

SVETLOBA HITREJŠA OD ZVOKA



Naj začnem svoje razmišljanje z vprašanjem: »Zakaj ob nevihtah najprej vidimo blisk, šele nato slišimo grom?« Preprosto, ker je svetloba hitrejša od zvoka. Ta osnovna fizikalna zakonitost me navdihuje pri vseh dejavnostih mojega življenja, tudi pri delu z mladimi v učnih podjetjih.

Učno podjetje je učni prostor, je učna metoda, kjer se nenehno bliska od kreativnosti in grmi od ustvarjalnosti. Metoda »**learning by doing**« velja za dijake, velja pa tudi zame kot mentorico. Najprej je svetloba, ponavljam. Vzgajamo in učimo (se) z vsem svojim bitjem, z vso svojo pojavnostjo, z zgledom, s svetlo**BO**. Kot da je v njej zajeta **vizija** in hkrati **poslanstvo**.

Vrhunec ustvarjalne nevihte za dijake učnih podjetij in njihove mentorje je gotovo **sejem učnih podjetij** v Celju. Krasna podjetno-mladostniška kulisa. Letošnji že 13. mednarodni sejem učnih podjetij, ki hkrati šteje kot državno tekmovanje, je bil tudi zame trinajsti. 13 je srečna številka, če jo sprejmeš kot izziv in spodbudo za širjenje obzorij in pridobivanje novih znanj. V dvorani Golovec v Celju se je letos predstavilo kar 52 učnih podjetij iz 6 držav.

Z leti se je raven sejmskih predstavitev zelo dvignila in ocenjevalna komisija ima vedno težje delo. Ravno zaradi tega zelo cenim njihov trud, strokovnost in predanost. Spoštujem njihove odločitve in s svojo samokritičnostjo iščem detajle, ki bi jih lahko z dijaki naredili še bolje. Zmagujejo tista učna podjetja, ki imajo najbolj dodelane zgodbe, »bliskovito« izstopajočo stojnico in »gromko« prepričljivo osebje. Razvoj zgodbe učnega podjetja ni tek na kratke proge, je maraton, zato uspejo le tisti, ki so pripravljeni sebe in svojo idejo nadgrajevati in plemenititi.

Uspehi naših učnih podjetij, vključno z letošnjim uspehom učnega podjetja Solarix, je plod dolgoletnih izkušenj in znanja, odprtosti za nove pristope, močne ideje (dijaki vsake generacije so resnično vse bolj izvorni v svojih idejah), trdega dela posameznikov (tudi po pouku), timskega pristopa dijakov, podpore vodstva in učiteljev naše šole (slavista, anglistke, učitelja umetnosti, računalničarjev, učiteljev stroke) in učiteljev iz drugih enot našega šolskega centra.

In ponovno smo pri svetlo**BI**. Kot da je v njej zajeto **hotenje** in **hrepenenje**. Kot mentorica sem vedoželjna. Rada se izobražujem doma ali v tujini. Vsako leto se udeležim dvodnevnega izobraževanja mentorjev učnih podjetij, ki ga organizira Centrala učnih podjetij Slovenije. Letošnje šolsko leto smo se povezali z učitelji Srednje šole za oblikovanje in fotografijo Ljubljana ter z dijakinjo, perspektivno modno oblikovalko, ki je našo jakno tudi skreirala in naslednje leto odhaja na študij v Pariz. Organizirali smo obisk zunanjih strokovnjakov iz gospodarstva s področja oblikovanja in trženja, s katerimi smo imeli delavnice ... Naše izdelke smo razvijali pod okriljem pilotnega modula **NET-ENT** v okviru EU projekta Erasmus+ Mreženje za podjetništvo (Networking for Entrepreneurship).

Modul NET-ENT sestoji iz dveh delov. Prvi del – **Osebna rast in podjetniška miselnost** – je namenjen spodbujanju samoiniciativnosti med dijaki in prevzemanju odgovornosti za lasten uspeh, motiviranju za iskanje priložnosti in razvijanju vztrajnosti. V drugem delu – **Razvoj tržno uspešnega izdelka** – pa gredo dijaki skozi proces nastajanja tržno uspešnega izdelka od ideje do končnega produkta po metodi design thinkinga.

Design (načrtovanje) v ospredje postavlja uporabnika, človeka in njegove potrebe. Tako smo tudi mi že na začetku lanskega šolskega leta najprej začeli pri potrebah – prazna baterija mobilnih naprav – in nadaljevali v petih stopnjah: raziskave uporabnika, interpretacije vsebine, ideacija, prototipiziranje in implementacija. Stopnje design thinkinga niso linearne; med procesom smo se pogosto vračali v predhodne stopnje, da smo se prepričali, ali smo še vedno v smeri proti cilju.

In kako si predstavljam kreativnost, ustvarjalnost, inovativnost, podjetnost?

Naši možgani so mojstrovina. Sestavlja jih tam nekje 86.000.000.000 živčnih celic, vsaka zmore 1000 povezav, skupaj torej 150.000.000.000.000 povezav ..., kjer se nenehno bliska. Prava zakladnica idej. Torej po ideje ni potrebno nikamor. Vse je v nas. Skrivnost najdenja je v iskanju. Uspeti ni namreč nič težjega kot ne uspeti! Vloga mentorja je zgolj **motiviranje** in kanaliziranje mladostne energije v pravo smer.

Vendar misliti, znati ne zadošča. Pomembna je vpletenost. Vključili smo čustva.

znanje + čutenje = vedenje

Pomembna je osebna izkušnja, doživljanje, identifikacija z idejo. »Verjamem svoji ideji. Jaz sem ideja.« Vendar verjeti svoji ideji ne pomeni »moja ideja je oh in sploh najboljša«. Verjeti ideji pomeni »s to idejo hočem osrečiti sebe in druge«.

gojiti strast do stranke = želim osrečiti

BITI > IMETI

Trudimo se biti kreativni. Dejstvo je, da je prav vsak od nas lahko kreativen. Brez izjeme! Pri pouku se poskušamo znebiti vseh nepotrebnih predsodkov in omejitev, ki obstajajo zgolj v naših glavah. In ker gre pri kreativnosti za večino, velja pravilo kot pri vseh veččinah, da vaja dela mojstra, če mojster dela vajo. Kreativnost je plod aktivnosti v desni možganski polovici. Desni del možganov pa komunicira z levim delom telesa. Torej, če smo desničarji in če si vsak večer zgolj umijemo zobe z levo roko, smo velik korak bliže k aktiviranju skritih potencialov, ki se skrivajo v naši desni možganski polovici. Sem sodijo tudi risanje, petje, igranje instrumenta, ples ...

kreativnost ≠ ustvarjalnost

Kreativnost je čustveno-miselna moč, ki predstavlja potencial za ustvarjanje.

Ustvarjalnost se uresničuje, ko kreativno moč osvobodimo pritiska strahu. Ups. Mar ne bi radi kot učitelji, ko nam v razredu ne gre vse po načrtih, dijake malo ustražovali: »Boš že videl, če ...«? In s tem prekinemo ravno ustvarjalnost?

kreativnost = nova/drugačna/presenetljiva zamisel

»**Inovativnost** je drugačen pogled na izdelek oziroma tehnologijo, ki jo podjetje trenutno uporablja. Inovativen izdelek je s svojimi lastnostmi boljši in/ali cenejši od sedanjih izdelkov na trgu.« Andrej Wagner

inovativnost = kreativnost + uresničenost

Podjetnost je kompetenca, ki posamezniku omogoča identifikacijo in izkoriščanje ponujenih priložnosti, realizacijo idej, načrtovanje in upravljanje procesov, ki vodijo k zastavljenim ciljem.

podjetnost = inovativnost + korist

Podjetništvo je proces ustvarjanja nečesa novega in prevzemanje tako nagrad kot tudi tveganja.

podjetništvo = podjetnost + poslovni model

Primer:

Kreativnost: zasnoval sem jakno na sončne celice.

Inovativnost: izdelal sem jo in dejansko deluje (polni mobilne naprave).

Podjetnost: jakno sem predstavil na sejmu in iščem načine, kako bi jo začel izdelovati.

Podjetništvo: prodal sem 10 jaken.

»Ustvarjati pomeni dvakrat živeti«, pravi misel, jaz pa dodajam: »Ustvarjati skupaj z mladimi pa privilegij.« Neskončno sem jim hvaležna za ta privilegij, zato jim kot mentorica tu pa tam brišem meje, ki si jih postavljajo v svojih možganih. Pravim: »Vse je mogoče. Mej ni, nad nami je samo brezmejno nebo.«



Ko smo po prihodu v Celje odhajali na razstavišče, sem dijakom izročila tole popotnico: "Uspeh ni nasprotje poraza. Tekač je morda prišel na cilj kot četrti in morda sploh ne bo omenjen, ker bodo vse kamere usmerjene v dobitnike medalj, toda če je potolkel osebni rekord, je uspel." In ravno to je zame bistvo tekmovalnosti; vedno tekmujejo sami s seboj in edino merilo je zavedanje, da si morda **danes za odtenek boljši kot včeraj**.

Tanja Ušaj Hvalič