

Praktyczne aspekty ochrony niematerialnego dziedzictwa kulturowego: Strategia komunikacji w ramach partycypacyjnego zarządzania dziedzictwem kulturowym wraz z planem komunikacji dla tradycji plecionkarstwa

Andrzej Szoszkiewicz

Uniejów, 22 listopada 2024 r.



Niematerialne ma trudniej

Miejsca materialne są łatwiejsze do zrozumienia i docenienia przez szeroką publiczność. Zostały wpisane na Listę UNESCO jako konkretne, fizyczne obiekty, które można odwiedzić i zobaczyć na własne oczy.

Większość ludzi jest zaznajomiona z ideą ochrony historycznych budowli i miejsc, co sprawia, że komunikowanie o takim wpisie jest bardziej intuicyjne.

Niematerialne ma trudniej

W przeciwieństwie do fizycznych miejsc, niematerialne dziedzictwo to tradycje, umiejętności, praktyki i wiedza przekazywane z pokolenia na pokolenie. Wymaga to nie tylko opisanie, ale i wyjaśnienia kontekstu kulturowego, znaczenia społecznego oraz emocjonalnej wartości, co może być trudniejsze do przekazania szerokiemu odbiorcy.

Dodatkowo, Lista światowego dziedzictwa UNESCO jest bardziej znana i rozpoznawalna niż Lista reprezentatywna niematerialnego dziedzictwa kulturowego ludzkości.

Niematerialne ma trudniej

Te wyzwania nie mają w żadnym wypadku zniechęcać, lecz mobilizować do wspólnego wysiłku.

Wpis na listę UNESCO zdarza się tylko raz. Tej szansy nie można zmarnować!

Konwencja

IV.

Ochrona niematerialnego dziedzictwa kulturowego na poziomie międzynarodowym

Artykuł 16

- Lista reprezentatywna niematerialnego dziedzictwa kulturowego ludzkości

1. W celu zwiększenia widoczności niematerialnego dziedzictwa kulturowego oraz zwiększenia świadomości jego znaczenia, a także promowania dialogu respektującego różnorodność kulturową, Komitet - na wniosek zainteresowanych Państw-Stron - sporządza, uaktualnia i publikuje Listę reprezentatywną niematerialnego dziedzictwa kulturowego.

Cele

- Zwiększenia widoczności niematerialnego dziedzictwa kulturowego.
- Zwiększenie świadomości jego znaczenia.
- Promowanie dialogu respektującego różnorodność kulturową.

Dążenie do tych celów otwiera całą gamę korzyści, jakie może przynieść wpis na Listę UNESCO – od budowania rozpoznawalności po rozwój międzynarodowej wspólnoty.

1. Zwiększenie widoczności niematerialnego dziedzictwa kulturowego

Wpis na Listę UNESCO sprawia, że tradycja zyskuje rozgłos i staje się bardziej rozpoznawalna na całym świecie. Dzięki temu:

- Trafia do szerszego grona odbiorców – od turystów i mediów po instytucje międzynarodowe i naukowe.
- Przyciąga uwagę sponsorów, partnerów i instytucji kulturalnych, które mogą pomóc w jej dalszej ochronie i rozwoju.
- Społeczność lokalna zyskuje szansę na zaprezentowanie swojej kultury globalnej publiczności, co wzmacnia wizerunek region i kraju.

2. Zwiększenie świadomości znaczenia niematerialnego dziedzictwa kulturowego

Wpis podkreśla, że dziedzictwo niematerialne jest istotnym elementem tożsamości kulturowej, a jego ochrona ma znaczenie dla wszystkich. Korzyści to:

- Większe zrozumienie, że tradycje i zwyczaje są nie tylko przeszłością (“zabytkiem”), ale żywym elementem, który buduje teraźniejszość i przyszłość.
- Lokalna społeczność zaczyna bardziej doceniać wartość swojej kultury, co mobilizuje ją do działań na rzecz jej ochrony.
- Tradycja staje się inspiracją dla działań edukacyjnych i kulturalnych, podnosząc poziom świadomości w społeczeństwie.

3. Promowanie dialogu respektującego różnorodność kulturową

Wpis na Listę UNESCO daje szansę na budowanie mostów między różnymi kulturami i społecznościami, szanując ich unikalność. To prowadzi do:

- Rozwoju współpracy międzynarodowej, która pozwala wymieniać doświadczenia i wzmacniać więzi między społecznościami.
- Promocji wartości takich jak tolerancja i szacunek dla różnorodności kulturowej, co jest szczególnie ważne w globalizującym się świecie.
- Tworzenia przestrzeni dla dialogu międzykulturowego, który pomaga w lepszym zrozumieniu tradycji i wartości innych społeczności.

Kiedy o tym mówić?

Dopiero po osiągnięciu sukcesu, bo możemy zapeszyć!

To konserwatywne podejście opiera się na zasadzie „najpierw działaj, potem mów”.

Zalety:

- Buduje wiarygodność – kiedy sukces zostaje osiągnięty, nie ma ryzyka utraty zaufania, jeśli coś pójdzie niezgodnie z planem.
- Skupia się na konkretnych wynikach – odbiorcy otrzymują jasny komunikat o sukcesie.
- Redukuje ryzyko „przegadania” – brak informacji o procesie oznacza, że nie ma presji społecznej związanej z obserwowaniem każdego kroku.

Mówienie o sukcesie dopiero po jego osiągnięciu

Wady:

- Brak zaangażowania społeczności w proces – ludzie dowiadują się o sukcesie dopiero na końcu, co może ich wykluczyć z poczucia uczestnictwa.
- Mniejsza szansa na budowanie wizerunku i koalicji poparcia już na etapie drogi do sukcesu.

Komunikowanie sukcesu od momentu rozpoczęcia starań

To podejście stawia na transparentność i zaangażowanie od samego początku.

Zalety:

- Buduje zaangażowanie społeczności – ludzie czują, że są częścią procesu, co wzmacnia ich poczucie dumy i identyfikacji z działaniami.
- Pozwala na uzyskanie wsparcia – zarówno medialnego, jak i finansowego.
- Uczy, że wartością jest cały proces – nie tylko wynik, ale także droga do sukcesu jest przedstawiana jako ważna.

Komunikowanie sukcesu od momentu rozpoczęcia starań

Wady:

- Ryzyko rozczarowania – jeśli cel nie zostanie osiągnięty, może to osłabić zaufanie do organizatorów.
- Trzeba umiejętnie zarządzać narracją – aby komunikaty nie sprawiały wrażenia „chwalenia się przedwcześnie”.

Połączenie obu podejść

Najlepszym rozwiązaniem jest komunikowanie procesu w sposób umiarkowany i z wyczuciem:

- Od samego początku staramy się angażować społeczność i informować o działaniach -
 - podkreślamy, że starania są szansą na coś wyjątkowego,
 - komunikujemy etapy procesu jako wspólne osiągnięcia (np. złożenie wniosku, pozytywna ocena ekspertów);
- Unikamy deklaracji, które mogą wydawać się przedwczesne lub zbyt optymistyczne -
 - używamy sformułowań typu: „Dążymy do...”, „Celem naszych działań jest...”, „Jesteśmy na dobrej drodze do...”;
- Po osiągnięciu sukcesu komunikujemy go szeroko i z dumą,
 - to moment, aby pokazać, jak ważna była cała droga do wpisu.

Co daje wpis?

1. Depozytariuszom:

- Zapewnia międzynarodowe uznanie. Potwierdza to, że ich praktyki kulturowe są cenne dla ludzkości i podnosi ich status na całym świecie.
- Zachęca do podejmowania wysiłków na rzecz zachowania i przekazywania tradycji przyszłym pokoleniom.
- Pomoże zbudować koalicję sympatyków.

Co daje wpis?

2. Pozostałym interesariuszom:

- Podnosi świadomość na temat znaczenia tradycji, co może prowadzić do większego zaangażowania organizacji pozarządowych, instytucji kulturalnych i naukowców.
- Może przyciągnąć turystów, przynosząc korzyści osobom praktykującym i wspierającym tradycję. Festiwale, warsztaty i wymiany kulturalne mogą generować dochód, jednocześnie promując dziedzictwo kulturowe. Należy jednak pamiętać, że komercjalizacja nie może przekroczyć pewnej granicy, aby nie zagrozić więziom ze społecznością, która kultywuje tradycję.

Co daje wpis?

3. Polsce:

- Posiadanie wpisu na światowej liście wzmacnia tożsamość narodową i dumę. Podkreśla różnorodność kulturową i bogactwo kraju.
- Wzmacnia wysiłki kraju w zakresie dyplomacji kulturalnej, poprawiając jego globalną pozycję. Pozwala krajowi aktywniej uczestniczyć w międzynarodowych działaniach współpracy kulturalnej.
- Często prowadzi do zwiększenia rządowego wsparcia dla polityki kulturalnej i finansowania poświęconego ochronie tradycji. Może to prowadzić do rozwoju infrastruktury, takiej jak muzea, centra kultury i programy edukacyjne koncentrujące się na tradycji.

Korzyści z wpisu

4. Świata:

- Lista promuje globalną różnorodność kulturową poprzez uznawanie i celebrowanie tradycji z różnych części świata. Wspiera zrozumienie i szacunek dla różnych kultur, przyczyniając się do globalnego pokoju i współpracy.
- Ułatwia międzynarodową współpracę w zakresie ochrony dziedzictwa niematerialnego. Kraje mogą dzielić się najlepszymi praktykami, współpracować w zakresie działań konserwatorskich i wspierać się nawzajem w ochronie dziedzictwa kulturowego.

Ankieta

Ankieta dotyczącej strategii komunikacji na temat wpisu lub podjęcia starań o wpis na Listę reprezentatywną niematerialnego dziedzictwa kulturowego ludzkości UNESCO została w lipcu 2024 r. rozesłana do depozytariuszy i przedstawicieli instytucji związanych z ochroną tradycji.

Odpowiedzi były ciekawe i merytoryczne, pokazując zaangażowanie w problematykę komunikacji i promocji zjawisk wpisanych na Listę UNESCO.

Ankieta

Wnioski i rekomendacje:

- Konieczne jest zwiększanie wiedzy i świadomości poprzez edukację społeczności, instytucji oraz ogółu społeczeństwa na temat niematerialnego dziedzictwa kulturowego i jego ochrony.
- Należy różnicować kanały komunikacyjne, łącząc media drukowane, strony internetowe, media społecznościowe oraz wydarzenia bezpośrednio, aby dotrzeć do jak najszerszej grupy odbiorców.
- Warto inwestować w budowanie zaufania i współpracy między społecznościami lokalnymi a instytucjami zajmującymi się ochroną tradycji oraz poszukiwać sposobów na zwiększenie motywacji i poczucia korzyści płynących z zaangażowania.

Ankieta

- W przypadku tradycji wpisanych na Listę UNESCO kluczowe jest zaangażowanie Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Narodowego Instytutu Dziedzictwa oraz innych instytucji, w tym organizacji pozarządowych, które wspierają kontakty międzynarodowe i promocję poza granicami kraju.
- Skuteczne strategie powinny koncentrować się na usprawnieniu komunikacji, wzmocnieniu wsparcia i współpracy z lokalnymi władzami oraz instytucjami, a także na znalezieniu sposobów zwiększających motywację i poczucie korzyści płynących z uzyskania wpisu lub dążenia do tego celu. Świadomość tych aspektów sprzyja większemu zaangażowaniu.

Strategia komunikacji

Rozpoczęcie działań komunikacyjnych już na etapie nominacji pozwala budować świadomość i wzmacniać zainteresowanie tradycją plecionkarstwa zarówno w kraju, jak i za granicą. Uznanie jej wartości w dokumentach zgłoszeniowych do UNESCO to istotny krok, który zasługuje na uwagę mediów, społeczności lokalnych i instytucji kulturalnych. Właściwie zaplanowana strategia komunikacyjna na tym etapie nie tylko zwiększa szanse na skuteczną promocję dziedzictwa, ale także przygotowuje do odpowiedzialnego zarządzania sukcesem w przypadku wpisu na Listę UNESCO.

Strategia komunikacji

Aby w pełni wykorzystać ten prestiżowy moment, kluczowe jest opracowanie skutecznego planu komunikacji i promocji. Jego celem jest nie tylko informowanie o sukcesie, ale także umacnianie świadomości o znaczeniu plecionkarstwa w kulturze. Strategia komunikacyjna powinna wzmacniać więzi z depozytariuszami tradycji, angażować społeczność i promować dziedzictwo na szeroką skalę. Dzięki temu, niezależnie od ostatecznego rozstrzygnięcia w grudniu 2025 roku, nasze działania przyczynią się do trwałego zakorzenienia plecionkarstwa w świadomości – zarówno lokalnej, jak i globalnej.

Strategia komunikacji

Cele Komunikacyjne:

- Depozytariusze tradycji: uświadomienie depozytariuszom znaczenia tego wyróżnienia oraz promowanie ich aktywnego udziału w celebracji sukcesu.
- Samorządy i instytucje kultury: zachęcenie do dalszego wspierania i promowania plecionkarstwa, podkreślenie znaczenia ich dotychczasowego wkładu oraz zainicjowanie nowych projektów i współpracy.

Działania

- Informacja na stronach internetowych na temat tradycji i listy UNESCO oraz procedury wpisu;
- informacje na stronach internetowych ze spotkań subregionalnych w Łowiczu, Nowym Tomysłu, Rudniku and Sanem i Zadbajmy o osobę, która napisze relację z każdego spotkania (ok. 5000 znaków) i wykona zdjęcia;
- informacje dla uczestników konferencji w formie papierowej;
- otwarte spotkania lokalne i regionalne dla szerokiej publiczności;
- wydarzenia w Uniejowie i Spycimierzu;
- spotkania grupy roboczej na temat sposobów prezentacji tradycji po uzyskaniu wpisu;
- Działajmy wspólnie i w porozumieniu!