



Co-funded by
the European Union

CARE: POBUDA ZA OZAVEŠČANJE O SOCIALNI SMRTI NADALJNJE POROČILO O KARTIRANJU OZAVEŠČENOSTI O SOCIALNI SMRTI

JANUAR 2026



 ILDASA


o m n i a
sustainable innovations hub



Association for Education and Social Development

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or State Education Development Agency Republic of Latvia (VIAA). Neither the European Union nor the granting authority VIAA can be held responsible for them. Project N°: 2023-2-LV01-KA210-ADU-000176412

Kazalo

1. Povzetek	5
2. Uvod.....	7
2.1. Ozadje	7
2.2. Namen in cilji.....	9
3. Metodologija	11
3.1. Metoda.....	11
3.2. Vzorec udeležencev	13
3.3. Zbiranje in analiza podatkov	15
4. Rezultati.....	17
4.1. Vprašanja o ozaveščenosti.....	20
4.2. Simptomi, vplivi in vzroki	26
4.3. Državljska odgovornost.....	31
4.4. Zunanja podpora/ Razpoložljive informacije	36
5. Zaključki	42
6. LITERATURA	45
Priloga 1	47

PRIPOROČILA

Z vidika psihologinje in akademske raziskovalke potrjujem, da je kampanja ozaveščanja pomembno prispevala k boljšemu razumevanju koncepta socialne smrti. Čeprav se ozaveščanje pogosto odvija na mikro ravni skozi individualna svetovanja, to poročilo prikazuje, kako lahko dobro strukturirane kampanje ustvarijo pomembno ozaveščenost tudi na širši, makro ravni. Poročilo jasno predstavlja obseg kampanje, ki združuje spletne in nespletne aktivnosti ter povezuje mednarodne in nacionalne pobude. Primerjava med začetnim kartiranjem stanja in nadaljnjimi rezultati ponuja jasne in informativne dokaze o pozitivnih spremembah, doseženih v enem letu.

Pomembno je, da ugotovitve kažejo, da kampanja ni prispevala le k površinskemu ozaveščanju, temveč tudi k globljemu razumevanju pojava socialne smrti. Druga pomembna ugotovitev, poudarjena v poročilu, je premik od zgolj prepoznavanja, da je socialno smrt mogoče preprečiti, k razvoju močnejšega občutka osebne in poklicne odgovornosti za njeno preprečevanje. Rezultati nadaljnje analize nakazujejo, da so udeleženci pridobili več zaupanja v lastno sposobnost prispevati k preprečevanju socialne smrti v okviru svojih vlog, kar kaže na pomemben prehod od ozaveščenosti k zaznani zmožnosti za ukrepanje. Menim tudi, da bi bilo treba te rezultate še širše razširiti med mala in srednje velika podjetja ter v okolja izobraževanja odraslih, glede na obetavne rezultate, ki so že bili doseženi.

Begüm Çakmak, psihologinja in raziskovalka

Rezultati, predstavljeni v poročilu o nadaljnjem spremljanju projekta CARE, poudarjajo pomembno vlogo pobud za ozaveščanje, ki prek izobraževanja in aktivnega vključevanja skupnosti prispevajo k boljšemu razumevanju pomembnih družbenih vprašanj in odzivanju nanje. Poročilo kaže jasen prehod od omejenega zavedanja o pojmu socialne smrti k širšemu razumevanju, kako je mogoče ta pojav prepoznati v izobraževalnih in delovnih okoljih.



Ta napredek je bil podprt z dobro strukturirano kombinacijo mednarodnega webinarja, nacionalnih dogodkov za širjenje informacij in večjezičnih izobraževalnih virov.

Glede na kvantitativne podatke raziskave so udeleženci razvili večje zavedanje o pojavu socialne smrti. Hkrati se zdi, da so vse bolj sposobni prepoznati in obravnavati situacije socialne izolacije tako v svojih skupnostih kot na delovnih mestih. S stališča izobraževanja odraslih projekt ponuja dragocene vpoglede, ki poudarjajo vlogo izobraževalcev odraslih kot ključnih akterjev pri prepoznavanju in preprečevanju socialne izolacije ter pri podpiranju bolj socialno povezanih skupnosti.

Constantinos Philippides, izobraževalec odraslih, trener in svetovalec za organizacijsko vedenje

1. Povzetek

Nadaljnje poročilo o kartiranju ozaveščenosti o socialni smrti v okviru projekta CARE ocenjuje vpliv kampanje ozaveščanja o socialni smrti CARE na štiri ključne ciljne skupine: izobraževalce odraslih, udeležence izobraževanja odraslih, zaposlene odrasle in predstavnike malih in srednje velikih podjetij (MSP). Nadaljnja analiza neposredno nadgrajuje poročilo o izhodiščnem kartiranju projekta CARE ter meri spremembe v ozaveščenosti, razumevanju, zaznani odgovornosti in pripravljenosti za ukrepanje po sodelovanju v aktivnostih kampanje CARE.

Nadaljnjo anketo je izpolnilo 225 respondentov iz Latvije, Slovenije in Cipra, ki so sodelovali v vsaj eni aktivnosti ozaveščanja CARE, vključno z mednarodnim webinarjem in nacionalnimi diseminacijskimi dogodki, organiziranimi med oktobrom in decembrom 2025. Vrednotenje se osredotoča na to, ali je izpostavljenost kampanji prispevala k merljivemu napredku pri obravnavanju pojavnosti socialne smrti v okoljih izobraževanja odraslih in na delovnem mestu.

Ugotovitve kažejo na znatno povečanje ozaveščenosti v vseh štirih ciljnih skupinah. Medtem ko je izhodiščno poročilo pokazalo omejeno poznavanje koncepta socialne smrti med izobraževalci odraslih, udeleženci izobraževanja, zaposlenimi odraslimi in predstavniki MSP, nadaljnji rezultati kažejo skoraj univerzalno prepoznavanje pojma in njegovega pomena. Ozaveščenost o vzrokih, simptomih in vplivih socialne smrti se je povečala na več kot 99 % v vseh skupinah, kar kaže, da je kampanja učinkovito zapolnila vrzeli v znanju, ugotovljene v začetni fazi.

Poleg same ozaveščenosti nadaljnja analiza razkriva tudi okrepitev preventivne usmerjenosti in zaznane zmožnosti delovanja. Skoraj vsi anketiranci verjamejo, da je socialno smrt mogoče preprečiti, več kot 95 % pa poroča o zaupanju v svojo sposobnost – znotraj svojih poklicnih ali družbenih vlog – prispevati k prizadevanjem za preprečevanje. Ta premik je še posebej pomemben za izobraževalce odraslih in predstavnike MSP, ki lahko vplivajo na učna okolja in kulturo delovnega mesta, pa tudi za udeležence izobraževanja odraslih in zaposlene odrasle, ki vse bolj prepoznavajo svojo vlogo pri spodbujanju socialne vključenosti.

Pozitivno so se razvila tudi dojemanja državljanske in kolektivne odgovornosti. V primerjavi z izhodiščno fazo je manj respondentov izrazilo negotovost glede odgovornosti, večina pa zdaj socialno smrt razume kot pojav, ki zahteva angažiranost skupnosti, organizacij in institucij, ne pa zgolj individualnega delovanja. To odraža bolj zrelo razumevanje socialne smrti kot strukturnega in odnosnega problema.

Na področju zunanje podpore in informacij rezultati nadaljnje analize potrjujejo, da je kampanja CARE uspešno naslovila predhodno ugotovljene informacijske vrzeli. Vsi respondenti so poročali, da so prejeli splošne informacije o socialni smrti, večina pa je dostopala do informacij v svojem jeziku, kar je bistveno zmanjšalo jezikovne ovire, izpostavljene v izhodiščnem poročilu. Hkrati respondenti iz vseh ciljnih skupin še naprej izražajo močno potrebo po dodatnih informacijah, kar kaže, da večja ozaveščenost spodbuja globlje zanimanje in angažiranost, ne pa nasičenosti z informacijami.

Analiza vsebinskih prioritiet za prihodnje kampanje ozaveščanja kaže premik od zgolj prepoznavanja problema k učenju, usmerjenemu v rešitve. Čeprav temeljno znanje ostaja ključno, respondenti vse bolj poudarjajo potrebo po praktičnih priporočilih, spretnostih prepoznavanja in uporabnih smernicah za ukrepanje, kar nakazuje pripravljenost na naprednejše, na praksi temelječe intervencije, prilagojene realnostim izobraževanja odraslih in delovnega okolja.

Na splošno nadaljnje poročilo o kartiranju ponuja trdne dokaze, da je kampanja ozaveščanja o socialni smrti CARE pozitivno vplivala na vse štiri ciljne skupine: okrepila je ozaveščenost, poglobila razumevanje, povečala zaznano zmožnost delovanja in razjasnila potrebe za izvajanje nadaljnjih aktivnosti. Ugotovitve potrjujejo vrednost strukturiranih, večjezičnih kampanj ozaveščanja kot temelja za trajnostno preprečevanje socialne izolacije in poti socialne prikrajšanosti v sistemih izobraževanja odraslih in v delovnih okoljih.

2. Uvod

2.1. Ozadje

Kot odziv na izzive, ki jih v kontekstu izobraževanja odraslih in zaposlovanja predstavljajo socialna smrt, socialna izolacija in socialna izključenost, je projekt CARE izvedel Kampanjo ozaveščanja o socialni smrti, katere namen je bil povečati ozaveščenost, poglobiti razumevanje ter spodbuditi razmislek med izobraževalci odraslih, predstavniki malih in srednje velikih podjetij (MSP), udeleženci izobraževanja odraslih in zaposlenimi odraslimi. Kampanja je bila zasnovana kot ciljno usmerjena intervencija za odpravljanje vrzeli, ugotovljenih v začetni fazi projekta, ter za spodbujanje socialne povezanosti, vključenosti in aktivnega državljanstva v izobraževalnih in delovnih okoljih.

Nadaljnje poročilo o kartiranju ozaveščenosti o socialni smrti neposredno nadgrajuje ugotovitve poročila o izhodiščnem kartiranju projekta CARE, ki je določilo začetno raven ozaveščenosti, razumevanja in zaznav, povezanih s pojavom socialne smrti med ciljnimi skupinami projekta. Izhodiščna raziskava je razkrila tako konceptualne kot praktične vrzeli pri prepoznavanju socialne smrti, njenih vzrokov in posledic v institucijah izobraževanja odraslih ter v malih in srednje velikih podjetjih (MSP), s čimer je vzpostavila referenčno točko za ocenjevanje sprememb in napredka.

To poročilo preučuje, v kolikšni meri je Kampanja ozaveščanja o socialni smrti prispevala k merljivim spremembam v ozaveščenosti, stališčih in vedenjskih namerah eno leto po izhodiščni (baseline) analizi. S ponovnim preverjanjem primerljivih kazalnikov in ciljnih skupin poročilo ocenjuje napredek, dosežen s kampanjo, ter preučuje njeno vlogo pri spodbujanju refleksije, odgovornosti in ukrepanja za preprečevanje socialne izolacije in socialne prikrajšanosti v okoljih izobraževanja odraslih in zaposlitve.

V družboslovni literaturi se socialna smrt razume kot stanje, v katerem posamezniki doživljajo izgubo vključenosti v družbene vloge ter oslabitev ali prekinitve socialnih, kulturnih in skupnostnih vezi. Raziskave dosledno kažejo, da je takšna odtujenost tesno povezana s

socialno izolacijo in izključenostjo, kar pomembno vpliva na občutek pripadnosti, participacije in delovanja posameznikov v družbenem, državljskem in ekonomskem življenju (Ghane et al., 2024; Simandan, 2021; Auais et al., 2019). Medtem ko nekateri raziskovalci menijo, da bi moral biti pojem socialne smrti rezerviran za ekstremne okoliščine, kot so demenca, genocid ali suženjstvo, vse več raziskav ta koncept uporablja tudi za situacije, v katerih prihaja do postopnih izgub socialne identitete, družbenih vlog, mrež in pomembnih odnosov.

Z vidika družboslovja je socialna smrt pogosto opredeljena kot večdimenzionalen pojav, ki vključuje zavračanje, marginalizacijo in izobčenje, bodisi kot posledico zunanjih dejavnikov bodisi kot proces, ki ga posamezniki ponotranjijo (Steele et al., 2015). Norwood (2009) socialno smrt opisuje kot rezultat zaporednih izgub – vključno z izgubo identitete, sodelovanja v vsakodnevnih dejavnostih in socialnih odnosov – kar lahko vodi v postopni umik iz družbenega življenja. V institucijah izobraževanja odraslih in na delovnih mestih, zlasti v malih in srednje velikih podjetjih, obstaja realna možnost srečanja s posamezniki, ki že doživljajo socialno smrt ali pa so izpostavljeni večjemu tveganju, da se bodo približali takšnemu stanju.

V organizacijskih okoljih empirične raziskave kažejo, da sta socialna izključenost in izobčenje povezana s povečano namero po menjavi zaposlitve (Liu et al., 2022; Lyu & Zhu, 2019), kontraproduktivnim vedenjem na delovnem mestu (Umrani et al., 2024), zmanjšano čustveno pripadnostjo organizaciji (Lyu & Zhu, 2019), nižjo stopnjo pomoči sodelavcem (Huang & Yuan, 2023) ter zmanjšano ustvarjalnostjo (Bai et al., 2022). Ti učinki ne vplivajo le na dobrobit posameznikov, temveč tudi na organizacijsko uspešnost, socialno kohezijo in dolgoročno trajnost organizacij.

Izobraževalci odraslih in mala ter srednje velika podjetja imajo pomembno vlogo pri uresničevanju Cilja trajnostnega razvoja številka 4, zlasti cilja 4.5, ki poudarja vključujoč in pravičen dostop do izobraževanja ter poklicnega usposabljanja za ranljive skupine. Kljub temu ostajajo strukturne ovire. Po poročilih OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2023 se MSP še vedno soočajo z izzivi pri vključevanju praks, usmerjenih v učenje in podporo avtonomiji zaposlenih, medtem ko pomanjkanje vedenjskih kompetenc in omejene možnosti za notranji razvoj zaposlenih dodatno otežujejo sodelovanje z sistemi izobraževanja odraslih.

V tem kontekstu nadaljnje poročilo o kartiranju predstavlja na dokazih temelječo oceno, ali je kampanja CARE za ozaveščanje o socialni smrti okrepila ozaveščenost, spodbudila namero po spremembi vedenja ter podprla socialno povezanost v okoljih izobraževanja odraslih in zaposlitve. S primerjavo rezultatov nadaljnje analize z rezultati izhodiščnega kartiranja poročilo ponuja jasen pregled doseženega napredka ter služi kot podlaga za načrtovanje prihodnjih ukrepov za preprečevanje socialne izolacije in poti socialne prikrajšanosti.

2.2. Namen in cilji

Nadaljnje poročilo o kartiranju ozaveščenosti o socialni smrti je namenjeno oceni vpliva in napredka, doseženega s kampanjo CARE za ozaveščanje o socialni smrti, s ponovnim vrednotenjem ozaveščenosti, stališč in vedenjskih namer med ključnimi ciljnimi skupinami – izobraževalci odraslih, predstavniki malih in srednje velikih podjetij (MSP), udeleženci izobraževanja odraslih ter zaposlenimi odraslimi – v partnerskih državah.

Na podlagi poročila o izhodiščnem kartiranju projekta CARE to nadaljnje poročilo predstavlja drugo, evalvacijsko fazo kampanje, ki se osredotoča na merljive spremembe in ne več zgolj na vzpostavljanje začetne ravni ozaveščenosti.

Glavni namen poročila je primerjati ugotovitve nadaljnje analize z rezultati izhodiščne raziskave, da bi ugotovili, v kolikšni meri je kampanja prispevala k večjemu razumevanju pojava socialne smrti, krepitvi družbene odgovornosti ter povečani pripravljenosti za preprečevanje socialne izolacije in poti socialne prikrajšanosti. Pri tem poročilo ocenjuje tudi, ali je kampanja prispevala k razvoju empatije, aktivnega državljanstva in družbeno odgovornega vedenja v kontekstih izobraževanja odraslih in zaposlitve.

Posebni cilji nadaljnega poročila o kartiranju:

1. Primerjava ravni ozaveščenosti in znanja

Oceniti spremembe v ozaveščenosti in razumevanju pojava socialne smrti s primerjavo podatkov iz nadaljnje ankete z rezultati poročila o izhodiščnem kartiranju CARE. Ta primerjava



omogoča prepoznavanje napredka, doseženega med vsemi ciljnim skupinami v okviru kampanje.

2. Oceniti vedenjske namere za preprečevanje socialne izolacije

Preučiti osebne namere neposrednih in posrednih ciljnih skupin glede spremembe stališč in vedenja za preprečevanje razvoja socialne izolacije ter povezanih poti socialne prikrajšanosti, vključno z oblikovanjem sheme socialne izolacije (Social Isolation Schema).

3. Oceniti vpliv izobraževalnih vsebin CARE

Oceniti, ali je digitalni vodnik "Shema socialne izolacije: razlaga vzorca", promoviran v okviru kampanje, prispeval k razmisleku, učenju in nameravani spremembi vedenja med udeleženci.

4. Merjenje zaznanih koristi za ciljne skupine

Analizirati, kako je kampanja podprla neposredni ciljni skupini – izobraževalce odraslih in predstavnike MSP – pri krepitvi njihove sposobnosti spodbujanja socialne vključenosti, socialno-ekonomske participacije in aktivnega državljanstva, ter kako so posredne ciljne skupine pridobile večjo ozaveščenost, bolj razvite sposobnosti kritičnega prepoznavanja ter večji občutek družbene odgovornosti.

5. Zagotavljanje dokazne podlage za prihodnje ukrepe in trajnost

Ustvariti na dokazih temelječe vpoglede za načrtovanje prihodnjih izobraževalnih praks, oblikovanje politik in nadaljnjih pobud, namenjenih preprečevanju socialne smrti ter spodbujanju socialne povezanosti v sistemih izobraževanja odraslih in zaposlovanja.

S temi cilji nadaljnje poročilo o kartiranju prikazuje, kako je kampanja CARE za ozaveščanje o socialni smrti prispevala k širšim ciljem projekta: spodbujanju vključevanja, zaščiti posameznikov pred razvojem socialne prikrajšanosti ter krepitvi vloge izobraževanja odraslih in malih ter srednje velikih podjetij pri gradnji bolj povezane, vključujoče in odporne družbe.

3. Metodologija

3.1. Metoda

Metodološki pristop nadaljnega poročila o kartiranju je bil zasnovan tako, da omogoča neposredno primerljivost s poročilom o izhodiščnem kartiranju projekta CARE, hkrati pa zajema spremembe v ozaveščenosti, stališčih in vedenjskih namerah po izvedbi kampanje za ozaveščanje o socialni smrti.

V ta namen je bila v nadaljnji evalvaciji uporabljena metodologija omnibus spletne ankete, pri čemer so bili uporabljeni usklajeni kazalniki, logika vprašanj in segmentacija ciljnih skupin, skladni z izhodiščno fazo raziskave.

Vprašanja v nadaljnji anketi so bila razvita na podlagi izhodiščne ankete, ki je temeljila na formalnih posvetovanjih, izvedenih med aktivnostjo CARE Learning Lab aprila 2024 na Cipru. Learning Lab je gostil projektni partner STRATEGIC OMNIA RESEARCH AND TECHNOLOGY DEVELOPMENT LTD (Ciper), ob sodelovanju projektnega koordinatorja Latvijas Darba aizsardzības speciālistu asociācija (Latvija) in projektnega partnerja Društvo za izobraževanje in socialni razvoj (Slovenija).

Learning Lab je vključeval zunanje strokovnjake, med drugim predstavnike malih in srednje velikih podjetij, izobraževalce odraslih ter psihologe, in je bil osredotočen na raziskovanje pojava socialne smrti v kontekstih izobraževanja odraslih, delovnega okolja, varnosti in zdravja pri delu, vključevanja socialno ranljivih skupin, državljske participacije ter psihologije.

Na podlagi tega preverjenega okvira so bile nadaljnje ankete prilagojene kontekstu po izvedbi kampanje. Čeprav so ključna tematska področja ostala enaka – ozaveščenost o socialni smrti, razumevanje simptomov, vplivov in vzrokov, državljska odgovornost ter dostop do informacij – so bila vprašanja v nadaljnji fazi preoblikovana tako, da ocenjujejo zoznane

spremembe, učne rezultate in vedenjske namere po sodelovanju v aktivnostih ozaveščanja CARE.

V vprašalnike so bile vključene tudi neposredne reference na sodelovanje v kampanji za ozaveščanje o socialni smrti in/ali na webinarjih, kar je respondentom omogočilo razmislek o vplivu kampanje na njihovo znanje in stališča.

Tako kot v izhodiščni fazi je tudi nadaljnja evalvacija uporabljala štiri ločene, vendar medsebojno usklajene vprašalnike, ki ustrezajo štirim ciljnim skupinam projekta:

- izobraževalci odraslih
- udeleženci izobraževanja odraslih
- predstavniki malih in srednje velikih podjetij (MSP)
- zaposleni odrasli.

Vsi štiri vprašalniki so sledili skupni strukturalni logiki in obravnavali enake ključne dimenzije, pri čemer so bile narejene le manjše prilagoditve v formulaciji vprašanj in kontekstualnem okviru, da bi zagotovili ustreznost za vlogo in okolje posamezne ciljne skupine. Takšen pristop je zagotovil notranjo skladnost raziskave, hkrati pa omogočil razlago pojava socialne smrti z vidika specifičnih vlog posameznih skupin.

Ankete so bile izvedene spletno, z uporabo omnibus pristopa, ki je bil glede na obseg projekta, časovni okvir in razpoložljive vire ocenjen kot primeren. Omnibus metoda je omogočila učinkovito in stroškovno racionalno zbiranje podatkov v več državah ter doseganje raznolikih skupin respondentov. Nadaljnje ankete so bile pripravljene v angleščini in prevedene v latvijščino, slovenščino in grščino, kar je partnerskim organizacijam omogočilo izvajanje na nacionalni ravni ter zagotovilo jezikovno dostopnost in vključujočnost.

V skladu z etičnimi standardi in zahtevami glede varstva podatkov so vsi anketni instrumenti vsebovali izjavo o informiranem soglasju ter bili usklajeni z Uredbo (EU) 2016/679 (Splošna

uredba o varstvu podatkov – GDPR). Sodelovanje v raziskavi je bilo prostovoljno, podatki pa so bili zbrani, shranjeni in analizirani anonimno.

Celoten seznam vprašanj iz nadaljnje ankete za vse ciljne skupine je predstavljen v Prilogi 1.

3.2. Vzorec udeležencev

Vzorec udeležencev za nadaljnje poročilo o kartiranju je bil oblikovan v treh državah članicah EU: Latviji, Cipru in Sloveniji, kar ustreza državam, v katerih delujejo partnerske organizacije projekta CARE. Tak pristop je zagotovil kontinuiteto s poročilom o izhodiščnem kartiranju CARE ter omogočil primerjalno oceno napredka v enakih geografskih in institucionalnih kontekstih.

Za razliko od izhodiščne faze, ki je temeljila na vnaprej določenem in fiksnem vzorcu, je bila nadaljnja evalvacija izvedena po izvedbi kampanje ozaveščanja o socialni smrti, ki je obsegala več diseminacijskih in ozaveščevalnih aktivnosti, organiziranih tako spletno kot v živo. Zato vzorec udeležencev v nadaljnji fazi odraža dejansko vključenost, doseženo s kampanjskimi aktivnostmi, in ne modela zbiranja podatkov na podlagi kvot.

Osrednja transnacionalna aktivnost kampanje je bil mednarodni webinar “CARE in Action: Understanding Social Death and Building Bridges”, organiziran 6. novembra 2025. Webinar so skupaj izvedli vsi projektni partnerji in je bil namenjen izobraževalcem odraslih ter predstavnikom malih in srednje velikih podjetij (MSP) iz Latvije, Cipra in Slovenije. Program webinarja je vključeval predstavitev projekta CARE, aktivnosti Learning Lab, poročila o izhodiščnem kartiranju ter digitalnega priročnika “Shema socialne izolacije: razlaga vzorca”, čemur je sledila interaktivna razprava in preverjanje znanja.

Mednarodnega webinarja se je udeležilo 67 udeležencev, med njimi izobraževalci odraslih in predstavniki MSP iz vseh treh partnerskih držav.

Poleg mednarodnega webinarja so projektni partnerji med oktobrom in decembrom 2025 organizirali še 18 nacionalnih diseminacijskih dogodkov, izvedenih tako spletno kot v živo. Te aktivnosti na nacionalni ravni so temeljile na vsebinah webinarja, vendar so bile prilagojene

lokalnim kontekstom. Skupno je kampanja v vseh partnerskih državah dosegla približno 400 udeležencev, med njimi izobraževalce odraslih, predstavnike MSP, udeležence izobraževanja odraslih in zaposlene odrasle, pa tudi univerzitetne študente ter učitelje splošnega izobraževanja.

Po sodelovanju v aktivnostih kampanje so bili udeleženci povabljeni k izpolnitvi nadaljnjih omnibus anket, namenjenih posameznim ciljnim skupinam. Sodelovanje v anketi je bilo prostovoljno, zato vsi udeleženci dogodkov vprašalnika niso izpolnili, kar je običajen in pričakovan pojav pri evalvacijah po dogodkih.

Skupno je bilo zbranih 225 veljavnih odgovorov iz vseh partnerskih držav. Ti odgovori so bili razdeljeni med štiri ciljne skupine na naslednji način:

izobraževalci odraslih: 62 respondentov

predstavniki MSP: 58 respondentov

udeleženci izobraževanja odraslih: 56 respondentov

zaposleni odrasli: 49 respondentov

Nadaljnji vzorec tako predstavlja samoselekcioniran podsklop udeležencev kampanje, ki so se bolj aktivno vključili v evalvacijski proces. Čeprav je število respondentov nižje od skupnega števila posameznikov, doseženih s kampanjo, vzorec zagotavlja dovolj podatkov za oceno sprememb v ozaveščenosti, stališčih in vedenjskih namerah, zlasti v primerjavi z rezultati izhodiščnega kartiranja.

Vzorec udeležencev vključuje posameznike stare 18 let in več ter odraža raznolikost poklicnih vlog, izobrazbenih ozadij in stopenj vključenosti v kontekstih izobraževanja odraslih in zaposlitve. Glede na pristop pridobivanja udeležencev preko kampanje je vzorec namenoma usmerjen in ne predstavlja splošne populacije, kar je skladno s ciljem projekta – ciljno ozaveščanje specifičnih skupin deležnikov.

Morebitne omejitve, povezane z neenakomernimi stopnjami odziva med državami ali ciljnimi skupinami, so obravnavane v poglavjih analize in interpretacije podatkov tega poročila. Kjer je to relevantno, so takšne omejitve transparentno predstavljene, da se zagotovi veljavnost in zanesljivost ugotovitev nadaljnje analize.

3.3. Zbiranje in analiza podatkov

Podatki za nadaljnje poročilo o kartiranju so bili zbrani s pomočjo spletnih anket, namenjenih udeležencem aktivnosti kampanje CARE za ozaveščanje o socialni smrti v Latviji, na Cipru in v Sloveniji. Za razliko od izhodiščne faze, ki je temeljila na vnaprej določenem kvotnem vzorčenju, je bilo zbiranje podatkov v nadaljnji fazi izvedeno po zaključku aktivnosti kampanje, zato odraža udeležbo, ki je nastala kot rezultat vključenosti v kampanjo.

Povezave do ankete so bile udeležencem posredovane po njihovem sodelovanju v aktivnostih ozaveščanja CARE, vključno z mednarodnim webinarjem in nacionalnimi diseminacijskimi dogodki. Distribucijski kanali so vključevali:

- neposredna e-poštna vabila, ki so jih poslale partnerske organizacije,
- nadaljnja sporočila udeležencem dogodkov in webinarjev,
- komunikacijske kanale partnerjev in projekta, uporabljene med izvajanjem kampanje.

Udeleženci so prejeli splošno povezavo do ankete v ustreznem nacionalnem jeziku. Po odprtju povezave so bili respondenti usmerjeni na ustrezen vprašalnik glede na svojo ciljno skupino (izobraževalci odraslih, predstavniki MSP, udeleženci izobraževanja odraslih ali zaposleni odrasli). Ankete so ostale odprte skozi celotno obdobje diseminacijske kampanje, kar je udeležencem omogočalo, da so vprašalnik izpolnili v času, ki jim je najbolj ustrezal.

Vse ankete so bile izvedene v nacionalnih jezikih sodelujočih držav (latvijščina, grščina in slovenščina) po zaključku prevodov in notranje validacije s strani partnerskih organizacij. Zbiranje podatkov za nadaljnjo analizo je potekalo po izvedbi kampanjskih aktivnosti med

oktobrom in decembrom 2025, pri čemer je dostop do ankete ostal odprt, dokler ni bilo zbranih dovolj odgovorov za podpora primerjalni analizi.

Proces zbiranja in analize podatkov je koordiniralo Latvijsko združenje strokovnjakov za varnost pri delu (LDASA). Odgovori iz vseh partnerskih držav so bili centralno zbrani in analizirani z uporabo deskriptivnih statističnih metod. Analiza se je osredotočala na:

- primerjavo z rezultati izhodiščnega kartiranja,
- porazdelitev po ciljnih skupinah,
- trende na ravni držav, kjer so podatki to omogočali,
- oceno kazalnikov ozaveščenosti, stališč in vedenjskih namer.

Zaradi pridobivanja udeležencev na podlagi kampanje pri podatkih nadaljnje analize ni bilo uporabljeno uteževanje. Rezultati so predstavljeni v absolutnih številkah in odstotkih, izračunanih iz veljavnih odgovorov za posamezno vprašanje. Odstotki so ponekod zaokroženi na najbližje celo število, da se izboljša preglednost predstavitev.

Za poglobitev interpretacije rezultatov so bile v analizo vključene tudi izbrane demografske spremenljivke, kot sta starostna skupina in poklicna vloga.

V celotnem procesu so bili strogo upoštevani standardi varstva podatkov in etična načela. Sodelovanje je bilo prostovoljno, informirano soglasje je bilo pridobljeno digitalno, vsi odgovori pa so bili zbrani in analizirani anonimno v skladu z Uredbo (EU) 2016/679 (GDPR).

Morebitne omejitve, povezane s stopnjo odzivnosti, neenakomerno zastopanostjo držav ali porazdelitvijo ciljnih skupin, so transparentno obravnavane v interpretaciji rezultatov, da se zagotovi zanesljivost in integriteta nadaljnje evalvacije.

4. Rezultati

Rezultati nadaljnje ankete so predstavljeni z uporabo iste analitične strukture in razvrstitve vprašanj, kot je bila uporabljena v poročilu o izhodiščnem kartiranju CARE, da se zagotovi popolna primerljivost med obema evalvacijskima fazama. Analiza nadaljnje ankete temelji na odgovorih, zbranih po sodelovanju v kampanji za ozaveščanje o socialni smrti, in odraža spremembe v ozaveščenosti, razumevanju ter vedenjskih namerah med ciljnim skupinami projekta.

V skladu z zasnovo ankete so rezultati razdeljeni v pet tematskih področij, ki neposredno ustrezajo številčenju vprašanj v vprašalnikih:

1. Demografske značilnosti

(Vprašanja 1–4)

Spol, starostna skupina, najvišja dosežena stopnja izobrazbe in država prebivališča.

2. Kazalniki ozaveščenosti

(Vprašanja 5–8)

Ozaveščenost in poznavanje koncepta socialne smrti, vključno z razumevanjem v kontekstu izobraževanja odraslih in delovnega okolja ter percepcija preprečljivosti pojava.

3. Simptomi, vplivi in vzroki socialne smrti

(Vprašanja 9–11)

Razumevanje vzrokov, simptomov in vplivov socialne smrti, kot je predstavljeno v anketah.

4. Državlјanska odgovornost in osebna zmožnost ukrepanja

(Vprašanja 12–14)

Percepcije odgovornosti za preprečevanje socialne smrti, zaupanje v lastno sposobnost ukrepanja in zaznane ovire pri praktični vključitvi ozaveščenosti o socialni smrti.

5. Zunanja podpora in razpoložljive informacije

(Vprašanja 15–19)

Dostop do informacij, zaznana potreba po dodatnih virih, zaznana koristnost ozaveščevalnih kampanj ter prioriteta vsebinska področja, povezana z ozaveščanjem o socialni smrti.

Ta struktura sledi poročilu o izhodiščnem kartiranju in omogoča neposredno primerjavo rezultatov med obema meritvenima točkama. Ugotovitve nadaljnje ankete so analizirane tako v agregatu kot tudi, kjer je to relevantno, po posameznih ciljnih skupinah, s posebnim poudarkom na spremembah v ozaveščenosti, znanju in vedenjskih namerah po sodelovanju v aktivnostih kampanje CARE.

V nadaljnji fazi je bilo zbranih skupno 225 veljavnih odgovorov iz Latvije, Cipra in Slovenije.

Tabela 1 daje pregled demografskih značilnosti respondentov, vključno s spolom, starostjo, državo prebivališča in najvišjo doseženo stopnjo izobrazbe.

Tabela 1: Demografske značilnosti respondentov ankete, vse ciljne skupine po državah (225)

CATEGORY	BREAKDOWN	COUNT	PERCENTAGE
Spol	Moški	97	43.1%
	Ženski	125	55.6%
	Nebinarni	2	0.9%
	Raje ne bi povedal/a	1	0.4%
		225	100,00%
Starostna skupina	18-24	7	3.1%
	25-34	38	16.9%
	35-44	85	37.8%
	44-54	62	27.6%
	55+	33	14.7%
		225	100,00%
Izobrazba	Nisem zaključil/-a srednje šole	7	3.1%

	Srednja šola ali maturo / A-levels	25	11.1%
	Poklicna kvalifikacija	44	19.6%
	Diplomirani študij (Bachelor) ali podobno	86	38.2%
	Magistrski ali doktorski študij	63	28.0%
		225	100,00%
Država	Latvia	118	52.4%
	Slovenia	67	29.8%
	Cyprus	40	17.8%
		225	100,00%

Na splošno profil respondentov v nadaljnji anketi ostaja primerljiv z vzorcem iz izhodiščne faze, hkrati pa odraža spremembe, povezane z udeležbo v kampanji. Nadaljnja anketa kaže bolj uravnoteženo spolno razdelitev, s večjim deležem moških respondentov in vključitvijo dodatnih možnosti za spolno identifikacijo.

Starostna porazdelitev v obeh fazah je prevladujoče med 35. in 54. letom; vzorec iz nadaljnje ankete pa vključuje višji delež udeležencev, starih 55 let in več, kar nakazuje večjo vključenost bolj izkušenih strokovnjakov med kampanjo.

Stopnja izobrazbe v nadaljnjem vzorcu kaže na širši strokovni profil, z večjo udeležbo respondentov s poklicnimi kvalifikacijami in diplomami (Bachelor), medtem ko se je delež magistrskih in doktorskih naslovov rahlo zmanjšal.

Zastopanost držav ostaja usklajena s strukturo partnerjev, pri čemer je v nadaljnji fazi prisoten večji delež latvijskih respondentov, kar odraža intenzivnost nacionalne diseminacije.

4.1. Vprašanja o ozaveščenosti

a razdelek predstavlja ugotovitve, povezane z ozaveščenostjo o pojavu socialne smrti, na podlagi štirih vprašanj, osredotočenih na ozaveščenost, vključenih tako v izhodiščno kot v nadaljnjo anketo. Struktura in tematski poudarek vprašanj sta bila namerno ohranjena, da se zagotovi neposredna primerljivost med obema fazama ocenjevanja.

Vprašanja o ozaveščenosti so obravnavala naslednje vidike:

- **Vprašanje 1:**
Splošna ozaveščenost o pojmu socialna smrt, na podlagi podane definicije.
- **Vprašanje 2:**
Ozaveščenost o pojmu socialne smrti v specifičnem kontekstu respondentov – izobraževanje odraslih (za izobraževalce in udeležence izobraževanja odraslih) ali delovno okolje (za predstavnike MSP in zaposlene odrasle).
- **Vprašanje 3:**
Percepcija, ali je socialna smrt preprečljiva.
- **Vprašanje 4:**
Znanje o strategijah, ki bi lahko zmanjšale tveganje socialne smrti v kontekstu izobraževanja odraslih ali delovnega okolja.

Medtem ko je izhodiščna anketa ocenila predhodno izpostavljenost in poznavanje pojma socialne smrti z uporabo binarnih možnosti odgovora (Da/Ne), je nadaljnja anketa preoblikovala prvi dve vprašanji o ozaveščenosti, da odražata perspektivo po kampanji. Respondenti so bili povabljeni, da ocenijo svojo stopnjo poznanosti in samozavesti po sodelovanju v kampanji CARE in/ali webinarju, kar omogoča bolj natančno oceno učnih rezultatov in zaznanega razvoja znanja.

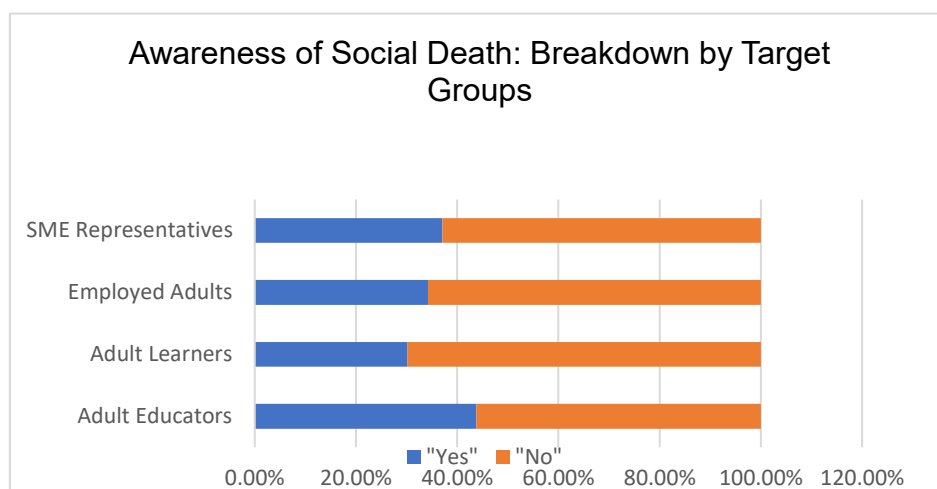
Rezultati, predstavljeni v tem razdelku, se zato osredotočajo na spremembe v ravni ozaveščenosti, zaznano razumevanje in strateško znanje, pri čemer se odgovori iz nadaljnje

ankete primerjajo z ugotovitvami iz izhodiščne ankete, da se oceni prispevek kampanje za ozaveščanje o socialni smrti.

Slika 1 prikazuje združene odgovore iz nadaljnje ankete na Vprašanje 1, ki prikazujejo samooceñeno poznanost pojma socialne smrti po sodelovanju v kampanji, razdeljeno po ciljnih skupinah.

Po Dillard & Storberg-Walker (2022) obstaja potreba po globljem razumevanju, kako organizacije učinkovito vključujejo raznolikost in ustvarjajo bolj vključujoče okolje. Trenutno je raznolikost ena izmed pomembnih prioritet v izobraževanju, s jasnim ciljem – pripraviti in razviti zaposlene, ki so sposobni upravljati učni proces v različnih okoljih. Posledica neupoštevanja raznolikosti je izključevanje ali ostrakizem, ki je znano, da lahko vodi do socialne smrti.

Slika 1: Odgovori na vprašanje 1: Ozaveščenost o socialni smrti: razčlenitev po ciljnih skupinah; vse ciljne skupine po državah. Podatki iz izhodiščnega poročila CARE o kartiranju. Oktober 2024

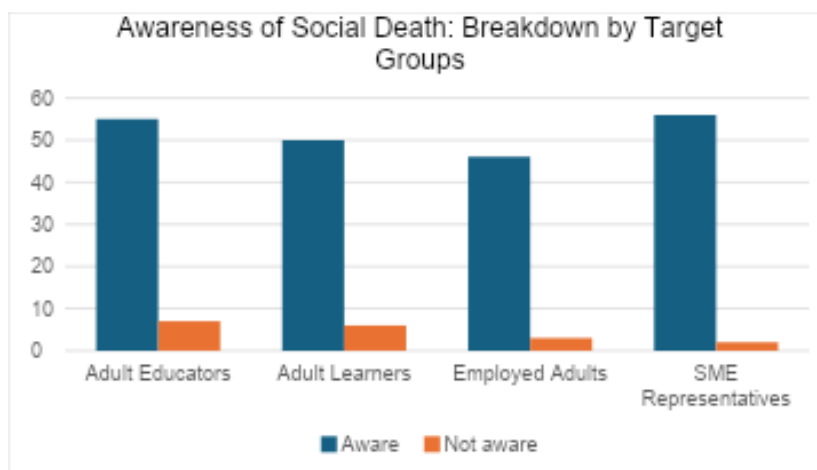


Med fazo izhodiščnega kartiranja (oktober 2024) je večina respondentov v vseh ciljnih skupinah poročala, da še niso slišali za izraz „socialna smrt“, pri čemer je le manjšina navedla predhodno ozaveščenost. To je potrdilo pomembno vrzel v ozaveščenosti na začetku projekta CARE.

Nasprotno pa rezultati nadaljnje ankete, zbrani po sodelovanju v kampanji CARE za ozaveščanje o socialni smrti in mednarodnem webinarju, kažejo znaten porast ozaveščenosti

v vseh ciljnih skupinah. Izobraževalci odraslih, udeleženci izobraževanja odraslih, zaposleni odrasli in predstavniki MSP so večinoma poročali o poznanosti in razumevanju pojma socialne smrti.

Slika 2: Odgovori na vprašanje 1: Ozaveščenost o socialni smrti: razčlenitev po ciljnih skupinah; vse ciljne skupine po državah. Podatki iz nadaljnje ankete.



Ta primerjava kaže, da je kampanja učinkovito nagovorila vrzel v ozaveščenosti, ugotovljeno v izhodiščni fazi, in uspešno predstavila koncept socialne smrti različnim občinstvom v izobraževanju odraslih in delovnem okolju.

Med fazo izhodiščnega kartiranja je bila ozaveščenost o pojmu socialne smrti v profesionalnih kontekstih omejena v vseh ciljnih skupinah. Samo 15,6 % izobraževalcev odraslih in 16,3 % udeležencev izobraževanja odraslih je poročalo, da so se srečali z izrazom v okoljih za izobraževanje odraslih, medtem ko je bila ozaveščenost med zaposlenimi odraslimi (34,2 %) in predstavniki MSP (37,1 %) nekoliko višja, vendar še vedno zmerna.

Nasprotno pa rezultati nadaljnje ankete prikazujejo znaten porast ozaveščenosti po sodelovanju v kampanji CARE in mednarodnem webinarju. Ozaveščenost v kontekstu izobraževanja odraslih se je povečala na 98,4 % med izobraževalci odraslih in 91,1 % med udeleženci izobraževanja odraslih, medtem ko je ozaveščenost v delovnih okoljih dosegla 95,9 % med zaposlenimi odraslimi in 96,6 % med predstavniki MSP.

Ta primerjava kaže, da je kampanja bila učinkovita ne samo pri predstavitvi koncepta socialne smrti, temveč tudi pri vključevanju le-tega v prakso izobraževanja in delovnih okolij, s čimer je neposredno naslovila vrzel, ugotovljeno v izhodiščni fazi.

Nekateri raziskovalci ugotavljajo, da je raziskav o vključujočem izobraževanju za učence z čustvenimi in/ali vedenjskimi težavami malo, prav tako o tem, koliko prejemajo raziskovalno podprto poučevanje in podporo v izobraževalnih okoljih. Poleg tega je malo raziskav o praksah, v katerih so izobraževalci zavedni, pripravljeni ali sposobni sodelovati in verjamejo, da so učinkoviti pri zagotavljanju vključujočega poučevanja za učence s čustvenimi in/ali vedenjskimi težavami (McKenna et al., 2023). Raziskave o vključujočih delovnih okoljih kažejo, da vključujoče vodstvo pomaga zaposlenim izboljšati inovativno vedenje pri delu preko posrednih učinkov vključenosti in reciprocitete (Umrani et al., 2024). V programih usposabljanja naj menedžerji, učitelji in druge avtoritete poudarijo pomen zagotavljanja varne baze za izključene udeležence, da zmanjšajo negativne posledice ostrakizma (Mikulincer & Shaver, 2009; Yaakobi, 2019).

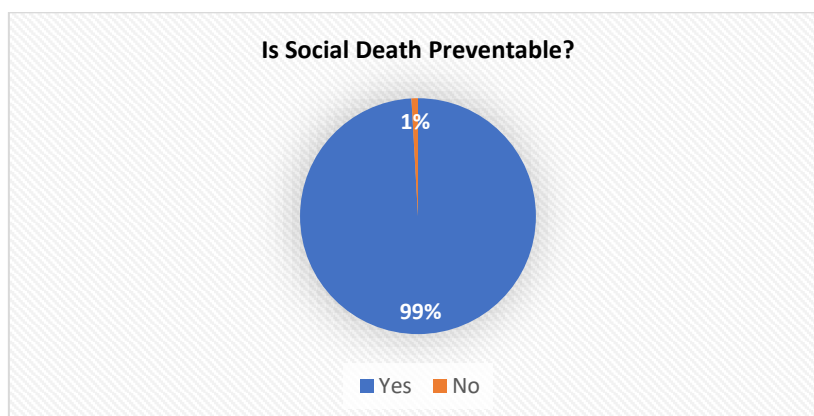
Vprašanje 3 je raziskovalo percepcijo respondentov glede tega, ali je socialna smrt preprečljiva, kar predstavlja stališčno dimenzijo, povezano s stopnjo upanja, zmožnosti ukrepanja in pripravljenosti na preventivne aktivnosti. Rezultati izhodiščnega kartiranja so že nakazovali močno prepričanje o preprečljivosti: 95 % respondentov je menilo, da je socialna smrt preprečljiva, kar kaže na splošno optimistično in proaktivno naravnost ciljnih skupin na začetku projekta CARE.

Rezultati nadaljnje ankete krepijo in dodatno utrjujejo to percepcijo. Po sodelovanju v kampanji CARE in mednarodnem webinarju je 99,1 % respondentov (223 od 225) potrdilo, da je socialna smrt preprečljiva. Ta skoraj enotna soglasnost v vseh ciljnih skupinah kaže na jasno konsolidacijo pozitivnih stališč glede preventive in intervencije.

Opazni porast od izhodiščne faze do nadaljnje ankete kaže, da kampanja ni le ohranila obstoječi optimizem, temveč je tudi okrepila zaupanje respondentov v preprečevanje, verjetno z zagotavljanjem konkretnega znanja, praktičnih perspektiv in jasnejšega razumevanja mehanizmov, s katerimi se lahko socialna smrt naslovi. Z vidika socialne

psihologije se to ujema s koncepti upanja, odpornosti ter zaznane osebne in kolektivne zmožnosti ukrepanja, ki so kritični predpogoji za preoblikovanje ozaveščenosti v smiselno preventivno vedenje.

Slika 3: Odgovori na vprašanje 3: Ali je socialna smrt preprečljiva?; vse ciljne skupine po državah – nadaljnja anketa.



Vprašanje 4 je raziskovalo, ali so respondenti v različnih vlogah v izobraževanju odraslih in delovnem okolju poznali konkretne strategije za zmanjšanje tveganja socialne smrti. Namen tega vprašanja je bil oceniti stopnjo praktičnega znanja ter ugotoviti, ali so potrebna dodatna navodila in viri.

Med fazo izhodiščnega kartiranja je bila ozaveščenost o preventivnih strategijah omejena v vseh ciljnih skupinah. Samo 33,3 % izobraževalcev odraslih in 25,6 % udeležencev izobraževanja odraslih je poročalo, da pozna take strategije, medtem ko je bila ozaveščenost med zaposlenimi odraslimi (21,1 %) in predstavniki MSP (17,1 %) še nižja. Te ugotovitve so poudarile jasno vrzel med prepričanjem, da je socialna smrt preprečljiva, in sposobnostjo identificiranja praktičnih ukrepov za podporo preventivi.

Rezultati nadaljnje ankete kažejo znaten in dosleden porast znanja o preventivnih strategijah v vseh ciljnih skupinah po sodelovanju v kampanji CARE za ozaveščanje o socialni smrti in mednarodnem webinarju. V nadaljnji fazi:

- 100 % izobraževalcev odraslih (62 od 62) je poročalo, da pozna strategije za zmanjšanje tveganja socialne smrti;



- 96,4 % udeležencev izobraževanja odraslih (54 od 56) je navedlo poznavanje takih strategij;
- 98,0 % zaposlenih odraslih (48 od 49) je poročalo o znanju preventivnih pristopov;
- 98,3 % predstavnikov MSP (57 od 58) je potrdilo ozaveščenost o ustreznih strategijah.

Ta izrazita izboljšava dokazuje, da je bila kampanja zelo učinkovita pri zapiranju vrzeli v praktičnem znanju, ugotovljene v izhodiščni fazi. Medtem ko so respondenti sprva izražali optimizem glede preprečljivosti socialne smrti, rezultati nadaljnje ankete kažejo, da se je ta optimizem preoblikoval v konkretno razumevanje izvedljivih strategij, zlasti v kontekstu izobraževanja in delovnih okolij.

Slika 4 prikazuje odgovore iz nadaljnje ankete na vprašanje 4, ki prikazujejo porazdelitev ozaveščenosti o strategijah preprečevanja socialne smrti po ciljnih skupinah.

Slika 4: Odgovori na vprašanje 4: Znanje o strategijah za zmanjšanje tveganja socialne smrti; vse ciljne skupine po državah – nadaljnja anketa.





4.2. Simptomi, vplivi in vzroki

Ta del ankete se je osredotočil na ozaveščenost respondentov o vzrokih, simptomih in vplivih socialne smrti, pri čemer so bili zajeti tako izobraževalni kot delovni konteksti. Enake tri konceptualne dimenzije so bile ocenjene v izhodiščni in nadaljnji anketi, da bi omogočili primerjalno analizo skozi čas.

V fazi izhodiščnega kartiranja so bila vprašanja v tej kategoriji oblikovana za oceno, ali so respondenti predhodno slišali o:

- vzrokih socialne smrti (npr. zavrnitev, ostrakizem, izključitev, odvzem socialne podpore ali kumulativne izgube),
- simptomih socialne smrti (npr. izguba identitete, izguba socialnih odnosov, odmik od vsakodnevnih aktivnosti),
- in vplivih socialne smrti v kontekstu izobraževanja odraslih ali delovnih okolij, odvisno od vloge respondentov.

Odgovori iz izhodiščne ankete so bili zbrani z binarnimi možnostmi odgovora (Da/Ne), kar je zajelo predhodno izpostavljenost in prepoznavanje teh konceptov.

V nadaljnji anketi so bile ohranjene iste tematske vsebine, vendar so bila vprašanja preoblikovana z vidika po kampanji. Namesto da bi vprašali, ali so respondenti kdaj slišali za vzroke, simptome ali vplive socialne smrti, so vprašalniki nadaljnje ankete merili samoocenjeno razumevanje respondentov po sodelovanju v kampanji CARE in/ali mednarodnem webinarju. Ta prilagoditev je omogočila natančnejšo oceno učnih rezultatov in globine ozaveščenosti, hkrati pa je ohranila konceptualno usklajenost z indikatorji iz izhodiščne ankete.

Tri vprašanja v tej kategoriji so obravnavala naslednje vidike:

- *Vprašanje 1: Vzroki socialne smrti*

Ozaveščenost in razumevanje glavnih vzrokov socialne smrti, vključno s socialno



zavrnitvijo, ostrakizmom, izgubo podpore in kumulativnimi socialnimi izgubami, kot je opisano v literaturi.

- *Vprašanje 2: Simptomi socialne smrti*

Ozaveščenost in razumevanje ključnih simptomov, kot so izguba identitete, odmik od socialnega življenja, zmanjšano sodelovanje pri vsakodnevnih aktivnostih in zmanjšana samovrednost.

- *Vprašanje 3: Vplivi socialne smrti*

Ozaveščenost o vplivih socialne smrti v:

- *kontekstu izobraževanja odraslih (za izobraževalce in udeležence izobraževanja odraslih), vključno z zmanjšano motivacijo, sodelovanjem in občutkom pripadnosti;*
- *delovnem okolju (za zaposlene odrasle in predstavnike MSP), vključno z vplivi na dobro počutje, zaupanje, čustveno izčrpanost, produktivnost in fluktuacijo zaposlenih.*

Rezultati, predstavljeni v tem razdelku, primerjajo prepoznavanje vzrokov, simptomov in vplivov v izhodiščni fazi s kasnejšo samooceno razumevanja, kar omogoča oceno, ali je kampanja CARE prispevala k globljemu konceptualnemu razumevanju in kontekstualni ozaveščenosti med ciljnih skupinami.

Vprašanje 1 je bilo namenjeno oceni ozaveščenosti respondentov o možnih vzrokih socialne smrti, kot jih identificira znanstvena literatura, vključno z zavrnitvijo, zlorabo, ostrakizmom, izključitvijo, odvzemom podpore skupnosti in kumulativnimi socialnimi izgubami. Namen vprašanja je bil oceniti razumevanje osnovnih vzrokov socialne izolacije in socialne smrti.

Med fazo izhodiščnega kartiranja je bila ozaveščenost o vzrokih socialne smrti omejena. Pomemben delež respondentov (58,8 %) je poročal, da ni seznanjen z vzroki socialne smrti, medtem ko je le 41,2 % navedlo predhodno ozaveščenost. Te ugotovitve so razkrile opazno vrzel v znanju o temeljnih mehanizmih, ki prispevajo k socialni izolaciji in socialni smrti, ter poudarile potrebo po ciljno usmerjenih izobraževalnih intervencijah.

V nasprotju s tem rezultati nadaljnje ankete kažejo znaten porast ozaveščenosti po sodelovanju v kampanji CARE za ozaveščanje o socialni smrti in mednarodnem webinarju. Analiza podatkov nadaljnje ankete kaže, da je 223 od 225 respondentov (99,1 %) poročalo o ozaveščenosti o vzrokih socialne smrti, medtem ko sta le 2 respondenta (0,9 %) navedla, da z njimi nista seznanjena. Ta izboljšava je skladna v vseh ciljnih skupinah in odraža označeno krepitev konceptualnega razumevanja.

Primerjava rezultatov izhodiščne in nadaljnje ankete kaže, da je kampanja učinkovito zapolnila vrzel v znanju, ki je bila prej ugotovljena, in znatno povečala ozaveščenost respondentov o kompleksnih in večplastnih vzrokih socialne smrti. Znanstvena literatura poudarja pomen takšnega razumevanja, saj lahko psihološke in čustvene travme, povezane s socialno izključenostjo, motijo razvoj socialnih, čustvenih in vedenjskih kompetenc, ključnih za ohranjanje podpornih medosebnih odnosov (Blodgett & Lanigan, 2018; Keels et al., 2022; Dods, 2013). Poleg tega se odzivi posameznikov na ostrakizem in njihova občutljivost na izključenost razlikujejo glede na osebne potrebe, kontekstualne dejavnike in zaznano namero, kar vodi do vedenja, ki sega od povečane socialne pozornosti do agresije ali odmaknjenosti (Williams, 2007). Povečana ozaveščenost o teh vzrokih je zato kritičen predpogoj za pravočasno prepoznavo in učinkovito preprečevanje socialne smrti.

Vprašanje 2 je raziskovalo ozaveščenost respondentov o simptomih socialne smrti, kot so jih identificirali avtorji literature, vključno z izgubo identitete, zmanjšano sposobnostjo sodelovanja v vsakodnevnih aktivnostih, izgubo socialnih odnosov in odklopom od socialnega življenja. Namen vprašanja je bil oceniti sposobnost respondentov za prepoznavanje znakov in posledic socialne izolacije in socialne odmaknjenosti.

Med fazo izhodiščnega kartiranja je bila ozaveščenost o simptomih socialne smrti omejena. Večina respondentov (55,4 %) je poročala, da ni seznanjena s simptomi, medtem ko je 44,6 % navedlo ozaveščenost. Te ugotovitve so nakazale pomembno vrzel pri prepoznavanju zgodnjih indikatorjev socialne smrti, kar lahko ovira pravočasno identifikacijo in intervencijo ter poveča tveganje za dolgotrajno socialno izolacijo.

V nasprotju s tem rezultati nadaljnje ankete kažejo skoraj univerzalno raven ozaveščenosti po sodelovanju v kampanji CARE in mednarodnem webinarju. Analiza podatkov nadaljnje ankete kaže, da je 224 od 225 respondentov (99,6 %) poročalo o ozaveščenosti o simptomih socialne smrti, medtem ko je le en respondent (0,4 %) navedel pomanjkanje poznavanja. Ta izboljšava je skladna v vseh ciljnih skupinah in odraža pomembno krepitev sposobnosti respondentov za prepoznavanje ključnih opozorilnih znakov.

Primerjava med izhodiščno in nadaljnjo anketo kaže, da je kampanja zelo učinkovito zapolnila vrzel v znanju, povezano s prepoznavanjem simptomov. To je še posebej pomembno, saj učinkoviti odzivi na socialno izolacijo in izključenost niso odvisni le od razumevanja dejavnikov tveganja, ampak tudi od prepoznavanja zaščitnih in zgodnjih opozorilnih indikatorjev, ki podpirajo duševno zdravje in socialno dobrobit (Waid & Urich, 2020). Čeprav prejšnje raziskave kažejo, da sama ozaveščenost ne pomeni vedno vključujoče prakse (Kauffman & Badar, 2016; McKenna et al., 2023), izboljšano prepoznavanje simptomov predstavlja kritičen prvi korak k pravočasni podpori, preventivi in smiselni intervenciji.

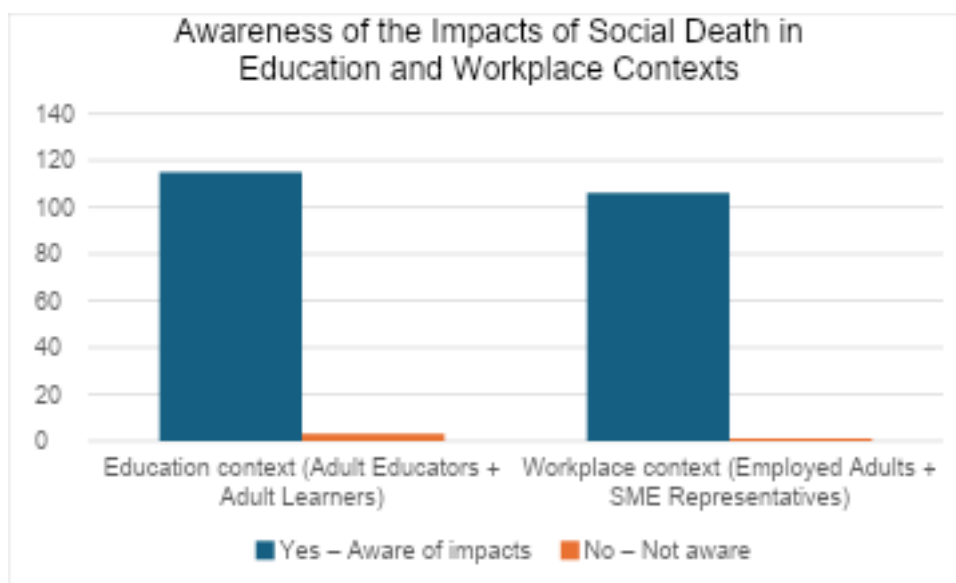
Vprašanje 3 je raziskovalo ozaveščenost respondentov o specifičnih vplivih socialne smrti v njihovih profesionalnih kontekstih, torej v izobraževanju odraslih (za izobraževalce in udeležence izobraževanja odraslih) in na delovnem mestu (za zaposlene odrasle in predstavnike MSP). Ker se posledice socialne smrti različno izražajo v izobraževalnih in organizacijskih okoljih, je bilo vprašanje kontekstualno prilagojeno, da se zagotovi relevantnost in smiselna interpretacija za vsako ciljno skupino.

Med fazo izhodiščnega kartiranja je bila ozaveščenost o vplivih socialne smrti v profesionalnih kontekstih zmerna, a neenakomerno razporejena. Približno 52,0 % respondentov v vlogah, povezanih z izobraževanjem, in 50,7 % respondentov v delovnih vlogah je poročalo o ozaveščenosti o vplivih socialne smrti. Te ugotovitve so pokazale, da je obstajalo nekaj razumevanja posledic socialne izolacije, a so še vedno obstajale znatne vrzeli v znanju, zlasti glede tega, kako socialna smrt vpliva na učenje, dobro počutje, motivacijo, zaupanje in produktivnost v specifičnih kontekstih.

Rezultati nadaljnje ankete kažejo opazno izboljšanje kontekstualne ozaveščenosti po sodelovanju v kampanji CARE in mednarodnem webinarju. Analiza podatkov nadaljnje ankete kaže, da je 221 od 225 respondentov (98,2 %) poročalo o ozaveščenosti o vplivih socialne smrti v njihovih izobraževalnih ali delovnih kontekstih, medtem ko je le 4 respondenta (1,8 %) navedla pomanjkanje ozaveščenosti. Ta povečava je bila dosledno opažena tako v izobraževalno kot delovno usmerjenih ciljnih skupinah.

Primerjava med izhodiščnimi in nadaljnjimi ugotovitvami kaže, da je bila kampanja zelo učinkovita pri poglobljanju razumevanja respondentov o tem, kako socialna smrt deluje v realnih profesionalnih okoljih, namesto da bi ostala abstrakten ali teoretičen koncept. S predstavitvijo dokazov in primerov, specifičnih za posamezne kontekste, med kampanjskimi aktivnostmi se zdi, da je iniciativa CARE uspešno naslovila vrzel, ugotovljeno v fazi izhodiščnega kartiranja, in okrepila sposobnost respondentov za prepoznavanje praktičnih posledic socialne izolacije in ostrakizma tako v izobraževalnem kot delovnem okolju.

Slika 5: Odgovori na vprašanje 3: Ozaveščenost o vplivih socialne smrti v izobraževalnih in delovnih kontekstih; vse ciljne skupine (države) – nadaljnja anketa.



4.3. Državljska odgovornost

Ta razdelek je preučeval percepcijo državljske odgovornosti respondentov v povezavi s socialno smrtjo, pri čemer se je osredotočal na ravnotežje med individualno sposobnostjo ukrepanja in kolektivno odgovornostjo, pa tudi na zaznane ovire pri vključevanju ozaveščenosti o socialni smrti v izobraževanje odraslih in strokovno prakso. Vprašanja v tej kategoriji raziskujejo pripravljenost respondentov za ukrepanje, njihov občutek osebne in družbene odgovornosti ter strukturne izzive, povezane z izobraževanjem in ozaveščanjem.

Enake tri konceptualne dimenzije so bile ocenjene tako v izhodiščni kot v nadaljnji anketi, da bi se zagotovila primerljivost skozi čas. Kot pri prejšnjih razdelkih so bila v nadaljnji anketi nekatera vprašanja prilagojena, da odražajo perspektivo po kampanji in zajamejo spremembe v stališčih in zaznani sposobnosti ukrepanja po sodelovanju v kampanji CARE za ozaveščanje o socialni smrti in/ali mednarodnem webinarju.

Tri vprašanja, obravnavana v tej kategoriji, so bila:

- Vprašanje 1: Individualna proti kolektivni odgovornosti
To vprašanje je raziskovalo, ali respondenti socialno smrt dojemajo predvsem kot individualno težavo ali kot fenomen, ki zahteva podporo na ravni skupnosti in kolektivno odgovornost, pri čemer se je upoštevalo koncept državljske angažiranosti in družbene odgovornosti (Vrablikova, 2008; Hsu et al., 2021).
- Vprašanje 2: Osebna sposobnost ukrepanja in pripravljenost
To vprašanje je ocenjevalo, kako respondenti dojemajo svojo sposobnost prispevati k zmanjšanju tveganja socialne smrti, ločeno po ciljnih skupinah (izobraževalci odraslih, odrasli učenci, zaposleni odrasli in predstavniki MSP). V izhodiščni anketi so odgovori zajemali splošne percepcije sposobnosti ukrepanja z binarnimi možnostmi (Da/Ne). V nadaljnji anketi je bilo vprašanje ohranjeno, da se oceni, ali je sodelovanje v kampanji okrepilo občutek osebne odgovornosti in zmogljivosti za ukrepanje.
- Vprašanje 3: Zaznane ovire za vključevanje v izobraževanje odraslih
To vprašanje je raziskovalo mnenja respondentov o glavnih ovirah, ki omejujejo vključevanje ozaveščenosti o socialni smrti v kurikule in prakse izobraževanja odraslih.

Respondente so prosili, naj izberejo največ tri zoznane ovire, kar omogoča večdimenzionalno razumevanje strukturnih, izobraževalnih in družbenih izzivov.

Rezultati, predstavljeni v tem razdelku, primerjajo ugotovitve iz izhodiščne in nadaljnje ankete, da bi ocenili, ali je kampanja CARE za ozaveščanje o socialni smrti prispevala k močnejši državljanski usmerjenosti, povečani zaznani sposobnosti ukrepanja in bolj jasni identifikaciji sistemskih ovir, ki so ključne komponente za trajnostno preprečevanje socialne smrti.

Vprašanje 1 je raziskovalo percepcijo respondentov, ali je socialna smrt predvsem individualna odgovornost ali pa fenomen, ki zahteva širšo podporo skupnosti in kolektivno delovanje. Cilj je bil oceniti državljansko usmerjenost respondentov in razumevanje socialne smrti kot vprašanja socialne pravičnosti, ne le osebne zadeve.

V fazi izhodiščnega kartiranja je velika večina respondentov (70,3 %) menila, da preprečevanje socialne smrti zahteva podporo skupnosti, medtem ko je 10,8 % respondentov to videlo predvsem kot individualno odgovornost. Pomembno je, da je 18,9 % respondentov navedlo, da potrebuje več informacij o konceptu socialne smrti, preden oblikujejo mnenje, kar je izpostavilo vrzeli v ozaveščenosti in konceptualni jasnosti na začetku projekta CARE.

Rezultati nadaljnje ankete kažejo jasno utrditev percepcije kolektivne odgovornosti po sodelovanju v kampanji CARE za ozaveščanje o socialni smrti in mednarodnem webinarju. Analiza podatkov iz nadaljnje ankete kaže, da 209 od 225 respondentov (92,9 %) meni, da preprečevanje socialne smrti zahteva podporo na ravni skupnosti in kolektivno delovanje. Samo 9 respondentov (4,0 %) je socialno smrt opredelilo kot predvsem individualno vprašanje, medtem ko je 7 respondentov (3,1 %) poročalo, da potrebujejo dodatne informacije, preden oblikujejo mnenje.

Primerjava med izhodiščnimi in nadaljnjimi ugotovitvami kaže opazno premikanje k močnejšemu državljanskemu in kolektivnemu razumevanju socialne smrti. Znatno zmanjšanje števila respondentov, ki so izražali negotovost, nakazuje, da je kampanja učinkovito pojasnila socialne dimenzije socialne smrti in okrepila vlogo skupnosti, institucij in deljene odgovornosti pri preprečevanju.

Ta premik je skladen s perspektivami, ki poudarjajo socialno pravičnost in kolektivno odgovornost pri obravnavi socialne izključenosti in prikrajšanosti (Ornstein, 2017). Izobraževalne in ozaveščevalne pobude igrajo osrednjo vlogo pri umeščanju individualnih izkušenj socialne izolacije v širše socialne, kulturne in strukturne kontekste, s čimer podpirajo tako individualno dobrobit kot družbene spremembe (Cheguvera & Arur, 2024).

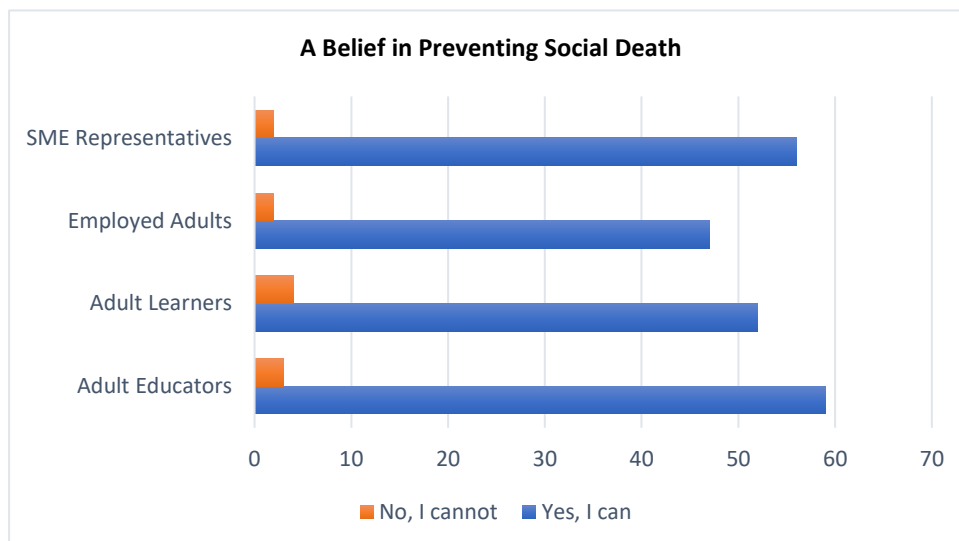
Vprašanje 2 je ocenjevalo občutek osebne sposobnosti ukrepanja respondentov in prepričanje, da lahko prispevajo k zmanjšanju tveganja socialne smrti v svojih vlogah izobraževalcev odraslih, odraslih učencev, zaposlenih odraslih in predstavnikov MSP. Vprašanje je imelo cilj zajeti, ali se respondenti dojemajo kot aktivni akterji pri preprečevanju, ne le pasivni opazovalci socialne izolacije.

V fazi izhodiščnega kartiranja je bil splošno pozitiven občutek sposobnosti ukrepanja že opazen pri vseh ciljnih skupinah, pri čemer je med 84 % in 92 % respondentov navedlo, da verjamejo, da lahko prispevajo k preprečevanju socialne smrti. Vendar pa so te percepcije obstajale skupaj z omejeno ozaveščenostjo o konceptih socialne smrti in strategijah preprečevanja, kot je bilo ugotovljeno v prejšnjih izhodiščnih vprašanjih.

Rezultati nadaljnje ankete kažejo nadaljnjo utrditev osebne sposobnosti ukrepanja po sodelovanju v kampanji CARE za ozaveščanje o socialni smrti in mednarodnem webinarju. Analiza nadaljnje ankete kaže, da 214 od 225 respondentov (95,1 %) meni, da lahko osebno prispevajo k zmanjšanju tveganja socialne smrti. Ta visok nivo zaznane sposobnosti ukrepanja je skladen pri vseh ciljnih skupinah, z afirmativnimi odgovori:

Primerjava med izhodiščnimi in nadaljnjimi ugotovitvami kaže, da je občutek sposobnosti ukrepanja sicer že obstajal na začetku projekta, vendar je kampanja CARE igrala ključno vlogo pri krepitvi in potrditvi tega prepričanja, zlasti z povezovanjem ozaveščenosti in razumevanja socialne smrti z konkretnimi individualnimi vlogami in dejanji. Ta okrepljen občutek osebne odgovornosti je kritičen dejavnik, ki omogoča pretvorbo ozaveščenosti in znanja v pomembno preventivno vedenje v izobraževalnih in delovnih okoljih.

Slika 6 prikazuje odgovore nadaljnje ankete na Vprašanje 2, ki ilustrira zaznano osebno sposobnost respondentov za zmanjšanje tveganja socialne smrti v njihovih vlogah izobraževalcev odraslih, odraslih učencev, zaposlenih odraslih in predstavnikov MSP.



Slika 6: Zaznana osebna sposobnost za preprečevanje socialne smrti po ciljnih skupinah – rezultati nadaljnje ankete

Vprašanje 3 je preučevalo dojetanje ključnih težav in izzivov, ki omejujejo vključevanje izobraževanja o socialni smrti in preventivnih strategij v okolja izobraževanja odraslih in delovnih mest. Vprašanje je bilo prilagojeno po ciljnih skupinah, da se zagotovi kontekstualna relevantnost, saj se lahko ovire razlikujejo med izobraževalnimi in organizacijskimi okolji. Sodelujoče so povabili, naj izberejo do tri skrbi, kar omogoča bolj poglobljeno razumevanje prekrivajočih in kumulativnih izzivov.

Med fazo izhodiščnega kartiranja so rezultati pokazali širok nabor zaznanih ovir v vseh skupinah. Pogoste skrbi so vključevale pomanjkanje javnega znanja o socialni smrti, omejeno ozaveščenost med vodstvom in odločevalci ter pomanjkanje iniciativ in strukturirane podpore za vključevanje ozaveščenosti o socialni smrti v izobraževanje in usposabljanje. Pedagogi so dodatno izpostavili omejitve virov in odpor učencev, medtem ko so učenci izražali skrbi glede stigme in prepričanj, da socialna smrt morda ni ozdravljiva. Skupine, povezane z delovnim mestom, so poudarjale pomanjkanje izobraževanja, omejene vire in nizko motivacijo zaposlenih.

Rezultati nadaljnje ankete kažejo spremembo v naravi zaznanih ovir po udeležbi v kampanji CARE za ozaveščanje o socialni smrti in mednarodnem webinarju. Čeprav strukturni in sistemski izzivi ostajajo, se zdijo skrbi udeležencev premaknile od osnovne nepoučenosti proti praktičnim in implementacijskim izzivom. V obeh kontekstih – izobraževanja in delovnih mest – se najpogosteje navajajo naslednje ovire:

- nezadostne institucionalne ali organizacijske iniciative za podporo vključevanja,
- omejen čas in viri za usposabljanje in implementacijo,
- ter izzivi pri prevajanju ozaveščenosti v trajno prakso.

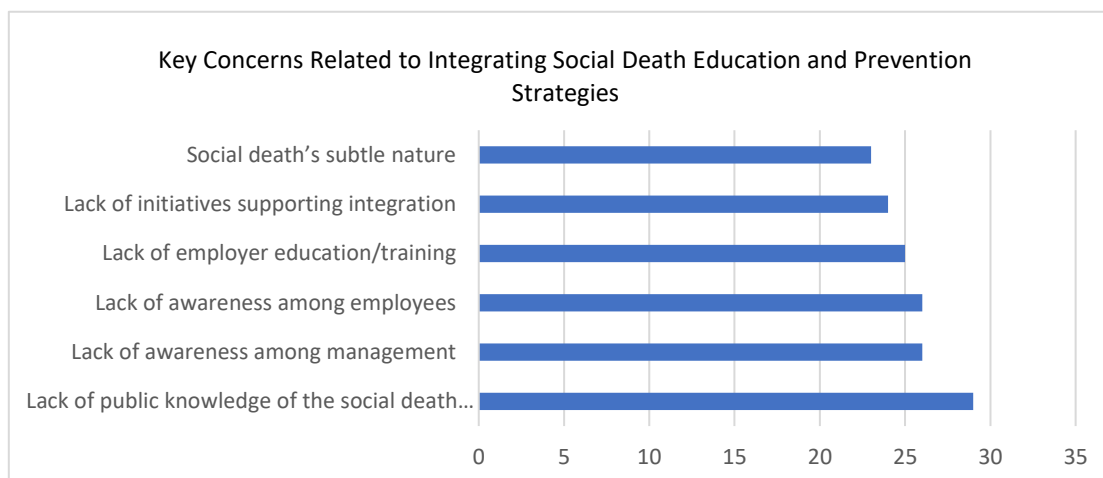
Pomembno je, da so skrbi, povezane s pomanjkanjem javnega znanja in osnovne ozaveščenosti, ki so prevladovale pri izhodiščni anketi, v nadaljnji anketi manj izrazite. To nakazuje, da je kampanja uspešno odpravila začetne vrzeli v ozaveščenosti in preusmerila fokus udeležencev na to, kako lahko izobraževanje o socialni smrti in preventiva postaneta del obstoječih učnih načrtov, programov usposabljanja in organizacijskih praks.

Razlike med ciljnih skupinami ostajajo vidne. Pedagogi še vedno poudarjajo potrebo po institucionalni podpori, virih in vključevanju v kurikulum, medtem ko učenci poročajo o manj skrbem, povezanih s stigmo, kot pri izhodiščni anketi, kar kaže na večjo odprtost in razumevanje. Zaposleni odrasli in predstavniki MSP vedno bolj opredeljujejo ovire glede organizacijskih prioritet, angažiranosti vodstva in kapacitet, namesto zgolj pomanjkanja znanja.

Na splošno primerjava med izhodiščnimi in nadaljnjimi ugotovitvami kaže, da je kampanja CARE prispevala k zrelosti perspektiv glede izobraževanja o socialni smrti: od prepoznavanja problema do razumevanja, kaj je potrebno za izvajanje rešitev. Ta premik je ključen za prehod od ozaveščanja k trajnostnim, na prakso usmerjenim intervencijam.

Slika 7 prikazuje razporeditev zaznanih skrbi, povezanih z vključevanjem izobraževanja o socialni smrti in preventivnih strategij, na podlagi združenih rezultatov nadaljnje ankete v vseh ciljnih skupinah. Slika izpostavlja najpogosteje navajane ovire v kontekstih izobraževanja odraslih in delovnih mest.

Slika 7: Odgovori na vprašanje 3: Ključne skrbi v zvezi z vključevanjem izobraževanja o socialni smrti in preventivnih strategij (združeni rezultati, vse ciljne skupine) – nadaljnja anketa



4.4. Zunanja podpora/ Razpoložljive informacije

Ta razdelek preučuje izpostavljenost anketirancev informacijam o socialni smrti in njihovo zaznano potrebo po dodatnih virih po sodelovanju v Kampanji za ozaveščanje o socialni smrti CARE. V nasprotju z oceno v izhodiščni fazi, ki se je osredotočala na predhodno razpoložljivost informacij, nadaljnja anketa ocenjuje, ali so aktivnosti kampanje – vključno z mednarodnim webinarjem, nacionalnimi dogodki in širjenjem gradiv – prispevale k izboljšanemu dostopu do informacij, povečani zaznani relevantnosti in večjemu povpraševanju po nadaljnjem učenju.

Poleg tega razdelek ocenjuje zaznano uporabnost kampanj za ozaveščanje o socialni smrti kot izobraževalnih orodij in raziskuje prednostne vsebine za prihodnje kampanje. Ugotovitve dajejo vpogled v to, kako lahko pobude za ozaveščanje podpirajo trajno učenje, vključevanje in socialno odgovornost v kontekstu izobraževanja odraslih in delovnih okolij.

Pet vprašanj, obravnavanih v tem razdelku, je bilo:



● **Vprašanje 1:**

Ali ste pred sodelovanjem v Kampanji za ozaveščanje CARE prejeli splošne informacije o socialni smrti?

Možnosti odgovora: Da / Ne

● **Vprašanje:**

Ali ste pred sodelovanjem v Kampanji za ozaveščanje CARE prejeli informacije o socialni smrti v svojem jeziku?

Možnosti odgovora: Da / Ne

● **Vprašanje 3:**

Ali menite, da obstaja potreba po dodatnih informacijah o pojavu socialne smrti?

Možnosti odgovora: Da / Ne

● **Vprašanje 4:**

Ali menite, da kampanje za ozaveščanje o socialni smrti – kot tiste, ki so bile izvedene v okviru projekta CARE – lahko pomagajo pri boljšem razumevanju pojava socialne smrti?

Možnosti odgovora: Da / Ne

● **Vprašanje 5:**

Katera vsebina bi morala imeti prednost v kampanjah za ozaveščanje o socialni smrti?

(Izberite največ tri možnosti)

o Definicija socialne smrti

o Razvoj sheme socialne izolacije

o Simptomi, vplivi in povzročitelji

o Strategije intervencije in preprečevanja

o Priporočila, kako ravnati ob socialni smrti

o Sposobnost prepoznati obstoj socialne smrti

Vprašanje 1 v nadaljnji anketi je ocenilo izpostavljenost anketirancev splošnim informacijam o socialni smrti kot rezultat sodelovanja v Kampanji za ozaveščanje CARE. V nasprotju z izhodiščno fazo – kjer je 81,1 % anketirancev navedlo, da niso prejeli splošnih informacij o socialni smrti – rezultati nadaljnje ankete kažejo popolno pokritost v vzorcu.

Vsi anketiranci (100 %, N = 225) so potrdili, da so prejeli splošne informacije o socialni smrti v okviru kampanje CARE. Ta ugotovitev kaže, da je kampanja učinkovito zapolnila informacijsko

vrzel, ugotovljeno v izhodiščni fazi, in zagotovila celovito širjenje temeljnega znanja o pojavu socialne smrti.

Dostop do splošnih informacij predstavlja ključen prvi korak pri omogočanju razumevanja, refleksije in informiranega ukrepanja pri kompleksnih družbenih vprašanjih, kot sta socialna izolacija in izključenost. Kot so poudarili Pirkis et al. (2017), lahko kampanje za ozaveščanje igrajo odločilno vlogo pri širjenju znanja, če so dobro zasnovane, jasno ciljno usmerjene in sistematično ocenjene. Rezultati nadaljnje ankete potrjujejo, da je Kampanja za ozaveščanje CARE o socialni smrti dosegla znatno število udeležencev in uspešno zagotovila temeljne informacije vsem ciljnim skupinam.

Vprašanje 2 v nadaljnji anketi je ocenilo, ali so anketiranci prejeli informacije o socialni smrti v svojem jeziku ob sodelovanju v Kampanji za ozaveščanje CARE. To vprašanje se je osredotočilo na dostopnost gradiv kampanje in na to, v kolikšni meri je jezikovno prilagojeno širjenje prispevalo k boljšemu razumevanju pojava.

V nasprotju z izhodiščno fazo – kjer je le zelo majhna manjšina anketirancev (12,8 %) poročala, da so prejeli informacije o socialni smrti v svojem maternem jeziku – rezultati nadaljnje ankete kažejo znatno izboljšanje jezikovne dostopnosti. Jasna večina anketirancev je poročala, da so prejeli informacije v jeziku, ki so ga lahko enostavno razumeli. Rezultati kažejo, da je dostopnost informacij v lastnem jeziku ključni dejavnik, ki vpliva na globino in vključevalnost ozaveščanja, zlasti v večjezičnih in meddržavnih kontekstih.

Ti rezultati potrjujejo, da imajo jezikovno prilagojena gradiva ključno vlogo pri preoblikovanju kampanj za ozaveščanje iz samega širjenja informacij v smiselne učne izkušnje. Kot je bilo poudarjeno v izhodiščni analizi, lahko omejen dostop do informacij v lastnem jeziku krepí izključenost; rezultati nadaljnje ankete kažejo, da je projekt CARE uspešno odpravil to oviro, hkrati pa poudarjajo pomen nadaljnjih naložb v večjezična izobraževalna gradiva.

Vprašanje 3 v nadaljnji anketi je ocenilo zaznano potrebo anketirancev po dodatnih informacijah o pojavu socialne smrti po sodelovanju v Kampanji za ozaveščanje CARE. Namen vprašanja je bil ugotoviti, ali anketiranci kljub izpostavljenosti kampanjskim aktivnostim in gradivom še vedno zaznavajo vrzeli v razpoložljivem znanju in virih.

Rezultati nadaljnje ankete kažejo prevladujočo in vztrajno potrebo po dodatnih informacijah, saj je 96,9 % anketirancev (N = 218) navedlo, da obstaja potreba po več informacijah o socialni smrti. Samo 3,1 % anketirancev (N = 7) je menilo, da so informacije že zadostne.

V primerjavi z izhodiščnimi rezultati – kjer je 96,6 % anketirancev prav tako izrazilo potrebo po več informacijah – ta rezultat kaže, da povečana ozaveščenost ne zmanjšuje povpraševanja. Nasprotno, večja izpostavljenost temi očitno povečuje kritično zavedanje o njeni kompleksnosti, kar poudarja potrebo po nadaljnjem izobraževanju, poglobljenih virih in strukturiranih učnih priložnostih.

Ti rezultati kažejo, da je kampanja CARE uspešno predstavila koncept socialne smrti, hkrati pa razkrila nujnost nadaljnega ozaveščanja, praktičnih smernic in dostopnih izobraževalnih gradiv za podporo dolgoročnemu razumevanju in preventivnim ukrepom.

Vprašanje 4 v nadaljnji anketi je ocenilo zaznavanje vrednosti kampanj za ozaveščanje o socialni smrti – kot so tiste, izvedene v okviru projekta CARE – pri izboljšanju razumevanja pojava socialne smrti. Vprašanje je imelo namen ugotoviti, ali anketiranci kampanje vidijo kot smiselna izobraževalna orodja, ne le enkratne informativne aktivnosti.

Rezultati nadaljnje ankete kažejo zelo močno zaupanje v izobraževalno vrednost kampanj, saj je 97,3 % anketirancev (N = 219) navedlo, da jim takšne kampanje pomagajo bolje razumeti socialno smrt. Samo 2,7 % anketirancev (N = 6) je izrazilo nasprotno mnenje.

Ti rezultati se tesno ujemajo z izhodiščnimi izsledki, kjer je 96,6 % anketirancev prav tako verjelo v korist kampanj za ozaveščanje. Vendar pa, če jih interpretiramo skupaj z dokazom iz nadaljnje ankete o povečani izpostavljenosti informacijam in izboljšani jezikovni dostopnosti, rezultati kažejo premik od teoretičnega sprejemanja k izkušenski potrditvi učinkovitosti kampanje.

Skupaj z rezultati vprašanja 3 – kjer so anketiranci izrazili vztrajno potrebo po več informacijah – izsledki kažejo ne le močno odprtost, temveč tudi vztrajno povpraševanje po strukturiranih, dobro zasnovanih kampanjah za ozaveščanje. To potrjuje pomembnost kampanj za



ozaveščanje o socialni smrti kot učinkovitega mehanizma za dolgoročno učenje, vključevanje in preprečevanje v okviru izobraževanja odraslih in delovnega okolja.

Vprašanje 5 v nadaljnji anketi je imelo namen identificirati prioritete anketirancev glede vsebine kampanj za ozaveščanje o socialni smrti po sodelovanju v Kampanji za ozaveščanje CARE. Anketiranci so bili pozvani, naj izberejo do tri vsebinska področja, ki jih štejejo za najpomembnejša za vključitev v prihodnje kampanje in izobraževalne pobude. To vprašanje daje ključni vpogled v to, kako se je ozaveščenost razvila v bolj konkretna pričakovanja glede učenja, smernic in ukrepanja.

Rezultati nadaljnje ankete (N = 225; dovoljene so večkratne izbire) kažejo jasno prioritizacijo tako temeljnega razumevanja kot praktične uporabnosti. Najpogosteje izbrana vsebinska področja so bila Definicija socialne smrti (125 navedb) in Priporočila, kako ravnati ob socialni smrti (125 navedb), sledila je Sposobnost prepoznati obstoj socialne smrti (111 navedb) in Simptomi, vplivi in povzročitelji (109 navedb). Manj pogosto prioritizirane, a še vedno relevantne, so bile Strategije intervencije (76 navedb) in Razvoj sheme socialne izolacije (72 navedb).

V primerjavi z izsledki izhodiščnega kartiranja je mogoče opaziti opazen premik v prioritetah. V izhodiščni anketi so anketiranci predvsem prioritizirali Simptome, vplive in povzročitelje, sledila so Priporočila, kako ravnati ob socialni smrti, in Definicija socialne smrti, kar je odražalo začetno potrebo po razumevanju pojava in njegovih posledic. V nasprotju s tem rezultati nadaljnje ankete kažejo bolj uravnotežen poudarek med razumevanjem, kaj socialna smrt je, in tem, kako se nanjo odzvati v praksi. To kaže, da je izpostavljenost dejavnostim kampanje CARE udeležence premaknila od zgolj ozaveščenosti o problemu k bolj k rešitvam usmerjenemu pristopu.

Povečana prioritizacija sposobnosti prepoznati obstoj socialne smrti dodatno nakazuje premik k uporabnemu znanju. Anketiranci se očitno vse bolj osredotočajo na razvijanje veščin, ki jim omogočajo zgodnje prepoznavanje znakov socialne izolacije in izključenosti v realnih izobraževalnih in delovnih okoljih. To se ujema s širšimi cilji projekta CARE, ki poudarjajo



preprečevanje, zgodnjo intervencijo in opolnomočenje izobraževalcev odraslih, učencev in delodajalcev.

Hkrati pa relativno nižja prioritizacija teoretičnih konceptov, kot je razvoj sheme socialne izolacije, kaže, da čeprav so konceptualni modeli še vedno pomembni, anketiranci dajejo večjo takojšnjo vrednost vsebini, ki podpira prepoznavanje, odločanje in ukrepanje. To odraža zorenje razumevanja: ko je osnovna ozaveščenost vzpostavljena, si udeleženci in praktiki želijo orodja, ki jih je mogoče neposredno uporabiti v njihovih profesionalnih in družbenih okoljih.

5. Zaključki

Nadaljnje poročilo o kartiranju ozaveščenosti o socialni smrti jasno kaže, da je Kampanja za ozaveščanje o socialni smrti dosegla svoj glavni cilj: premakniti ključne ciljne skupine od omejenega konceptualnega zavedanja k informiranemu razumevanju, občutku lastne učinkovitosti in pripravljenosti za ukrepanje pri preprečevanju socialne smrti in poti socialne izolacije.

Primerjava med ugotovitvami iz izhodiščne in nadaljnje faze potrjuje, da je kampanja učinkovito zapolnila začetno vrzel v ozaveščenosti. Medtem ko je poročilo o izhodiščnem kartiranju razkrilo široko nepoznavanje koncepta socialne smrti in njenih manifestacij med andragoški delavci, odraslimi učenci, zaposlenimi odraslimi in predstavniki MSP, rezultati nadaljnje faze kažejo skoraj univerzalno zavedanje o pojmu in njegovi pomembnosti tako v izobraževalnem kot delovnem okolju. Ta sprememba ni posledica naključne izpostavljenosti, temveč odraža strukturirano razširjanje informacij in izobraževalni pristop kampanje CARE.

Pomembno je, da se povečano zavedanje ni ohranilo le na opisni ravni. Zavedanje o vzrokih, simptomih in vplivih socialne smrti je doseglo skoraj popolno pokritost v vseh ciljnih skupinah, kar kaže na premik od površinskega prepoznavanja k bolj poglobljenemu razumevanju. Ta napredek je ključnega pomena, saj preprečevanje socialne smrti zahteva ne le poimenovanje pojava, temveč tudi prepoznavanje njegovih mehanizmov in zgodnjih opozorilnih znakov v resničnih kontekstih.

Ključna analitična ugotovitev nadaljnje evalvacije je prehod od abstraktne preprečljivosti k zaznani učinkovitosti. Medtem ko so anketiranci v izhodiščni fazi že verjeli, da je socialna smrt preprečljiva, rezultati nadaljnje faze kažejo, da je to prepričanje zdaj povezano z zaupanjem v osebno in specifično vlogo za ukrepanje. Andragoški delavci, predstavniki MSP, zaposleni odrasli in odrasli učenci v veliki večini poročajo, da lahko prispevajo k preprečevanju v svojih vlogah, kar kaže, da je kampanja okrepila ne le znanje, ampak tudi zaznano odgovornost in kompetence.

Ugotovitve prav tako kažejo na konsolidacijo kolektivne odgovornosti. V primerjavi z izhodiščno oceno se je negotovost glede tega, ali je socialna smrt individualna ali družbena težava, bistveno zmanjšala. Večina anketirancev zdaj jasno prepozna socialno smrt kot pojav, ki zahteva vključevanje na ravni skupnosti, organizacij in institucij. Ta premik je analitično pomemben, saj odraža razumevanje socialne smrti kot strukturnega in relacijskega procesa, ne pa kot posameznikove pomanjkljivosti, kar se tesno ujema s sodobnimi raziskavami o socialni izključenosti in vključenosti.

Glede zunanje podpore in dostopa do informacij nadaljnja evalvacija potrjuje, da je kampanja CARE uspešno naslovila prej identificirane pomanjkljivosti. Univerzalna izpostavljenost splošnim informacijam in bistveno izboljšan dostop do gradiv v maternem jeziku anketirancev kaže, da je kampanja zmanjšala ključne ovire pri dostopnosti. Hkrati pa nadaljnja in močna potreba po dodatnih informacijah kaže, da ustvarjanje ozaveščenosti ne vodi do preobremenjenosti z informacijami; nasprotno, razkriva kompleksnost pojava in potrebo po poglobljenih in specializiranih učnih virih.

Analiza prednostnih vsebin ponuja dodatni vpogled v zrelost razumevanja anketirancev. Medtem ko je izhodiščna faza poudarjala potrebo po razumevanju simptomov in vplivov, rezultati nadaljnje faze kažejo povečano prioriteto praktičnih priporočil in veščin prepoznavanja. Ta razvoj nakazuje, da se udeleženci premikajo od identifikacije problema proti bolj k rešitvam usmerjenemu mišljenju in praktični uporabi, kar je ključni korak za trajnostno preprečevanje in intervencijo.

Rezultati nadaljnje faze kažejo, da je kampanja CARE za ozaveščanje o socialni smrti delovala ne le kot informacijska aktivnost, temveč kot intervencija za krepitev zmogljivosti. Okrepila je konceptualno razumevanje, pojasnila odgovornosti, povečala zaznano učinkovitost in ustvarila povpraševanje po nadaljnjem učenju in ukrepanju.

Hkrati nadaljnja evalvacija poudarja jasne smernice za prihodnje delo. Samo ozaveščanje ni dovolj za zagotovitev trajnih sprememb; izražena potreba po praktičnih priporočilih, orodjih za prepoznavanje in strategijah intervencije kaže na potrebo po prehodu k naprednejšim, na prakso usmerjenim oblikam usposabljanja. Prihodnje pobude bi se morale zato osredotočiti



na integracijo preprečevanja socialne smrti v učne načrte izobraževanja odraslih, delovna usposabljanja in organizacijske politike, pri čemer bi gradile na temelju, ki jih je postavila kampanja CARE.



6. LITERATURA

- Auais, M., Fadi Al-Zoubi, F., Matheson, A., Brown, K., Magaziner, J., French, D.S. (2019). Understanding the role of social factors in recovery after hip fractures: A structured scoping review. *Health Soc. Care Community* 27(6), 1375–1387. <https://doi.org/10.1111/hsc.12830>
- Bai, Y., Lu, L., & Lin-Schilstra, L. (2022). Auxiliaries to abusive supervisors: The spillover effects of peer mistreatment on employee performance. *Journal of Business Ethics*, 178, 219–237.
- Blodgett, C., Lanigan, J. D. (2018). The association between adverse childhood experience (ACE) and school success in elementary school children. *School Psychology Quarterly*, 33(1), 137. <https://doi-org.datubazes.lanet.lv/10.1037/spq0000256>
- Cheguvera, N., Arur, A.A. (2024). Exploring How Gender and Culture Shape the Lived Experiences of Indian Clients with Emotional Abuse: A Social Justice Approach to Counselling. *Int J Adv Counselling* 46, 538–566. <https://doi-org.datubazes.lanet.lv/10.1007/s10447-024-09561-4>
- Dillard, N., Storberg-Walker, J. (2022). Co-Conspirators: The Journey of Two Educators to Engage JEDI Within Critical Leadership Education. In: Marques, J., Dhiman, S. (eds) *Leading With Diversity, Equity and Inclusion. Future of Business and Finance*. Springer, Cham. https://doi-org.resursi.rtu.lv/10.1007/978-3-030-95652-3_19
- Dods, J. (2013). Enhancing understanding of the nature of supportive school-based relationships for youth who have experienced trauma. *Canadian Journal of Education/Revue canadienne de l'éducation*, 36(1), 71-95.
- Ghane, G., Zare, Z., Shahsavari, H. et al. (2024). The process of social death in patients with hip fracture. *Sci Rep* 14, 1707. <https://doi-org.resursi.rtu.lv/10.1038/s41598-023-50115-2>
- Hsu, P.-C., Chang, I.-H., & Chen, R.-S. (2021). The Impacts of College Students' Civic Responsibility on Civic Engagement via Online Technology: The Mediations of Civic Learning and Civic Expression. *Sage Open*, 11(3). <https://doi-org.datubazes.lanet.lv/10.1177/21582440211031909>
- Huang, W., & Yuan, C. (2023). Workplace Ostracism and Helping Behavior: A Cross-Level Investigation. *Journal of Business Ethics*, 190, 787 - 800.
- Kauffman, J. M., Badar, J. (2016). It's instruction over place-not the other way around! *Phi Delta Kappan*, 98(4), 55–59. <https://doi-org.datubazes.lanet.lv/10.1177/0031721716681778>
- Keels, M., Tackie, H. & Wilkins, N. Educators Need More Than a Strong Belief in the Importance of Student Relationships. *School Mental Health* 14, 225–237 (2022). <https://doi-org.datubazes.lanet.lv/10.1007/s12310-022-09506-5>
- Králová, J. (2015). What is social death? *Contemporary Social Science*, 10(3), 235–248. <https://doi.org/10.1080/21582041.2015.1114407>
- Liu, C., Li, H., & Li, L. (2022). Examining the curvilinear relationship of job performance, supervisor ostracism, and turnover intentions. *Journal of Vocational Behavior*, 138, 103787.
- Lyu, Y., & Zhu, H. (2019). The predictive effects of workplace ostracism on employee attitudes: A job embeddedness perspective. *Journal of Business Ethics*, 158, 1083–1095.



- McKenna, W.J., Newton, X. Brigham, F. (2023). Impact of co-teaching on general educator self-reported knowledge and use of inclusive practices for students with emotional and behavioral disabilities: A pilot investigation. Wiley Online library. *Psychology in the Schools*, V 60, 8, pp. 2782-2794. <https://doi-org.resursi.rtu.lv/10.1002/pits.22890>
- Mikulincer, M., & Shaver, P. R. (2009). Boosting attachment security to promote mental health, prosocial values, and inter-group tolerance. *Psychological Inquiry*, 18, 139–156. <https://doi.org/10.1080/10478400701512646>
- Norwood, F. (2009). *The Maintenance of Life: Preventing Social Death Through Euthanasia Talk and End-of-Care—Lessons From the Netherlands*. FrancesNorwood. Durham: Carolina AcademicPress. 2009. XIII + 293 pp.
- Pirkis, J., Rossetto, A., Nicholas, A., Ftanou, M., Robinson, J., & Reavley, N. (2017). Suicide Prevention Media Campaigns: A Systematic Literature Review. *Health Communication*, 34(4), 402–414. <https://doi.org/10.1080/10410236.2017.1405484>
- Simandan, D. (2021). Social capital, population health, and the gendered statistics of cardiovascular and all-cause mortality. *SSM-Popul. Health* 16, 100971.
- Steele, C., Kidd, D. C., Castano, E. (2015). On social death: Ostracism and the accessibility of death thoughts. *Death Stud.* 39(1), 19–23. doi: 10.1080/07481187.2013.844746.
- Umrani, W. A., Siyal, S., Riyami, S. A., Memon, M. A., & Siyal, A. W. (2024). Inclusive leadership and innovative work behaviours: social exchange perspective. *Current Psychology*, 43(30), 24774–24788. <https://doi.org/10.1007/s12144-024-06192-1>
- Waid, J., Uhrich, M. (2020). A scoping review of the theory and practice of positive youth development. *The British Journal of Social Work*, 50(1), 5–24. <https://doi.org/10.1093/bjsw/bcy130>
- Williams, D.K. (2007). Ostracism: The Kiss of Social Death. Wiley Online Library, *Social and Personality Psychology Compass*, 1(1): 236-247. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2007.00004.x>
- Yaakobi, E. (2019). Fear of death mediates ostracism distress and the moderating role of attachment internal working models. Wiley Online Library, *European Journal of Social Psychology*, 49 (3): 645-657. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2532>

Priloga 1

Izobraževalci Odraslih

Ta anketa je bila zasnovana z namenom, da se oceni raven ozaveščenosti o pojavu socialne smrti z vidika izobraževalcev odraslih po dogodkih kampanje za ozaveščanje o socialni smrti. Izpolnjevanje ankete bo trajalo 10–15 minut. Vnaprej se vam zahvaljujemo za sodelovanje. Opomba: Pridobljeni podatki bodo uporabljeni STROGO v raziskovalne namene. Med študijo bodo podatki zbrani, shranjeni in analizirani na spletni platformi. Sprejeti so bili bistveni koraki za zagotovitev varstva osebnih podatkov in občutljivih informacij na podlagi naslednje uredbe in direktive.

Uredba (EU) 2016/679 o varstvu posameznikov pri obdelavi osebnih podatkov in prostem pretoku takih podatkov ter o razveljavitvi Direktive 95/46/ES (Splošna uredba o varstvu podatkov).

Z izpolnitvijo in oddajo vprašalnika soglašate z zbiranjem, shranjevanjem in obdelavo vaših osebnih podatkov.

Poglavje 1: Demografska vprašanja

1. Kakšen je vaš spol?

- Moški
- Ženski
- Nebinarni
- Raje ne povem

2. V katero starostno skupino spadate?

- 18–24
- 25–34
- 35–44
- 45–54
- 55+

3. Kakšna je vaša najvišja stopnja izobrazbe?



- Nisem dokončal/a srednje/visoke šole
- Srednja šola ali matura
- Strokovna usposobljenost
- Diploma ali podobno
- Magisterij ali doktorat

4. Katera je vaša država stalnega prebivališča?

- Latvija
- Ciper
- Slovenija

Poglavje 2: Vprašanja o ozaveščenosti

5. Poznavanje socialne smrti:

- Nikoli nisem slišal/a
- Osnovno razumevanje
- Dobro razumevanje
- Poglobljeno razumevanje

6. Samozavest pri razumevanju:

- Nikoli slišal/a
- Slišal/a, ne znam razložiti
- Splošna ideja
- Lahko razpravljam
- Lahko uporabim v praksi

7. Ali menite, da je socialno smrt mogoče preprečiti?

- Da / Ne

8. Ali poznate strategije za zmanjšanje tveganja?

- Da / Ne



Poglavje 3: Simptomi, vplivi in vzroki

9. Ali poznate glavne vzroke?

- Da / Ne

10. Ali poznate glavne simptome?

- Da / Ne

11. Ali poznate glavne vplive?

- Da / Ne

Poglavje 4: Državljska odgovornost

12. Odgovornost za preprečevanje:

- Osebna

- Skupnostna

- Oboje

- Potrebujem več znanja

13. Ali lahko prispevate kot izobraževalec odraslih?

- Da / Ne

14. Skrbi (do 3):

- Pomanjkanje izobrazbe

- Pomanjkanje raziskav

- Pomanjkanje pobud

- Pomanjkanje javnega znanja

- Težavna prepoznavnost

- Nepripravljenost udeležencev

Poglavje 5: Zunanja podpora

15. Ali ste prejeli splošne informacije?

- Da / Ne



16. Ali ste prejeli informacije v svojem jeziku?

- Da / Ne

17. Ali nameravate uporabiti ali deliti materiale?

- Da / Ne / Nisem prepričan/a

18. Ali so vam aktivnosti pomagale?

- Da / Ne

19. Najbolj koristni vidiki:

- Opredelitev
- Socialna izolacija
- Simptomi/posledice
- Strategije
- Priporočila
- Prepoznavanje

Poglavje 6: Končno vprašanje

20. Komentarji / predlogi

Zaposleni Odrasli

Ta anketa je bila pripravljena za ugotavljanje potreb in izzivov, povezanih s pojavom socialne smrti z vidika zaposlenih odraslih po dogodkih kampanje ozaveščanja o socialni smrti.

Izpolnjevanje ankete traja 10–15 minut. Najlepša hvala za vaše sodelovanje.

Opomba: Zbrani podatki bodo STROGO uporabljeni samo za raziskovalne namene.

Med raziskavo bodo podatki zbrani, shranjeni in analizirani na spletni platformi. Sprejeti so bili ključni ukrepi za zagotavljanje varstva osebnih podatkov in občutljivih informacij v skladu z naslednjo uredbo in direktivo:



Uredba (EU) 2016/679 o varstvu posameznikov pri obdelavi osebnih podatkov in o prostem pretoku takih podatkov ter razveljavitvi Direktive 95/46/ES (Splošna uredba o varstvu podatkov – GDPR).

Z izpolnitvijo in oddajo vprašalnika soglašate z zbiranjem, shranjevanjem in obdelavo vaših osebnih podatkov.

Poglavje 1: Demografska vprašanja

1. Kakšen je vaš spol?

- Moški
- Ženski
- Nebinarni
- Raje ne povem

2. Kakšna je vaša starostna skupina?

- 18–24
- 25–34
- 35–44
- 45–54
- 55+

3. Kakšna je vaša najvišja stopnja izobrazbe?

- Nisem dokončal/a srednje/visoke šole
- Srednja šola ali matura
- Strokovna usposobljenost
- Diploma ali podobno
- Magisterij ali doktorat

4. Katera je vaša država stalnega prebivališča?

- Latvija
- Ciper
- Slovenija



Poglavje 2: Awareness-based Questions

5. Ključne značilnosti opredeljujejo socialno smrt kot »stanje, ko ljudje nimajo več upanja, da bi sodelovali v družbenih vlogah, in so obravnavani kot mrtvi, čeprav so biološko živi; gre za ljudi, ki izgubijo občutek pripadnosti skupini, kulturi ali kraju pod pritiskom okoliščin.«

Po sodelovanju v CARE kampanji ozaveščanja, kako dobro poznate koncept socialne smrti?

*

(Označite en odgovor)

- Nikoli prej nisem slišal/-a za to in mi še vedno ni jasno
 - Zdaj razumem osnovni pomen
 - Dobro razumem in lahko razložim drugim
 - Imam poglobljeno razumevanje in lahko znanje uporabim v praksi
6. V okviru ocene tveganj na delovnem mestu – kako samozavestni se zdaj počutite pri razumevanju koncepta socialne smrti po sodelovanju v CARE kampanji ozaveščanja?

*

(Označite en odgovor)

- Nikoli nisem slišal/-a za to in še vedno ne poznam pomena
 - Slišal/-a sem za to, vendar ne znam razložiti
 - Imam splošno predstavo o pomenu
 - Dobro razumem in lahko razpravljam z drugimi
 - Popolnoma razumem koncept in ga lahko vključim v vsakodnevno prakso
7. Na podlagi zgornje definicije – ali menite, da je socialno smrt mogoče preprečiti? *
- Da
 - Ne
8. Ali kot zaposleni odrasli po sodelovanju v CARE kampanji poznate strategije za zmanjšanje tveganja socialne smrti na delovnem mestu? *
- Da
 - Ne

Poglavje 3: Symptoms, Impacts, and Causes



9. Po raziskavah (Borgstrom, 2015; Doğan, 2020) so vzroki socialne smrti pogosto zavrnitev, slabo ravnanje, izključevanje, izgon, umik podpore skupnosti ali bližnjih oseb. Druga raziskava (Norwood, 2009) navaja, da socialno smrt povzročajo globoke izgube: izguba identitete, izguba zmožnosti sodelovanja v vsakodnevni dejavnosti in izguba socialnih odnosov, kar vodi v odtujenost od družbenega življenja.

Ali po sodelovanju v CARE kampanji zdaj poznate glavne vzroke socialne smrti? *

- Da
- Ne

10. Po raziskavi (Norwood, 2009) so simptomi socialne smrti: izguba identitete, izguba sposobnosti sodelovanja v vsakodnevni dejavnosti in izguba socialnih odnosov, kar vodi v odtujenost od družbenega življenja. Druga raziskava (Doğan, 2020) kaže, da oseba občuti globoko izgubo lastne vrednosti.

Ali po sodelovanju v CARE kampanji zdaj poznate glavne simptome socialne smrti? *

- Da
- Ne

11. Po raziskavi (Wang et al., 2023) imajo učinki izključevanja (socialne smrti) na delovnem mestu vpliv na dobro počutje zaposlenih, izčrpavajo čustvene vire, povzročajo čustveno izčrpanost; vzdušje zaupanja med sodelavci izgine, nastane neugodno delovno okolje, poveča se fluktuacija zaposlenih, produktivnost pa se zmanjša.

Ali se po sodelovanju v CARE kampanji zdaj zavedate glavnih vplivov socialne smrti na posameznike (npr. delo, motivacijo, občutek pripadnosti)? *

- Da
- Ne

Poglavje 4: Civic Responsibility

12. Državljska participacija pomeni sodelovanje v prostovoljnih dejavnostih v organizacijah ali skupnostih za doseganje družbenega dobrega (Zukin et al., 2006; Hsu et al., 2021). Državljska odgovornost pomeni občutek osebne in družbene odgovornosti za pomoč ljudem v stiski.



Kako po sodelovanju v CARE kampanji vidite odgovornost za preprečevanje socialne smrti?

*

(Označite en odgovor)

- Osebna odgovornost
- Potrebna je podpora skupnosti
- Gre za kombinacijo osebne in skupnostne odgovornosti
- Za odgovor potrebujem več znanja o socialni smrti

13. Ali menite, da kot zaposleni odrasli lahko naredite nekaj za zmanjšanje tveganja socialne smrti? *

- Da, lahko
- Ne, ne morem

14. Kateri izmed naslednjih dejavnikov po vašem mnenju zmanjšujejo verjetnost vključevanja izobraževanja in strategij za preprečevanje socialne smrti na vašem delovnem mestu?

(Izberite do 3 odgovore)

- Pomanjkanje ozaveščenosti vodstva o socialni smrti
- Vodstvo je seznanjeno, vendar se ne želi aktivno ukvarjati s problemom
- Pomanjkanje izobraževanja vodstva o socialni smrti
- Pomanjkanje ozaveščenosti zaposlenih o socialni smrti
- Pomanjkanje interesa zaposlenih za dodatno učenje o socialni smrti

Poglavje 5: External Support

15. Ali ste v okviru kampanje socialne smrti prejeli splošne informacije o socialni smrti?

*

- Da
- Ne

16. Ali ste v okviru kampanje socialne smrti prejeli informacije v svojem jeziku? *

- Da
- Ne



17. Ali menite, da je po sodelovanju v CARE kampanji potrebnih več informacij o pojavu socialne smrti? *

- Da
- Ne

18. CARE projekt s kampanjo ozaveščanja o socialni smrti želi okrepiti zaupanje in kohezijo v družbi ter poudarja odgovornost izobraževalcev in delodajalcev za podporo vključevanju odraslih.

Ali menite, da so vam aktivnosti kampanje pomagale bolje razumeti pojav socialne smrti in njegovo relevantnost za vaš poklicni ali družbeni kontekst? *

- Da
- Ne

19. Kateri vidiki CARE kampanje ozaveščanja oziroma webinarja so bili za vas najbolj dragoceni ali smiselni?

(Izberite do 3 odgovore)

- Definicija socialne smrti
- Razvoj sheme socialne izolacije
- Simptomi, vplivi in povzročitelji
- Intervencijske strategije
- Priporočila za soočanje s socialno smrtjo
- Sposobnost prepoznavanja socialne smrti

Poglavje 6: Končno vprašanje

20. Če imate kakršne koli komentarje, razmisleke ali predloge glede CARE kampanje ozaveščanja, jih zapišite spodaj:

Odrasli Učenci

Ta anketa je bila zasnovana z namenom, da bi opredelili potrebe in izzive v zvezi s pojavom socialne smrti z vidika odraslih udeležencev izobraževanja po dogodkih kampanje za ozaveščanje o socialni smrti. Izpolnjevanje ankete bo trajalo 10–15 minut. Vnaprej se vam zahvaljujemo za vaše sodelovanje.

Opomba: Pridobljeni podatki bodo uporabljeni STROGO v raziskovalne namene. Med študijo bodo podatki zbrani, shranjeni in analizirani na spletni platformi. Sprejeti so bili

bistveni koraki za zagotovitev varstva osebnih podatkov in občutljivih informacij na podlagi naslednje uredbe in direktive.

Uredba (EU) 2016/679 o varstvu posameznikov pri obdelavi osebnih podatkov in prostem pretoku takih podatkov ter o razveljavitvi Direktive 95/46/ES (Splošna uredba o varstvu podatkov).

Z izpolnitvijo in oddajo vprašalnika soglašate z zbiranjem, shranjevanjem in obdelavo vaših osebnih podatkov.

Poglavje 1: Demografska vprašanja

1. Kakšen je vaš spol?

- Moški
- Ženski
- Nebinarni
- Raje ne povem

2. Kakšna je vaša starostna skupina?

- 18–24
- 25–34
- 35–44
- 45–54
- 55+

3. Kakšna je vaša najvišja stopnja izobrazbe?

- Nisem dokončal/a srednje/visoke šole
- Srednja šola ali matura
- Strokovna usposobljenost
- Diploma ali podobno
- Magisterij ali doktorat

4. Katera je vaša država stalnega prebivališča?

- Latvija
- Ciper



- Slovenija

Poglavje 2: Awareness-based Questions

5. Poznavanje socialne smrti:

- Nikoli nisem slišal/a
- Osnovno razumevanje
- Dobro razumevanje
- Poglobljeno razumevanje

6. Samozavest pri razumevanju:

- Nikoli slišal/a
- Slišal/a, ne znam razložiti
- Splošna ideja
- Lahko razpravljam
- Lahko uporabim v praksi

7. Ali menite, da je socialno smrt mogoče preprečiti?

- Da / Ne

8. Ali poznate strategije za zmanjšanje tveganja?

- Da / Ne

Poglavje 3: Symptoms, Impacts, and Causes

9. Ali poznate glavne vzroke?

- Da / Ne

10. Ali poznate glavne simptome?

- Da / Ne

11. Ali poznate glavne vplive?

- Da / Ne



Poglavje 4: Civic Responsibility

12. Odgovornost za preprečevanje:

- Osebna
- Skupnostna
- Oboje
- Potrebujem več znanja

13. Ali lahko prispevate kot odrasli učenec?

- Da / Ne

14. Skrbi (do 3):

- Pomanjkanje ozaveščenosti
- Pomanjkanje interesa
- Prepričanje, da je neozdravljivo
- Prepričanje, da se ne zgodi
- Strah pred stigmatizacijo

Poglavje 5: External Support

15. Ali ste prejeli splošne informacije?

- Da / Ne

16. Ali ste prejeli informacije v svojem jeziku?

- Da / Ne

17. Ali potrebujete več informacij?

- Da / Ne

18. Ali so vam aktivnosti pomagale?

- Da / Ne



19. Najbolj koristni vidiki:

- Opredelitev
- Shema socialne izolacije
- Simptomi/posledice
- Strategije
- Priporočila
- Prepoznavanje

Poglavje 6: Final Question

20. Komentarji / predlogi