

MANNINEN JYRI (2004)

Mielikuvat ohjaavat aikuiskasvatukseen osallistumista

Artikkelissa kuvataan, minkälaisia mielikuvia sana ”aikuiskasvatukseen osallistuminen” ja iän sekä oppimiskyvyn välinen suhde herättävät erilaisen koulutustaustan omaavien aikuisten ryhmissä. Tavoitteena on hahmotella uutta aikuiskasvatukseen osallistumista selittävää lähestymistapaa, jossa aikaisempien yksilö-, ympäristö- tai vuorovaikutusmallien sijasta osallistumista selitetään elämysyhteiskunnassa (Dream Society) tapahtuvana kuluttajakäyttäytymistä muistuttavana päätöksentekotilanteena, jossa mielikuvat ja tuotteeseen liittyvät tunnetekijät muokkaavat vahvasti ostopäätöstä. Mielikuvien merkitys korostuu, kun hankittava tuote on abstrakti (kuten koulutus). Aikuisena oppimiseen liittyviä mielikuvia arvioidaan teemahaastattelujen (n = 24) ja kirjallisten avovastausten (n = 134) pohjalta. Analyysimenetelmänä käytetään fenomenografiaa (Marton 1994). Tuloksina esitetään mm. mielikuvien moniulotteisuus ja kirjavuus, sekä mielikuvien laadun ja koulutustaustan yhteys. Mielikuvilla voi siten osoittaa olevan vaikutusta siihen, miten koulutustarjontaa koskevaan tietoon suhtaudutaan ja miten aktiivisesti aikuiskasvatukseen hakeudutaan.

Aikuiskasvatus Vol. 24. 3/2004

MANNINEN JYRI (2004). **Impressions guide participation in adult education**

The author describes what kinds of impressions the term “adult learning” [adult education?] and the relationship between age and learning abilities evoke in groups of adults with varying educational backgrounds. His aim is to outline a new approach for explaining participation in adult education, where participation, rather than being explained through the traditional individual, environment or interaction models, would be explained through a decision-making situation resembling consumer behaviour in a Dream Society, where purchasing decisions are strongly influenced by impressions and emotional factors linked to products. The role of impressions is reinforced when the product being acquired is abstract, as is the case with education. Impressions related to adult learning were evaluated in thematic interviews (n = 24) and non-structured written responses (n = 134). The author then used phenomenography (Marton 1994) to analyse the data. His findings show that impressions are multidimensional and varied, and that there is a link between the quality of impressions and a person’s educational background. It can thus be shown that there is a correlation between the kinds of impressions a person holds and how they relate to information about educational provision and how actively they seek out adult education.