

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ, ЯК КОМПОНЕНТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ОБ'ЄКТАМИ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ

З часу прийняття конвенції “Про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини” у 1972 р., яку Україна ратифікувала 1988 року, були написані книги, а також посібники з кращої практики консервації та реставрації і видані настанови щодо управління культурною та природною спадщиною. Але чомусь усі забули про популяризацію культурної спадщини, яка неодноразово згадується у Конвенції. Та ні Конвенція, ні Закон України “Про охорону культурної спадщини” не дають визначення цьому поняттю.

Саме поняття популяризації викликає ряд суперечностей. Передусім, в англійському варіанті Конвенції воно представлено як презентація (presentation). Але, оскільки на даний момент відсутнє визначення цього поняття, воно інтерпретується різними організаціями по-різному, що суттєво гальмує цілеспрямовану роботу в цій сфері.

Отож перш за все ми маємо дати визначення цьому поняттю. Враховуючи нові вимоги, що ставляться міжнародними організаціями до Всесвітньої спадщини, освітні програми для відвідувачів є важливим, але невичерпним компонентом популяризації. Найкращий спосіб привернення громадської уваги та отримання підтримки є надання інформації про роботу організації, що опікується пам'яткою, та демонстрація зусиль, що витрачаються на її збереження. Враховуючи вищезазначене, ми можемо запропонувати наступне визначення:

Популяризація — це комунікативний процес, розроблений для пояснення культурної цінності пам'ятки відвідувачам та широкій громадськості з метою підвищення знання про значущість культурної спадщини загалом та пам'ятки в цілому, а також залучення громадської підтримки в питаннях її управління та охорони.

Виходячи з визначення, ми можемо ідентифікувати три основні функції популяризації (рис. 1):



Рис.1. Функції популяризації.

1. пояснення цінностей пам'ятки відвідувачам та громадськості;

2. презентація відвідувачам та громадськості зусиль, що спрямовані на збереження та управління пам'яткою;

3. пояснення важливості культурної спадщини для громадськості та підвищення знання про роботу національних та міжнародних організацій у збереженні національної та Всесвітньої спадщини.

Добре спланована програма популяризації здатна покращити управління пам'яткою. Власне, ідея використання популяризації для покращення управління пам'яткою

не є кардинально новою. Ще в 1970-х роках МакМітчел вказав на те, що найбільш важливим методом управління австралійською природною спадщиною є добре розроблена програма популяризації, що спрямована на поінформовування відвідувачів не за допомогою формального навчання, а через безпосередній досвід з цінностями, які несе в собі пам'ятка, та усвідомлення важливості її збереження. [Hall, McArthur 1993].

На сучасному етапі популяризація використовується для покращення досвіду відвідувачів [Hall, McArthur 1993, Veverka 2000]. Ні для кого не секрет, що відвідувачі отримують більшу насолоду від інформації, що запропонована у цікавій інформативній формі. І для цього необов'язково використовувати дорогі нові технології, достатньо запропонувати вибір:

- деякі відвідувачі віддають перевагу гідам, інші з більшою насолодою читають інформацію, а хтось обирає супровід аудіогіда;
- сприяння розвитку розуміння та поваги у відвідувачів до того місця, яке вони відвідують [Hall, McArthur 1993].

Дуже часто цінності культурної пам'ятки не завжди відразу очевидні, тому популяризація показує, чому пам'ятка важлива для відвідувачів, громади та країни [Veverka 2000].

Проте це не єдині переваги, які популяризація може запропонувати. Як вже зазначалося вище, популяризація може стати компонентом ефективного управління пам'яткою. Добре розроблена програма популяризації може суттєво покращити наступні сфери управління пам'яткою:

- консервація та реставрація;
- регуляція відвідувачів;
- економічна сфера;
- громадський імідж пам'ятки.

Слід зазначити, що названі сфери щільно пов'язані одна з одною, проте для зручності ми розглянемо їх окремо.

Сфера регуляції відвідувачів. Програми популяризації пам'яток можна використовувати для регуляції відвідувачів з метою зменшення негативного впливу на об'єкти культурної спадщини [Veverka 2000].

Найпростішим методом регуляції відвідувачів є, мабуть, спеціально розроблені культурні шляхи (heritage trails) — інформативні брошури з нанесеними на мапу позиціями певних об'єктів пам'ятки та інформацією про них. Це дозволяє скерувати рух відвідувачів у певному напрямку і уникнути найбільш чутливих зон на території пам'ятки.

Шляхом підвищення знань про важливість збереження пам'ятки та обмежень, що існують у зв'язку з цим, можливо змінити поведінку відвідувачів [Wearing, Neil 1999]. Звісно, процес зміни поведінки є досить складним, проте існує безліч літератури щодо поради у цій сфері. Незмінним залишається факт, що, змінюючи свідомість відвідувачів та надаючи їм знання про важливість пам'ятки, ми змінюємо їхню поведінку.

Сфера консервації та реставрації. Ця сфера тісно пов'язана з попередньою. Пояснення складних процесів збереження пам'ятки може допомогти отримати громадську підтримку та залучити нових спонсорів. Окрім цього, це може дозволити зменшити негативне втручання відвідувачів до процесу моніторингу пам'ятки.

Реставраційні роботи завжди викликають особливе зацікавлення відвідувачів. Наявність такого інтересу відкриває ряд можливостей. По-перше, за допомогою популяризації ми маємо змогу в доступній для відвідувачів формі показати складні процеси консервації пам'ятки

(брошури, книги, стенди та інше). Також ми маємо змогу отримати необхідну підтримку — матеріальну чи інформаційну, адже доведено, що люди найбільш схильні давати пожертви на конкретні проекти, коли вони знають, на що саме витрачаються їх гроші.

Економічна сфера. Надаючи відвідувачам незабутні враження під впливом пам'ятки, ефективна програма популяризації сприяє повторному відвідуванню та приверненню нових відвідувачів, що, у свою чергу, збільшує кількість грошей, які відвідувачі готові витратити. Вона заохочує відвідувачів провести більше часу на території пам'ятки, а отже, витратити більше грошей. Якщо ми пов'яжемо дану сферу з попередніми двома, то ми помітимо, що, змінюючи поведінку відвідувачів, ми зменшуємо кошти, що витрачаються на утримання пам'ятки (прибирання території, відновлення стендів, та інше) [Taylor 2000, Veverka 2000, Wearing, Neil 1999].

Громадський імідж пам'ятки. Жодна пам'ятка культурної спадщини не може ефективно функціонувати без підтримки громадськості. Ефективна програма популяризації не лише покращує знання про культурні цінності пам'ятки, але також і про роль організації, що нею опікується. Вона допомагає створити її позитивний імідж. [Wearing, Neil 1999]. Ефективна популяризація допомагає пояснити громадськості складні процеси управління і таким чином розвиває емпатичні почуття шляхом пояснення, а не пропаганди [Atkinson, Mullins 1998]. Так, наприклад, Единбург Уолт Херітич Траст (Edinburgh World Heritage Trust), котрий опікується Старим та Новим містами Единбурга, що занесені до Списку всесвітньої спадщини, видає щоквартальний інформаційний бюлетень, який освітлює роботу організації в сфері управління та збереження пам'ятки. Безкоштовний бюлетень видається у друкованому та електронному варіантах і надсилається раді директорів, спонсорам, міській раді, громадським організаціям, зацікавленим у збереженні культурної спадщини, та всім бажаючим. Щороку бюджетні кошти на збереження культурної спадщини зростають тільки на папері, фактично ж державного фінансування не вистачає для нормального функціонування пам'яток культури. Тому залучення громадськості до управління пам'ятками є особливо важливим для України.

Зазначимо, що хоча важливість популяризації і визнають у більшості країн світу, на даний момент вона проводиться не систематично і носить характер окремих проектів. Це стосується не лише України. У країнах Західної Європи спостерігається схожа ситуація. Оскільки більшість пам'яток культурної спадщини мають обмежений бюджет, фінансування програм популяризації пам'яток носить залишковий характер.

Вирішальним є не лише визнання важливості, необхідно поставити популяризацію на тверду основу. Тут ми можемо скористатися досвідом австралійських колег, що усвідомили взаємозв'язок між управлінням, консервацією та популяризацією пам'ятки. Вони розробили модель, що має забезпечити довгострокове ефективне функціонування пам'ятки (Рис. 2). Ця модель включає три пов'язані між собою компоненти: бізнес-план, план консервації та план популяризації пам'ятки, які дозволяють не лише покращити знання відвідувачів про цінність пам'ятки, але й надають розуміння важливості збереження даної пам'ятки та роль у цьому організації, що нею опікується.

Джерело: Murphy S. Interpretation Planning Guidelines, National Trust of Australia, Australia. 2000.

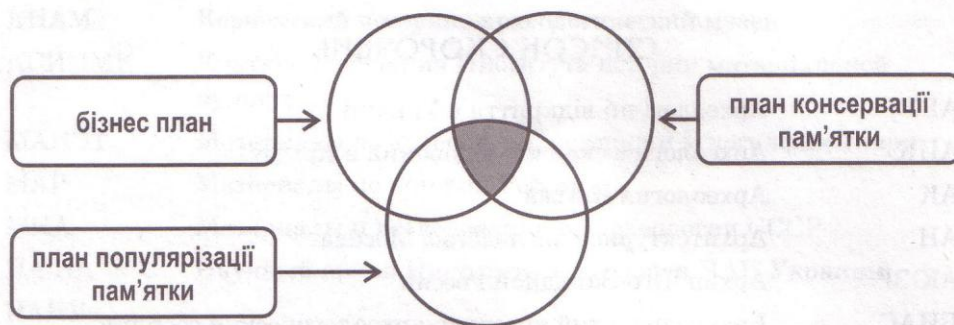


Рис. 2. Модель управління для об'єктів культурної спадщини

На даному етапі Україна має змогу, використовуючи досвід інших країн, встановити свої стандарти популяризації пам'яток. Досить довго ігнороване поняття популяризації пам'яток культурної спадщини має зараз зайняти належне місце в системі збереження культурної спадщини. Програми популяризації мають носити систематичний та цілеспрямований характер. Вони мають плануватись так само, як і все інше, і мають бути пов'язані з планами консервації та розвитку пам'ятки. І лише тоді якісна популяризація здатна покращити освітні програми, що пропонуються на території пам'ятки; збільшити фінансові надходження; підвищити знання населення про реставраційні та консерваційні роботи; отримати підтримку громадськості, та запропонувати ряд інших переваг, необхідних в ефективному управлінні об'єктами культурної спадщини.

Література:

- Atkinson Ph., Mullins G. Applying Social Marketing to Interpretation, in: Journal of Interpretation Research. Vol.3, No 1, 1998. P. 49–53.
- Hall M., McArthur S. Heritage Management in Australia and New Zealand: The Human Dimension. Melbourne. New Zealand, 1996. P. 2–22.
- ICOMOS Interpretation Standards at World Heritage Sites: Is There a Need for Assessment Criteria for On-Site Interpretation Programmes and Emerging Interpretive Technologies? // Report on a One-Day Roundtable Discussion. Paris, 2006.
- Murphy S. Interpretation Planning Guidelines, National Trust of Australia, Australia, 2000.
- Taylor B. Tapping the Tourist Dollar, in: Interpret Scotland, Issue 1, Spring, Lythoprint, Scotland. 2000.
- Veverka J. Why Heritage Sites Need Interpretation for Their Long Term Survival // Paper developed for the National Trust for Scotland Interpretation Seminar. Scotland, 2000.
- Wearing S., Neil J. Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities. Oxford, 1999. P. 57–71.