**Projekt Trade Knowledge in usposabljanje »Youth + Culture How To«, poročilo o usposabljanju na Finskem**

Projekt Trade Knowledge je iz programa Evropske unije Erasmus+ financiran projekt, pri katerem partnerji stremijo k deljenju in širjenju dobrih praks in neformalnih metod učenja za krepitev vključevanja mladih na področja kulturne dediščine in pri katerem nagovarjajo vprašanja, kako lahko mladi skozi tradicijska znanja razvijajo svoje podjetniške ideje in kako lahko razvijajo znanja in kompetence, ki jih pri tem potrebujejo. Partnerji projekta so [Zavod Dobra pot](https://www.dobra-pot.si/) iz Slovenije, mladinska organizacija [PlanBe, Plan it, Be it](http://www.planbe-ngo.com/) s Cipra in mladinski center [Hyvärilä](https://www.hyvarila.com/english/) s Finske.

**Slovenski etnografski muzej se je v projekt Trade Knowledge vključil na povabilo Zavoda Dobra pot, kot aktivni udeleženec usposabljanja za mladinske in kulturne delavce z naslovom »Youth + Culture How To«, ki je bil v Nurmesu na Finskem izpeljan konec januarja 2020. Slovenski etnografski muzej sem zastopala Anja Koren Usenik, sodelavka pedagoško-andragoškega oddelka.**

Namen srečanja je bil najti (nove) načine, s katerimi bi približali dediščino mladim med 15 in 30 letom. Ker smo bili skupaj na usposabljanju cel teden, smo se dodobra spoznali, zato je bilo srečanje izpeljano v izjemno sproščenem duhu, čeprav smo se ukvarjali z dokaj »težko« tematiko. Skozi delavnice, ki smo jih pripravili predstavniki različnih inštitucij, smo spoznali veliko dejavnosti, s katerimi lahko navdušimo mlade za kulturno dediščino. Predstavniki [Nurmes muzeja](https://www.nurmes.fi/en/kopin-museo) so pripravili delavnico izdelovanja finskih tradicionalnih slamnatih okraskov, imenovanih *himmeli*, predstavniki organizacije PlanBe iz Cipra so izvedli delavnico ornamentike, kolegica Darja Kranjc nam je predstavila sodelovanje Parka Škocjanskih jam z mrežo šol v njihovi okolici in dejavnosti, ki jih izvajajo skupaj, sodelavki Zavoda Dobra pot Nava Vardjan in Katyush Manakai pa sta izvedli delavnico na temo pripovedovanja, kjer smo morali udeleženci na podlagi slišane zgodbe pripraviti igro. Nastali sta dve zanimivi družabni igri. Sodelavka Slovenskega etnografskega muzeja je izvedla »eksperimentalno« delavnico na temo ljudskih pesmi. Ljudsko izročilo je pomemben del »ponudbe« Slovenskega etnografskega muzeja, saj ga redno vključujemo v svoje programe (pripovedovalski večeri, pripovedovalski festival, sodelovanje z glasbeniki različnih profilov, vodeni ogledi ob glasbeni spremljavi, …). Zato smo si zadali pripravo programa na temo ljudskih pesmi, ki bi se približal mladim.

Seveda smo se skupaj odpravili tudi na spoznavanje okolice centra Hyvärilä in mesta Nurmes. Okolico, v kateri smo tudi bivali, smo spoznali že prvi dan s pomočjo orientacijske igre, ki so jo mladinski delavci v centru Hyvärilä pripravili s pomočjo portala »seppo«. Igra temelji na uporabi telefona, kar je bila tudi ena od ugotovitev pri delu z mladimi – kulturno dediščino je mladim treba približati s pomočjo digitalnih medijev. V mestu Nurmes smo spoznali delovanje mladinskega centra, obiskali smo Nurmes muzej in muzej na prostem [Kola Museum Area](https://www.nurmes.fi/en/ikolan-museo) (del Nurmes muzeja). Posebno doživetje pa je bil obisk gospa iz organizacije [Martha (Martat)](https://www.martat.fi/in-english/), ki so izvedle delavnici kvačkanja in peke cimetovih rolic in pri katerih je šlo za prenos znanja med generacijami.

Ob vseh dejavnostih pa je ostajalo vprašanje – kako priti do mladih in kako mlade vzpodbuditi, da pridejo v naše inštitucije, kjer lahko spoznavajo in doživijo dediščino na različne načine? Prišli smo do zaključkov, da je področje kulturne dediščine izjemno bogato in vsekakor zanimivo za mlade, pri komuniciranju teh vsebin pa je potrebno uporabljati orodja in pristope, ki so blizu mladim. Gre za nagovarjanje preko socialnih omrežij, a tistih, ki so pri mladih aktualna (Instagram, TikTok, itd., Facebook za mlade ni več zanimiv). Vsebine, ki so povezane s kulturno dediščino, je potrebno do mladih pripeljati preko zgodb, predvsem pa preko vizualnih elementov (fotografij in filmčkov), ki jih čustveno nagovarjajo in vzpodbudijo zanimanje v taki meri, da pristopijo do ustanov in mladinskih centrov, ki se ukvarjajo s kulturno dediščino.

Nurmes, ki je bil v januarju zasnežen in za nas zelo mrzel (bilo je tudi -10 stopinj Celzija, a za domačine to sploh ni zima!), smo zapustili z novimi idejami in zagonom za delo. Upamo, da bomo v naslednjih mesecih lahko realizirali aktivnosti, ki smo si jih zadali na usposabljanju in s tem začeli uspešno približevati kulturno dediščino mladim, kar je cilj projekta #tradeknowledge.

Anja Koren Usenik, Slovenski etnografski muzej