



VÝCHODISKÁ A ROLE V APLIKOVANEJ ETNOLÓGII

10.3.2015 ETMB82 ETNOLOGIE V PRAXI

POLICY ANALYSIS

- VÝSKUM FORIEM VEREJNEJ POLITIKY A JEJ VÝSTUPOV – POLITICKÉ PORADENSTVO
- Tvorba podkladov pre politické rozhodnutia a overenie výsledných dopadov
- Tvorca politiky si nevystačí s rezortnou odbornosťou - politika zahŕňa záujmy a hodnoty – vyžaduje sa kombinácia „vedeckého“ s „praktickým“

VEREJNÁ POLITIKA A POLICY ANALYSIS

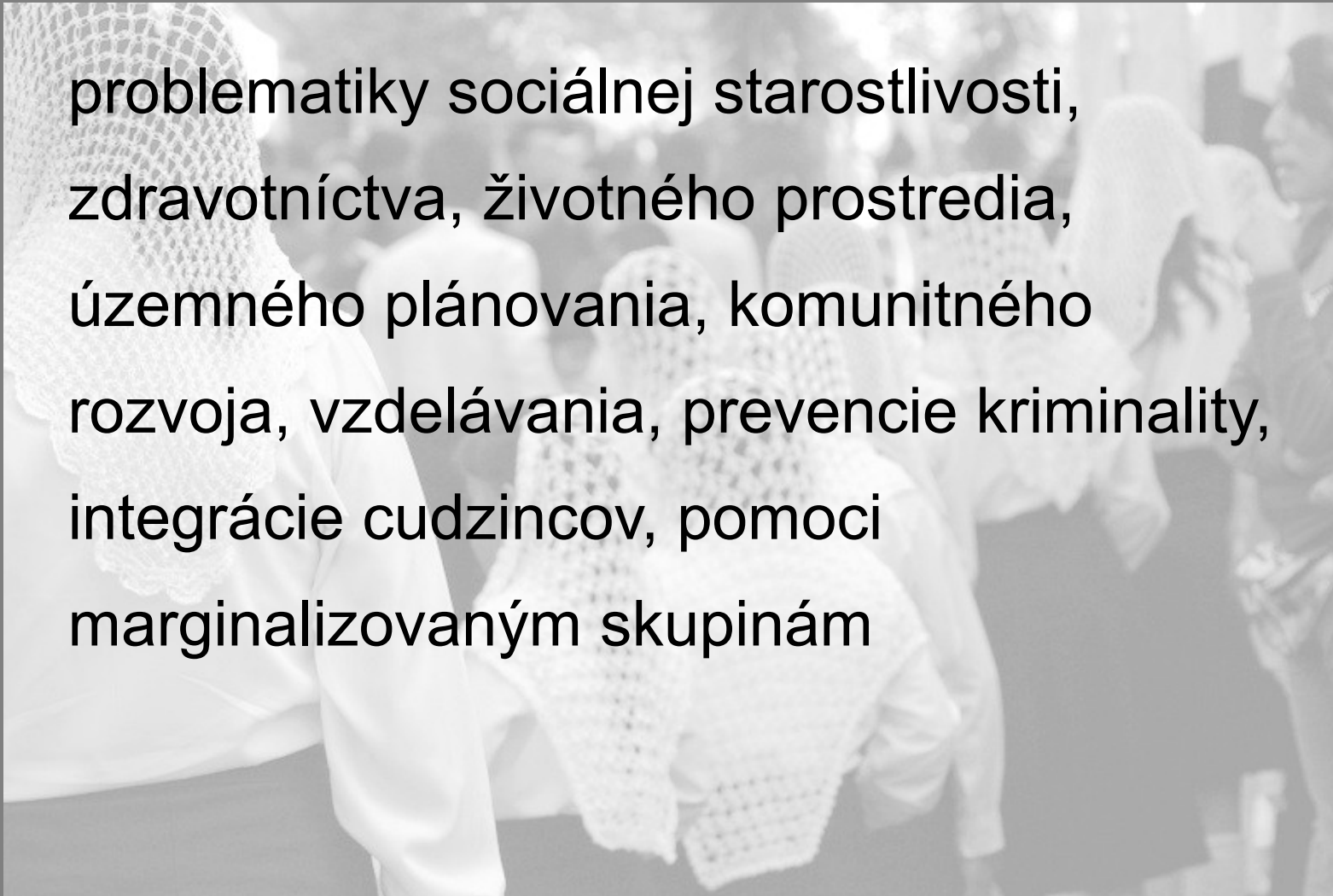
- „POLICY“ v angličtine znamená samotný obsah politiky – ciele, zámery, koncepcie atď.
- „POLICY ANALYSIS“ je subdisciplínou verejnej politiky - „public policy“ (Veselý, 2006) – poskytuje oporu ľuďom, ktorí vytvárajú politické obsahy
- *AKOU FORMOU MÔŽE TÚTO OPORU POSKYTOVAŤ?*

TVORBA POLICY ANALYSIS

- Precízne definovanie problému
- Stanovenie hodnotiacich kritérií
- Identifikácia variantných politík – vygenerovanie čo najväčšieho množstva vyhovujúcich variácií riešenia problému, scenárov
- Samotná implementácia politík (výskumník sa je zväčša nezúčastňuje)
- <http://www.pbs.org/newshour/rundown/twitter-chat-barriers-global-gender-equality/>
- <http://world.ph.ucla.edu>

U NÁS...

problematiky sociálnej starostlivosti,
zdravotníctva, životného prostredia,
územného plánovania, komunitného
rozvoja, vzdelávania, prevencie kriminality,
integrácie cudzincov, pomoci
marginalizovaným skupinám



ANTROPOLÓGIA A POLICY ANALYSIS



ETNOLÓG/ ANTROPOLÓG...

Pozerá na tvorbu verejnej politiky zvonku, komplexne, ako na sociálny proces presahujúci legislatívu a byrokráciu. Jav skúma v celej jeho šírke, jeho previazanosti na ďalšie javy (politiky), s jeho dopadmi na spoločnosť ako celok, ale i rodinu, jedinca, životné prostredie, sociálne postavenie a pod.

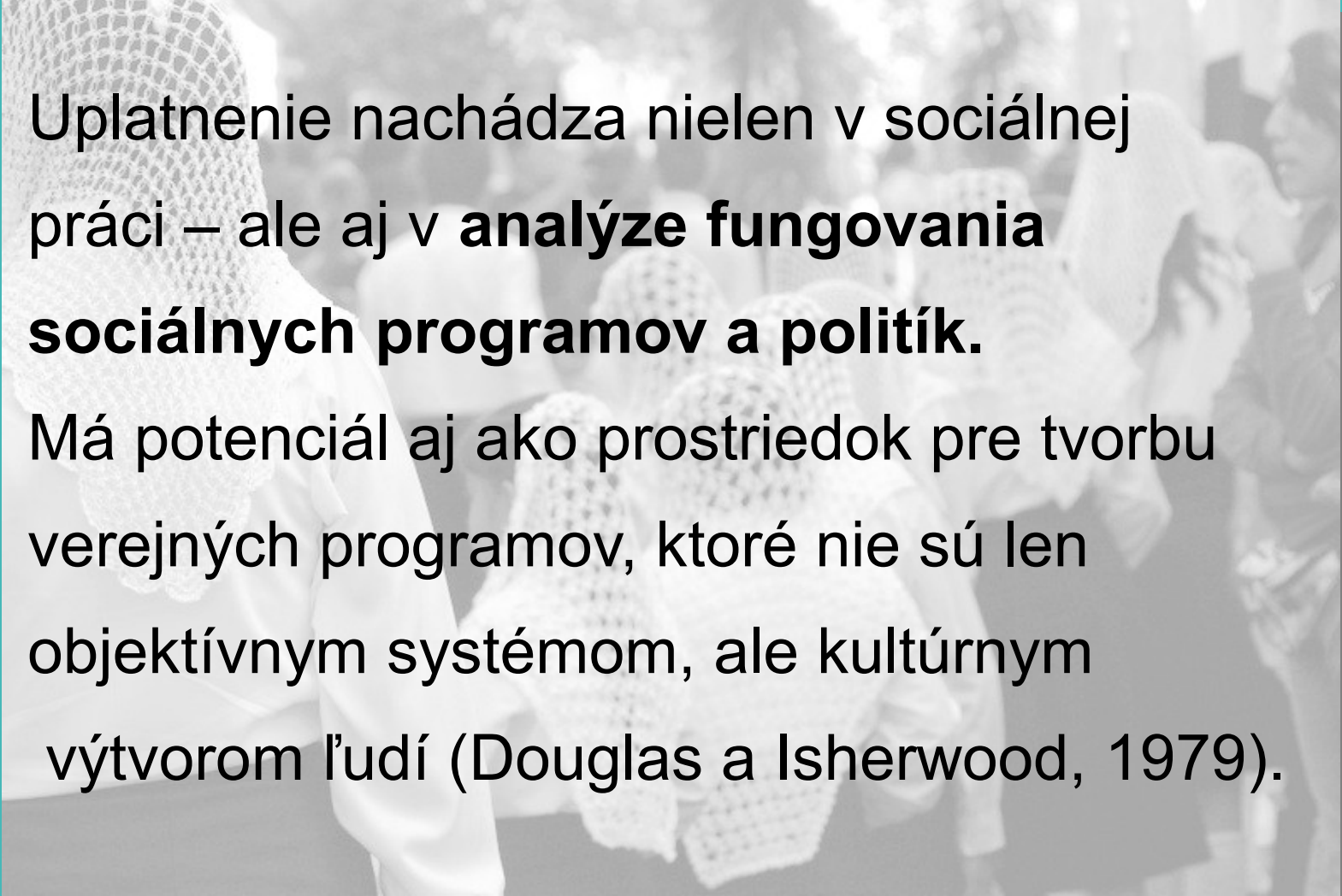
ETNOLÓG/ ANTROPOLÓG...

- Odborník môže dávať podnety k zmenám daných politík a navrhovať ich.
- Návrhy vychádzajú z dobrého poznania problematiky a z jej uchopenia ako sociálneho a kultúrneho javu.
- **Etnológ/antropológ** – rola prostredníka medzi správou politiky (tvorcom politiky) a spoločnosťou, ktorej sa politika týka.
- Tiež odhaľuje skryté kultúrne javy vychádzajúce z predsudkov, ideológií, ktoré ovplyvňujú tvorbu politík (xenofóbia, rasizmus, homofóbia a iné)

EVALUÁCIA



UPLATNENIE EVALUÁCIE



Uplatnenie nachádza nielen v sociálnej práci – ale aj v **analýze fungovania sociálnych programov a politík.**

Má potenciál aj ako prostriedok pre tvorbu verejných programov, ktoré nie sú len objektívnym systémom, ale kultúrnym výtvorom ľudí (Douglas a Isherwood, 1979).

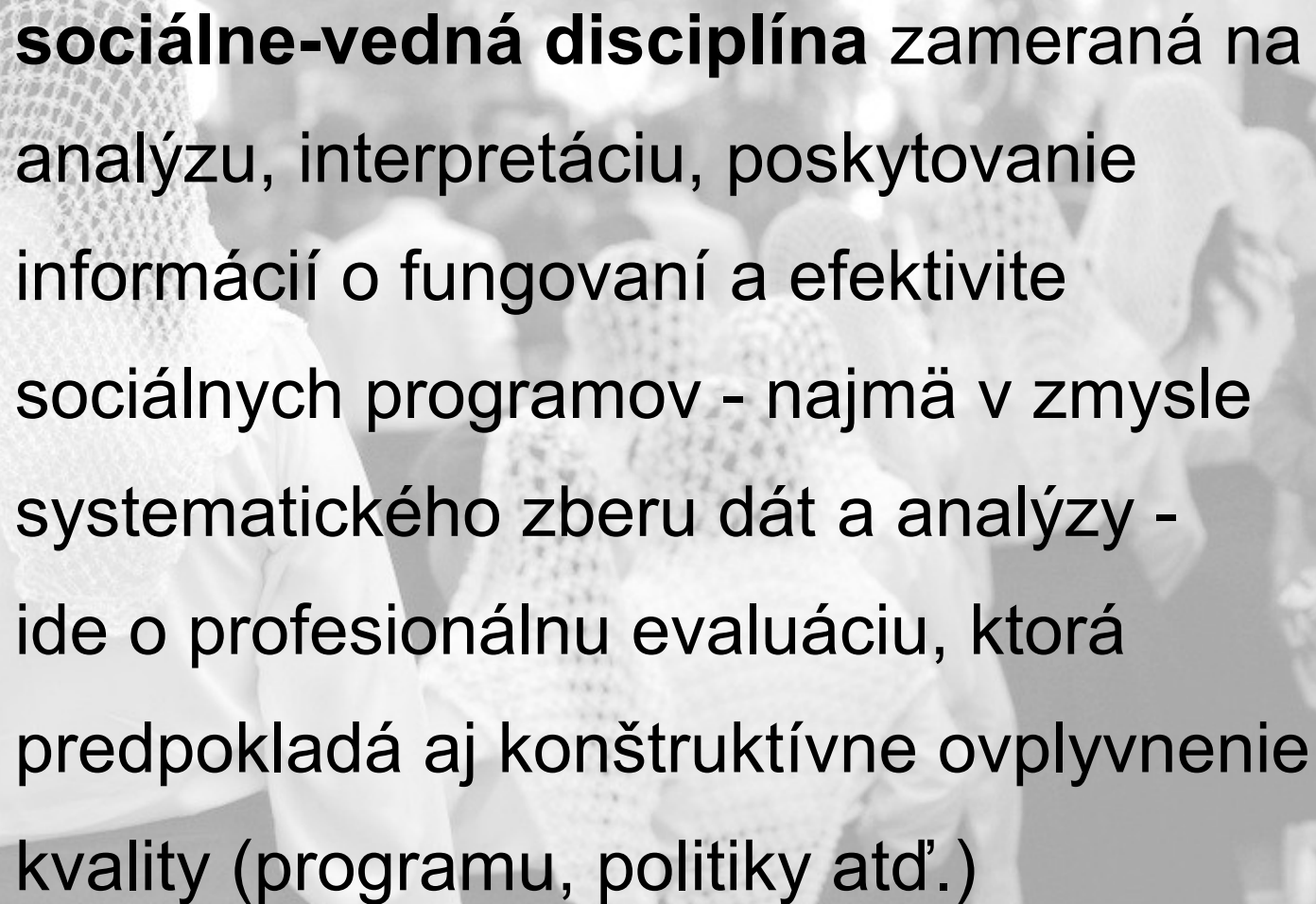
SÚČASNÉ TRENDY v e.v. a antropológia

Dnešný trend: dôraz na aktéra - **integratívny prístup**, aktérov vplyv na organizačnú štruktúru => tvorba rozhodnutí „zdola-nahor“.

Často kritizovaná realizovateľnosť integratívneho uchopenia – reakcia P.H.Rossiho – pojem „**dost' dobrá**“ evaluácia.

Aplikovaná antropológia stavia evaluačný výskum a rolu antropológa čoby evaluátora do poľa svojej pôsobnosti (Ervin, 2005). **Evaluátor – antropológ**: výhody – využíva zručnosti s teóriami a konceptami, ktorými sa riadi socio-kultúrna realita – môže poskytnúť cenný feedback administrátorom soc. programov o možných dopadoch ich rozhodnutí, zasahuje do soc. programu ešte v jeho priebehu, pomocou terénneho výskumu môže odhaliť, ako vnímajú výsledky soc. programu objekty, klienti (insideri).

EVALUAČNÝ VÝSKUM – samostatná oblasť



sociálne-vedná disciplína zameraná na analýzu, interpretáciu, poskytovanie informácií o fungovaní a efektivite sociálnych programov - najmä v zmysle systematického zberu dát a analýzy - ide o profesionálnu evaluáciu, ktorá predpokladá aj konštruktívne ovplyvnenie kvality (programu, politiky atď.)

EVALUAČNÝ VÝSKUM

LITERATÚRA:

- Hora, Ondřej. *Evaluační výzkum*. Brno : Masarykova univerzita, 2014.
- Hirt, Tomáš (a kol.). *Vybrané kapitoly z aplikované sociální antropologie*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2012.
- Caro, G. Francis. Issues in the Evaluation of Social Programs. *Review of Educational Research*, Vol. 41, No.2, Science and Mathematics Education (Apr., 1971), pp. 87-114.
- Silverman, David. *Ako robiť kvalitatívny výskum: praktická príručka*. Bratislava: Ikar, 2005. (príspevok od M. Kellyho)
- Smutek, Martin. *Evaluačné sociálnych programů*. Hradec Králové : Gaudeamus, 2005.
- Šimíková, Ivana, Navrátil, Pavel a Winkler Jiří. *Hodnocení programů zaměřených na snižování rizika sociálního vyloučení romské komunity: evaluačné programů*. Brno: Výzkumný ústav práce a sociálních věcí, 2004.

SOCIÁLNY MARKETING



SOCIÁLNY MARKETING



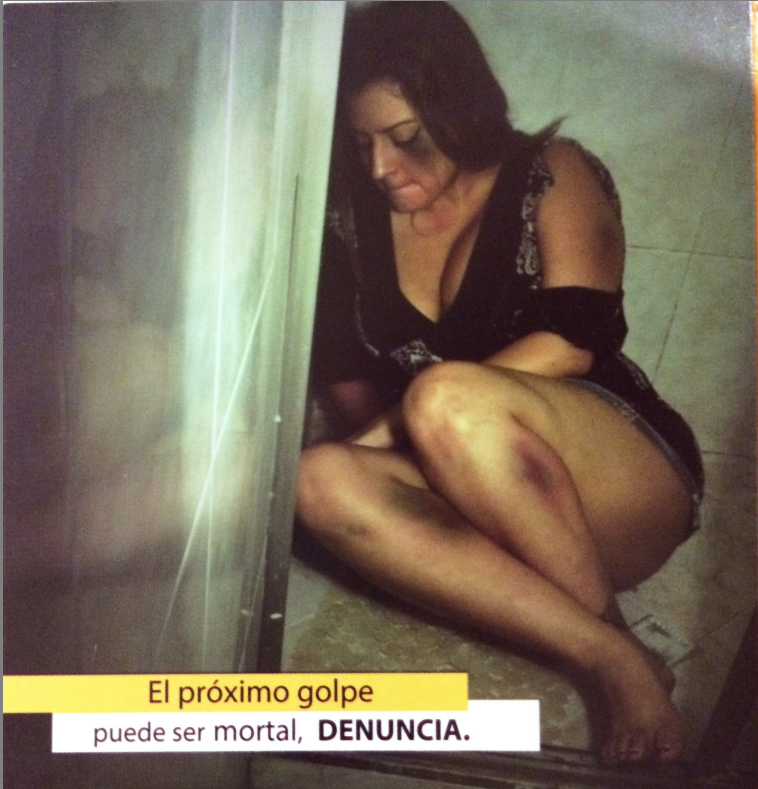
SOCIÁLNY MARKETING

A highly
qualified
expert
checks my
breasts.
Me.


No one knows your
breasts like you do.
Find out more about the
changes to check for.

Look out for our leaflet
or go to breastaware.net

Tameside
Municipal Health Service
Tameside and Glossop
NHS



El próximo golpe
puede ser mortal, **DENUNCIA.**



Velamos por Vos!
**PERSONERÍA
MUNICIPAL**
Santiago de Cali

SOCIÁLNY MARKETING



SOCIÁLNY MARKETING

aplikácia komerčného marketingu do sociálnej sféry, termín prvý krát - koniec 60. rokov 20. storočia (diskusia P. Kotlera a R. Manoffa) - úspech marketingových nástrojov v predaji veľkých amerických firiem - odtiaľ predstavy, že rovnako môžu marketingové stratégie fungovať pri riešení sociálnych, zdravotných, enviromentálnych problémov.

Koncepcia SOCIÁLNEHO MARKETINGU

Podľa Kotlera a Zaltmana (1971) je s.m. rámcom poznatkov z psychológie, antropológie, sociológie, komunikačnej teórie - vedie k porozumeniu toho ako pozitívne ovplyvniť ľudské chovanie.

- má podnietiť cieľové skupiny, aby zmenili svoje chovanie či návyky vo svoj vlastný prospech.
- techniky využiteľné v rozvinutých aj rozvojových krajinách.

Ovplyvniť ľudské chovanie...

Príklad: rôzne skupiny majú rôzne predstavy o zdraví, tele, chorobe (choré dieťa s respiračnými ťažkosťami by podľa predstáv z istej pakistanskej komunity nemalo jesť banány a ryžu), a preto je vždy dôležité zmapovanie kolektívnych predstáv - podľa Van Willigena vyžaduje s.m. **antropologickú perspektívu** - najmä emický prístup - poznať socio-kultúrny kontext komunity, poznať zvyky, hodnoty, normy ľudí, ktorých chovanie chceme meniť (kvalitatívny výskum, zúčastnené pozorovanie - najmä v plánovacej fáze).

Segmentácia príjemcov

Vymedzenie skupiny **príjemcov primárnych** - skupina ľudí, u ktorej chceme zlepšovať chovanie;

sekundárnych - skupina ľudí ovplyvňovaných premenou chovania primárnej skupiny a **terciálnych** – skupina, ktorá slúži na získavanie info o primárnej skupine.

Benefits každej zo skupín príjemcov zo zmeny môžu byť rôzne.

Pozn. Sekundárnou skupinou môžu byť napr. príbuzní fajčiarov, na ktorých sa chce aplikovať odvykací program.

Špecifiká SOCIÁLNEHO MARKETINGU

Ústredný problém - **ako danú skupinu presvedčiť o výhodách zmeny v chovaní?**

Ciele :

- aby skupina prijala nové chovanie (začala chodiť peši miesto používania MHD)
- obmedzila nežiadúce chovanie (antifajčiarska iniciatíva)
- vylepšila svoje pozitívne zvyklosti (podnecovanie športovej aktivity u mládeže)
- úplne sa vzdala svojho nežiaduceho chovania (netelefonovala počas jazdy autom)

ÚLOHA: vymyslíte ďalšie príklady k jednotlivým bodom!



YOU CAN BE A HERO AFTER YOU DIE.
MAKE THE ORGAN DONOR PLEDGE.

CULTURAL BROKERAGE

- štandardtne sa termínom označuje **špecifická rola v rámci aplikovanej antropológie**
- je typom asistencie v komunikácii medzi kultúrne odlišnými skupinami, ktorej cieľom je porozumenie záujmom aktérov všetkých zúčastnených strán a využitie tohto porozumenia pri riešení problémov medzi danými skupinami





Spôsoby uplatnenia CB

- **1. v oblasti:**
 - -komunitného aktivizmu
 - -zdravotníckej starostlivosti
 - -vzdelávania
- **2. v spojení s evaluačnými postupmi u projektov sledujúcich dopady plánovanej alebo už uplynulej spoločenskej zmeny (častá súvislosť s komerčnými záujmami, napr. Enviromental Impact Assessment)**

Mediácia záujmov

- Intervencia v prospech praktického fungovania určitej spoločenskej oblasti alebo v prospech určitej zmeny
- Polohy mediácie:
 - zoznámenie sa s kultúrne špecifickými hodnotami
 - porozumenie záujmom
 - navrhnutie spôsobu dialógu
 - sprostredkovateľské služby

Zdravotná starostlivosť

- CB spočíva v identifikácii kultúrnych rozdielov v ponímaní tela, telesnosti, predstavách o chorobách a biologických procesoch a v hľadaní možností pre ich efektívnu integráciu do štandardného (západného) medicínskeho rámca.
- **Rola mediačná** - asistencia v nemocnici, rola interpretera, sprostredkovanie expertíz lekárom, zaškolovanie.
- **Rola dokumentačná** – vlastný zber dát o kultúrnych odlišnostiach v danej oblasti (telo, zdravie, životný cyklus, sociálne role atď.) a ich následné vyhodnotenie.

VEREJNÉ ZDRAVIE

LITERATÚRA A ZDROJE:

Hajioff, S. & M. McKee (2000) The health of the Roma people: a review of the published literature. J Epidemiol Community Health, 54, 864-9.

Krieger N & G. Davey Smith (2004) Bodies count & body counts: social epidemiology & embodying inequality. Epidemiologic Review 426:92-103.

Dostupné na:

<http://epirev.oxfordjournals.org/content/26/1/92.long>



Vzdelávanie

- Facilitátor (aide)
- Priama práca s deťmi, učiteľmi, rodičmi, školami z pozície učiteľa, asistenta alebo neziskoviek # na úrovni primárneho al. sekundárneho vzdelávania najčastejšie # priamy kontakt s výukou.
- Účasť na navrhovaní zmien vzdelávacích konceptov a politík # hlavne neziskovky # postavené na profi skúsenosti s problémami znevýhodnených skupín.

Komunitný aktivizmus

- slúži pre podporu určitej komunity (skupiny). Spočíva v konzultácii programov s ich užívateľmi.
- „**Lokálne občianstvo**“ - rôzne obč.aktivity, projekty kultúrneho, enviromentálneho, ekonomického rozvoja viazané na určitú obec (jej časť).
- **Poskytovanie služieb a rozvoj kultúry komunít** – je tu predpoklad kultúrnej odlišnosti! Ide o zlepšenie situácie marginalizovanej skupiny.



CULTURAL BROKERAGE

LITERATÚRA A ZDROJE:

- Willigen, J.V. - Kedia, S. *Applied Anthropology: Domains of Application*. Londýn: Praeger, 2005.
- http://culturalbroker.info/2_role/index.html
- <http://culturalbroker.blogspot.sk/2008/03/what-is-cultural-broker.html>
- <http://www.inkluzivniskola.cz>

ÚLOHA č. 2 - deadline 22.3.

Výber témy a problematiky

- Po rozdelení do skupín si zvolíte problematiku, ktorej bude venovaný váš záverečný projekt.
- V rámci druhého zadania treba vyhľadať relevantné inštitúcie (štátna správa, obecná správa, občianske združenia, vedecké inštitúcie, nadačné a grantové spoločnosti, realizované projekty, iné...), ktoré sa venujú vami vybranej problematike, alebo problematika spadá pod ich legislatívu a správu.

Príklady realizovaných projektov:

http://cvek.sk/uploaded/files/skola_pre_vsetkych_web.pdf