

S pomočjo pesmi do pravega poklica

V sodelovanju z med mladimi izredno priljubljenim raperjem Trkajem in Gospodarsko zbornico Slovenije (GZS) sta v okviru projekta Potujoča razstava poklicev prihodnosti nastali tudi skladba in videospot z naslovom »Znanje je lajf«, v katerem Trkaj mlade nagovarja, naj se »gredo učiti, kar hočejo bit«.

Nina Šprohar, foto arhiv GZS

»S pesmijo mlade pozivamo, da si svojega bodočega poklica ne izberejo zgolj zato, da bi ugajali družbi ali družini, temveč iz svoje strasti,« pravi Trkaj.

Z razstavo za promocijo poklicnega izobraževanja skuša GZS mladim predstaviti nabor različnih poklicev in jim pomagati pri izbiri poklicne poti. »Vsi smo se strinjali, da se mladi ne zavedajo, kako pestra je v resnici njihova izbira poklicne poti. Tako skorajda nihče ne ve, kaj, recimo, sploh počne livar in kako danes sploh izgleda ta služba. Večina si predstavlja, da so tovrstni poklici 'zaprašeni in umazani', a so v nasprotju z njihovim mišljenjem ti poklici zdaj tehnološko izredno dovršeni, delovna mesta pa izgledajo kot pravi laboratoriji prihodnosti,« pravi Trkaj. Videospot tako šolam pomaga pri motivaciji učencev za razmislek o karierni orientaciji, podjetja pa ga lahko zavrtijo na dnevih odprtih vrat. »Zanimanje mladih za poklice, ki so najbolj iskani, torej poklici tehničnih in naravoslovnih smeri, je v Sloveniji veliko manjše od potreb delodajalcev,« pojasni Andreja Sever, direktorica Službe za razvoj kadrov in izobraževanje na GZS.



Iz Trkajevih ust lažje v ušesa mladih

Od novembra 2018 so razstavljali že v sedmih šolah in na več tržnicah poklicev ter sejmi, med drugim tudi na sejmu Informativa. Severjeva pravi, da je zanimanje za razstavo izredno veliko. »Termini so zasedeni do konca letošnjega leta. Na posamični šoli razstavljamo deset dni, v tem času pa si jo učenci lahko ogledajo, dobijo dodatne informacije o poklicih in preverijo, kateri izobraževalni programi vodijo do poklicev, ki

jih zanimajo,« pojasni Severjeva. Doda, da potujoča razstava vzbuja zanimanje učencev in mlade navduši nad poklici, na katere prej mogoče sploh niso pomislili. »Želimo si, da mladi temeljito razmislijo, kakšen poklic želijo v prihodnosti opravljati. Iz Trkajevih ust to gotovo slišijo bolje kot iz ust svetovalcev, predstavnikov podjetij ali staršev,« pravi.

Interes mladih se kaže v tem, da je videospot »Znanje je lajf« v samo nekaj dneh na portalu YouTube dosegel že več kot 20 tisoč ogledov. »S pesmijo mlade pozivamo, da si svojega bodočega poklica ne izberejo zgolj zato, da bi ugajali družbi ali družini, temveč iz svoje strasti,« pojasni Trkaj. Meni tudi, da bi morali v šolah imeti več prakse in praktičnih preizkusov ter ob koncu osnovne šole več časa, namenjenega izbiri poklica. »Verjamem, da bi s takšnim načinom dela več mladih odraslo v srečne, kreativne ljudi, ki bi delali tisto, kar jih veseli, ne pa tisto, kar narekuje družba, strah ali slabe odločitve,« še pove Trkaj.

Poklice prihodnosti in izobraževalne programe predstavljajo na panojih, ki jih razstavijo v osnovnih in srednjih šolah. V projektu so sodelovala tudi podjetja Talum, Poclairn Hydraulics, Yaskawa Ristro, M-Sora, Lek, Lušt, Planika, Premogovnik Velenje, Steklarna Rogiška, Steklarna Hrastnik, Atotech Slovenija, Hotel Park Ljubljana, CGP, Radeče papir nova, Oštarija Pr'Noni in drugi, ki so s fotografijami predstavili svoje zaposlene mladim. [gg](#)



Videospot
Znanje je lajf

