

Ujeti generacijo Z: TikTok kot komunikacijsko orodje policije na področju promocije zaposlovanja

ANITA KOVAČIČ

POLICIJSKA UPRAVA MARIBOR

MARIBOR, 25. 11. 2025



Faktorji, ki vplivajo na odločitev za delo v policiji, oziroma odločitev za odhod:

- nizka stopnja brezposelnosti (Leavers v Coulter in Ackew, 2023),
- stres (Leavers v Coulter in Ackew, 2023);
- medijsko poročanje, denimo ob odmevnejših dogodkih, zlasti kadar gre tudi za (pretirano) uporabo policijske sile (Letteney v Charalambous, 2023; Lentz, 2022)
- militaristična narava policijskega dela, hierarhija, formalnost ter zahteve povezane s tem, npr. zunanji izgled, delovni urniki, nevarno delo (Hutton, 2024; Wilson in drugi, 2010)
- javna podoba policije, kritike in okrnjen ugled poklica (Charalambous, 2023; Leavers v Coulter in Ackew, 2023; Wilson in drugi, 2010; Lentz, 2022)
- večja konkurenca, nekonkurenčne prednosti policijskih organizacij, predvsem višina plače (Wilson in drugi, 2010; Santos, Jaynes in Thomas, 2024; Hutton, 2024)
- dolgotrajnost ter kompleksnost kadrovskega postopka (Wilson in drugi (2010)
- nezainteresiranost za policijski poklic v povezavi z generacijo samo (Hutton, 2024), splošna nezainteresiranost za policijski poklic še posebej pri tistih z visokim študijskim uspehom (Santos, Jaynes in Thomas, 2024)

Generacija Z: razumevanje ideje dela, plačila in svobode

- a) večja osredotočenost na ravnesje med poklicnim in zasebnim življenjem (Deloitte, 2025).
 - b) iskanje dela, ki ima pomen, s katerim lahko “vplivajo”, “naredijo spremembo”. Generacija izziva samoumevnost delovnih razmerij, delo razume kot socialno in čustveno aktivnost, pri čemer jim je pomembno tudi pravično plačilo, ter vrednote delodajalca (Javornik, 2023).
 - c) Pomembnost rasti, napredka in kariernih priložnosti. Cenijo vrednote razvoja, iščejo delo in priložnosti za napredek, od delodajalca pričakujejo, da jim bo to tudi zagotovil (Deloitte, 2025; French, Gauthier, Logan, Loudz, Ryemyk in Whittington, 2023). Težje sprejmejo idejo postopne gradnje poklicne poti in si prizadevajo za to, da bi kariero razvili čimprej (Koleva, 2023);
 - d) Prej so pripravljeni zamenjati tako delodajalca, kot tudi delovno področje. V hitrejši menjavi delodajalca vidijo zagotavljanje stabilnosti zaposlitve, uskladitve zasebnega in poklicnega življenja, večji smisel ter priložnosti za učenje in nove priložnosti (Deloitte, 2025). Odhod z delovnega mesta po nekaj letih je mlajšim generacijam nekaj povsem običajnega, saj jim to predstavlja priložnost za karierni napredek (IACP, 2024b). Mladi torej ne iščejo več dela, ki bi ga neprekinjeno opravljali leta in desetletja. Bolj kot stabilnost zaposlitve, jih zanimata fleksibilnost in odmik od rutine (Koleva, 2023);
 - e) Glede na njihovo odprtost do različnih jezikov in mobilnost, dela ne iščejo le v svojem lokalnem okolju (Koleva, 2023);
 - f) Od nadrejenih pričakujejo vodenje, podporo in mentorstvo, da jih bodo navduševali in motivirali (Deloitte, 2025). Slavin (2025) ugotavlja, da gre za pripadnike generacije, ki si želi biti slišana;
 - g) Veliko jim pomenijo sodobno opremljena delovna mesta. Nenazadnje generacijo zaznamuje vseprisotnost tehnologij (Javornik 2023).
- Kot pišejo Houter in drugi (v French idr., 2023), intrinzični in ekstrinzični motivatorji običajno niso skladni z značilnostmi sodobne policijske strukture.





Tik Tok kot priložnost na področju promocije zaposlovanja

- Tradicionalni pristopi zaposlovanja in zadrževanja zaposlenih postajajo manj zanesljivi (npr. karierni sejmi, jumbo plakati), policijske organizacije morajo zato prilagoditi svoje metode zaposlovanja. in zaposlitvene strategije prilagoditi posameznim generacijam, ki se med seboj tudi razlikujejo.
- Čeprav Tik Tok spremljajo različne kritike in pomisleki glede njegove rabe, je dejstvo, da ga uporabljajo različne organizacije po svetu, med njimi tudi policijske, ki se zavedajo njegovega vpliva.

Humor je kot izjemno učinkovit način v okviru nagovarjanja različnih javnosti:

- pozitivno vpliva na prepričljivost sporočevalca,
- občutek zaupanja, naklonjenosti,
- sprošča občinstvo,
- vpliva na večjo pozornost javnosti in prinaša večji doseg vsebin

Komunikacijska sporočila in Tik Tok

Komunikacija je usmerjena zlasti v poudarjanje vsebinskih sporočil:

- da gre pri policijskem poklicu za poklic, ki je težak, vendar le-ta prinaša tudi veliko osebnega zadovoljstva,
- da gre za poklic, kjer so pomembne osebnostne lastnosti (denimo empatija in razumevanje),
- da je to poklic, kjer lahko rasteš, se razvijaš in vplivaš, da ima torej smisel

Z vidika komunikacijskih in promocijskih prizadevanj TikTok prinaša mnoge koristi:

- relativno malo produkcijskih stroškov glede na možnost velikega dosega uporabnikov
- naslavljanje mlajših generacij,
- priložnost za »resne« organizacije



Kako uspešno nasloviti izzive na področju zaposlovanja?

- ne zadostuje le »nov komunikacijski pristop«, to je lahko le dopolnilo organizacijskim ukrepom in spodbudam, usmerjenim tako v nove kot že zaposlene kadre.

Pri tem morajo policijske organizacije, če želijo biti uspešne in konkurenčne:

- prilagoditi in posodobiti strategije in procese na področju zaposlovanja, vključno z načinom zaposlovanja in zadrževanja zaposlenih
- poskrbeti za boljše zaposlitvene pogoje, fleksibilnejše delo in hitrejša postopka zaposlovanja, ponuditi konkurenčne plače, priložnosti za napredek in skrbeti za organizacijsko kulturo, dobro počutje z razvojem različnih programov za počutje zaposlenih
- predvsem pa ne smejo aktivnosti usmerjati le v nove zaposlene, pač pa skrbeti tudi za obstoječe:

»Osredotočanje na nove zaposlene je pomembno zlasti na kratek rok, toliko bolj pa je ključno osredotočanje na že zaposlene ter njihovo zadovoljstvo, ki bo neposredno vplivalo tudi na izzive pri iskanju prihodnjih kadrov.« (IACP, 2024)