

**Брендинг места через
совместные краеведческие
проекты: партнерство
библиотек и музеев**





Брендинг места

процесс управления восприятием территории
через стратегические нарративы

В условиях глобализации и растущей конкуренции между городами за человеческий и финансовый капитал, **стиль территории** становится императивом развития.

Механизм ресурсной совокупности

- Объединение фондов
- Создание новых продуктов

Механизм кросс-программирования

- Встраивание элементов одной институции в программы другой

Механизм единой событийной платформы

- Создание общих крупных событий





Проектно-ориентированная модель

Временные альянсы для реализации конкретного проекта



Программно-стратегическая модель

Долгосрочное соглашение о совместной разработке и реализации тематических программ



Кластерная (сетевая) модель

Библиотека и музей выступают ядром, привлекающим к сотрудничеству вузы, СМИ, блогеров



Цифровые рассказы

Использование цифровых инструментов для «оживления» историй



Геймификация

Разработка настольных и городских квестов



Вовлечение горожан в сбор материалов
фотоконкурсы, акции

Эффекты партнерства для брендинга территории



1

Содержательный эффект

2

Эмоциональный эффект

3

Экономический эффект

4

Имиджевый эффект

Выводы

Партнерство библиотек и музеев в сфере краеведения перестает быть сугубо культурологической практикой, становясь стратегией мягкой силы в брендинге территории. Синергия позволяет:

- Трансформировать местную историю в конкурентоспособный туристический продукт.
- Создать уникальное ценностное предложение города, недоступное для простого копирования.
- Укрепить социальный капитал через вовлечение сообществ.



Таким образом, библиотека и музей из периферийных «хранилищ прошлого» становятся соавторами и драйверами будущего бренда территории



+7 (909) 421 23 33



director_library@mail.ru

