



Pogovor s kolegom Matejem Kodričem, zaposlenim pri agenciji Saatchi & Saatchi, in samozaposlenim oblikovalcem Goranom Karimom.
Foto: Natalija Šepul, Ljubljana, 28. 3. 2013 (izsek iz video posnetka).



Pogovor z Danom Podjedom (Ergo inštitut), Blažem Telbanom (Skrina) in Luno Jurančič Šribar (Skuhna).
Foto: Natalija Šepul, Ljubljana, 11. 4. 2013 (izsek iz video posnetka).

ETNOLOGINJE IN ANTROPOLOGI, ANTROPOLOGINJE IN ETNOLOGI V PRAKSI

Tema, ki se ji v Slovenskem etnološkem in antropološkem združenju KULA (Spletni vir 1; Spletni vir 2) posvečamo že več kot leto dni, je vsekakor ena najpomembnejših in se dotika vseh, ki po končanem študiju etnologije in kulturne antropologije vstopajo na trg dela. Na kakšen način znanje, pridobljeno v času študija, osmisliti in ga uporabiti v praksi, bi moralo biti temeljno vprašanje vsake izobraževalne smeri. V združenju KULA smo si za prvi cilj postavili, da to vprašanje podrobneje premislimo in v ospredje postavimo zaposlitvene možnosti etnologov in kulturnih antropologov. Za to smo se odločili za pogovore s kolegi, ki so študij končali v preteklosti.

Tema uvodnega predavanja (8. 11. 2012) iz niza okroglih miz¹ je bila angažirana etnografija. Biti angažiran v etnografskem smislu pomeni, da se raziskovalec povezuje z ljudmi in da spreminja realnost tistih, katerih življenje raziskuje. Raziskovanje je udeležensko, saj »raziskovanci« postanejo naši sodelavci. Tako se tudi zadnja faza raziskovanja, torej zapis pridobljenih rezultatov, opravi v soavtorstvu. Odkrita želja po izboljšanju življenjske situacije tistih, s katerimi sodelujemo, se uspešno in učinkovito izraža v kombinaciji s skupinskimi aktivnostmi. Stkejo se pristični odnosi, vzbudi se večji ustvarjalni naboj, raziskava postane drugotnega pomena. Med opravljanjem dela na terenu postanejo povezave med raziskovalci in raziskovanci tesnejše, posledično pa so tudi odzivi udeležencev boljši. Med pogovorom so bile posebej poudarjene izkušnje in sodelovanje z marginaliziranimi skupinami. Motivacija udeležencev za nadaljnje pogovore in načrti za spremembe se učinkovito uresničujejo z organizacijami

konferenc, odprtih razprav in sestavljanjem fokusnih skupin. Angažiran raziskovalec je odkrito, eksplicitno privržen eni strani, zato lahko metoda opazovanja z udeležbo v številnih okoliščinah zaradi njegove močne vključenosti v skupino ali problem opazovanje potisne v ozadje. Cilj angažirane etnografije je torej rešene probleme učinkovito predstaviti širši javnosti, jih z objavljanjem člankov razumljivo posredovati tudi zunaj akademskega kroga. Drugo srečanje (6. 12. 2012) je obravnavalo dejavnost etnologa/ antropologa kot predstavnika za odnose z javnostmi. Njegova prednost naj bi bila prav globlje in širše razumevanje delovanja človeških družb, ki razpira širši spekter in poznavanje načinov komunikacije. Dobra metoda za pridobivanje stikov za nadaljnje sodelovanje je terensko delo, v katerem se antropolog mojstri med študijem – priuči se, kako nagovoriti sogovornika, da bo odnos z njim čim pristnejši. Predstavniki za odnose z javnostmi je stik organizacije z zunanjim svetom. Pri svojem delu se srečuje z etičnimi in moralnimi vprašanji: kje so meje stališč, ki jih kot strokovnjak z občutkom za soljudi še lahko predstavlja in zagovarja? Iznajdljivost in dobre komunikacijske sposobnosti z različnimi ciljnim skupinami so koristne veščine pri predstavljanju in uresničevanju idej, pa tudi predstavitev dela antropologov širšemu krogu ljudi. Učinkovite komunikacijske spretnosti lahko etnologija in antropologija uporabita pri pomoči nevladnim organizacijam ali npr. državam tretjega sveta, katerih družbene ureditve so v nasprotju z množičnimi političnimi in kapitalskimi interesi.

O drugačnih komunikacijskih sredstvih smo se ob obravnavi oglaševanja pogovarjali ob tretji okrogli mizi (28. 3. 2013). Znova je bila poudarjena metodologija – v tem primeru so jedro zbiranje podatkov, iskanje družbenega, socialnega, kulturnega

1 Posnetki okroglih miz so dostopni na portalu *Youtube* (Spletni vir 3).

* Anja Jukič, dipl. etn. in kult. antr. (un), študentka na Oddelku za etnologijo in kulturno antropologijo (2. st.), Filozofska fakulteta, Univerza v Ljubljani, članica združenja Kula. 8270 Krško, Cesta 4. julija 67, anja.jukic@siol.net; Natalija Šepul, dipl. etn. in kult. antr. (un), študentka na Oddelku za etnologijo in kulturno antropologijo (2. st.), Filozofska fakulteta, Univerza v Ljubljani, študentka skupnega magistrskega študijskega programa Zgodovina JV Evrope, Univerza v Gradcu, podpredsednica združenja Kula. 2392 Mežica, Podkraj pri Mežici 15, natalija.sepul@gmail.com.

ozadja ob zastavljenem problemu in kako približati koncept ali specifičen izdelek določeni ciljni skupini in hkrati najti skupni jezik z naročnikom? Oglaševanje pogosto sledi površinski oceni ciljnega občinstva, da bi se lahko približalo čim širši množici. Opira se na podatke javnomnenjskih raziskav, ki pa pogosto ponujajo stereotipne, posplošene in vrednotene podobe. Zato je pomembno globlje poznavanje delovanja družbe, ki ji z oglaševanjem predstavljamo izdelek, pri tem pa se moramo opreti na dejstva, dogodke, dejavnike, ki jih ciljna množica prepozna in poveže s tistimi iz svojega okolja in časa ter jih lahko vključi v svoj vsakdanjik. Cilj avtorja oglasa je v družbi zbuditi emocionalen odziv na predstavljeno stvar, da bi zagotovil večjo prepoznavnost v poplavi konkurenčnih korporacij, ki tržijo produkte popularne kulture. Na drugi strani pa so tudi primeri uporabe oglaševalskih orodij kot sredstev javnega ozaveščanja, ki ne ustvarjajo dobička; če pa že, skušajo to uravnotežiti z oglaševanjem družbeno koristnega.

Vse več antropologov in antropologinj, etnologov in etnologinj najde zaposlitev v podjetništvu. Na srečanju 13. 6. 2013 smo se ustavili ob izzivu iskanja meja med gospodarstvom in znanostjo: kako najti način za »prodajo« antropologije in antropološkega znanja? S približki omenjenega problema se danes ukvarjajo npr. socialna podjetja, podjetja s poudarkom na vzdržnem razvoju, reciklaži, inovaciji koristnih aplikacij itn. Perspektivno širjenje znanja v slovenska podjetja, kjer delo antropologa še ni poznano, lahko pripomore k razvoju in prilagajanju izdelkov tujim tržiščem. Tudi svetovanje pri organizaciji podjetij, torej na polju medkulturnih komunikacij, je prav tako domena antropologije. Kaj in kako tržiti brez izkoriščanja? Za etnologijo in antropologijo v splošnem velja, da preveč premišljata in poudarjata vprašanje, kaj je etično in kaj ne, kar lahko upočasnuje izvedbo tržnih potez. Vprašanje etike je veliko pomembnejše pri prepraševanju namena uporabe produktov, torej spreminjanju navad porabnikov kakor pa pri samem raziskovanju in snovanju izdelka. Še vedno je uveljavljena ideja o učinkovitem delovanju antropologa v podjetju, ki blaži premočne kapitalistične interese, uveljavlja načelo delovanja ‚od ljudi z ljudmi za ljudi‘, saj gre naposled za stvari, ki tako ali drugače postanejo del človekovega vsakdanjika.

Na peti okrogli mizi 10. 10. 2013 smo se pogovarjali s kolegi, ki delujejo v umetnosti. V ospredju je bila problematika svobodnega poklica, samozaposlenosti in statusa v kulturi. Tako kakor pri vseh poklicih so gostje poudarili težave s financiranjem in reforme, ki v zadnjem času vedno bolj otežujejo njihovo delo. Poudarjali so predvsem projektno delo, fleksibilnost, mednarodno sodelovanje in samodisciplino. Znanost in umetnost sta si zelo podobni in se v marsikaterem pogledu tudi prekrivata, kar se lahko izrazi v izjemnih individualnih ali kolektivnih znanstveno-umetniških delih.

5. 12. 2013 je potekal pogovor o antropologinjah in antropologih, ki so zaposleni v državni in javni upravi. Pogovarjali smo se z mag. Vesno Moličnik (Državni zbor RS), dr. Tadejo Primožič (Ministrstvo za kmetijstvo in okolje – Program razvoja podeželja) in Ksenijo Yoder Batič (Javni sklad RS za razvoj kadrov in štipendije). Zadnja leta smo se nasitili zgodbic o razbohotenem javnem sektorju in državni upravi, o parazitizmu državnih in o paradržavnih ustanov in tam zaposlenih. Prav zaradi neoliberalne ofenzive proti javnemu sektorju vse bolj razumemo pomen kakovostnega javnega in državnega sektorja. Tokrat se nismo

dotaknili globalnih vprašanj privatizacije in strogega varčevanja v javnem sektorju ter vitke države, temveč smo se pogovarjali o tem, kaj lahko etnologinja in antropolog prispevata, če se zaposlita v državnih in paradržavnih organih.

Na sedmem srečanju zapovrstjo, 9. 11. 2014, smo naredili evalvacijo mednarodnega simpozija Mreže za aplikativno antropologijo pri Evropski zvezi socialnih antropologov (EASA), ki je potekal 29. novembra 2013 v Amsterdamu, z naslovom *Why The World Needs Anthropologists?* (Gorup in Štefanič 2014). Mednarodni posvet v Amsterdamu je bil namenjen razpravi o možnostih uporabne antropologije zunaj akademskega sveta. Uvodni govorniki in govornice (Anna Kirah: *Making Waves*, Jitske Kramer: *Human Dimensions*, Simon Roberts: *Bailiwick Partners*) so predstavili svoje izkušnje in najboljše prakse za razvoj izdelkov in izboljšanje storitev, ki jih spopolnjujejo antropološke spretnosti in znanja. Glavne teme njihovih predstavitev in poznejše plenarne razprave so bile kritično razmišljanje o delovanju antropologov in antropologinj v profitnih in neprofitnih organizacijah, možnosti za bodočo uporabo temeljnih znanstvenih dognanj v praksi, odpiranje novih interdisciplinarnih področij uporabne antropologije, etika raziskovalnega in uporabnega dela. Sogovorniki so bili organizator simpozija Dan Podjed, Domen Bančič, Primož Časl, Alenka Bezjak in Jaka Repič.

Na okrogli mizi 6. 3. 2014 smo govorili o antropologiji in etnologiji in medijih. Množični mediji so pomemben steber sodobne demokracije. Niso le posredniki informacij, temveč tudi kritična vest celotne družbe. Svobodni in neodvisni mediji so temelj sodobne družbe, odvisni mediji so generator interesov njihovih lastnikov in sponzorjev. Prav tako pomembna je tudi njihova vloga v prenosu strokovnih znanj širšemu občinstvu. Ker se občinstvo o etnološki in antropološki vednosti ne more seznaniti drugače, je informacija o našem znanju v množičnih medijih toliko pomembnejša. Pogovarjali smo se o odzivih domačih poslušalcev ob prihodu afriške glasbe v slovenski radijski eter, o upoštevanju etičnih struktur, o kredibilnosti v medijskem prostoru, o prepletenosti in dopolnjevanju medijev glede na naša čutila. Težko se je namreč izraziti le v enem mediju: tako kakor z besedami, lahko tudi z zvokom, sliko in podobami ustvarimo močne pomenske metafore. Kljub temu, da se nam pogosto zdi, da je medijski prostor ozek in fokusiran, je njegov žanrski zbir zelo pester. Etnologom in antropologom sta glede na način dela in analizo podatkov zelo blizu novinarska reportaža ali npr. mnenjska oddaja. Toda etnolog in antropolog lahko v medijih počneta še marsikaj drugega.

3. 4. 2014 je pogovor tekkel o antropologih in etnologih v zdravstvu. Zdravje dojemamo kot samoumevnost, njegovo vrednost spoznamo šele, ko ga izgubimo. Enako velja tudi za zdravstveno politiko. Z zornega kota delovanja zdravstvenega sistema je skrb za zdravje treba prepustiti strokovnjakom. Toda uporabniki zdravstvenih storitev niso zgolj bolniki, temveč so predvsem ljudje, z vsemi svojimi razlikami, pričakovanji, prepričanji, strahovi in vrednotami. Zato se zastavlja še eno samoumevno vprašanje: zakaj v celotnem sistemu zdravstva deluje tako malo antropologov in etnologinj? Govorili smo tudi o medicinski antropologiji, ki poudarja kulturno razsežnost kot osrednjo pri percepciji samega telesa in posledično tudi pri dožemanju zdravja in boleznih. Pomemben je pristop zdravnika oz. zdravstvenega delavca bolniku, način, kako se zdravnik ali zdravstveni delavec približa bolniku, pridobi njegovo zaupanje in najde primerno pot, da bolnik sprej-

me boizen. K slovenskem javnem zdravstvu bi morali pristopiti bolj interdisciplinarno, da bi vanj vključili več strokovnjakov tudi s področij družboslovja in humanistike.

Na deseti okrogli mizi 8. 4. 2014 smo se pogovarjali z urednicami, uredniki in člani uredniških odborov etnoloških in antropoloških revij. Na pogovoru so sodelovali: Borut Telban (*Anthropological Notebooks*), Anja Serec Hodžar (*Glasnik SED*), Jurij Fikfak (*Traditiones*), Nina Kozinc (*Časopis za kritiko znanosti*) in Ralf Čeplak (*Etnolog*). Pomemben del znanstvenega in strokovnega dela antropologinj in etnologov ter etnologinj in antropologov je objavljane znanstvenih in strokovnih člankov v periodičnih publikacijah. Z urednicami in uredniki petih znanstvenih revij, ki skrbijo za kakovost in razvoj etnologije in antropologije v Sloveniji, smo se pogovarjali o njihovem delu, o sestavi in vlogi uredniških odborov, o mednarodni vpetosti publikacij, o tematskih in teoretskih usmeritvah, o pomenu točkovanja (SICRIS) in o možnostih za objavljane študentskih prispevkov. Kot strokovno društvo, ki združuje etnologue in kulturne antropologe, smo z različnih strani prešli vprašanja, zakaj poklic etnologa in kulturnega antropologa oz. etnologinje in kulturne antropologinje ni uvrščen med poklice v *Razvidu samozaposlenih v kulturi* Ministrstva za kulturo, na katerem so navedeni vsi poklicni profili na področju kulture. V pogovorih smo tako spoznali različne možnosti zaposlitve in delovanja kolegov. Ker bo v

prihodnjih usmeritvah delovanja v kulturi vedno večji poudarek na projektne delu in s tem na samozaposlovanju, bi bila za slovensko kulturno politiko pridobitev, če bi med poklice v razvidu Ministrstva za kulturo uvrstili tudi poklic etnologa in kulturnega antropologa, saj ti že zdaj prispevajo znanje in delo k ohranjanju kulturne dediščine ter spodbujajo živo kulturno ustvarjalnost v raznih ustanovah. Poziv za uvrstitev poklica »etnolog in kulturni antropolog« med specializirane poklice na področju kulture smo med drugim poslali tudi na Ministrstvo za kulturo. Ker se zavzemamo za priznanje poklica in prihodnost naših kolegov, nameravamo tudi v prihodnosti nadaljevati s pogovori. Vljudno vabljeni na naša srečanja.

Literatura

GORUP, Meta in Janja Štefanič: Usoda antropologije – izumrtje ali preporod? Mednarodni simpozij o aplikativni antropologiji v Amsterdamu. *Glasnik SED* 54/1–2, 2014, 105–106.

Spletni viri

Spletni vir 1: Kula; <http://www.kula.si>.

Spletni vir 2: Facebook: Združenje Kula; <https://www.facebook.com/zdruzenje.kula?sk=wall>.

Spletni vir 3: Youtube: Kula – slovensko etnološko in antropološko združenje; <https://www.youtube.com/user/kulaorg>.

AKTIVNOSTI KOORDINATORJA VARSTVA ŽIVE KULTURNE DEDIŠČINE V LETU 2014

Minevajo štiri leta, odkar je Slovenski etnografski muzej prevzel naloge in obveznosti Koordinatorja varstva žive kulturne dediščine (v nadaljevanju Koordinator). V tem času je bilo na področju nesnovne kulturne dediščine Slovenije narejenih kar nekaj korakov pri identificiranju, dokumentiranju, preučevanju, vrednotenju in interpretiranju nesnovne kulturne dediščine na območju Republike Slovenije.

Člani Delovne skupine Koordinatorja so se do konca meseca septembra 2014 sestali na dveh sejah (12. 2. 2014 in 18. 6. 2014), na katerih so obravnavali novo prejete prijave (Vrbiške šjme, Bovški krafi, Cvetnosedeljske butarice, Izdelovanje drevaka, Mlinarstvo, Peka velikonočnih oblatov, Skodlarstvo, Tesarstvo, Ribniško suhorobarstvo, Izdelava jezerskega čolna - drevaka, Kopunjenje, Mojstrska delavnica Vevče) in pobude (Lajnanje, Ponikovske mačkare, Izdelovanje pisanih pastirskih palic). Koordinator je v sodelovanju z Ministrstvom za kulturo RS letos *Register žive kulturne dediščine* (v nadaljevanju Register) dopolnil s petimi novimi enotami nesnovne kulturne dediščine. V Register so bile vpisane naslednje enote: Tradicionalno lončarstvo, Izdelovanje trničev in pisav, Vrbiške šeme, Zagoriške mačkare in Slamnkarstvo na Domžalskem. Ob tem je bilo evidentiranih osem nosilcev nesnovne kulturne dediščine. K že vpisanim enotam v *Registru* so bili dodani štirje novi nosilci, in

sicer k enotama Tradicionalno izdelovanje kranjskih klobas in Izdelovanje papirnatih rož. Do konca meseca septembra 2014 je bilo tako v *Register* skupno vpisanih 36 enot nesnovne kulturne dediščine in 75 nosilcev (Spletni vir 1).

Naslednji korak varovanja v Register že vpisanih enot nesnovne kulturne dediščine je razglasitev nesnovne kulturne dediščine za živo mojstrovino lokalnega ali državnega pomena. Akt o razglasitvi žive mojstrovine lokalnega pomena sprejme predstavniški organ lokalne skupnosti, akt o razglasitvi žive mojstrovine državnega pomena pa Vlada RS. Tako je 14. 2. 2014 v Tolminskem muzeju potekala javna obravnava predlogov Odlokov o razglasitvi Cerkljanske laufarije ter Drežniškega in Ravenskega pusta za živi mojstrovini državnega pomena. Vlada RS ju je razglasila za živi mojstrovini državnega pomena aprila 2014. Do konca septembra 2014 je bilo skupaj razglašanih pet živih mojstrovini državnega pomena (Škofjeloški pasijon, Tradicionalno izdelovanje kranjskih klobas, Izdelovanje ljubenskih potic, Cerkljanska laufarija, Drežniški in Ravenski pust).

V letu 2013 je bila oblikovana celostna grafična podoba Koordinatorja, s katero se predstavlja. Izdelan je bil tudi zaščitni znak Registra, ki smo ga v mesecu marcu 2014 dali za uporabo v Register evidentiranim nosilcem nesnovne kulturne dediščine. V prvi polovici leta 2014 se je za uporabo znaka odločilo 24 v

* Anja Jerin, univ. dipl. etnol. in kult. antropol., kustosinja dokumentalistka, Slovenski etnografski muzej, 1000 Ljubljana, Metelkova 2, anja.jerin@etno-muzej.si.