



ДОСЛІДН. ЗБЕРЕЖН. ПОДІЛИСЬ.

Як долучити українців до пошуку і збереження
культурної спадщини за допомогою комунікації

Результати дослідження та практичні рекомендації



ЗМІСТ

Ключова інформація та ключові висновки	5
Як ми розуміємо поняття «культурна спадщина» в Україні	8
Як Україна захищає культурну спадщину сьогодні	10
Українці – хранителі культурної спадщини	18
Як закликати людей захищати культурну спадщину	26
Принципи комунікації	26
Алгоритм залучення. Досліди. Збережи. Поділись.	30
Як комунікація допоможе віднайти і зберегти культурну спадщину	47

СКОРОЧЕННЯ, ВИКОРИСТАНІ В ДОСЛІДЖЕНІ

- КС – культурна спадщина
- МКС / НКС – матеріальна / нематеріальна культурна спадщина
- ЦА – цільова аудиторія
- ТОТ – тимчасово окуповані території України
- ПВ – повномасштабна війна з рф
- ВПО – внутрішньо переміщені особи
- МКСК / МКІП – Міністерство культури і стратегічних комунікацій України (актуальна назва) / Міністерство культури та інформаційної політики України (попередня назва)
- ГО – громадська організація
- ОМС – органи місцевого самоврядування

ВСТУП

Силу комунікацій часто недооцінюють. Особливо — якщо говорити про масштабні процеси й такі всеосяжні сфери, як культура. Насправді ж комунікація — це надпотужна сила, і якщо вміти нею користуватись, вона здатна на великі справи. Вирішувати складні питання і знаходити порозуміння. Бути рушієм позитивних змін у суспільстві. Змінювати поведінку людей та їхній світогляд.

Вона здатна і допомогти зберегти нашу культурну спадщину, яка сьогодні під загрозою.

Цей документ створювався як практичний посібник для того, щоб закликати українців до пошуку і збереження культурної спадщини. Він підійде для усіх, хто працює з темою її захисту й планує залучити до цього активних громадян.

- Як українці розуміють культурну спадщину?
- Для кого культурна спадщина сьогодні найбільш актуальна?
- На що звертати увагу, плануючи комунікацію?
- До який дії закликати людей?
- Як доступно донести їм таку складну тему?
- Відповіді на ці та інші питання – у цьому документі.

А найголовніше – ми створили простий і чіткий алгоритм, який допоможе закликати людей до пошуку і збереження культурної спадщини.

Досліди. Збережи. Поділись. Це есенція того, як і про що варто говорити з людьми, щоб залучити їх до такої важливої справи. Це – стратегічна основа для комунікації на цю тему. Це, врешті, і готовий заклик до найважливіших дій.

Ще більше дізнаватись про нашу культурну спадщину. Ще краще захистити її. Все більше збагачуватись нею. Комунікації під силу допомогти з такими складними й амбітними задачами. Під силу рухати наше суспільство вперед.

**Команда комунікаційної агенції
plusone social impact**

КЛЮЧОВА ІНФОРМАЦІЯ

Основою для викладених нижче рекомендацій стало дослідження, яке було проведене комунікаційною агенцією **plusone social impact** у 2024 році.

Дослідження проводилось для того, щоб:

- глибше вивчити тему культурної спадщини, її виклики та можливості, якими можна було би скористатись під час комунікації;
- скласти деталізований портрет цільової аудиторії, яка може активно долучитись до пошуку і збереження культурної спадщини, визначити ключові її особливості;
- сформувати ефективний алгоритм залучення людей до пошуку і збереження культурної спадщини;
- закласти основу для підбору ефективних комунікаційних підходів та інструментів.

Крім глибокого вивчення теми, під час дослідження було проведено глибинні інтерв'ю з представниками потенційної цільової аудиторії, а також фахові інтерв'ю з експертами галузі.

Експерти, з якими було проведено інтерв'ю:

- **Галина Григоренко**, незалежна експертка у сфері культури та креативних індустрій, співзасновниця та генеральна продюсерка Open Opera Ukraine, заступниця Міністра культури та інформаційної політики України (2022-2023). З листопада 2024 призначена на посаду Першого заступника Міністра культури та стратегічних комунікацій України;
- **Ольга Сагайдак**, головна експертка сектору культурної спадщини проєкту RES-POL;
- **Василь Рожко**, засновник НеМо: Лабораторія моніторингу української культурної спадщини, голова громадської організації «Тустань»;
- **Наталя Піщуліна**, голова правління ГО «Українська Античність»;
- **Ельміра Аблялімова-Чийгоз**, проєктна менеджерка Кримського інституту стратегічних досліджень;
- **Наталія Склярська**, операційна менеджерка проєкту «Мережа захисту культурної спадщини»;
- **Ліна Романуха**, провідна фахівчиня з питань культури та мистецтва програми «Долучайся!»;
- **Ірина Каць**, засновниця та лідерка ГО «Культурний Діалог».

КЛЮЧОВІ ВИСНОВКИ

- На сприйняття поняття **«культурна спадщина»** сильно впливають колоніальна політика СРСР та росії, звужене розуміння культури загалом, відсутність практики дослідження свого минулого.
- Поняття нематеріальної культурної спадщини для України є новим, що створює виклики для його використання у комунікації – як для широкої аудиторії, так і для фахівців сфери.
- Варто говорити про збереження культурної спадщини загалом, не розділяти її на матеріальну і нематеріальну. Також не варто наголошувати на більшій важливості якогось виду спадщини з цих двох.
- Оскільки культура є цілком ворогом, захист культурної спадщини сьогодні розглядається як елемент національної системи безпеки. У 2024 році в Україні прослідковується тренд на захист культурної спадщини, водночас загалом ситуація із захистом КС лишається складною: щоб цей процес відбувався ефективно, потрібно значно більше зусиль, ресурсів і часу, ніж є зараз.
- Культурна спадщина – не лише про минуле. Вона не лише зберігається, а формується в одному з нами часі, нерідко її творцями є ми самі.
- Насамперед люди самі є носіями культурної спадщини та інформації про неї. І чим більше вони про неї знають, діляться знаннями та зберігають їх, практикують, тим більш захищеною є спадщина.
- Для людей поняття культурної спадщини тісно пов'язане з поняттям сімейної спадщини. Це цілком нормально і може допомогти у процесі пошуку та фіксації КС. На це варто зважати під час планування комунікації.
- Основою для комунікації, мета якої – залучити людей до пошуку та збереження культурної спадщини, може стати алгоритм із 3 кроків: Досліди. Збережи. Поділись. Водночас варто враховувати, що третій крок алгоритму – «Поділись» – має бути опцією.

КЛЮЧОВІ ВИСНОВКИ

- Люди можуть мати «сплячий» інтерес до культурної спадщини, її дослідження. Вони можуть постійно відкладати його «на потім» через нерозуміння теми, як досліджувати, незакриті базові потреби тощо. Одна з причин, чому вони починають досліджувати КС, – переживання певного досвіду, який стає тригером для старту дослідження (війна, прочитана книжка, певні події в персональному житті, досвід такого дослідження інших людей, про який вони дізнались).
- Варто враховувати, що загалом тема збереження культурної спадщини, заклики до її віднайдення та збереження **можуть бути сенситивними для внутрішньо переміщених осіб.**
- **Громада, школа, релігійна організація/установа, музей** можуть стати ключовими точками поширення інформації про захист КС, заклику до цього людей.



ЯК МИ РОЗУМІЄМО ПОНЯТТЯ «КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА» В УКРАЇНІ

Згідно з визначенням ЮНЕСКО, культурна спадщина включає артефакти, пам'ятники, групи будівель і локацій, музеї, які мають різноманіття цінностей, включаючи символічне, історичне, художнє, естетичне, етнологічне або антропологічне, наукове та соціальне значення¹. Таке розуміння культурної спадщини є орієнтиром і для України, оскільки вона ратифікувала ключові документи щодо охорони культурної спадщини:

- Конвенцію про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини (ратифіковано 1988 року)²;
- Конвенцію про охорону нематеріальної культурної спадщини (ратифіковано 2008 року)³.

Культурна спадщина – це наш спадок з минулого, те, чим ми живемо сьогодні, і те, що ми передаємо майбутнім поколінням.

Наша культурна та природна спадщина є незамінними джерелами життя та натхнення.

ЮНЕСКО

За визначенням ЮНЕСКО, яке використовується і в Україні, культурна спадщина поділяється на матеріальну і нематеріальну. Матеріальна включає фізичні об'єкти та артефакти: будівлі, історичні місця, пам'ятки, музейні колекції, експонати тощо.

А от з нематеріальною культурною спадщиною ситуація складніша.

Саме поняття НКС для України є новим. Лише у 2012-му започатковано ведення переліку елементів нематеріальної культурної спадщини України, а офіційно Національний перелік елементів нематеріальної культурної спадщини України було створено лише у 2018-му⁴.

Перелік того, що вважати НКС, різниться в ключовому документі ЮНЕСКО (Конвенції) та одному з ключових документів України – Порядку ведення Національного переліку елементів НКС України (МКСК).

¹ – Інститут статистики ЮНЕСКО, словник.

² – Конвенція на сайті Верховної Ради України.

³ – Конвенція на сайті Верховної Ради України.

⁴ – Український центр культурних досліджень.

У Конвенції ЮНЕСКО вказано, що НКС проявляється, *inter alia*, в:

- усних традиціях та формах вираження, зокрема в мові як носії нематеріальної культурної спадщини;
- виконавському мистецтві;
- звичаях, обрядах, святкуваннях;
- знаннях та практиці, що стосуються природи та всесвіту;
- традиційних ремеслах.

Порядок ведення Національного переліку елементів НКС МКСК, крім цих елементів, додає також:

- традиційну кухню;
- народні ігри;
- фестивалі;
- народну медицину (ті елементи НКС, що не шкодять здоров'ю та життю людини);
- народні промисли;
- традиційну музику;
- культурні простори⁵.

Конвенція 2003 року запроваджує інноваційні підходи до розуміння культури загалом, не лише нематеріальної спадщини. Вона – наслідок та водночас інструмент світоглядної трансформації людства, коли відбувається перехід від сприйняття і цінування матеріального до виведення в центр людини і цінування її знань, практик, стилю життя. За словами опитаних експертів, в Україні ця трансформація відбувається складно, враховуючи історичний контекст і загалом малий досвід роботи з поняттям НКС.

Також, за даними експертів, **в Україні загалом не вистачає фахівців з НКС.** Лишається відкритим питання, кого вважати фахівцем у цій галузі, оскільки сьогодні в Україні такими фахівцями є люди з різних сфер: етнографи, культурологи, антропологи тощо.

Усі ці фактори можуть створити виклики для комунікації теми культурної спадщини та її захисту: її може бути складно пояснити непідготовленій або малопідготовленій аудиторії. Також, крім рівня підготовки аудиторії, варто враховувати, що саме потрібно пояснити аудиторії: можливо, в певній ситуації потрібно розповідати не все про культурну спадщину, а окремі аспекти цієї теми.

⁵ – [Порядок ведення Національного переліку елементів НКС \(МКІП\)](#).

ЯК УКРАЇНА ЗАХИЩАЄ КУЛЬТУРНУ СПАДЩИНУ СЬОГОДНІ

Загалом ситуація із захистом КС в Україні є складною. Зусиль і ресурсів для цього системно не вистачало протягом всієї історії України часів Незалежності. Звичною була ситуація, коли на захист культурної спадщини, як і на культуру загалом, ресурси і зусилля витрачались за залишковим принципом.

Ситуація вкрай загострилась під час повномасштабного вторгнення росії, коли стало очевидним, що культурна спадщина і культура загалом є прямою ціллю атак ворога, який має намір її знищити.

За даними Міністерства культури та стратегічних комунікацій України⁶, станом на кінець 2024 загальна чисельність пошкоджених пам'яток культурної спадщини складає 1222 об'єкти. З них національного значення — 124, місцевого — 1024, щойно виявлених — 74.

Причому важливо, що ця проблема стосується не лише прифронтових територій або наближених до лінії фронту, а й усієї України: пам'ятки культури зазнали пошкоджень і у Києві та Київській, Львівській, Хмельницькій, Вінницькій, Житомирській, Черкаських областях. Очевидність того, що ворог системно атакує українську культуру, спричинила зрушення щодо захисту культурної спадщини. Водночас експерти зазначають, що захист української культурної спадщини завжди був складною сферою, сповненою проблем. Настільки, що будь-які активності наразі сприймаються вже як успіх, хоча насправді їх недостатньо.

Захист культурної спадщини – елемент національної системи безпеки

Оскільки культура є ціллю ворога, захист культурної спадщини **сьогодні розглядається як елемент національної системи безпеки**.

Українська доктрина, над якою триває робота і яку має затвердити Рада національної безпеки і оборони України⁷, як передбачається, міститиме й інформацію про захист культурної спадщини. Для цього до роботи над доктриною залучені провідні діячі культури та мистецтва, а при Апараті РНБО було створено міжвідомчу робочу групу й підготовлено позиційний документ стосовно підтримки культури й збереження культурної спадщини, який після доопрацювання буде винесено на загальнонаціональне обговорення⁸.

Експерти наголошують: важливо, щоб подібна риторика і позиціонування культурної спадщини звучали і на міжнародних майданчиках, що наразі вдається реалізовувати.

⁶ – 1222 пам'ятки культурної спадщини постраждали в Україні через російську агресію, МКСК, грудень 2024.

⁷ – РНБО розробляє Українську доктрину: секретар Литвиненко розповів деталі, Суспільне Новини.

⁸ – Сергій Дубовицький – учасникам форуму «Українська культурна спадщина»: Культурна спадщина – невід'ємний елемент національної безпеки, РНБО.

Тренд на захист культурної спадщини

За словами експертів, у 2024 році в Україні прослідковувався тренд на захист культурної спадщини. Можна виділити такі ключові прояви.

Активізувалось Міністерство культури та стратегічних комунікацій України (екс Міністерство культури на інформаційної політики). Одна зі складових активізації – проведення, підтримка та активна участь у профільних заходах щодо збереження культурної спадщини, загалом у відповідному дискурсі.

З-поміж ключових подій 2024 року:

- II Форум «Українська культурна спадщина: #ДійЗадляСпадщини»⁹;
- Всеукраїнський форум «Культура під час війни. Людський капітал»¹⁰;
- конференція «Захист культурної спадщини та протидія культурному стиранню у збройному конфлікті: нові виклики та досвід України»¹¹;
- конференція «Культурна спадщина в Україні: від збереження до повоєнного відновлення»¹²;
- IV Міжнародна конференція «Культурна спадщина: захист культурних кордонів»¹³.

ЮНЕСКО виступило з ініціативою підтримати Верховну Раду України у підготовці змін до законодавства, нормативно-правової бази щодо регулювання в секторі культурної спадщини.

Програма Ukraine Facility стосується зокрема і теми культури та захисту культурної спадщини. Ключовим результатом України тут має стати стратегія культури, яка має бути готова до кінця березня 2025.

У 2024 розпочав роботу проєкт ЄС RES-POL, який шукає шляхи розв'язання проблем та викликів, що постали перед українською культурою¹⁴. У фокусі RES-POL — зокрема і культурна спадщина. Аналітична робота, яку проводить проєкт, стосується зокрема і захисту культурної спадщини, і унаочнить кореневі проблеми та ключові питання.

Діє низка ініціатив та проєктів, підтримуваних міжнародними донорами.

⁹ – Спеціальний випуск: Як пройшов II Форум «Українська культурна спадщина: #ДійЗадляСпадщини», engage.org.ua.

¹⁰ – Збереження людського капіталу в сфері культури під час війни – основне завдання сьогодні, МКІП.

¹¹ – Конференція «Захист культурної спадщини та протидія культурному стиранню у збройному конфлікті: нові виклики та досвід України» у Facebook.

¹² – Культурна спадщина в Україні: від збереження до повоєнного відновлення – відеозапис конференції, Громадський простір, 2024.

¹³ – Культурна спадщина: охорона та відновлення — у Києві відбулася міжнародна конференція, Вечірній Київ, листопад 2024.

¹⁴ – За підтримки ЄС розпочинається проєкт RES-POL: розроблення політик національного рівня для 4 секторів культури, Представництво Європейського Союзу в Україні.

З-поміж ініціатив, які активно працюють з темою збереження культурної спадщини:

- **ІСОМ Україна**. Український національний комітет Міжнародної ради музеїв ICOM – міжнародного об'єднання музеїв та професійних музейних працівників, які займаються збереженням, охороною та популяризацією світової природничої і культурної спадщини. Один із пріоритетних напрямів – донести до міжнародних колег інформації про злочини, в яких беруть участь російські музейники. Комітет запустив проєкт «Моніторинг рухомої культурної спадщини України», метою якого є збір та аналіз інформації щодо втрат рухомої спадщини з колекцій українських музеїв внаслідок російської агресії на прикладі колекцій Маріупольського краєзнавчого музею.
- **Мережа захисту національних інтересів «ANTS»**. У 2024 мережа створила **«Мережу захисту культурної спадщини»** – коаліцію ГО, профільних інституцій, ОМС, експертів для координації зусиль із захисту, збереження та сталого управління КС у період дії воєнного стану і повоєнного відновлення, та у контексті європейської інтеграції України.
- **ГО «Українська Античність»**. Один із напрямів роботи організації, що займається розвитком громадянського суспільства в Україні, – залучення молоді до збереження культурної спадщини. Маючи на меті збереження ідентичності через дослідження родоводу та цифровізацію сімейних архівів, організація проводить тематичні навчальні активності. У 2024 організація запустила онлайн-курс про дослідження власної родини – **«Збережи свою ідентичність»**. Це перший в Україні комплексний відеокурс, що дає набір базових знань та навичок, аби почати дослідження свого роду.
- **ГО «Кримський інститут стратегічних досліджень»**. Фокусується на дослідженнях стану захисту об'єктів КС на ТОТ України та виявленні основних тенденцій розвитку подій у цій сфері через призму міжнародного гуманітарного права. Документує порушення проти культурних цінностей на ТОТ, зокрема – у вигляді мапи та реєстру об'єктів КС, постраждалих від російської агресії (зареєстровано понад 1000 об'єктів). Має успішний досвід співпраці та організації заходів у Штаб-квартирі ЮНЕСКО. У 2024 діяльність організації відзначено в доповіді Генерального директора ЮНЕСКО «Follow-up of the situation in the Autonomous Republic of Crimea (Ukraine)» для 220-ї сесії Виконавчої ради ЮНЕСКО.
- **ГО «Інститут культури України»**. Організація займається зокрема сприянням включення елементів НКС до Національного переліку елементів НКС України та Списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО. З-поміж успішних кейсів – включення до списку традиції приготування борщу та **традиції Щедрого вечора**.

- **ГО «ІРЦ "Правовий простір"».** Відновлення історичної пам'яті – один із напрямів роботи організації. Організація спрямовує зусилля на захист культурної спадщини на території Херсонщини і України в цілому, а також на допомогу місцевій владі у створенні інфраструктури навколо пам'яток КС. У фокусі уваги організації – два об'єкти культурної спадщини національного значення: Дозорна Вежа (Вежа Вітовта) і фортеця Тягинь.
- **ГО «Антикорупційний штаб».** Організація здійснює фіксацію поточного стану об'єктів — пам'яток КС та/або об'єктів, які становлять історичну цінність для України. Також організація займається моніторингом та запобіганням потенційних корупційних зловживань під час відновлення культурної спадщини.
- **ГО Civic. Space.** Один з проєктів ГО – НАТА Hub, платформа діджиталізації та промоції культурної спадщини України, спільнота для співпраці, обміну досвідом, навчання і розвитку. З-поміж заходів платформи – Heritage Tech Meetups, зустрічі з експертами/-ками для обговорення успішних прикладів проєктів, пов'язаних із технологіями для збереження КС під час війни.
- **ГО Pictoric** – клуб, який об'єднує сучасних ілюстраторів та дизайнерів. Один з проєктів клубу – Історії Українців. В межах проєкту українські ілюстратори створюють ілюстрації, комікси, плакати та анімації на основі історій людей, які віддають своє мирне життя на боротьбу з війною.
- **ГО Кримськотатарський Ресурсний Центр.** Бореться за деокупацію Криму та захист прав корінних народів України. З-поміж проєктів – інформаційна кампанія #LIBERATECRIMEA для підвищення рівня поінформованості населення України про ситуацію в Криму, корінні народи України, їхню історію і культуру. Регулярно робить публікації про культурну спадщину кримських татар, зокрема – про мідний посуд у культурі кримських татар, кримськотатарське вишивання.
- **HeMo: Ukrainian Heritage Monitoring Lab.** Експерти ініціативи проводять експедиції та облікують сотні об'єктів, щоб зафіксувати втрати культурної спадщини через повномасштабну війну, документують масштаби руйнувань. Створюють інфраструктуру даних з інформацією про досліджені об'єкти, яка допоможе системно та комплексно планувати відновлення пам'яток, а також відстоювати інтереси України проти росії у Міжнародному кримінальному суді за злочини проти культури.
- **ГО «Тустань».** Партнер Державного історико-культурного заповідника «Тустань» у численних спільних ініціативах. Займається реалізацією проєктів, комунікацією зі стейкхолдерами, залученням коштів для заповідника – наскельного міста-фортеці, пам'ятки природи та археології національного значення. Одним з наслідків тривалої роботи з розвитку заповідника стало включення у 2024 році села Урич, в якому знаходиться фортеця, до світового переліку ООН «Найкращі туристичні села».

ЩО ВПЛИВАЄ НА КОМУНІКАЦІЮ ПРО КУЛЬТУРНУ СПАДЩИНУ?

Можна виокремити кілька ключових аспектів, що впливають на роботу з темою культурної спадщини і комунікацію на цю тему і які варто враховувати, плануючи комунікаційні активності. Водночас їх можна використовувати, щоб формувати наративи для роботи з темою.

ВПЛИВ СРСР І РОСІЇ

Політика Радянського союзу і росії (до та після СРСР) була направлена на викорінення ідентичності, протидію її усвідомлення й мала колосальний вплив на культурну спадщину України — як її розуміють, наскільки усвідомлюють цінність та важливість елементів спадщини, їхнє існування тощо.

Людина радянська – людина без ідентичності. Політика Радянського Союзу була направлена на те, щоб люди перестали ідентифікувати себе як представників певної нації, натомість мали стати «людиною Радянського Союзу». Це зокрема вплинуло на величезний пласт традицій. Водночас – з'являються нові радянські свята, щоб створити цю нову радянську людину. Наприклад, сильно посилювалася традиція святкування Нового року для того, щоб перекрити традиції Різдва.

Переживаючи за себе, люди могли переховувати, навіть знищувати свої документи, фотографії чи сімейні реліквії, не розповідати дітям про своє минуле, приховувати походження. Через це сам процес передачі інформації, культурної спадщини на особистісному рівні переривався. Люди також переживали, що певні елементи ідентичності могли нести загрозу їхнім нащадкам, тому приховували їх від них. Також впливало те, що людей позбавляли власності – виселяли з будинків, відбирали майно.

Передача спадщини, інформації, пам'яті переривалась і через загибель людей. На жаль, через сповнену трагедіями історію України людські втрати були значними впродовж багатьох років.

Українське позиціонувалось як другорядне і непрестижне. Політика СРСР була направлена на централізацію всього життя радянської людини довкола російського, росії, москви. Україна, як і інші республіки, вважалась провінцією. Тому престижним вважалось розмовляти російською, певним чином бути дотичним до «головної» російської культури. Якщо людина хотіла показати себе освіченою, приналежною «до верхів», вона мала розмовляти російською мовою.

Відповідно, українське, зокрема і мова, культура, позиціонувалось як другорядне, провінційне, сільське. Це поляризувало суспільство: відтоді сформувалось уявлення, що село – це соромно, слова на кшталт «селюк» вживались як образливі. Але процес був двостороннім – «вшивий інтелігент» і подібні фрази стали проявом неповаги до людей, які зберігали традиції «царської росії», але не мали фінансового підґрунтя.

Це також призвело і до розвитку комплексу меншовартості, з яким ми досі живемо і який сильно впливає на усвідомлення, сприйняття нашої культурної спадщини – він не дає розгледіти її, пишатись нею.

ТРИГЕРИ ЗМІН

Революції. Першу помітну хвилю переосмислення ідентичності, усвідомлення її, рефлексії дала Помаранчева революція 2004 року. Другою і більш потужною – Революція Гідності та початок російської війни проти України. Саме тоді відбувся ключовий зсув, коли активно почала змінюватись рецепція, що українське – це другорядне, сільське. Але можна припускати, що тоді таке переосмислення охопило незначну частину людей.

Також із часу після Революції Гідності, як один з її наслідків, прослідковується збільшення кількості українського культурного продукту, відповідно – інтересу і зміни ставлення до нього. Українські книжки, музика, кіно, креативні індустрії, український бізнес, особливо середній і малий, викликають все більше зацікавлення, як наслідок – відповідь – їх стає більше.

Незалежність. Чи здобуття Незалежності можна вважати подібною тригерною точкою, лишається відкритим питанням. Оскільки попри однозначну його важливість для історії України, у владі тоді опинились зокрема і люди з комуністичним минулим, які були зацікавлені у зв'язках з росією. Які, власне, їм і вдалось підтримувати роками. Також культурне осмислення відходило на другий план, оскільки на першому були політичні та економічні потрясіння.

Війна. Ключовим фактором до осмислення ідентичності для великої кількості людей стало повномасштабне вторгнення росії. Саме воно, на думку експертів, допомогло багатьом змінити думку про українськість і впевнитися або бодай замислитись у своїй ідентичності. Через війну люди поступово починають розуміти, що те, що здавалось неважливим, тепер виявляється дуже цінним, важливим.

Саме після повномасштабного вторгнення люди почали говорити про те, що вони пишаються тим, що вони українці. Це також вплинуло і на українців за кордоном: вони почали вчити українську мову, переосмислювати своє минуле, свідомо набувати українськості.



Тоді ми отримали Незалежність, але вона була де-юре. Люди у владі лишались людьми радянськими.

В культурному, політичному, економічному полі ми були дуже сильно зв'язані з росією і орієнтувалися все-таки на неї більше, ніж на Європу



Ліна Романуха

ЗВУЖЕННЯ РОЗУМІННЯ КУЛЬТУРИ І КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ

Проблемою є також те, що більшість людей розуміють культуру в доволі вузькому значенні. Часто – як певні прояви мистецтва, пов'язані з ними процеси. Водночас культура – набагато ширше поняття.

Для комунікації це створює як виклики, так і можливості. З одного боку, варто розширяти погляд аудиторії на поняття культури, показувати його нові грані. З іншого – це може перевантажити комунікацію, змістити акценти, заплутати людей і «засмітити» їхнє інфополе, що може вплинути негативно: аудиторія так нічого і не зрозуміє, ще й втратить бажання розбиратись і займатись дослідженням культурної спадщини.

НЕСПРИЙНЯТТЯ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ ЯК АКТИВУ

Фахове середовище (менеджери, працівники установ, дотичних до культурної спадщини), менеджери громад і органів влади, та й сама громадськість здебільшого не сприймають культурну спадщину як актив, ресурс. Винятки існують, але вони поодинокі.

Культурна спадщина як актив може бути джерелом розвитку, доходу й інвестицій, залучення людей. При цьому – не шкодячи самій спадщині.

ВІДСУТНІСТЬ ПРАКТИКИ ВИВЧАТИ СВОЄ МІНУЛЕ

В Україні наразі практика досліджувати минуле своєї сім'ї, родовід, походження не є широко розповсюдженою.

Одна з опитаних експерток, яка спілкувалась із підлітками на тему родоводу, наводила приклад, що учениця, яка проходила тематичний вебінар, була першою у своїй родині, хто звернувся до прабабусі з питаннями про їх рід.

« Досі немає розуміння [у фахівців], що спадщина може приносити гроші. Люди не бачать її як ресурс чи, тим більше, продукт, який може приносити прибуток, розвивати громаду, державу. І такий погляд на спадщину ніяк не зашкодить їй самій, а навпаки – допоможе зберегти. Приклад – Тустань. Сьогодні роки розвитку заповідника приносять плоди і громаді, і державі »

Василь Рожко

Також впливає те, що здебільшого у дівців культури відсутня суб'єктність, яка є завадою до того, щоб вони створювали, очолювали дієві інституції.



ДОСЛІДН. ЗБЕРЕЖИ. ПОДІЛИСЬ.

УКРАЇНЦІ – ХРАНИТЕЛІ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ

ЧОМУ УКРАЇНЦЯМ ВАЖЛИВО ДОЛУЧАТИСЬ ДО ЗБЕРЕЖЕННЯ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ?

Під час повномасштабної війни, коли культурна спадщина і культура загалом є об'єктом прямих атак ворога, особливо виразно стало зрозуміло, наскільки їх захист залежить від того, як добре про них знають. Очевидно, що чим більше людей зберігають інформацію про ту чи іншу пам'ятку або практику (в пам'яті, у записах тощо), то в разі її знищення ця інформація збережеться (як і інформація про злочин – знищення).

Люди самі є носіями культурної спадщини та інформації про неї. І чим більше вони про неї знають, діляться знаннями та зберігають їх, практикують у випадку НКС, тим більш захищеною є спадщина.

Це двосторонній процес, від якого виграють і самі люди: культурна спадщина формує ідентичність, дає почуття впевненості та спокою, допомагає зрозуміти себе (докладніше про це – у розділі про цільову аудиторію).

Загалом опитані експерти галузі позитивно оцінюють ідею залучення людей до збереження культурної спадщини. Вони наголошують на тому, що чим більше людей можна залучити – тим більше спадщини можна зберегти і зробити це більше ефективно.

Одна з ключових задач для комунікації тут, крім подолання перепон, описаних в попередньому розділі, – дати людям усвідомити їхній зв'язок зі спадщиною, зрозуміти приналежність до неї.



ХТО ВОНИ – ШУКАЧІ Ї ХРАНИТЕЛІ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ?

Фахове середовище (менеджери, працівники установ, дотичних до культурної спадщини), менеджери громад і органів влади, та й сама громадськість здебільшого не сприймають культурну спадщину як актив, ресурс. Винятки існують, але вони поодинокі.

Культурна спадщина як актив може бути джерелом розвитку, доходу й інвестицій, залучення людей. При цьому – не шкодячи самій спадщині.

Після Революції Гідності все більше українців почали цікавитись історією та культурою України. Агресія РФ ще більше посилила хвилю такого інтересу. Попри війну, в Україні – театральний ажіотаж, видається в рази більше українських книжок, ніж ще кілька років тому, відкриваються нові книгарні, з'являються актуальні екскурсійні програми тощо.

Люди, що є або стають активними споживачами культурних продуктів, розуміють цінність культури, і є ключовою цільовою аудиторією комунікації про збереження КС. За спостереженнями, під час нинішнього культурного буму таких людей стає все більше, тому можна припустити, що цільова аудиторія буде збільшуватись.

Для таких людей сама культура вже є цікавою та важливою. Вони розуміють цінність культурного надбання України та задумуються над тим, наскільки важливо берегти культуру, щоб зберегти ідентичність.

Ключові характеристики цільової аудиторії:

- мають свідому проукраїнську позицію;
- регулярно споживають продукти культури: купують і читають книжки, відвідують музеї та виставки, можуть відвідувати навчальні програми, пов'язані з культурою, мистецтвом, ремеслами;
- інтерес до культури, мистецтва, історії – частина їхнього світогляду. Тому така категорія людей – універсальна та об'єднавча як для корінних мешканців окремих регіонів, так і для ВПО. Як для людей з великих міст, так і з сіл;
- вже могли задумуватись про культурну спадщину своєї родини, починати її фіксувати та зберігати.

Далі у цьому документі – фокус саме на такій аудиторії та її ключових характеристиках. Це виправдано насамперед фінальною метою, заради якої відбуватиметься комунікація – віднайти і зберегти українську культурну спадщину. Ця аудиторія вже біль-менш підготовлена, має інтерес до теми і розуміє її важливість, тому взаємодія з нею має більший шанс на успіх.

Водночас це не означає, що під час комунікації теми культурної спадщини варто обмежуватись лише цією аудиторією. Якщо існує окрема аудиторія (або сегмент) зі своїми специфічними показниками, яка підходить під певну ситуацію або певний вид комунікації, це варто використовувати.

ВІК

Найбільше тема дослідження і збереження культурної, сімейної спадщини, цікавить «молодь старшого віку» – людей 30+ років.

Це певним чином підтверджували й самі респонденти з числа ЦА: вони говорили, що інтерес до дослідження спадщини сімейної, культури загалом у них підвищувався з віком і пік його, коли вони врешті переходили до певних дій, припадав саме на цей період життя. Також респонденти пов'язують формування такого інтересу і перехід до дій (дослідження) із періодом, коли закрито першочергові потреби (безпека (без врахування війни), фінансовий стан, сім'я тощо).

Водночас найбільш перспективною аудиторією з точки зору ефекту від дослідження і збереження спадщини є люди молодші, наприклад, підлітки (але не лише: чим молодші – тим перспективніші). З одного боку – вони вже володіють (або можуть швидко навчитись) базовими інструментами, які потрібні для пошуку і фіксації спадщини. З іншого – і це найважливіше – вони мають більше часу на спілкування зі старшими людьми, поки ці старші люди живі й при пам'яті.

Це особливо важливо для малих населених пунктів і громад, оскільки з часом молодь із них виїжджає вчитись чи працювати, і постійний контакт зі старшими рідними втрачається.

КУЛЬТУРНОЮ СПАДЩИНОЮ БІЛЬШЕ ОПІКУЮТЬСЯ ЖІНКИ

Для України характерно, що носіями традицій, інформації про минуле роду в сім'ї є хтось по жіночій лінії. В сім'ї це зазвичай хтось один, вже похилого віку. Або ж найстарша жінка сім'ї незалежно від віку.

Це – важливий момент для того, аби під час планування комунікації звузити потенційну цільову аудиторію.

ТЕРИТОРІЯ

Комунікація про збереження культурної спадщини має бути орієнтована на мешканців різних типів населених пунктів (села, міста різного розміру) у всій Україні.

В цьому контексті важливо, що, за словами експертів, для містян (особливо мова про великі міста) часто є проблематичним віднайти, ідентифікувати нематеріальну культурну спадщину. Зокрема – через нерозуміння багатогранності НКС та дещо стереотипізоване розуміння поняття «традиції».

З-поміж прикладів характерних міських практик Києва, які насправді можна вважати нематеріальною культурною спадщиною (що, на перший погляд, неочевидно) – дідусі, які грають в шахи у парку Шевченка, та київські голубівні.

ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНІ ОСОБИ

Особливий акцент і окремі меседжі мають бути для ВПО. Варто звернути увагу не лише на травматичний досвід таких людей, пов'язаний з КС, а й на те, що такі люди можуть знаходити свою культурну спадщину серед нової спільноти, якщо вони знаходяться в іншому місці.

Важливо, щоб ВПО не відчували себе на узбіччі процесу пошуку і збереження культурної спадщини, про який відбуватиметься комунікація, тому що вони знаходяться в іншому, новому для себе середовищі. Навіть не будучи прив'язаними до своєї території, вони теж зберігають, практикують, передають певну спадщину – навіть на рівні сім'ї чи маленької спільноти. В такому контексті ВПО може бути окремим сегментом ЦА.

Важливо також враховувати, що для людей з категорії ВПО сама тема культурної спадщини, її пошуку та збереження може бути вкрай сенситивною. Такі люди можуть не мати, куди повертатись і що досліджувати чи зберігати, можуть мати досвід, коли важливі для них локації, артефакти тощо перестають існувати через війну.

КЛЮЧОВІ ЗНАХІДКИ З ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ

Розуміння культурної спадщини. Загалом в аудиторії є розуміння, що означає це поняття, що саме може бути такою спадщиною. Водночас такі люди не диференціюють для себе матеріальну і нематеріальну спадщину, перелік нематеріальної обмежується буквально кількома поняттями (традиції, пісні, свята, інколи – рецепти), не вважають, що якийсь тип спадщини важливіший за інший.

Для них також поняття КС має чітку прив'язку до понять ідентичності, ідентифікації себе.

Тригерна точка. Прослідковується, що зараз в українців, які цікавляться темою культурної спадщини, протягом життя була певна подія, пережитий досвід, який став тригером до того, що людина активно почала цікавитись минулим сім'ї, тим що її оточує, звідки вона, також – і культурною спадщиною.

До такого тригерного досвіду інтерес до культурної спадщини скоріше теж був присутнім, ніж ні, але ефемерним, несформованим і не настільки важливим, щоб реалізовувати його (постійно відкладали «на потім»).

Респонденти назвали такі тригерні точки:

- повномасштабне вторгнення, війна і окупація (і 2014, і 2022 роки);
- Революція Гідності;
- прочитана книжка (етнографія, історія), певний тематичний матеріал (наприклад, проєкт Google та МКІП «Автентична Україна»), які викликали питання, на які потрібно було шукати відповіді;
- порівняння з іншими людьми, обставинами (інший регіон, інша країна, українська діаспора), яке вмикає питання «а хто я?» і спонукає до дій.

« Для багатьох потрібно було, щоб прилетіли ракети, щоб вони почали цінувати те, що їх оточує »

Респондент/-ка інтерв'ю з цільовою аудиторією

За допомогою культурної спадщини люди здобувають більше. З-поміж того, що дає дослідження, віднайдення культурної спадщини довкола себе, респонденти називали:

- самоідентифікацію, краще розуміння себе, свого місця і ролі у суспільстві;
- віднайдення, формування ідентичності («почав пишатись тим, що я зі свого невеликого міста і свого регіону, раніше соромився цього»);
- відчуття укорінення;
- приналежність — до власного роду, спільноти, регіону, нації;
- цілісність особистості.

Важливо, що такі здобутки позитивно впливають на психологічно-емоційний стан людини. Респонденти зазначали, що в результаті вони могли:

- стати спокійнішими;
- краще сформулювати, зрозуміти цілі на майбутнє, особливо ті, які стосуються родини;
- почуватись впевненішими.

Зміна ставлення до власної спадщини. Якщо раніше могло бути негативне ставлення до власної ідентичності у випадку, коли це була локальна спадщина (приклад з інтерв'ю – невелике місто Полтавщини), то вивчення власної культурної спадщини змінювало це ставлення.

Є випадки, коли людина після цього не лише чітко починала ідентифікувати себе як носія власної спадщини, культури, але й публічно «нести» її, пишатись нею, популяризувати.

« Не те, щоб я цурався, звідки я, але старався не акцентувати на цьому увагу. Було комфортніше ідентифікувати себе з великим містом. А потім [після дослідження культурної спадщини] зрозумів, наскільки вона [КС] мені близька, мені з нею комфортно. Тепер я амбасадор своєї локальної культури. »

Респондент/-ка інтерв'ю з цільовою аудиторією

Аудиторія загалом готова ділитись власними знахідками і активно робить це. Водночас це здебільшого відбувається не публічно (соцмережі, блоги, медіа), а в невеликих спільнотах:

- у сім'ї (особливо актуально, бо знахідка стає одразу сімейним надбанням, про яку знатиме вже не одна людина);
- у локальних групах людей, які живуть або походять з того самого населеного пункту, регіону;
- у колі друзів, до яких є довіра і яким дійсно цікаво дізнатись нове про свого друга.

Прикметно, що таке поширення інформації у певному вузькому колі спонукає й інших людей із цього кола також братись за дослідження вже власної культурної спадщини. Є випадки, коли респонденти фактично інструктували знайомих, як досліджувати, де шукати, на що звертати увагу тощо.

Є також практика, коли такі зацікавлені люди беруться за організацію тематичних заходів (гастрономічні івенти, традиційні святкування, просто розказати колу друзів про свої цікаві знахідки) та досліджують чи фіксують спадщину через власну творчість (малюнки зі старих фото, колажування, творче «доповнення» фото зруйнованих пам'яток, тематичний мальований календар з видами рідних місць).

Також респонденти підтверджують, що **найбільше їх цікавив, цікавить і цікавив би персональний досвід інших людей**, реальні приклади, як люди шукали, віднаходили і зберігали свою культурну спадщину, як це впливало на їхнє життя.

Люди, які так чи інакше займались або займаються дослідженням власної спадщини, чітко усвідомлюють, що виявлення, дослідження, фіксація і зберігання спадщини – це відповідальність кожної свідомої людини. Водночас це не конфліктує з твердженням, що і фахівці, фахові установи також мають займатись збереженням КС.



Nota bene. При плануванні комунікації варто звернути увагу, що слово «досліджувати» щодо КС викликало в респондентів неоднозначне сприйняття. Воно сприймалось як надто серйозне, відповідно таке, що зобов'язує до серйозного процесу. Можливо, для публічної комунікації варто підібрати інший відповідник – менш «серйозний». Водночас чи доцільно це буде – залежатиме від аудиторії.

Пошук інформації

Для пошуку інформації аудиторія зазвичай використовує:

- інтернет;
- бібліотеки (тематичні книжки, інколи свідомо шукають книжки про певний регіон у бібліотеках саме цього регіону), музеї;
- спілкування зі старшими членами сім'ї, родичами;
- спілкування з місцевими знавцями – краєзнавцями, вчителями, бібліотекарями, митцями (письменниками, художниками);
- місцеві архіви (одиночні випадки).

Знання про культурну спадщину має стати трендом

Під час кількох інтерв'ю також прозвучала думка, що на хвилі інтересу до українського та пошуку ідентичності сам процес дослідження культурної спадщини варто перетворити на тренд.



***Це [пошук і збереження КС] має стати модно.
А для цього це має бути зрозуміло і доступно***



***Респондент/-ка інтерв'ю
з цільовою аудиторією***

Як приклади респонденти наводили інші суспільні практики, які вкорінилися у суспільстві буквально за останні кілька років, хоча до цього не були настільки розповсюдженими – донорство крові, донати (як на військові, так і на інші потреби), підтримка притулків для тварин, адопція тварин тощо.

Виклики для аудиторії

Респонденти стикались із ситуаціями, коли вони розуміли, що їхня культурна спадщина – «не така, як в інших»: традицій в сім'ї могло бути мало або взагалі не бути. Спочатку це, що логічно, викликало негативні емоції. Втім, згодом, в процесі самого дослідження, негативне ставлення до таких фактів зникало, оскільки дослідники розуміли, чому саме виникала така ситуація.

На високу імовірність таких ситуацій звертають увагу і опитані експерти. Щоб не викликати негативної реакції аудиторії, до таких ситуацій потрібно підготуватись заздалегідь. Ось варіанти наративів, які можуть згодитись у такій ситуації:

- культура не знає, що таке правильно і неправильно, багато чи мало, культура – така, яка є;
- те, що в когось або десь культурної спадщини більше або менше, пояснюється нашою складною історією;

- «кількість» культурної спадщини у персональному досвіді не робить когось кращим чи гіршим;
- кожен може формувати традиції, спадщину своєї родини, це може бути вашою задачею, місією, покликанням (схожий кейс описано однією з експерток, коли одна жінка зрозуміла, що в її сім'ї не було традицій, але вона чітко усвідомила, що вона і є тією людиною, яка їх мусить започаткувати і передати нащадкам);
- приховування і забуття КС на якийсь час убезпечило ваших предків, так спадщина втратилась, і тепер її можна і варто відновити або створити нову.

Для формування або верифікації меседжів, які будуть використовуватись у таких ситуаціях, експерти радять додатково звернутись до фахових культурологів.

Проблемою є незрозуміння, що робити. «Сплячий» інтерес до власної культурної спадщини, її вивчення не є рідкісним. Водночас люди не беруться за активне дослідження, бо не знають, що саме робити, з чого починати і що має вийти в результаті. Їм не вистачає чіткої інструкції.

При цьому респонденти інтерв'ю наголошували, що чим простішими і зрозумілішими будуть інструменти, тим краще. Вони скоріше нададуть перевагу простим інструментам, якими володіють або які можна швидко опанувати, ніж візьмуться за освоєння спеціальних програм для дослідження спадщини, родоводу тощо.

«*Було б зручніше працювати з інструментами, які вже знаєш або які просто освоїти. Диктофон у телефоні, хмарне сховище, щось таке. Я би навряд витратила час, щоб зрозуміти, як працювати з якоюсь новою для мене програмою*»

*Респондент/-ка інтерв'ю
з цільовою аудиторією*

Є випадки, коли у людей може не бути бажання досліджувати власну культурну спадщину, родовід, тому що в родині є росіяни, і це є для людей негативним досвідом. Для них простіше не досліджувати це і не акцентувати увагу на родинних зв'язках, навіть персонально для себе.

ЯК ЗАКЛИКАТИ ЛЮДЕЙ ЗАХИЩАТИ КУЛЬТУРНУ СПАДЩИНУ

ПРИНЦИПИ КОМУНІКАЦІЇ

Дані рекомендації складено на основі дослідження, а також спілкування з експертами та представниками ЦА. Вони мають допомогти для формування того чи іншого комунікаційного рішення, розробки продуктів, формування наративів.

Чіткі дефініції. Під час комунікації загалом, а також в окремих продуктах потрібно на початковому етапі планувати коректно вживати дефініції щодо культурної спадщини. Вони мають бути чіткими і конкретними, що допоможе людям їх зрозуміти. Варто уникати комунікації про культурну спадщину як про щось абстрактне і надто широке, оскільки це може заплутати людей.

Водночас те, що термін «нематеріальна культурна спадщина» є відносно новим, незрозумілим для людей, потребує того, щоб людям його пояснювали детальніше. Зокрема – що саме є проявами такої спадщини.

Використання прикладів. Для пояснення, що таке КС та її різновиди, експерти радять використовувати конкретні приклади. Респонденти з числа ЦА також наголошували, що приклади – це ефективна практика, яка допомагає зрозуміти тему та її особливості.

Тему культурної спадщини варто пов'язувати з темою ідентичності, тим більше що на останню нині є запит. Але про ідентичність важливо говорити з одного боку широко, по-справжньому, з іншого – фахово. Це пов'язано з тим, що з темою ідентичності зараз працює багато хто, і є ризик, що ініціативи можуть стати банальними, надто простими і беззмістовними, а також – не мати результату.

Кампанія про захист КС має базуватися на трьох складових:

- повага до культурної спадщини;
- захист культурної спадщини;
- правда про культурну спадщину (ми живемо в час, коли існує багато історичних наративів, які пов'язані саме з колоніальним і стереотипним уявленням, які були нав'язані).

Закликаючи аудиторію віднаходити і зберігати спадщину, їй потрібен буде чіткий фокус: що саме шукати, де шукати, на що звертати увагу.

Нематеріальна КС – це жива спадщина. Варто наголошувати, що головний ключ у збереженні нематеріальної культурної спадщини – це її використання. Саме використовуючи спадщину, ми зберігаємо її.

« **Нематеріальна культурна спадщина – це жива і динамічна спадщина, вона з нами – тут, в сьогоденні. Історично щось залишається в минулому, “кам'яніє”, втрачає актуальну функцію для певної спільноти, яка практикувала цю культурну практику або знання. Це цілком нормальний процес** »

Ірина Каць

Варто апелювати до двох рівнів потенційної мотивації аудиторії – особистісного (віднайти, зміцнити персональну ідентичність, зберегти традиції власної родини тощо) та суспільного (участь у збереженні культурної спадщини всієї країни, національної ідентичності).

На думку експертів, ефективними і потрібними є обидва варіанти, але основним все ж має бути особистісний рівень – так більше шансів на успіх комунікації («своє – ближче і зрозуміліше»). Комбінація цих двох варіантів також цілком може спрацювати.

« **Людям потрібно чітко і чесно говорити: твоя історія потрібна насамперед тобі. Не музею чи архіву** »

Наталя Піщуліна

Також можлива адаптація кожного з варіантів під певну ситуацію або сегмент аудиторії.

- Для старших людей або тих, хто більш-менш розуміє тему, «суспільний» рівень може бути значимим.
- Для молоді краще спрацюватиме особистісний: це зокрема і про спротив тому, що нав'язують старші (батьки, вчителі), і схильність до того, запит до чого виникає самостійно.
- Для людей, які виїхали за кордон і намагаються інтегруватися в інше середовище, підійшов би меседж про збереження свого, індивідуального («попри те, що ти за кордоном, ти насправді носій такої багатой української культури»).
- Для людей, які в Україні, підійшов би меседж, що війна відбувається на різних рівнях, зокрема і за ідентичність. І зберігаючи свою ідентичність, усвідомлюючи, примножуючи її, ти наближаєш перемогу.

Під час комунікації варто говорити про збереження культурної спадщини загалом, не розділяти її на матеріальну і нематеріальну. Експерти фактично одноголосно акцентували на цьому. Також не варто наголошувати на більшій важливості якогось виду спадщини з цих двох, ніж іншого.

По-перше, це може заплутати людей. Аудиторія спочатку має звикнути до поняття «культурна спадщина» і зрозуміти його. По-друге, на цьому етапі комунікації про проблему та способи її вирішення, а також враховуючи контекст, що зараз панує в Україні, варто загалом говорити про збереження усіх видів спадщини, не даючи якомусь її виду більшої значущості. По-третє, самі ці дві групи не існують окремо одна від одної: вони тісно пов'язані, знаходять прояви одна в одній.

« **Нематеріальна культурна спадщина тісно пов'язана з матеріальною, чітко розмежовувати їх і працювати з якоюсь окремо навряд варто. Перша з часом знаходить свій прояв у другій. Нематеріальна може мати матеріальне відображення** »

Ольга Сагайдак

Докладніше про нематеріальну КС, це поняття, його складові, варто говорити з людьми, які вже мають базове розуміння культурної спадщини як такої. Тобто на початковому етапі комунікації цієї теми, коли йде робота з непідготовленою або мінімально підготовленою аудиторією, варто говорити про культурну спадщину загалом. З тими, хто заглибився у тему, вже можна говорити про різновиди та особливості спадщини – нематеріальну і матеріальну, рухому і нерухому тощо.

Експерти позитивно оцінюють спосіб пізнання спадщини через особистий досвід. Через дослідження свого оточення, родини, локації, власної біографії.

Це водночас і розширює уявлення аудиторії, що таке культура, наскільки багатограним і всеохопним є це поняття. Також це стимулює бачити конкретні прояви культури, її вплив на життя. Так культура з чогось абстрактного і часто не зовсім зрозумілого перетворюється в щось конкретне і важливе.

Культурна спадщина – це не лише про культуру у вузькому розумінні. Вона пронизує все: від традицій, пов'язаних з сільським господарством – і до індустріальної спадщини міст. Вона пов'язана з освітою, екологією тощо. Про це також необхідно говорити. Варто не забувати, що природа, природні пам'ятки — теж частина спадщини.

Потрібно розширяти розуміння, що таке культурна спадщина і якою вона може бути, враховувати європейські тенденції переосмислення індустріальної спадщини. Навіть у фаховому середовищі наразі можна спостерігати вузьке розуміння культурної спадщини і орієнтацію на минуле (причому, чи вважати українською спадщину періоду СРСР, теж лишається питанням гострим). Фахівців, які мають синхронізоване з сучасним, світовим/європейським розуміння культури і культурної спадщини, в Україні вкрай мало.

Культурна спадщина – не лише про минуле. Не варто говорити про культурну спадщину лише як про щось із минулого, автентичну тощо. Спадщина не лише зберігається, а формується в одному з нами часі, і нерідко її творцями є ми самі.

І фахівцям, і широкій аудиторії важливо бачити велику мету — для чого зберігати культурну спадщину. Є чимало варіантів, як саме можна сформулювати цю велику мету для комунікації, але загалом варто, щоб меседж про велику мету був присутній.

Необхідна позитивна комунікація – з позитивними кейсами, демонстрацією позитивних наслідків для людей тощо. Варто уникати традиційної для цієї теми позиції «все пропало, потрібно рятувати». Принаймні – балансувати нинішню очевидну складну ситуацію позитивними прикладами. Водночас це не має відображатись на серйозності теми і проблематики – від цього вона не має виглядати менш серйозною.

Варто врахувати необхідність акценту на значенні КС для сьогодення людини. Комунікація щодо КС здебільшого орієнтована на її захист. Але також потрібно говорити і про те, як спадщина може стати частиною сьогодення та ідентичності сьогоденної людини. Це стосується зокрема і пам'яткоохоронців та фахівців сфери.

«**Захищати старе і важливе – добре. Але потрібно розуміти, навіщо і як культурна спадщина допомагає людині сьогоднішній посилювати ідентичність, відчувати причетність до громади та до певної спільноти, як в економічних вимірах спадщина може стати активом в локальних спільнотах**»



Галина Григоренко

АЛГОРИТМ ЗАЛУЧЕННЯ. ДОСЛІДНІ. ЗБЕРЕЖИ. ПОДІЛИСЬ

Для того, щоб залучити цільову аудиторію до збереження культурної спадщини, зважаючи на описану вище ситуацію, було розроблено відповідний алгоритм. Він створений як стратегічна основа для комунікації на цю тему, на основі якого загалом і окремих його трьох складових можуть створюватись необхідні комунікаційні продукти та наративи. Водночас він сам також є ключовим інструментом, власне, роботи з культурною спадщиною, який можна пропонувати аудиторії як інструкцію до дій.

Алгоритм складено зокрема і на основі рекомендацій самої цільової аудиторії (*«має бути простим і зрозумілим»*). Він покликаний стати тим простим і зрозумілим інструментом, який пробудить бажання людей досліджувати свою спадщину і допоможе людям робити це ефективно.

Під час дослідження цей алгоритм було верифіковано експертами. На їхню думку, він є прийнятним для використання, відповідає цілям, задля яких він створювався і дійсно здатен залучити людей до дослідження і збереження культурної спадщини.

Ось як виглядає алгоритм у концептуальному варіанті, що максимально передає його суть. Вже на етапі створення комунікаційних продуктів певні його формулювання можуть виглядати інакше.



ДОСЛІДИ. ЗБЕРЕЖИ. ПОДІЛИСЬ.

КРОК 1

Досліди.

- Поспілкуйся з рідними, близькими.
- Погортай разом з ними сімейні альбоми.
- Проводь з рідними більше часу, щоб поспостерігати за ними.
- Досліди місця – рідні або ті, де живеш зараз: важливі локації для всього міста/села/регіону, а також ті, які важливі особисто для тебе чи твоєї родини.

КРОК 2

Збережи.

- Зафіксуй розповіді на відео/аудіо.
- Відскануй старі фото.
- Сфотографуй або візьми на зберігання сімейні реліквії.
- Створи власний сховок сімейної культурної спадщини.
- Дізнайся, чи потрібна допомога (кошти, волонтерські роботи тощо) музею, бібліотеці, пам'ятці тощо спитай в адміністрації або органах влади).
- Знайди однодумців, будьте на зв'язку, домовтесь про взаємодію і дійте спільно (акції, петиції, тематичні заходи тощо).

КРОК 3

Поділись. [опція]

- Розкажи оточенню про свою спадщину.
- Порадься з експертом: можливо, спадщина важлива для громади або країни.

Коротко його можна комунікувати так: Досліди. Збережи. Поділись. Також варто звернути увагу на наведену вище рекомендацію до слова «Досліди» щодо його серйозності в очах аудиторії.



КРОК 1. ДОСЛІДНІ

Практики, про які варто говорити з аудиторією, стосуються дослідження своєї родини і місця (населеного пункту, регіону), звідки походить людина, де живуть або жили раніше її рідні.

Важливо, що на цьому та наступному етапах алгоритму варто виходити з принципу, що краще, поки є можливість, зафіксувати максимум, а вже потім розбиратись, що є дійсно важливим і цінним. Тому не варто одразу намагатись віднайти щось «культурне», пов'язане з культурою у вузькому розумінні.

Важливо фіксувати і так званий сімейний фольклор, який і може містити багато цінної інформації щодо культурної спадщини. Експерти також погоджуються з тим, що не варто навмисно розділяти поняття «культурна спадщина» і «сімейна спадщина».

ДОСЛІДНИТИ РОДИНУ

Поспілкуватись із рідними та близькими. Починаючи від найближчих – матері та батька – і до найстарших людей у роді. Також не оминати увагою братів і сестер – як старших, так і молодших. Цілком можливо, що різним дітям (особливо різного віку і статі) бабуся з дідусем можуть розповідати чи показувати різні речі. Не варто обмежуватись прямими найближчими рідними, варто спілкуватись також і з дальніми родичами. Це можуть бути і друзі сім'ї, сусіди.

Також важливо просто спостерігати за найближчими людьми, їхніми побутовими звичками. Цілком може бути таке, що при прямому питанні про традиції чи звички людина може нічого не назвати, бо певні особливості поведінки для неї вже стали звичними і вона не розпізнає їх саме як окремі традиції. Водночас зі сторони можна помітити, наприклад, побутові традиції, унікальні особливості мови тощо.

На що звертати увагу¹⁵:

- усні традиції та форми вираження, зокрема – мова;
- виконавське мистецтво;
- звичаї, обряди, святкування;
- знання та практики, що стосуються природи та Всесвіту;
- традиційні ремесла;
- традиційна кухня;
- народні ігри;
- фестивалі;
- народна медицина (елементи, що не шкодять здоров'ю та життю людини);
- народні промисли;
- традиційна музика;
- культурні простори.

¹⁵ – На основі переліку з Порядку ведення Національного переліку елементів нематеріальної культурної спадщини України, який включає і практики, визначені ЮНЕСКО, і додаткові.

Вивчити сімейні фотографії та відеозаписи. Варто одразу фіксувати цікаві знахідки (як саме – описано нижче), також бажано робити це з кимось із членів сім'ї, які можуть розказати більше про ці матеріали, дати важливий контекст.

Вивчити сімейні реліквії. Це не обов'язково можуть бути дуже старі речі, антикваріат тощо. Сімейними цінними реліквіями можуть бути речі, яким і 10-20 років, але з тих чи інших причин вони є цінними і зберігаються в сім'ї. Під час цього також важливо спілкуватись із рідними, які розкажуть історію, чому та чи інша річ має цінність для родини.

Дізнатись, чи ніхто з родини не вів щоденники, не займався колекціонуванням, не вів саморобні альбоми, подібні до сучасних зінів (із цікавими автору/-ці вирізками, текстами, іншими матеріалами). Якщо результати такої роботи є, їх також варто вивчити. Обов'язково потрібно уточнити, як рідні ставляться до вивчення і можливого розповсюдження чогось із цих матеріалів (навіть якщо їх авторів уже немає серед живих, це можна уточнити у рідних).

Дізнатись, чи ніхто з родини не займався мистецтвом – писав тексти, картини тощо.

Дізнатись, чи ніхто з рідних також не займався/займається дослідженням культурної спадщини. Якщо таке було/є, варто вивчити матеріали, обмінятись досвідом і знахідками тощо.

ДОСЛІДИТИ РІДНІ МІСЦЯ АБО МІСЦЯ ПРОЖИВАННЯ

Важливо вивчати історію рідного краю – села, селища, вулиці, намагатися знайти цікаві будівлі й місця. Дізнатись більше про історію цих міст, історію людей, які там жили.

Очевидно, про рідні місця насамперед варто також спитати у близького оточення. Також практика показує, що часто носіями важливої інформації є краєзнавці, працівники музеїв, бібліотек, архівів, вчителі, митці (письменники, художники).

Варто відвідати місцеві музеї (якщо локальних немає, в обласному музеї цілком можна знайти цінну інформацію про невеликі населені пункти або конкретні регіони), бібліотеки (можуть мати видання про певні регіони, населені пункти), архіви (в яких можна знайти документи).

Також варто дослідити відкриті для вільного доступу карти (наприклад, Google Maps), на яких вже можуть бути позначені важливі місця, додані фотографії.

Ймовірно, подібними дослідженнями вже хтось займався або займається прямо зараз, тому цілком можна знайти однодумців і обмінюватись із ними знахідками та інформацією.

На що звертати увагу¹⁶:

- пам'ятки: твори архітектури, монументальної скульптури й живопису, елементи та структури археологічного характеру, написи, печери та групи елементів, які мають видатну універсальну цінність з точки зору історії, мистецтва чи науки;
- ансамблі: групи ізольованих чи об'єднаних будівель, архітектура, єдність чи зв'язок з пейзажем яких є видатною універсальною цінністю з точки зору історії, мистецтва чи науки;
- визначні місця: твори людини або спільні витвори людини й природи, а також зони, включаючи археологічні визначні місця, що є універсальною цінністю з точки зору історії, естетики, етнології чи антропології.

¹⁶ – На основі визначення ЮНЕСКО.

КРОК 2. ЗБЕРЕЖИ

Один із ключових принципів цього етапу – це фіксація всього таким, яким воно є на момент фіксації. Саме на цьому етапі не варто займатись корегуванням, інтерпретацією, додаванням інформації тощо.

Під час комунікації про інструменти важливо детально пояснювати навіть речі, які здаються самоочевидними і банальними, наприклад – використання камери у смартфоні. Дане дослідження і практика людей, які працюють із темою, показує:

- людина може банально не задумуватись, що ту чи іншу функцію, пристрій можна використовувати саме у запропонованій ролі;
- про, здавалось би, прості інструменти люди дійсно можуть не знати.

Кейс із практики ГО «Українська античність». Зі 100 відвідувачів вебінару «Без роду й племені: не знати історію свого роду = дозволити ворогу написати її замість тебе» (серпень 2023) щодо дослідження родоводу (аудиторія – активна молодь) близько 56% ніколи не думали про те, що спадкові фото можна відсканувати.

Також спостерігається тенденція, що чим меншими/віддаленішими є громади чи населені пункти, тим більше у них може виникнути проблем з використанням простих інструментів (наприклад, Google-форм), доступністю до техніки, зв'язком.

Те, як і до чого варто закликати людей щодо збереження спадщини, яка стосується родини (частіше це буде нематеріальна КС) і спадщини загальної (частіше матеріальна – будівлі, пам'ятки тощо), буде відрізнятись. Якщо говорити про фіксацію і збереження знахідок у сім'ї, тут у людей більше можливостей, що саме можна робити, більше інструментів під рукою.

Створення системи. Мотивуючи людей до дослідження спадщини, варто одразу говорити, щоб вони з самого початку створювали певну систему, каталог того, що досліджують і які результати отримують. Це можуть бути:

- перелік рідних, з ким варто поговорити і з ким вже відбулись розмови;
- перелік переглянутих сімейних фото і відео, вивчених реліквій;
- перелік того, що ще варто дослідити, на що звернути увагу.

З часом вже дослідженої спадщини може стати багато, і така система дозволить швидко повернутись до якихось даних, відшукати певні матеріали. Такі записи можуть бути у зручному людині форматі, не варто зобов'язувати аудиторію до чогось конкретного. Це можуть бути онлайн-документи, звичайний блокнот, аудіозаписи.

Фотофіксація. Один з ключових інструментів, який дослідники спадщини можуть використовувати чи не в кожній ситуації. Універсальний інструмент і для матеріальної, і для нематеріальної спадщини.

Кого і що фіксувати на фото:

- членів родини, групові сімейні фото (часто трапляється, що подібних якісних фотографій не існує або вони дуже старі);
- звичаї, традиції, практики;
- побутові ситуації, цінні в контексті дослідження культурної спадщини;
- будівлі, локації, які мають цінність або, на думку дослідника, можуть мати її в майбутньому.

Інструменти для фотофіксації:

- камера смартфона;
- фотоапарат;
- фотограф, якого можна запросити сфотографувати необхідне.

Відеофіксація. Підійде для фіксації розмов (інтерв'ю), звичаїв, приготування страв, пісень тощо. Також може підійти і до фіксації матеріальної спадщини.

Інструменти й особливості:

- камера смартфона;
- відеокамера;
- запрошений оператор;
- додаткове обладнання: штатив, світло;
- особливо важливо подбати про якість звуку: можливо, потрібні будуть мікрофони.

Фіксація аудіо. Підійде для зберігання розмов, розповідей, пісень тощо. Якщо якість звуку — не надто важливий критерій, можна використовувати диктофон на смартфоні або на комп'ютері, також – портативний диктофон. Якщо потрібна максимальна якість звуку, варто додатково скористатись окремим мікрофоном (підключити можна і до смартфона або комп'ютера) або портативним диктофоном з вбудованим мікрофоном для якісного запису.

Розмови та розповіді можна також фіксувати у письмовому вигляді – нотаток у блокноті, онлайн- або офлайн-документах. Також варто розказати про можливості переведення записів голосу в текст за допомогою спеціальних програм.

Оцифрування та копіювання. Документи, фотографії, записи можна зберегти кількома способами:

- зробити фізичні копії;
- відсканувати й зберегти цифрові копії;
- сфотографувати на камеру смартфона або іншу;
- перенести текст документа: зробити копію тексту документів (рукописного, наприклад) у сучасному документі.

Оцифрувати відео можливо самостійно за допомогою додаткового обладнання (VHS-магнітофон, комп'ютер із CD-ROM) та спеціальних сервісів. Також можна звернутись до спеціалістів, які надають такі послуги. Варіант-мінімум – записати на відео (наприклад, смартфона) екран, на якому демонструється відео, яке потрібно оцифрувати (якись в такому випадку буде низька і сильно залежатиме від екрану, на якому демонструється відео).

Зберігання й резервні копії. Спосіб, за допомогою якого будуть зберігатися знахідки, варто обирати, зважаючи на технічні можливості, зв'язок тощо.

Варіанти:

- хмарні онлайн-сховища (Google Диск, Dropbox, iCloud тощо);
- гаджет: комп'ютер, смартфон, планшет;
- переносний носій: хард-диск, флешка, компакт-диск.

Найкращий варіант – використовувати комбінацію кількох способів і зберігати матеріали на кількох різних носіях.

Також обов'язково варто подбати про резервні копії:

- на тому самому пристрої чи носії (на випадок пошкодження файлів або випадкового видалення);
- на альтернативному носії з варіантів вище (на випадок втрати носія або доступу до нього).

Одну або кілька копій архіву варто передати на зберігання близьким людям (або поділитись доступом до онлайн-файлів). Також копію можна тримати в більш безпечному місці, якщо поточне – небезпечне.

Родовід. Одна з ключових практик дослідження сімейної та культурної спадщини. Навіть якщо дослідження роду не є першочерговою метою, родовід поступово варто складати: це допоможе зручніше систематизувати і зберігати знайдену культурну спадщину, віднаходити зв'язки тощо.

Мапування. Важливі локації варто наносити на карту — паперову або онлайн (у картах Google Maps є можливість створювати власні точки на карті, які не будуть видимі публічно, водночас ними можна «поділитись» із кимось, з ким це хотілось би зробити). Часто трапляється, що зникають не лише цінні споруди, а й знання про те, де вони розташовувались.

3D-оцифрування пам'яток, предметів за допомогою спеціальних сервісів, наприклад – Polycam, Qlone, Metascan. Потребуватиме додаткових навичок, щоб результат роботи був якісним.

Креативні практики:

- малювання замість фотографування;
- малювання як візуалізація розповідей, спогадів;
- ситуативні скетчі, комікси (опис традицій, фіксування розповідей);
- опис у власних щоденниках, літературній творчості.

У контексті того, як творчість допомогла зберегти матеріальну культурну спадщину, цікавий приклад українського художника Юрія Химича. Попри особливий авторський стиль, його роботи є джерелом інформації про те, як виглядали ті чи інші пам'ятки культурної спадщини.

«Химич одним із перших почав робити копії інтер'єрів церков і соборів, збираючи у такий спосіб зникомий фресковий розпис від Криму до Східної Польщі як частину візуальної спадщини українців, яка тоді мало кого цікавила. А вже в 1960-х, під час відряджень на Закарпаття, Химич рішуче змінив і матеріал, і стиль, і композиційні схеми, зафіксувавши у великих за розміром аркушах тисячі храмів: ці зображення стали підставою, щоби почати процес надання охоронного статусу сотням будівель.»

Діана Клочко,
«65 українських шедеврів. Визнані й неявні»

ВИКЛИКИ

Інформаційна гігієна щодо культурної спадщини. Крім того, що аудиторії слід показати чіткий перелік того, що саме їм варто шукати і на що звертати увагу, важливо також пояснити, як саме поводитись із тими чи іншими знахідками, артефактами, явищами культурної спадщини. Особливо актуально це саме для матеріальної спадщини.

По-перше, зважаючи на контекст війни, аудиторії варто донести чіткий алгоритм дій у ситуації, коли пам'ятка постраждала «тут і зараз», наприклад, внаслідок обстрілів. Люди мають розуміти, що своїми діями, які можуть мати цілком добрі наміри, вони можуть погіршити ситуацію.

Показовим є випадок 2023 року в Одесі. Коли внаслідок обстрілу постраждав Будинок вчених, ще до приїзду пам'яткоохоронців, які мали насамперед зафіксувати наслідки, місцеві мешканці швидко навели лад у зруйнованій будівлі. Вони не розуміли цінність і важливість окремих елементів інтер'єрів, у результаті чого чимало з них – уламки ліпнини, фурнітури, меблів тощо – поїхали на звалище у якості сміття.

Можливо, слід буде розробити окремий гайд/алгоритм дій у подібних ситуаціях, який міг би стати окремим продуктом для комунікації. Такий гайд міг би містити чіткі кроки, що у подібній ситуації варто робити, а що – ні. Якщо такі матеріали вже розроблено – потрібно проаналізувати, як ефективно можна використовувати їх, чи містять вони актуальну і всю необхідну інформацію.

ОРІЄНТОВНИЙ ЗМІСТ ТАКОГО ГАЙДУ

Що варто робити:

- зв'язатись із пам'яткоохоронцями і повідомити їм про руйнування;
- зафіксувати все на фото і відео;
- не пускати нікого на місце руйнувань, крім правоохоронців, пам'яткоохоронців, рятувальників, медиків.

Що НЕ варто робити:

- прибирати місце руйнувань (можливо, можна буде допомогти лише за згоди пам'яткоохоронців і правоохоронців);
- не виносити предмети з місця руйнувань.

Пам'ятати:

- насамперед — про власну безпеку (обстріл може повторитись, снаряд, що не вибухнув, – розірватись, будівля – завалитись);
- зафіксувати наслідки атаки – надважливо, це доказ злочину і аргумент для притягнення до відповідальності та вимоги відшкодувань.

По-друге, вкрай важливо не змістити акцент і не допустити, щоб заклики досліджувати культурну спадщину аудиторія помилково сприйняла як стимул самостійно проводити розкопки, шукати артефакти, ремонтувати пам'ятки тощо. Це все має лишатись справою виключно фахівців.





Важливо не змістити акцент так, щоб комунікація стимулювала людей самостійно проводити розкопки, шукати артефакти – ставати чорними копачами. На цьому вкрай важливо акцентувати під час комунікації



Ельміра Аблялімова-Чийгоз

У цьому контексті взаємодію людини з культурно спадщиною (матеріальною, яка не зберігається в сім'ї), за пропозицією однієї з експерток, можна розділити на три етапи.

1. Пошук, віднайдення, дослідження.
2. Моніторинг. Спостереження, чи все з пам'яткою добре, чи нічого їй не загрожує.
3. Документування.

Залучення людей має зупинятись на етапі моніторингу. Якщо людина бачить, що з пам'яткою щось не так – хтось проводить розкопки, вона надто занедбана, постраждала від бойових дій тощо – вона повідомляє про це правоохоронцям і пам'яткоохоронцям. Для цього людям варто пояснити, до кого саме звертатись і в яких ситуаціях.

Орієнтовний список, до кого можна звернутись у таких випадках:

- місцеві органи влади,
- правоохоронці,
- громадські організації, які займаються пам'яткоохоронною діяльністю.

Те, куди звертатись, залежить від статусу пам'ятки – локального, національного. Але навіть якщо людина звернеться не туди, куди треба, їй в будь-якому разі дадуть відповідь, в якій порадять звернутись в необхідну установу.

Тобто людей потрібно закликати насамперед не бути байдужими (спостерігати) до пам'яток, які їх оточують.

КРОК 3. ПОДІЛИСЬ

Цей крок алгоритму обов'язково має комунікуватись як опціональний. Варто пояснити людям, що якщо культурна спадщина для них – надто особисте явище і вони не хочуть ділитись інформацією про неї – це абсолютно нормально. Змушувати до цього, позиціонувати як обов'язкову дію – не потрібно.

Так само варто акцентувати, що поділитись можна на різних рівнях: і з вузьким колом друзів, і публічно з великою аудиторією. Основний, але не вичерпний перелік того, з ким можна поділитись своїми знахідками:

- з родиною, родичами;
- з близьким колом друзів;
- зі спільнотами за тематичними інтересами (наприклад, спільнота дослідників певного регіону чи традиції);
- публічно у соцмережах, блогах, медіа, Вікіпедії;
- поділитись знахідками із експертами (цілком можливо, що знахідка може виявитись важливою для культурної спадщини громади, регіону, країни).

Також варто звертати увагу на тематичні конкурси, групові проєкти тощо, в межах яких також можна поділитись інформацією про культурну спадщину (наприклад, «Вікі любить пам'ятки»).

РОЗКАЗАТИ ПРО ЗНАХІДКУ ЕКСПЕРТУ: ЗА І ПРОТИ

Даний пункт є найбільш варіативною складовою всього алгоритму. Думки щодо нього розходяться як у ЦА, так і у експертів, причому подекуди вони максимально поляризовані.

PRO

Частина експертів вважає таку практику корисною і цінною як для людей (краще зрозуміють цінність спадщини), **так і для експертів** (можуть віднайти унікальні елементи й артефакти, отримати нову тему для досліджень). Також такий контакт може якраз налагодити місток між цими двома групами – експертів і не-експертів – і зменшити напругу між ними. Тому, за словами цієї частини експертів, до такої практики аудиторію варто закликати.

Також звучало припущення, що ефективність такого контакту може залежати від рівня, на якому працює експерт або експертна інституція (локальна, обласна, національна тощо).

« **Якщо це невеличкий (сільський) музей краєзнавчий, вони будуть тільки в захваті, якщо до них люди прийдуть і принесуть свої сімейні фотографії або навіть історії. Якщо брати музеї великих міст – може бути не така реакція** »

Наталія Склярська

Якщо люди підуть до музею зі своїми знахідками, це також можливість для музею стати цікавим для людей. Музеї можуть показати, що вони – не «мертва установа», а можуть бути актуальними, виконувати роль осередку суспільного життя (за умови, що музей до цього спроможний).

Чим вужча сфера інтересу експерта – тим більше шанс його зацікавити і отримати інформацію. Знахідки швидше зацікавлять експертів або інституції, які мають чітку тему дослідження (наприклад, Голокост, Голодомор) або фокусуються на певному регіоні.

CONTRA

Експертів, до яких людина може звернутись щодо своїх знахідок у культурній спадщині, не так багато.

Експерти можуть бути не готові до того, що до них підуть люди зі знахідками. Можуть не підпускати людей, зокрема – від нерозуміння, для чого люди це роблять. Можливо, тут буде потрібна комунікація з експертами (до яких можуть піти люди), щоб вони розуміли наміри людей. І те, що самі можуть отримати користь від такої співпраці.

Низька мотивація, зацікавленість і спроможність експертів, експертних інституцій. Здебільшого – через складний матеріально-технічний стан галузі. Через стан «виживання» сьогодні у архівів, музеїв немає ресурсу цим займатись.

НЕОДНОЗНАЧНІ АСПЕКТИ

Формування переліку ГО, до яких могли би звернутись люди, може стати викликом. За словами експертів, у такому переліку мають бути саме профільні ГО, які мають досвід, авторитет, реальні напрацювання у сфері. Водночас варто детально вивчати досвід і спроможність допомогти таких організацій, які мають багато векторів діяльності, лише один з яких – захист культурної спадщини (хоча і тут можуть бути винятки).

Враховувати, що існує тіньовий ринок. Є ризик того, що певний матеріальний елемент спадщини (сімейна реліквія) може стати артефактом на такому тіньовому ринку, зокрема – і «за допомогою» експерта.

Елементом мотивації для експертів може стати додаткова плата за консультації щодо культурної спадщини.

Довіра аудиторії до експертів. Кілька з опитаних респондентів з ЦА висловили питання щодо того, що буде робити експерт після консультації з інформацією про знахідку. Особливо якщо це щось матеріальне – сімейна реліквія, артефакт тощо.

ТОЧНО ВАЖЛИВО ВРАХУВАТИ

- Необхідно дати аудиторії перелік установ, організацій, персоналій, які можуть бути рекомендованими експертами. Закликаючи людей іти до експертів, людям насамперед потрібно показати, хто є експертом.
- Не можна стверджувати, що, наприклад, ГО точно ефективніші за органи влади. Ефективність органів влади, ГО, експертних інституцій, до яких варто звертатись (і ефективність їхніх дій), залежить здебільшого від персоналій у них.
- Алгоритм взаємодії аудиторії з експертами варто випрацювати обов'язково за участі самих експертів. Наприклад, матеріали десь збираються і раз на тиждень вони оглядають їх.
- Щоб бути впевненими, чи варто закликати людей до розповсюдження інформації про свою спадщину, варто проконсультуватись із правоохоронцями – Офісом Генерального прокурора (є окремий підрозділ), Службою безпеки України тощо. Збір і розповсюдження інформації про КС — це робота з персональними даними, їх охороною. Потрібно розуміти, наскільки це безпечно (або як зробити це безпечним), враховуючи те, що ми все ще в стані війни.
- Наскільки безпечно загалом говорити про себе як носія КС – відкрите питання. Оскільки носії культурної спадщини, певної чіткої ідентифікації завжди є пріоритетними цілями ворога, який воює проти культури.

Яким би не було рішення щодо пункту 3 алгоритму, людям потрібно чітко і чесно говорити: твоя історія потрібна насамперед не музею, архіву чи широкому загалу, твоя історія потрібна насамперед тобі.

ГРОМАДА. ШКОЛА. РЕЛІГІЙНА УСТАНОВА/ОРГАНІЗАЦІЯ. МУЗЕЙ. ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ

ГРОМАДА

За попередніми аналітичними даними проєкту RES-POL, громади мало знають про свою культурну спадщину, мало нею цікавляться. Крім того, для них опіка спадщини – це часто тягар, який ускладнює життя (через складне економічне становище), і ситуація стала ще гіршою через повномасштабну війну. Часто така позиція транслюється керівництвом громад.

За рідкісним виключенням, громади не сприймають спадщину як актив, за допомогою якого можна розвивати саму громаду, генерувати кошти, інтерес до локації тощо. Наразі це принципова відмінність від європейських громад, які бачать спадщину як актив і вміють його використовувати.

За словами експертів, для поширення інформації про захист КС на рівні громади дієвим інструментом може бути залучення відомих/успішних людей. Вони повинні мати певні точки дотику з громадою, людьми, до яких приїжджають, через що розуміють ситуацію, контекст. Наприклад, вони:

- вихідці з цього ж регіону, такого ж середовища;
- з сусідньої громади (або цього ж регіону), в якій успішно реалізують тематичну ініціативу;
- з громади такого ж рівня, умов.

Такий підхід буде ефективним для невеликих громад і населених пунктів. Також важливо, що мова саме про фізичні візити, не онлайн.

ШКОЛА

Майже усі експерти звернули увагу на потенціал предмета/курсу під умовної назвою «Краєзнавство». При нормальному підході через нього можна поширювати інформацію про культурну спадщину певного регіону, спільноти, а також транслювати меседжі про важливість КС.

Це питання потребує додаткового дослідження щодо наступного:

- у якому вигляді цей предмет/курс зараз присутній у школах;
- чи він присутній у всіх регіонах;
- чи актуальна в ньому інформація;
- чи має він ефект, результат;
- чи дійсно потреба в ньому – актуальна.

Якщо виявиться, що в цьому є потреба, модернізація такого курсу чи розробка актуального його варіанту могла би стати окремим проєктом у темі збереження культурної спадщини. Також додатково варто дослідити, наскільки і як саме в шкільних програмах присутня тема збереження культурної спадщини, наскільки ефективною є ця присутність.

Загалом для громад заклади освіти – центри активності, через них можна комунікувати важливі меседжі. Водночас експерти наголошують, що зараз заклади освіти перенасичені проєктами. Тому в них може не бути ресурсу долучатись до нових ініціатив.

Ефективним також може бути шкільний музей. Однак успішність його діяльності залежить не від самого музею чи закладу освіти як установ, а від людей, які працюють над ним.

ОСЕРЕДКИ РЕЛІГІЙНОГО ЖИТТЯ

У громадах і для окремих спільнот церква (або інший релігійний осередок) – часто центр культурного життя, спілкування. Однак це актуально для людей більш старшого віку, для молоді – вкрай рідко.

Служителі культури постійно безпосередньо комунікують із громадою чи спільнотою, тому можуть говорити і про захист культурної спадщини. Приклад – Криворівня, яку завдяки активності священицтва і зацікавленості громади зараз сприймають як важливий центр культурної спадщини.

Важливо і те, що через війну, як це буває у кризові ситуації, сильно зріс запит на релігійність, духовність. Тому аудиторія осередків культурного життя збільшилась і продовжує рости.

МУЗЕЇ

Ключові проблеми цих установ – складне матеріальне становище. У музейній сфері фінансова система, людський ресурс — майже на нулі. Сьогодні там – маленькі зарплатні, слабке технічне оснащення. Також фіксується відтік людського капіталу, фахівців у сфері культурної спадщини. Люди мобілізуються, переїжджають, ідуть зі сфери через її бідність. Через це вони можуть мати низьку мотивацію долучатись до нових ініціатив.

Також варто пам'ятати, що аудиторія в музеїв зазвичай невелика. Водночас участь музеїв у тематичних ініціативах – шанс для них трансформуватись, змінити застаріле сприйняття того, що таке музей, стати цікавими для людей.

Музеї, бібліотеки мають бути публічними просторами, куди люди можуть приходити, відпочивати, взаємодіяти. Архіви також мають ставати більш відкритими.

Щоб це відбувалось, варто комунікувати з працівниками музеїв як з окремою аудиторією, пояснювати їм важливість тематичних ініціатив, залучати їхній досвід і знання, пояснювати, для чого до них можуть звертатись люди.

ВАЖЛИВІСТЬ КОМУНІКАЦІЇ З ФАХОВОЮ СПІЛЬНОТОЮ

Про заклик українців до пошуку та збереження культурної спадщини, важливість цього процесу варто окремо комунікувати з фаховим середовищем. Окремо потребує вивчення те, як вибудовувати таку комунікацію.

Фахівці мають бути готовими до того, що до них можуть звернутись люди. В найкращому випадку експерти, до яких можуть прийти люди, мають погодитись на це. Експерти повинні розуміти, для чого це робиться і як синхронізується з їхньою діяльністю. Що це не буде їм заважати, а навпаки – при правильному підході може лише допомогти в їхній діяльності. Фахівцям варто пояснити, що вони самі можуть здобути з такої взаємодії, і що така взаємодія – це потенційне взаємовигідне партнерство зокрема і задля збереження спадщини.

Один з варіантів сформульованої мети для такої комунікації – щоб фахівці і люди (яких комунікація закликає зберігати КС) розуміли один одного як партнерів у спільній справі, а фахівці не сприймали людей як конкурентів для своєї діяльності.

Один з потенційних сильних аргументів для фахівців, запропонований опитаними експертами, звучить так: фахова спільнота сама об'єктивно не може вирішити проблему захисту КС – територія країни досить велика, обсяг спадщини – величезний, водночас експертів – недостатньо; а активні українці можуть допомогти їм у цій справі.

ЯК КОМУНІКАЦІЯ ДОПОМОЖЕ ВІДНАЙТИ І ЗБЕРЕГТИ КУЛЬТУРНУ СПАДЩИНУ

Попри те, що комунікація нерідко досі сприймається як другорядний і допоміжний інструмент, у випадку залучення українців до дослідження і збереження культурної спадщини вона може стати потужним і ефективним рушієм до позитивних змін.

Чого можна досягти за допомогою комунікації для збереження культурної спадщини?

- **Формуватиметься і розширюватиметься спільна культурна спадщина.** За словами експертів, одним із позитивних результатів могло би бути формування персональних архівів приватних історій, документів, артефактів. Кожен з яких ставатиме частиною спільного архіву української культурної спадщини.
- **Елементи спадщини, віднайдені та зафіксовані людьми і поширені публічно або з експертом, можуть стати предметом дослідження для фахівців.** Цілком може бути таке, що під час пошуку українці віднайдуть і зафіксують те, що матиме цінність не лише для них персонально, а й буде цінним на рівні регіональному або національному.
- **Експерти матимуть можливість залучати активних громадян до проєктів, досліджень, ініціатив зі збереження культурної спадщини.** Таким чином – робити ці проєкти та ініціативи масштабнішими і впливовішими, а дослідження – ґрунтовнішими.
- **Офіційні переліки важливих елементів чи об'єктів культурної спадщини (України та ЮНЕСКО) можуть поповнюватись новими пунктами,** відповідно культурна спадщина України ставатиме більш видимою.

Це лише кілька результатів, яких можна досягти за допомогою ефективної комунікації, вдало підібравши інструменти для конкретних ситуацій та аудиторій.

І найголовніше – так ми зможемо ще більше дізнатись про свою культурну спадщину і ще краще захистити її. Комунікації це під силу. І нам всім разом – також.

