Warszawa, 12.10.2021 r.

**„Krajobraz Mojego Miasta” niejedną ma twarz**

**Miasta wypełnione rodzimą zielenią. Zadbane fasady budynków bez szpecących i kłujących w oczy reklam czy billboardów. Przestrzeń piękna i zadbana. Polska, która przyciąga turystów swoim wyjątkowym smakiem, nietuzinkową architekturą i zapierającym dech w piersiach krajobrazem. O to wszystko zabiega kampania społeczna „Krajobraz Mojego Miasta”. Kampania, która dzięki licznemu gronu Ambasadorów – osób znanych, dla których piękno polskich aglomeracji i miast ma znaczenie – pokazuje potrzebę i istotę ochrony krajobrazu miejskiego.**

„Estetyka otoczenia to nie sprawa gustu. Estetyka to inwestycje, turystyka, to rozwój Twojego Miasta”. Jak słusznie zauważa pomysłodawczyni kampanii „Krajobraz Mojego Miasta” **prof. IH PAN Magdalena Gawin**, Wiceminister Kultury, Dziedzictwa Narodowego i Sportu, Generalny Konserwator Zabytków, by miasto nabrało rozpędu, należy w pierwszej kolejności zadbać o jego wygląd. „Motorem rozwoju miejsca, regionu, kraju są nie tylko fabryki czy przemysł. Likwidując reklamy, zazieleniając ulice i place, odnawiając kamienice, zwiększamy atrakcyjność turystyczną danego miejsca. Dajemy mu drugie życie!” – komentuje **Bartosz Skaldawski, Dyrektor Narodowego Instytutu Dziedzictwa**. Jak dodaje **Robert Gonera, aktor teatralny i filmowy**: „Małym, świadomym gestem możemy uczynić miasto pięknym”. Co zatem należy zrobić?

**Park kulturowy – chroń to, co dla Ciebie ważne**

Najlepszym sposobem na ochronę obszarów szczególnie ważnych dla mieszkańców i turystów jest stworzenie parku kulturowego – najwłaściwszej formy ochrony krajobrazu. „Nasze miasta mogą być piękniejsze. Pora uwierzyć w to, że Polska to kraj pełen ciekawej architektury i dobrej przestrzeni, o którą musimy po prostu razem zadbać” – przekonuje **Jan Mencwel, aktywista miejski i animator kultury**. Wtórują mu podróżnicy i twórcy internetowi **Zosia Samsel oraz Jakub Tolak**: „Oczyśćmy otaczającą nas przestrzeń – Polska jest taka piękna!”.

Parki kulturowe są ustanawiane przez demokratycznie wybranych reprezentantów lokalnej społeczności we współpracy z lokalnymi stowarzyszeniami, miłośnikami dziedzictwa kulturowego i osobami związanymi emocjonalnie z danym miejscem. Rada miasta może powołać do życia park kulturowy i przyjąć program jego ochrony jako obowiązujące prawo miejscowe.

. Dalsze działania w obrębie ustanowionego parku kulturowego stworzą warunki, które pozwolą zachować wartości zabytkowe, umożliwią harmonijny rozwój, dadzą lokalnej społeczności satysfakcję z życia w pięknym, zadbanym miejscu. „Należy pamiętać o tym, że miasto to ludzie i nasze codzienne otoczenie: to elementy, które mijamy każdego dnia, a nie tylko pocztówkowe widoki. Dlatego miasto musi być zrobione porządnie” – podsumowuje **Magdalena Milert, architektka, urbanistka i blogerka**.

**Krajobraz Mojego Miasta – potrzebny dialog**

Głównymi elementami kampanii są [film](https://www.youtube.com/watch?v=Ri_Sfhz91T4) i [spot](https://www.youtube.com/watch?v=JT9pbHAr-i8), które w czytelny sposób diagnozują problemy przestrzeni miejskiej i proponują ich mądre rozwiązania. W kampanii przywoływane są przykłady zabytków powszechnie rozpoznawanych – jak kościoły, zamki czy pałace – wraz z ich historycznym otoczeniem, jak również tych mniej oczywistych, jak zabytki przemysłowe. „Krajobraz i tradycja – to nasze największe skarby, za które musimy wziąć odpowiedzialność” – przekonuje **Krzysztof Trebunia-Tutka, muzyk, architekt**, **pedagog i miłośnik Podhala**. „Chrońmy unikalną tożsamość każdego regionu” – dodaje **muzyk Sebastian Karpiel-Bułecka.**

Organizatorom akcji zależy również na zwróceniu uwagi na zabytki „niewidzialne”, nieobecne w powszechnej świadomości, jak układy urbanistyczne i podziały własnościowe, mała architektura i wystrój wnętrz czy historyczne nasadzenia określonych gatunków drzew. W ramach kampanii przywoływane są różnorodne formy i narzędzia ochrony dziedzictwa kulturowego, w tym m.in.: rejestr zabytków, Lista Pomników Historii, Lista Światowego Dziedzictwa UNESCO, gminne i wojewódzkie ewidencje zabytków czy miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego. Wszystko po to, by odkrywać i zmieniać miasta.

Aktorzy, muzycy, aktywiści, podróżnicy – Ambasadorowie różni, ale cel jeden: uświadomienie społeczeństwu, samorządom i mediom, że krajobraz każdego miasta i aglomeracji ma znaczenie, że warto postarać się o to, by nasza Polska była coraz piękniejsza. „Krajobraz i miejska przestrzeń, tak jak powietrze, jest dobrem wspólnym, i tak jak powietrze powinna być chroniona” – puentuje **Wiktor Lach, społeczny opiekun zabytków**.

\*\*\*

**Kampania społeczna „Krajobraz Mojego Miasta”** została zainaugurowana w 2016 roku przez Narodowy Instytut Dziedzictwa. Celem kampanii „Krajobraz Mojego Miasta” jest zwiększenie świadomości społecznej dotyczącej krajobrazu kulturowego i potrzeby jego ochrony. Krajobraz miejski ma niebagatelne znaczenie dla jakości życia codziennego mieszkańców i wpływa na atrakcyjność turystyczną miast. Stanowi pole międzypokoleniowego dialogu, jest tłem dla ważnych wydarzeń i przemian społecznych oraz przestrzenią o dużym znaczeniu dla dziedzictwa regionu.

\*\*\*

**Narodowy Instytut Dziedzictwa** to państwowa instytucja kultury, będąca eksperckim i opiniodawczym wsparciem dla Ministra Kultury, Dziedzictwa Narodowego i Sportu. Misją NID jest tworzenie podstaw dla zrównoważonej ochrony dziedzictwa kulturowego w celu jego zachowania dla przyszłych pokoleń poprzez wyznaczanie i upowszechnianie standardów ochrony oraz konserwacji zabytków, kształtowanie świadomości społecznej w zakresie wartości i zachowania dziedzictwa kulturowego, a także gromadzenie i upowszechnianie wiedzy o dziedzictwie. Instytut, realizując swoje zadania statutowe, uznaje, że zarówno zabytki, jak i niematerialny dorobek kulturowy poprzednich pokoleń są świadectwem naszej przeszłości i jako ważna część naszego dziedzictwa mogą stanowić trwały fundament wspólnej przyszłości i zrównoważonego rozwoju naszej Ojczyzny.

**Kontakt do mediów:**

**Edyta Piaszczyk**

PR Manager

e-mail: [e.piaszczyk@synertime.pl](mailto:e.piaszczyk@synertime.pl)

tel.: 506 510 787

**Wioletta Łabuda-Iwaniak**

Kierownik Zespołu ds. Komunikacji Społecznej,

Koordynator kampanii społecznej „Krajobraz mojego miasta”

[wlabuda@nid.pl](mailto:wlabuda@nid.pl)