašanih pa se je odločilo na drugi podlagi.



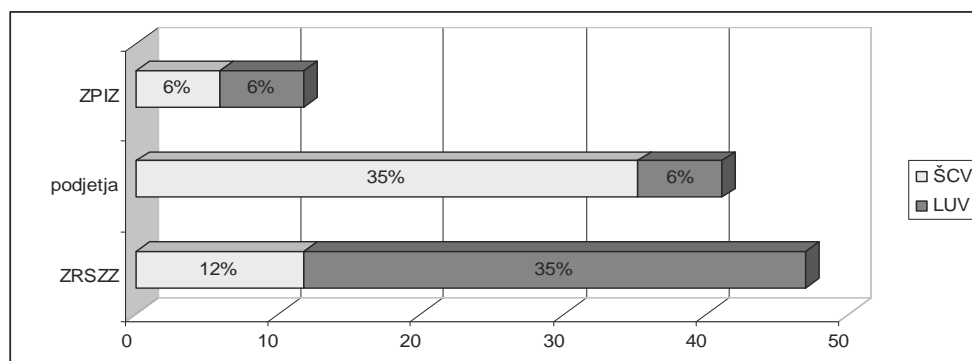
Graf 13: Na podlagi česa so udeleženci izbrali ustanovo – vsi

V primerjavi med odgovori vprašanih v generacijski skupini X in Y sem ugotovila, da je bilo v obeh skupinah prevladujoče dejstvo, da so ustanovo že obiskovali v času rednega šolanja – pri generaciji Y s 54 odstotki, pri generaciji X pa z 38 odstotki. Dokaj pomemben dejavnik pri odločitvi je bilo pri generaciji X mnenje drugih (38 odstotkov), pri generaciji Y pa so drugi najpomembnejši dejavnik informacije pridobljene na šoli (24 odstotkov). V generaciji Y so se enako pogosto odločili na podlagi mnenj in priporočil drugih kot na podlagi spletnih informacij (14 odstotkov), najmanj pozornosti pa so namenili priporočilu plačnika izobraževanja (10 odstotkov). V generaciji X so poiskali informacije na šoli, takih je bilo kar 35 odstotkov, 24 odstotkom vprašanih v generacijski skupini je ustanovo priporočal plačnik, 7 odstotkov se jih je odločilo na podlagi spletnih informacij.



Graf 14: Podlaga za izbiro ustanove glede na pripadnost generacijski skupini

Na podlagi rezultatov ankete sem ugotovila, da plačniki izobraževanj v glavnem puščajo udeležencem proste roke pri izbiri ustanove za izobraževanje. Le dobra tretjina vprašanih, ki jim plačajo izobraževanje drugi, je bila napotenih na določeno ustanovo. In sicer je ZRSZZ napotil večji del kandidatov na LUV, podjetja pa na ŠCV.



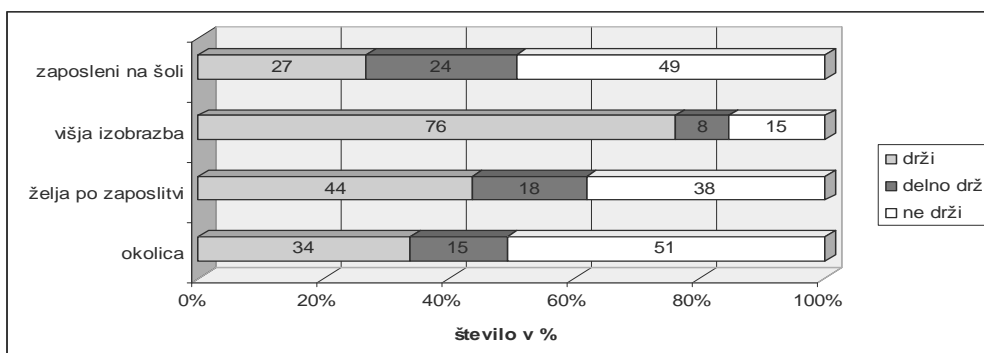
Graf 15: Predlog plačnika izobraževanja v zvezi z izbiro ustanove

Menim, da so kandidatom svetovali na podlagi poznavanja posameznega zavoda. ŠCV ima z ZRSZZ premalo direktnih stikov. Informacije od enega do drugega potujejo v glavnem preko

udeležencev izobraževanj. Mislim, da bo tu ŠCV moral poglobiti in navezati boljše in bolj direktne stike. LUV in ZRSZZ že od nekdaj dobro sodelujeta. Na ŠCV ni bilo vedno možno pridobivati izobrazbe kot odrasel udeleženec, sploh pa ne v tako odprtih oblikah in načinih, kot to sedaj dovoljujejo osebni učni načrti za udeležence. S podjetji pa ŠCV vzpostavlja in vzdržuje večjo povezanost. V prvi vrsti je tu Premogovnik Velenje, ki je bil tudi soustanovitelj prvotnega Rudarskega šolskega centra v letu 1956 in kasneje Centra srednjih šol. Zelo pomemben poslovni partner je tudi Gorenje. V obeh podjetjih opravlja obvezno delovno prakso velik del rednih dijakov. Na ta način je ŠCV dobro poznan v poslovnih krogih, kar se tudi potrjuje z rezultati ankete. V majhnem delu plačnikov je tudi ZPIZ, ki napoti udeležence na podlagi pogovorov s kandidati na njim krajevno najbližjo ustanovo.

Motivatorji izobraževanja

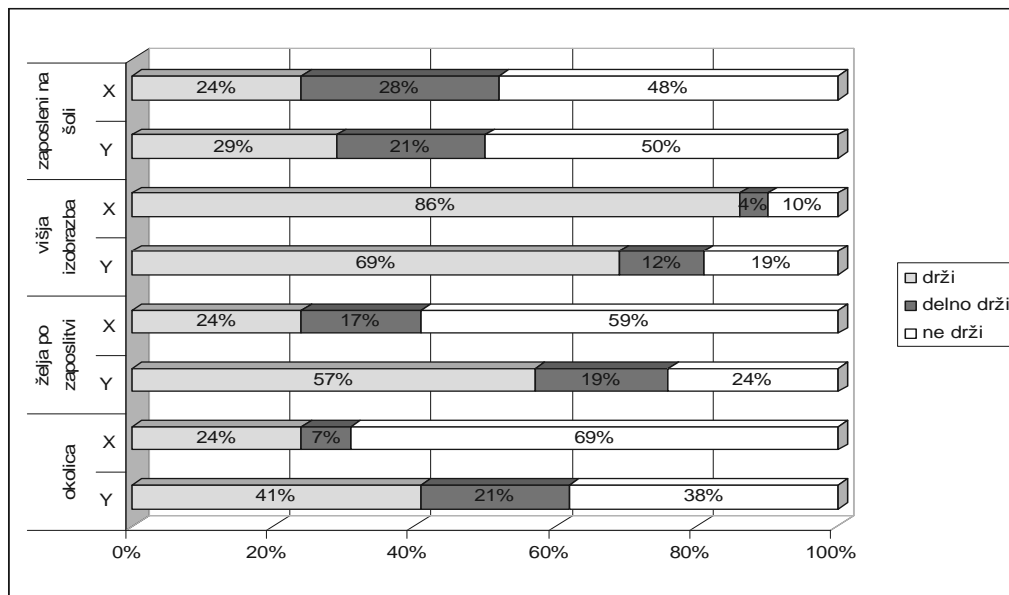
Trem četrtinam vprašanih je najmočnejša vzpodbuda želja po pridobitvi višje izobrazbe. 44 odstotkom vprašanih je močan vzvod želja po finančni neodvisnosti, torej pridobitev ali ohranitev službe. Tretjina ima podporo in razumevanje v okolici, kjer živijo, v družini, med prijatelji, kar polovica pa je takih, ki te podpore ne občutijo. Skoraj polovica vprašanih (49 odstotkov) meni, da zaposleni na šoli ne predstavljajo vpliva na njihov uspeh pri izobraževanju. Ostala polovica delno ni prepričana o tem, delno pa se strinjajo (24 in 27 odstotkov), da lahko zaposleni na šoli pomembno vplivajo na njihov uspeh pri izobraževanju.



Graf 16: Motivatorji izobraževanja

Pri vprašanju, kako zaposleni na šoli vplivajo na motivacijo pri izobraževanju, ni bilo bistvenih razlik med generacijama Y in X. Približno polovica obojih se strinja, da zaposleni ne vplivajo nanje, polovica pa meni, da so lahko delno ali močno v oporo in vzpodbudo prav zaposleni na šoli. Ravno tako se oboji v relativni večini strinjajo, da si zelo želijo višje izobrazbe in jih ravno ta cilj močno privlači in vzpodbuja – generacija Y z 69 odstotki in generacija X kar s 86 odstotki. Želja po zaposlitvi kot glavni motivator prevladuje v skupini Y s kar 57 odstotki vprašanih. To je razumljivo, ker je v tej skupini anketiranih večji del brezposelnih iz celotne skupine. V skupini X predstavlja pozitiven odgovor le 24 odstotkov. V starejši skupini je večina zaposlenih udeležencev. Prav tako okolica v večji meri vpliva na mlajše (41 odstotkov) kot na starejše (24 odstotkov) udeležence. Predvidevam, da je v mlajši

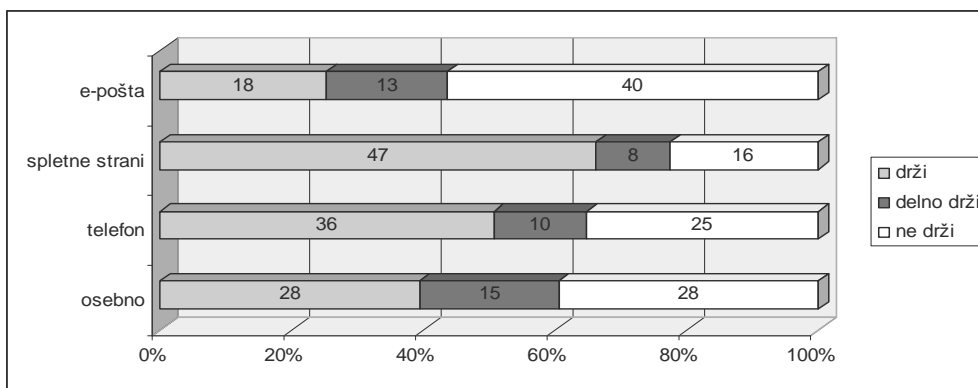
skupini več tistih, ki še živijo pri starših in so finančno odvisni od njih. Razumljivo je, da starši pritiskajo nanje in jih vzpodbujajo, da se bodo lahko čim hitreje postavili na svoje noge. Vse to pa omogoča v prvi vrsti zaposlitev, ki jo je lažje dobiti z višjo izobrazbo.



Graf 17: Motivacija za izobraževanja glede na pripadnost generacijski skupini

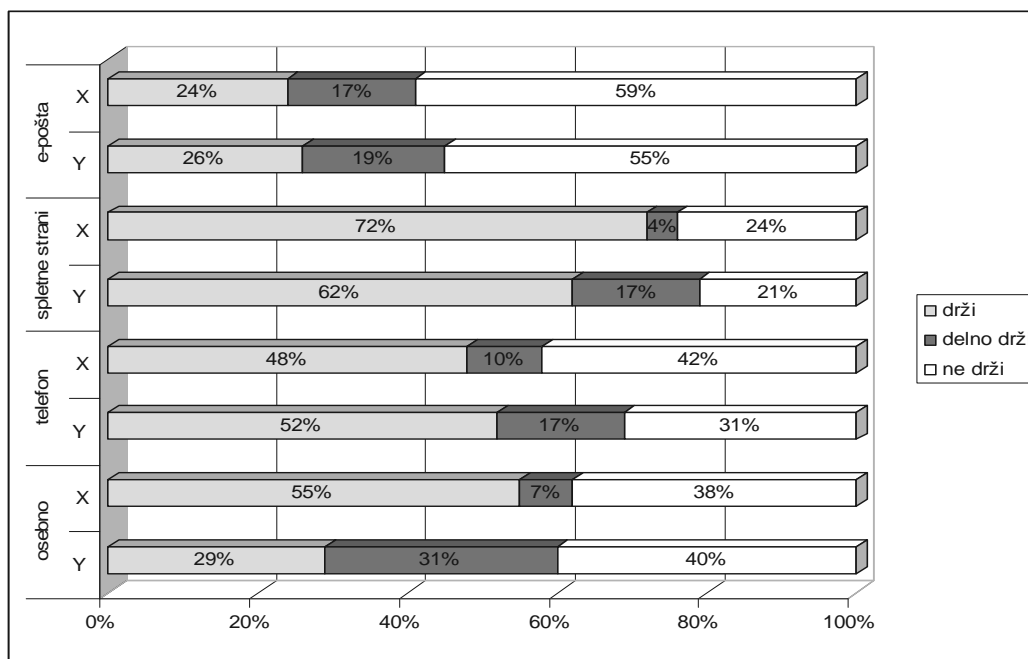
Iskanje informacij v zvezi z izobraževanjem

Zanimalo me je, katere komunikacijske poti uporabljajo udeleženci izobraževanj za pridobivanje informacij v zvezi z izobraževanjem. Na primer, kako oziroma kje poiščejo razpise za izpite, podatke o govornih urah učiteljev, kontaktne telefonske številke učiteljev, urnike in ostale aktualne informacije. E-pošto uporablja redno ali občasno 44 odstotkov, večina, 56 odstotkov, pa ne. Kar dve tretjini vprašanih se poslužuje informacij objavljenih na spletnih straneh, 11 odstotkov delno, 23 odstotkov pa interneta ne uporablja v te namene. Malce več kot polovica (51 odstotkov) še vedno najpogosteje uporablja telefon kot komunikacijsko sredstvo, 35 odstotkov vprašanih pa telefona ne uporablja za pridobitev teh informacij. Pri vprašanju o direktnih osebnih povpraševanjih v tajništvu šole so izenačeni tisti, ki so odgovorili z drži, in tisti, ki z ne drži (po 39 odstotkov). 21 odstotkov vprašanih prihaja osebno v tajništvo občasno.



Graf 18: Kje iščejo aktualne informacije

V skupini generacije Y se za pridobivanje aktualnih informacij najpogosteje uporabljajo spletne strani (62 odstotkov), sledi uporaba telefona z 52 odstotki. 60 odstotkov jih prihaja po informacije v tajništvo šole, od tega 29 odstotkov redno. Najmanj aktualna je uporaba e-pošte. Menim, da zato, ker na ta način ne pridejo do takojšnjega odgovora na vprašanje, ampak je treba ponavadi počakati, včasih tudi nekaj dni, če je vprašanje zahtevnejše. Sama se v teh primerih poslužujem kratkih odgovorov s katerimi pojasnim, da bo treba počakati. Na ta način dobi udeleženec povratno informacijo o prejemu sporočila.

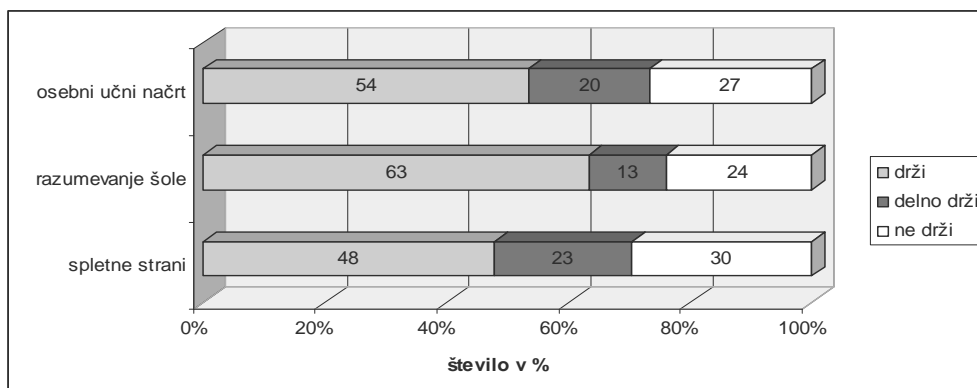


Graf 19: Kje iščejo aktualne informacije glede na pripadnost generacijski skupini

V skupini generacije X jih velika večina uporablja spletne strani, kar 72 odstotkov. V 55 odstotkih se odločijo osebno poiskati informacije, v 48 odstotkih pa pokličejo v tajništvo šole. Tudi ti najmanj uporabljajo e-pošto.

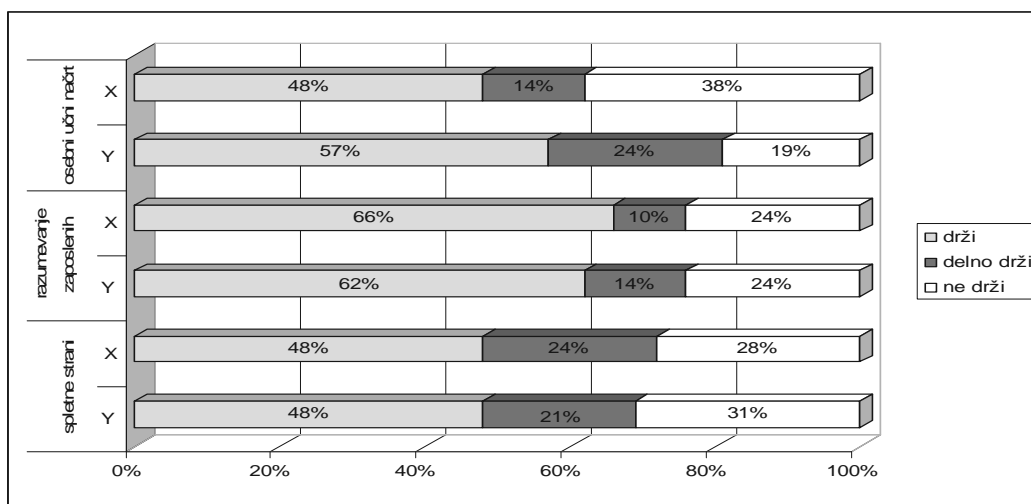
Kaj je še pomembno pri pridobivanju izobrazbe

Zanimalo me je, kaj je za odrasle udeležence še lahko vzpodbuda pri premagovanju ovir na poti do pridobitve izobrazbe. Večina se jih strinja s tem, da osebni učni načrti olajšajo pridobivanje izobrazbe – 54 odstotkov popolnoma ter petina delno. Večina se prav tako zaveda, kako pomembno je zanje, da jih zaposleni razumejo v njihovem položaju – 63 odstotkov popolnoma ter 13 odstotkov delno. Osebni pristop, prirejen za vsakega posameznika glede na njegove prednosti in slabosti, je pravzaprav temelj novega načina izobraževanja. Tudi spletne strani se jim zdijo dokaj pomembne – 48 odstotkov je odgovorilo popolnoma drži, 23 odstotkov pa delno drži.



Graf 20: Ostali pomembni dejavniki izobraževanja

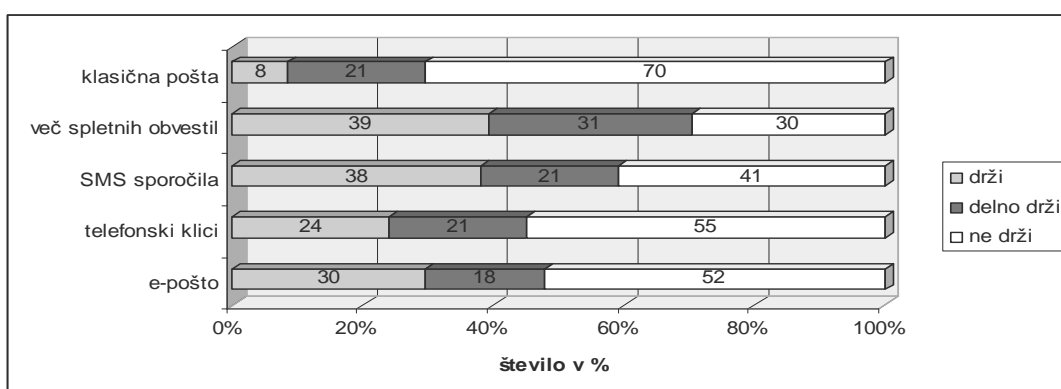
Med pripadniki generacije Y in X ni skoraj nobene razlike med odgovori o pomembnosti posamezne postavke. Tako za oboje veljajo skupni rezultati, nobena skupina ne odstopa od povprečja. Morda lahko izpostavim samo to, da se slaba desetina vprašanih mlajših bolj zaveda pomembnosti osebnih učnih načrtov. Menim, da zato, ker bolje poznajo svoje pravice in možnosti. Starejši pa že v času svojega rednega izobraževanja niso imeli kakšne izbire in posebnih pravic, kot jih imajo različni posamezniki danes že v rednih izobraževanjih. Tu mislim na različne pedagoške pogodbe in podobno.



Graf 21: Ostali pomembni dejavniki glede na pripadnost generacijski skupini

Potencialne izboljšave pri obveščanju

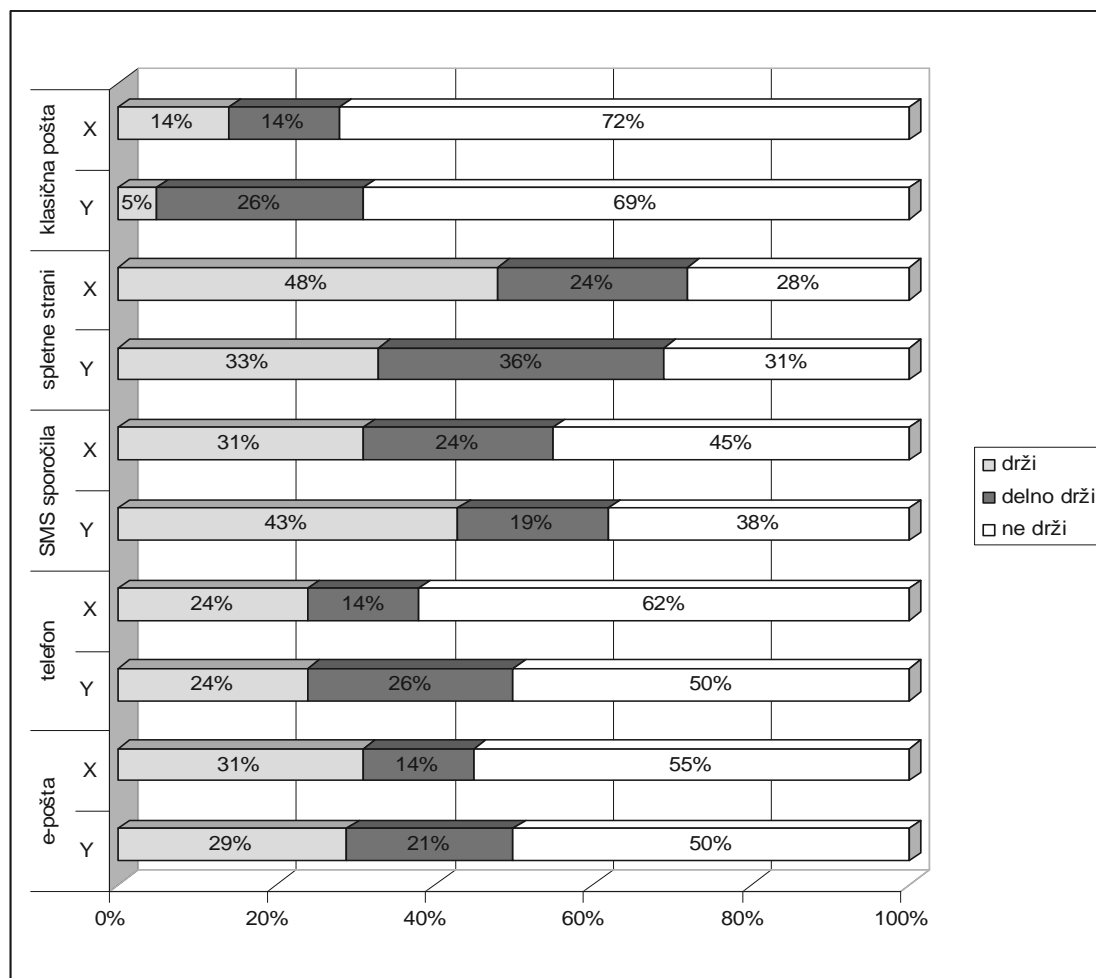
Namen vprašanja je bil raziskati, ali se zdita udeležencem komunikacija in obveščanje s strani zaposlenih dobra ter kaj bi še lahko izboljšali in dodali. Izmed možnih odgovorov se v vsakdanjiku ne uporablja obveščanje preko SMS sporočil. Zelo redko je tudi obveščanje preko klasične pošte, ki pa si ga udeleženci v glavnem tudi ne želijo – le v 8 odstotkih. 39 odstotkov vprašanih meni, da bi še lahko izboljšali in dodelali spletne strani. Kar 38 odstotkov je odgovorilo, da bi si želeli obveščanja tudi preko SMS sporočil. Pomanjkljivost v telefonskih klicih je verjetno ta, da so linije precej obremenjene in morajo zato večkrat poklicati, preden dobijo želeno osebo. Tako je z odgovorom drži odgovorilo 24 odstotkov vprašanih ter delno drži 21 odstotkov. V obratni smeri praviloma telefonski klici ne potekajo, razen v izjemnih primerih. Več kot polovica vprašanih je z e-pošto zadovoljna (52 odstotkov) ali pa so tako odgovorili, ker je ne uporabljajo za pridobivanje informacij.



Graf 22: Zadovoljstvo s komunikacijskimi kanali

Če primerjamo odgovore vprašanih iz obeh generacijskih skupin, ugotovimo, da so rahla odstopanja v določenih postavkah, in sicer:

- klasične pošte si želi zelo malo vprašanih, 9 odstotkov več v skupini starejših;
- oboji bi posodobili in uredili spletne strani tako, da bi bile še bolj aktualne, 69 odstotkov vprašanih v skupini Y in 72 odstotkov v skupini X;
- v skupini Y bi si želelo SMS-sporočil 43 odstotkov, v skupini X pa 31 odstotkov;
- s telefonskimi klici in elektronsko pošto je približno polovica obojih zadovoljna, polovica pa ne.



Graf 23: Zadovoljstvo s komunikacijskimi kanali glede na pripadnost generacijski skupini

Lastni predlogi za boljše obveščanje in informiranje

Na to vprašanje ni odgovoril nihče, ker je bilo zastavljeno popolnoma odprto. Morda se jim ni zdelo, da sem na kaj pozabila. Predvidevam tudi, da kakšnih drugih možnosti obveščanja ne poznajo.

5.3 Ugotovitve

Struktura naključno izbranih vprašanih je bila skoraj sorazmerna glede števila moških in žensk ter zaposlenih in nezaposlenih udeležencev. Glede na pripadnost generacijski skupini je bilo več tistih iz skupine Y, kar kaže na to, da se za izobraževanje raje odločajo mlajši. Bodisi jih v to sili nezaposlenost bodisi želja po boljše plačanem delovnem mestu. Večina vprašanih se želi po uspešnem zaključku izobraževati še naprej. Prav tako je večina plačnikov izobraževanj odločitev o tem, kje se bodo izobraževali, prepustila kandidatom samim. Za vrnitev v šolske klopi so največ časa potrebovali zaposleni – več kot 10 let. Manjšini je podjetje, kjer so zaposleni, postavilo zahtevo po izobraževanju, večina pa si je sama želela pridobiti višjo izobrazbo. Kljub vsemu jih kar 31 odstotkov ne verjame, da bodo na ta način bistveno izboljšali svoj delovni položaj. To dokazuje, da sta njihova samopodoba in samozaupanje nizka.

Za izbiro ustanove, kamor so se vpisali, je bil najmočnejši dejavnik poznavanje ustanove iz časov rednega izobraževanja. Večina se jih je izobraževala na ŠCV kot redni dijaki. Predpostavljam, da so se kot odrasli udeleženci vrnili na ŠCV tisti, ki jim je ostal v lepem spominu. Tisti, ki slabih izkušenj niso preboleli, pa so se vpisali na LUV. Manj kot polovica vprašanih, ne gleda na leta, ni spraševala drugih po mnenju o tem, kam bi se vpisali. Presenetljivo malo jih je informacije v zvezi s ustanovo iskalo na spletnih straneh - le 14 odstotkov mlajših in 7 odstotkov starejših. Jih je pa približno polovica obojih prišla osebno na šolo po informacije v zvezi z izobraževanjem odraslih.

Najmočnejši motivator za udeležence skupine Y je želja po zaposlitvi, kar je razumljivo, saj se želijo vsi čim prej finančno ali osamosvojiti ali okrečiti. Neodvisno od starosti si vsi zelo želijo višje izobrazbe od trenutne. Najmanj podpore v okolici imajo pri izobraževanju starejši. Kar se tiče zaposlenih na šoli, jim približno polovica ne posveča prevelike pozornosti v zvezi s svojim uspehom pri izobraževanju, ostali pa se ali zavedajo pomena njihove pozornosti ali pa jim v svoji neodločnosti dajejo prevelik pomen.

Za iskanje aktualnih informacij v zvezi z izobraževanjem, kot so izpitni roki, govorilne ure, predavanja in podobno, večina uporablja spletne strani. Drugi najpogostejši komunikacijski sredstvi sta telefon in osebni obiski v tajništvu šole. Udeleženci se najmanj poslužujejo uporabe e-pošte. Zanimiva je ugotovitev, da starejši v kar 10 odstotkih več uporabljajo spletne strani. Predvidevam, da je to dejstvo, ki izhaja iz finančne situacije. Glede na to, da je mlajših več brezposelnih, si verjetno tudi težje kupijo računalniško opremo in uredijo dostop do interneta. Druga ugotovitev je, da starejši bolj pogosto iščejo direktne stike za pridobivanje informacij.

V vprašanju o ostalih dejavnikih, ki pomembno vplivajo na uspešnost njihovega izobraževanja, so vprašani ne glede na starost odgovarjali približno enako. Večini je pomembno, da jih zaposleni na šoli razumejo ter se z njimi ukvarjajo individualno. To

omogočajo novi pristopi k izobraževanju z osebnimi učnimi načrti. Vsakega se obravnava individualno v skladu z njegovimi sposobnostmi in spretnostmi.

Obveščanja na zastarele načine, kot je na primer klasična pošta, si želi le malo vprašanih. Razlogi so različni, predvidevam pa, da si ne želijo, da bi njihova pošta prišla v napačne roke. Nekateri zaradi strahu pred neuspehom doma sploh niso povedali, da se ponovno izobražujejo. S spletnimi stranmi so dokaj zadovoljni, lahko pa bi jih še izboljšali, še posodobili in aktualizirali. Marsikdo namreč včasih pokliče ali se osebno oglasi, ker ni prepričan, da bo določeno obvestilo na spletu sploh objavljeno. Tu menim, da bi šola morala narediti več, da bi spletnim stranem udeleženci resnično lahko popolnoma zaupali. SMS-sporočil ne pošiljamo, vendar si jih večina želi občasno ali redno. Pripombe (približno 30 odstotkov) na e-pošto pa predvidevam, da so bile namenjene nepravočasnim odgovorom ali vsaj potrditvi o prejemu sporočila.

6 ZAKLJUČKI

Temelj sodobne družbe je znanje. Znanje omogoča napredek na vseh področjih in v vseh obdobjih človekovega življenja. Sodobna družba se izredno hitro spreminja, zato ji je potrebno slediti. Ravno izobraževanje je eden temeljnih virov, ki omogoča pridobivanje novih znanj, spretnosti in sposobnosti. Kdor želi biti konkurenčen na trgu delovne sile, mora sprejeti izzive izobraževanj in usposabljanj vsaj skozi celo delovno aktivno obdobje. Z izobraževanjem posameznik bogati sebe, hkrati pa družbo kot celoto. Ravno zaradi tega se v zadnjem času razvijajo nove metode in pristopi do učenja in izobraževanja odraslih.

Odrasli so danes pomembni akterji v izobraževalni verigi. Udeležujejo se različnih oblik učenja in izobraževanja tako v okviru svojega delovnega področja kot širše. Namen moje naloge je bil ugotoviti predvsem to, kako so udeleženci izobraževanj zadovoljni s komunikacijo zaposlenih na šoli v odnosu do njih. V povezavi s tem me je zanimalo, kateri so tisti vzvodi, ki jim pomagajo prebroditi težave z osvajanjem novih znanj ter ali jim zaposleni na šoli pri tem lahko kako pomagamo.

V okviru svoje diplomske naloge sem izvedla raziskavo, v katero sem vključila naključno izbrane udeležence tako zaposlene kot brezposelne. Želela sem primerjati odgovore udeležencev izobraževanj na LUV in ŠCV. Vendar sem hitro ugotovila, da ni pomembno kje, ampak kako se izobražujejo odrasli. Rezultate raziskave sem interpretirala z vidika generacijskih skupin Y in X. Zanimiva ugotovitev je bila, da v bistvu ni prav velike razlike med njimi. Rezultati odstopajo do nekje največje vrednosti 12 odstotkov. Med vsemi odraslimi tako najdemo težnjo po pridobitvi višje izobrazbe in s tem novih znanj in seveda priložnosti. Se je pa v rezultatih pokazala razlika med zaposlenimi in brezposelnimi udeleženci, in sicer se je pokazalo, da brezposelni, ne glede na leta, manj zaupajo tako sebi kot sistemu zaposlovanja. Se izobražujejo, vendar niso povsem prepričani, da bo to v praksi spremenilo njihov socialni položaj.

V raziskavi sem potrdila svoje mnenje, ki sem si ga izoblikovala že z izkušnjami pri delu z odraslimi. Na splošno so zadovoljni s sistemom in načinom izobraževanja, ker v bistvu drugačnih načinov niti ne poznajo. Niti se ne zavedajo, kako pomemben člen so za nas kot udeleženci izobraževanj. V svoji želji za pridobitvijo izobrazbe strmiijo le v en cilj – višja izobrazba. Kot udeleženka izobraževanj za odrasle na strani izobraževalcev se zavedam, da bi bilo potrebno tudi na tej strani še kaj spremeniti in stopiti v korak s časom. Veliko je bilo že narejenega v smeri osebnih učnih načrtov, vendar bi se na področju komunikacije še dalo izboljšati stvari. Lahko bi jim čim prej omogočili vstop v e-učilnice, vendar so le-te šele v izdelavi. Ker je izobraževanje odraslih na ŠCV dopolnilna dejavnost, se s temu primerno hitrostjo spreminjajo tudi komunikacijske poti. Razmeroma majhna so tudi finančna sredstva, ki so na razpolago za izplačilo tistim, ki sodelujejo pri organizaciji in izvedbi izobraževanj za odrasle. Na ŠCV v tej dopolnilni dejavnosti sodeluje okrog 40 zaposlenih. Tu sem upoštevala tudi učitelje, ki izvajajo individualno delo s posameznimi kandidati. Je pa jasno, če neko delo

ni nagrajeno ali finančno ali s kakšnimi drugimi bonitetami, ni prav posebej velikega interesa po takem delu, vsaj ne dolgoročno. Prav tako menim, da bi se morali bolj povezati s potencialnimi plačniki izobraževanj, še posebej z ZRSZZ. S tem bi pridobili tako ŠCV kot udeleženci izobraževanj, posredno s tem pa tudi celotna družba.

Na državnem nivoju bi se morale oblikovati ustrezne strategije, ki bi bolj podpirale vseživljenjsko učenje, ki bi odraslim omogočile razvijanje sebi lastnih sposobnosti in uporabo le teh na delovnem mestu. Treba je nadaljevati z oblikovanjem posebnih oddelkov za izobraževanje odraslih. Več moramo storiti za samo promocijo izobraževalnih programov za odrasle. V javnosti se premalo pojavlja in poudarja pomembnost pridobivanja izobraževanj.

LITERATURA

- Alessandrini, Giuditta. 1996. *Organizacija izobraževanja*. Nova Gorica: Educa.
- Andragoški center Republike Slovenije. 2009. *Pregled izobraževanja odraslih*. [Http://pregled.acs.si/anak/niskanjei.php#anchor](http://pregled.acs.si/anak/niskanjei.php#anchor) (20. 11. 2010).
- Boštjančič, Eva in Mitja Šešok. 2007. *Pogosto menjavanje službe*. [Http://www.revija.mojedelo.com/karierni-razvoj/pogosto-menjavanje-sluzbe-181.aspx](http://www.revija.mojedelo.com/karierni-razvoj/pogosto-menjavanje-sluzbe-181.aspx) (20. 1. 2011).
- Brajša, Pavao. 1993. *Pedagoška komunikologija*. Ljubljana: Glotta Nova.
- Brečko, Daniela. 1998. *Kako se odrasli spreminjamo*. Radovljica: Didakta.
- Dernovšek, Nina. 2007. *Komunikacija in medsebojno komuniciranje*. [Http://www.komunikaweb.net/products/komunikacija_komuniciranje.htm](http://www.komunikaweb.net/products/komunikacija_komuniciranje.htm) (14. 10. 2010).
- Dizdarevič, Maja. 2010. *Lahko shajajo različne generacije tudi na delovnem mestu?* [Http://www.zaposlitev.net/delo.php?m=iskalci&a=karierni_center&a2=clanek&idb=93](http://www.zaposlitev.net/delo.php?m=iskalci&a=karierni_center&a2=clanek&idb=93) (26. 1. 2010).
- Erčulj, Justina in Irena Vodopivec. 1999. *S komunikacijo do ciljev*. Ljubljana: Šola za ravnatelje.
- Fink, Iris, Anita Goltnik Urnaut in Darko Števančec. 2009. *Poslovno komuniciranje*. [Http://www.leila.si/dokumenti/pok_2009.pdf](http://www.leila.si/dokumenti/pok_2009.pdf) (20. 12. 2010).
- Kim, Sang H. 2001. *1001 način, kako motivirati sebe in druge, da dobite kar si želite imeti*. Ljubljana: Tuma.
- Klančič, Maja. 2006. *Komunikacija*. Ljubljana: Srednja zdravstvena šola Ljubljana.
- Kosec, Zinka. 2009. *Komunikacija na delovnem mestu*. [Http://mladipodjetnik.si/podjetniskikoticek/poslovanje/komunikacija-na-delovnem-mestu/](http://mladipodjetnik.si/podjetniskikoticek/poslovanje/komunikacija-na-delovnem-mestu/) (20. 9. 2010).
- Kosi, Tatjana in Andreja Rom. 2009. *Poslovno komuniciranje*. [Http://www.zavod-irc.si/docs/Skriti_dokumenti/Poslovno_komuniciranje-Kosi_Rom.pdf](http://www.zavod-irc.si/docs/Skriti_dokumenti/Poslovno_komuniciranje-Kosi_Rom.pdf). - Projekt Impletum (15. 12. 2010).
- Košir, Manca. 1998. Komunicirati ali kako graditi skupnost. V *Razsežnosti komuniciranja: II. strokovni posvet Menedžement v izobraževanju*, ur. Andrej Koren, 7-17. Ljubljana: Šola za ravnatelje.
- Kovačič, Dare. 2010. *Besedna in telesna komunikacija*. [Http://www.dlib.si/v2/StreamFile.aspx?URN=URN](http://www.dlib.si/v2/StreamFile.aspx?URN=URN) (18. 10. 2010).
- Krajnc, Ana. 1979. *Izobraževanje ob delu*. Maribor: DDU Univerzum.
- Legrande, Paul. 1998. *Uvod v permanentno obrazovanje*. Beograd: BIGZ.
- Ličen, Nives. 2006. *Uvod v izobraževanje odraslih*. Ljubljana: Filozofska fakulteta Univerze v Ljubljani.
- Lokar, Matija in Rado Wechtersbach. 1997. *Informatika*. Ljubljana: DZS.
- Mihaljčič, Zlatko in Lučka Šantl Mihaljčič. 2000. *Poslovno komuniciranje*. Ljubljana: Jutro.
- Možina, Tanja. 2003. *Kakovost v izobraževanju*. Ljubljana: Andragoški center Republike Slovenije.
- Musek, Janek. 1994. *Psihološki portret Slovencev*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Navodila o prilagajanju izrednega poklicnega in strokovnega izobraževanja. *Uradni list Republike Slovenije*, št. 8/2008.

- Radovan, Marko. 2001. *Motivacija odraslih za izobraževanje: vrednotni, kognitivni in socialno-kulturni vidiki motivacije brezposelnih za izobraževanje*. [Http://www.acs.si/index.cgi?m=3&id=285](http://www.acs.si/index.cgi?m=3&id=285) (10. 10. 2010).
- Sikirič, Venesa. 2007. *Samo dolgčasa ne za generacijo Y*. [Http://www.revija.mojedelo.com/hr/samo-dolgčasa-ne-za-generacijo-y-440.aspx](http://www.revija.mojedelo.com/hr/samo-dolgčasa-ne-za-generacijo-y-440.aspx) (2. 2. 2011).
- Šaponja, Danica. 2010. *Mladina v sodobni družbi*. [Http://www.pb-begunje.si/Osnova/file.php?id=527&db=prPONKE](http://www.pb-begunje.si/Osnova/file.php?id=527&db=prPONKE) (25. 10. 2010).
- Štefanec, Damijan. 2003. *Vaje iz didaktike, vsebinske teze – 1. vaja*. [Http://www.stefanc.net/docs/komunikacija.pdf](http://www.stefanc.net/docs/komunikacija.pdf) (2. 4. 2010).
- Turk, Dunja. 2005. *Vsi drugačni, vsi enakopravni*. [Http://revija.mojedelo.com/hr/vsi-drugacni-vsi-enakopravni-452.aspx](http://revija.mojedelo.com/hr/vsi-drugacni-vsi-enakopravni-452.aspx) (26. 9. 2010).
- Trček, Jože. 1994. *Medosebno komuniciranje in kontaktna kultura*. Radovljica: Didakta.
- Trunk Širca, Nada. 1998. Komuniciranje z okoljem. V *Razsežnosti komuniciranja: II. strokovni posvet Menedžment v izobraževanju*, ur. Andrej Koren, 29-37. Ljubljana: Šola za ravnatelje.
- Vrhovec, Stanka. 1998. *Poslovno sporazumevanje in vodenje*. Celje: Šolski center Celje.
- Zevnik, Suzi in Jarmila Hojs Potočnik. 2010. *Poslovni asistent – skriti vodja*. Ljubljana: Planet GV.
- Zorko, Samo. 2010. *Od veteranov do generacije Z*. [Http://www.mojmikro.si/geekfest/pogled_naprej/od_veteranov_do_generacije_z](http://www.mojmikro.si/geekfest/pogled_naprej/od_veteranov_do_generacije_z) (11. 10. 2010).
- Žagar, Luka. 2009. *Kako obvladovati razlike med pripadniki generacij X in Y*. [Http://www.finance-akademija.si/index.php?go=article&artid=236618](http://www.finance-akademija.si/index.php?go=article&artid=236618) (11. 10. 2010).

VIRI

- Šolski center Velenje. 2007. *Letni delovni načrt ŠC Velenje*. Poslovni dokumenti, Šolski center Velenje.
- Šolski center Velenje. 2008. *Letni delovni načrt ŠC Velenje*. Poslovni dokumenti, Šolski center Velenje.
- Šolski center Velenje. 2009. *Letni delovni načrt ŠC Velenje*. Poslovni dokumenti, Šolski center Velenje.

PRILOGE

Priloga 1 Anonimna anketa

ANONIMNA ANKETA

Sem Sonja Mastnak in zaključujem študij na Fakulteti za management Koper. Za dokončanje izobraževanja moram napisati diplomsko nalogo, ki ima naslov Komunikacija z udeleženci izobraževanj za odrasle. V ta namen vas prosim za sodelovanje in se vam hkrati najlepše zahvaljujem za vaš čas.

1. **Spol** M Ž (obkrožite)
2. **Starost** _____ (napišite s številko)
3. **Dokončana izobrazba** (obkrožite)
Brez končane OŠ OŠ III. IV. V.
4. **Trenutno se izobražujem** za naslednjo stopnjo izobrazbe (obkrožite)
OŠ III. IV. V.
5. **Se boste**, po uspešno zaključenem izobraževalnem programu, **izobraževali še naprej?**
DA NE
6. **Ste zaposleni** DA NE (obkrožite)
7. V šolskem letu 2009/10 **ste vpisani** v izobraževanje odraslih (obkrožite oz. dopišite)
Šolski center Velenje Ljudska univerza drugje(kje) _____
8. **Plačnik izobraževanja:**
sam Zavod RS za zaposlovanje Zavod za pokojninsko in invalidsko zavarovanje
podjetje drugo _____
9. Koliko časa je minilo od **vašega rednega izobraževanja?**
_____ let

10. Označite z **X zakaj ste se odločili** za izobraževanje:

	Drži	Delno drži	Ne drži
Tako želim sam/a			
Tako zahteva podjetje, kjer sem zaposlen/a			
Tako bom lažje dobil/a zaposlitev			

11. Označite z X na **podlagi česa ste izbrali ustanovo**, kjer se izobražujete?

	Drži	Delno drži	Ne drži
Ker sem jo že obiskoval v času rednega šolanja			
So mi jo priporočili drugi			
Informacije sem našel na svetovnem spletu			
Priporočal mi jo je plačnik			
Informacije sem dobil na šoli			

12. Kaj vas **najbolj motivira** pri izobraževanju?

	Drži	Delno drži	Ne drži
Okolica (domači, prijatelji,)			
Želja po zaposlitvi			
Želja po pridobitvi višje izobrazbe			
Pomoč in razumevanje zaposlenih na šoli			

Priloga 1

13. Kadar potrebujete **kakršno koli informacijo**, npr. o izpitih, govornih urah, se obrnete na:

	Drži	Delno drži	Ne drži
Osebno pogledam na oglasno desko šole			
Telefoniram v tajništvo šole			
Pobrskam po spletnih straneh šole			
Povprašam po e-pošti šole			

14. Kaj se vam zdi še **pomembno pri pridobivanju izobrazbe**:

	Drži	Delno drži	Ne drži
Spletne strani šole z aktualnimi podatki			
Na šoli imajo posluh in razumevanje			
Osebni učni načrti olajšajo pridobivanje izobrazbe			

15. Kaj bi **izboljšali** na področju komunikacije in obveščanja?

	Drži	Delno drži	Ne drži
Komunikacijo preko e-pošte			
Obveščanje preko telefonskih klicev			
Obveščanje preko SMS-sporočil			
Več aktualnih obvestil na spletnih straneh šole			
Obveščanje preko klasične pošte			

16. Imate morda še kakšen predlog v zvezi z obveščanjem in informiranjem?
