

Benkei-Kovács Balázs: A települési imázs egy közösségi alapú fejlesztési lehetősége: a storrrytelling, mint a lokális márkaépítés eszköze



„Egy településhez kötődő kisebb-nagyobb történetek

vagy városi legendák megosztása és elterjesztése a helyi lakosok és turisták körében jól szolgálják a közösségépítés és -fejlesztés folyamatait, és elősegítik egy újfajta, zöldebb, igazságosabb és demokratikusabb városi jövőkép kialakítását”- írják Luis Rivero Moreno művészettörténész és Miguel Rivas közgazdász szerzők bevezetőjükben (6. o). Az interdiszciplináris szemléletű kötet, amely a Kulturális örökség mint a kortárs városok imázsának fejlesztő eszköze címet viseli, egy Horizon 2020 projekt keretében született. A Rock projekt fő üzenete, hogy a kulturális örökség nem elsősorban és kizárólagosan a múlt megidézésére szolgálhat, hanem egy modern szemléletű városfejlesztés keretében a megújulás, a fenntartható fejlődés és a gazdasági növekedés eszközévé válhat.

A történetmesélés mint marketing eszköz világszerte népszerűvé vált az utóbbi években, az eladásösztönzés eszközeként, amellyhez Seth Godin marketing-guru nagysikerű könyve (Minden marketinges sztorizik - Egy jó történettel minden eladható, 2005) is hozzájárult.

A Moreno-Rivas kötet újdonsága, hogy a marketing eszközt a település- és közösségfejlesztés szolgálatába állítják. Könyvük stílusa alapvetően tudományos, széleskörű szakirodalmi bázisra építkezik, helyenként kissé esszé-szerű más fejezeteiben pedig gyakorlatiasabb. Tényekkel és forrásokkal alátámasztott, ugyanakkor a témához kötődően számos, a fejlesztési projektben résztvevő város kulturális örökségét bemutató illusztráció gazdagítja a strukturált szöveget.

A bemutatott kötet célja, hogy marketing-kommunikációs útmutatóként szolgáljon a lokális közösségek, egyesületek, intézmények és települések számára, elsősorban a városfejlesztés, a kulturális örökségmenedzsment és örökségvédelem és a kortárs alkotóművészethez kapcsolódó területeken. A könyv megjelenését egy éves kutatómunka előzte meg, nemzetközi partnerségben Athén, Bologna, Lisszabon, Kolozsvár, Szkopje, Torino és Vilnius kulturális szakembereinek együttműködésében. A kutatás végeredményeként arra következtetésre jutottak a szakemberek, hogy települések imázsát támogató vonzó és koherens narratívák megszületése szükséges ahhoz, hogy egyrészt a saját lakosok elkötelezettsége erősödjön irántuk, másrészt a turisztikai látogatók, valamint a gazdasági befektetők iránti vonzerejük is növekedjen.

A narratívák megosztása és elterjesztése hozzájárul a közösség értékeinek közvetítéséhez és a település jövőképeinek építéséhez. A kutatás alátámasztja, hogy storytelling (történetmesélés) módszer erre a feladatra az utóbbi években hatékony eszköznek bizonyult.

A módszertani útmutatónak szánt kiadványban a kulturális örökség egyedisége, szerepe, jelentősége kerül a középpontba a település imázsának megerősítése céljából. A történetmesélés módszere révén a különféle személyes élmények, melyek a helyi mindennapi események egyfajta tükörképét adják, a városok jövőképeinek és stratégiai fejlesztési céljainak szolgálatában állíthatók.

A könyv hat nagyobb fejezetben dolgozza fel a témát: 1. Az imázsépítés eszköztára. 2. A kulturális örökség, mint a storytelling forrása. 3. A storytelling lehetséges nézőpontjai a kortárs településeken 4. A storytelling megoldásai digitális környezetben. 5. A storytelling módszerei. 6. Esettanulmányok. A monográfia számos településfejlesztő példával támasztja alá a módszertani javaslatokat, melyek elsősorban a résztvevő városok projektjei közül kerültek kiválasztásra.

A települések állandóan mozgásban, fejlődésben vannak, az állampolgároknak pedig folytonosan újra kell értelmezniük helyzetüket és szerepüket a megújuló viszonyrendszerekben (13. o.). A történetmesélés átsegít az értelmezési és újraértelmezési kríziseken, segít feldolgozni a múltat és megtervezni a jövőt. A kulturális örökségre való támaszkodás ennek a fő motorja lehet, a kötet szerzői a kulturális örökség alatt materiális és immateriális javak összességét értik, amelyekbe egy adott településen beletartoznak a hagyományok, szokások ételek és az ott élő emberek is, valamint természetesen a táj-és városkép, valamint az építészeti és történelmi emlékek összessége.

Az imázsépítés eszköztárát olyan módon építették fel (1. fejezet), hogy különböző méretű települések, a nagyvárosoktól az aprófalvakig egyaránt haszonnal forgathassák azt a település fejlesztése érdekében. Az imázsépítés középpontjában a helyiek együttműködése kerül, a crowdsourcing módszerével. A módszer előnye, hogy ezáltal alulról építkező módon kerül

feldolgozásra számos vélemény és narratíva, a megfelelő adatgyűjtési technika birtokában, minimális forrásfelhasználás mellett. A városi legendák és történetek, tehát amelyek korábban szétaprózottan és sokszor rejtve léteztek egymással párhuzamosan, összegyűjtve jelentős többletértékkel bírnak, és a gyűjtés során könnyen felismerhetővé válnak bennük az innovatív, kreatív és összetartó jegyek. Az első lépés tehát a helyi lakosok megszólítás kell, hogy legyen.

A 2. fejezet tematikában megegyezik a tanulmánykötet címével, és jelmondatként egy Robert McKee szerzőhöz kapcsolt idézettel nyit: „Az önismeret az alapja minden nagyszerűen elmesélt történetnek.” A szerzők szerint ezért a településfejlesztéshez kötődő marketing kommunikációban is elsősorban erre a hiteles, a szellemi és tárgyi kulturális örökséget is magába foglaló ismeretre érdemes támaszkodni. A történetmesélések révén a települési marketinganyagok megelevenednek, személyessé és érdekessé válnak, szemben a katalógusok hagyományos stílusú, személytelen megfogalmazásaival. A szerzők hangsúlyozzák, hogy a módszer ilyen jellegű perszonális hangvétele lehetővé teszi a individuális kötődés kialakulását a történet, a történetmesélő és a történet tárgya iránt. Ez a személyes kötődés lehetővé teszi a tények mellett az attitűdök, a hitek és tanúságtételek közvetítését is, amelyek révén a település imázsa emocionális síkon tudja megszólítani a célcsoport tagjait a közösségi médiákon keresztül. Ennek a fontos szerepet tulajdonít a Moreno-Rivas szerzőpáros a kulturális örökséghez kötődő narratívák esetében a közösségi tervezés vagy a jövőkép kialakításánál is.

A 3. fejezet középpontjába a települések jelenkori problémáinak feltárásába és megoldásába játszott szerepe kerül a történetmesélés módszerének. A szerzők olyan angol nyelvű honlapokat is javasolnak (pl. Wakelet vagy Keeeb), amelyek praktikus digitális keretrendszerrel segítik a helyiek bevonását a településfejlesztő vagy marketing célokra szervezett munkába, azért, hogy hatékonyabban lehessen a valódi helyi problémákat feltárni és a helyben lakóknak a településsel kapcsolatos terveit és vágyait megismerni. A lakosság aktív bevonásával készült történetek és felmérések lehetővé teszik az intézmények számára, hogy érzékenyebbek maradjanak és jobban tudjanak reagálni a városlakók egyébként természetes módon hullámzó igényeire.

A 4. fejezetben digitális környezetbe helyezve elemzik a történetmesélés funkcióit. A szerzők hangsúlyozzák, hogy a megosztott történetek frissítésére folyamatosan szükség van, illetve az információs technológia eszköz jellegét is kiemelik, amelyek hozzásegítenek a láthatóság növeléséhez, mindezt azonban eszközjellegükből adódó korlátokkal. Az itt felsorakoztatott példák igen sok területet érintenek: a digitális európai művészeti gyűjteményektől mint az Eurorpeana, amelyek közelebb viszik a kulturális örökséget a lakossághoz, egészen a lokális településfejlesztés szolgálatába álló videó-alapú történetek megosztását szolgáló Reaction Roma projektig. A látogatottság lokális szintű növelése együtt jár a helyi lakosok bevonásával a digitális tartalmak kialakításába, a többféle nézőpont megjelenítése pedig vonzóvá teszi a lakosok számára a projekteket. A digitális tartalom feltöltéséhez ebben a részben is ajánlanak ingyenes szoftvereket és applikációkat (mint az Atavist vagy a Shorthand). A létrehozott közösségi tartalmak esetében az egyensúlyra törekvést javasolják szelekciós úton, a megfelelő minőségű amatőr és a professzionálisabb jellegű megosztások között. Számos nagyváros esetében bemutatnak kezdetben alulról építkező, majd önmagukon jelentősen túlnövő projekteket, mint a Detroit-i Szomszédság vagy a New York emberei közösségi platformok. Tartalmilag Moreno-Rivas könyvének ez fejezet a leggazdagabb, leginformatívabb és -innovatívabb részének tekinthető. A cél, hogy a digitális technikák révén végeredményben minden városlakó, vállalat vagy intézmény partnerré váljon a közös városi narratíva kialakításában. Megfelelő keretrendszerben a történetmesélés öngerjesztő folyamattá válik, az intézmények és közösségsszervezők feladata a fenntartási

időszakban a rendszer ellenőrzése.

Az 5. fejezet praktikus útmutatóként kíván az olvasók hasznára lenni: a megfelelő technikai háttér, az elkerülendő hibák, a történetek behálózottságára és forgatókönyvi struktúrájára tett módszertani ötletek, mellett a vizuális megjelenítés kapcsán is megfogalmaz javaslatokat. A 6. fejezetben következő esetpéldák részben olyan a kulturális örökség modern köntösbe öltöztetett és élettel telített építészeti megoldásait mutatják be Vilniustól Torinóig, amelyek maguk is városi narratívák tárgyaivá, illetve közösségi színterekké váltak az elmúlt évtizedben. Ilyen például a sokszor hivatkozott, rekultivált kolozsvári ecsetgyár (97. o.), vagy a konténerházakból és kiszuperált buszokból épített lisszaboni Underground Village (102. o.), de olyan térrel is találkozunk, amelyet a közösségsszervezők munkája tesz egyedivé, mint az athéni Viktória téren rendezett „közösségi szobrászat” (110. o.).

1. ábra: Underground Village - Lisszabon (102. o.)



A hét város kulturális örökségben gyökerező rekultivált tereket tartalmazó negyven esetpélda a gyűjteményben négy különálló kategóriában (A. Kulturális terek új lakossági felhasználással; B. Kreatív kulturális tevékenység; C. Társadalmi megújulás; D Kulturális gazdaságélénkítés) kerül besorolásra.

Összességében számos tanulságos és új módszert fedezhetnek fel Moreno-Rivas munkájában a történetmesélés módszere iránt érdeklődő közösség-, és településfejlesztő szakemberek. A kötet gyenge pontjaként ugyanakkor megemlíthető, hogy bár szándékuk szerint településmérettől függetlenül alkalmazható módon dolgozták ki az ajánlott módszereket, választott példáik mégis elsősorban jelentősebb történelmi múlttal rendelkező közepes és nagyvárosokhoz kötődnek.