



2019

ЖИВОЕ НАСЛЕДИЕ

Национальная карта локальных
культурных брендов России

www.livingheritage.ru

живоенаследие.рф

Идеология проекта

1. Глокализация

Стандартизация, кризис
местного колорита



VS.

Запрос на локальную
идентичность



2. Уникальные явления, несущие
«культурный код» места, могут
стать мощными аттракторами
развития территорий.



- **Способность быть брендом – единственный способ культурному наследию выжить.**

- **Ресурсов на месте недостаточно – необходимо подняться по ступеням от локального к глобальному бренду**



Церковь в Неноксе



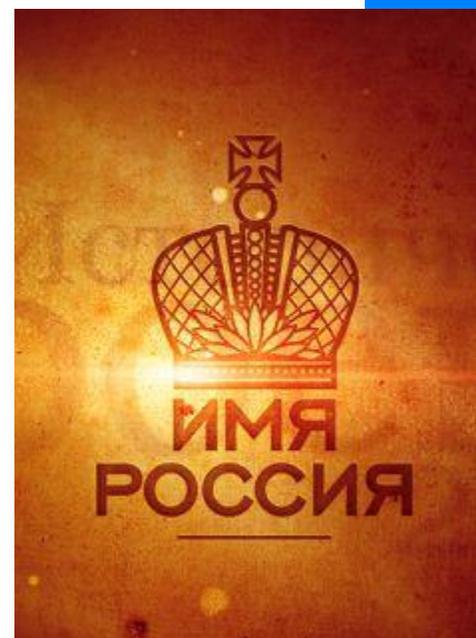
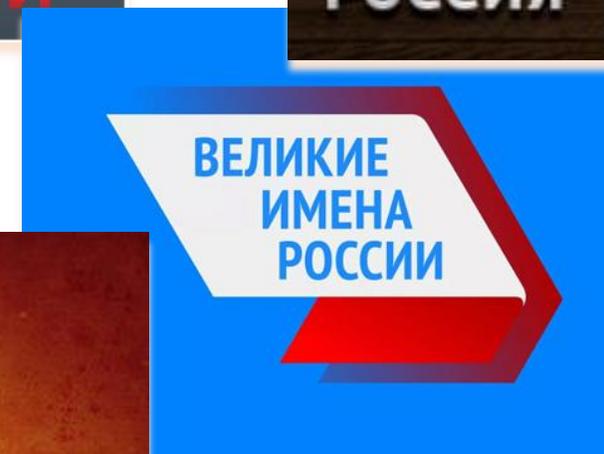
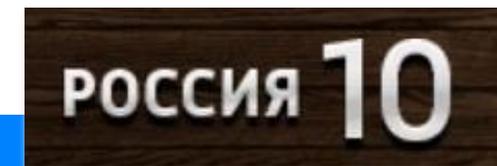
Церковь в Кижях

VS.



Зачем нужен интернет портал

- Ряд масштабных проектов позволил выявить и раскрутить ключевые культурные и туристические бренды, но система интеграции их результатов и удобной навигации по ним отсутствует.
- Для многих «забытых» культурных объектов и практик подсветка на федеральном уровне — шанс на сохранение.



Чем портал «Живое наследие»
отличается от остальных?

Формирует арт-кластеры

Создает удобную навигацию

Фокусирует внимание и ставит акценты

Дает возможность составлять «народный список» брендов

Интегрирует информацию о культурных брендах всех типов

Объединяет рейтинги/конкурсы. Шанс «прорваться выше рейтингов»

Типы культурных брендов



Уникальные
поселения



Культурные
сооружения



Природные
объекты



События и даты



Традиции и
промыслы



Гении места



Гастрономия



Мифы и легенды

Декабрь
2018



**Экспертные сессии,
форматирование проекта**

Январь
2019



**Исследование и описание
ключевых культурных
брендов**

Июнь

Апрель



**Создание интернет-портала
(запуск – в июле)**

Июнь

Июль



**Экспедиции в регионы,
выявление брендов на месте**

Сентябрь

Июль



**Семинары-тренинги
в регионах**

Сентябрь



**Фестиваль «Живое
наследие»,
формирование сети**

Октябрь

Жюри проекта



Андрей МАКСИМОВ



Алексей ФИРСОВ



Владислав ШУЛАЕВ



Геннадий ШАТАЛОВ



Алексей МАКАРКИН



Дмитрий ЛИЦИЦЫН



Наталья РЫБАЛЬЧЕНКО



Елена ХАРО



Наталья БЕЛЯКОВА



**Марина
ШЕРЕШЕВА**

Этапы заполнения карты

1 Составление экспертами каталога локальных культурных брендов (2,5 тыс.) – апрель 2019

2 Определение ТОП-500 признанных культурных брендов – июнь 2019

3 Экспедиции и тренинги: ТОП-300 брендов пилотных регионов – май/ноябрь 2019

4 Работа с регионами, предложения и описания, фото и видео – июль/ноябрь 2019

Экспедиции в регионы



Архангельская
область



Ростовская область



Северная Осетия



Бурятия



Тамбовская
область



Ульяновская
область



Пермский край

Культурная сеть



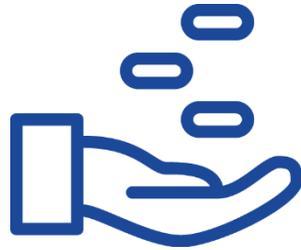
Исследователи



Покупатели локальных товаров



Инвесторы



Туристы



Виртуальные туристы



Руководители регионов



Целевая аудитория

Функционал Интернет-портала

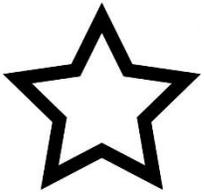
- Локализация культурных явлений на карте
- Оценка культурных брендов и «народный рейтинг»
- Предложение новых брендов в каталог и на карту
- Классификатор по видам, известности, «угрозе для жизни брендов»
- Использование маршрутов и составление своих маршрутов на карте
- Составление карты посещения брендов



Сообщество «Живого наследия»



База лучших практик развития территорий
через «оживления наследия»



Спасение традиций и новые «звезды»



Новый «отряд» российских претендентов на
включение в список ЮНЕСКО

The background is a solid blue color with a repeating pattern of stylized, light blue floral and leaf motifs. The motifs include circular swirls, teardrop shapes, and leaf-like forms, creating a dense, decorative texture.

Спасибо за внимание!