

## Рекомендации для авторов по описанию брендов

Описание состоит из двух блоков: паспорт бренда (фактическая информация) и текстовое описание бренда (оригинальный текст по заданной структуре)

### I. Паспорт бренда

#### *Категория культурного бренда*

Выбрать нужный: поселения / сооружения / природа / традиции и промыслы / даты и события / персоны / гастрономия / образы / арт-кластеры

#### *Время появления*

Дата (точная/примерная) постройки/возникновения. Для людей – годы жизни.

#### *Регион*

Выбрать из списка регион расположения бренда

#### *Статус бренда*

Выбрать нужный

- живой (есть мемориалы, музеи, либо иные возможности познакомиться, соприкоснуться с культурным брендом)
- исчезающий (есть памятные места, но находятся в упадке, заброшенном состоянии)
- утраченный (нет никаких возможностей соприкоснуться с культурным брендом).

#### *Контактные данные бренда*

Средства коммуникации, через которые пользователь может связаться с кем-то, кто связан с этим брендом. Например, это может быть музей, городской туристско-информационный центр (для поселений), заповедник (для природных объектов), производитель изделий народных промыслов, организатор фестиваля и пр. Указываются фамилия имя и отчества ответственного лица (директора, руководителя, ответственного за связи с общественностью и т.п.), телефон и электронная почта.

#### *Автор заявки*

Укажите свое имя и фамилию, а также по желанию, отчество

#### *Основание выбора культурного бренда*

Не заполняется

#### *Замечания*

Необязательный раздел, здесь можно разместить информацию для редакции портала, которая не будет опубликована на сайте. Например, можно привести ссылки на хорошие публикации о бренде в Интернете.

### II. Описание бренда

#### *Общие требования к описанию*

- Текст пишется живым литературным языком, с минимумом общих фраз (а еще лучше - совсем без них). Помните о читателе и о том, что ему должно быть интересно.
- Оптимальный объем описания 3500-4000 знаков, максимальный - 7000 знаков.
- Допускаются небольшие значимые цитаты. Рерайт открытых источников допускается с соблюдением требований к содержанию и стилистике блоков.
- Оригинальность (уникальность) текста должна составлять не менее 70%, желательно 90-100%. Перед отправкой текста на сайт следует проверить его оригинальность по сайту <https://text.ru/> (для ускорения проверки желательно зарегистрироваться) или другому аналогичному.

### *Главное*

Аннотация, краткая выжимка материала, литературный «заход». Здесь пишем в 2-3 предложениях самое главное про данный бренд. Что это такое, чем знаменито, почему считается важным достоянием, в чем уникальность и что может привлечь посетителей. Очень кратко и ёмко. Ориентируемся на то, что многие пользователи прочитают только этот блок, и они должны получить общее представление о данном культурном бренде. Но при этом текст должен быть интересным, вызывать у читателя желание больше узнать о бренде. Можно использовать метафоры, короткие цитаты, необычные сравнения, интересные факты.

Ориентировочный объем – не более 500 знаков.

### *История*

Развернутое описание основных вех/этапов становления и развития данного культурного бренда. Стремимся писать не в стиле Википедии, где сухо обозначается хронология событий, а создать цельный рассказ. Нам не интересно ВСЁ, что происходило с объектом описания, а нужно рассказать о ГЛАВНОМ и сделать это интересно. Уместно привести интересные легенды и мифы, связанные с брендом.

Для природных объектов в этом разделе можно рассказать об истории открытия и исследования бренда, для персон - привести краткую биографию и рассказать о значении региона в жизни этого человека. Для арт-кластеров рассказать о том культурном наследии, которое легло в основу кластера проекта, или о том, как и почему он появился, или о том и другом

Ориентировочный объем – не более 2000 знаков.

### *Состояние*

Здесь мы пишем о том, что на сегодняшний день собой представляет тот или иной бренд. Это фактически продолжение предыдущего пункта “История” - переход от прошлого к настоящему бренду. Здесь рассказываем о том, чем бренд стал к сегодняшнему дню, как и в виде чего он увековечен. В этом же разделе приводятся сведения о различных наградах и заслугах бренда, места в рейтингах, победы в конкурсах, статусы объекта культурного наследия и пр.

В этом разделе для поселений указываем основные достопримечательности и значимые объекты, для культурных сооружений, арт-кластеров и природных объектов - краткое описание их современного состояния с упором на то, что интересно увидеть туристу. Для событий прошлого - как увековечена их память в регионе, для повторяющихся событий (фестивали, ярмарки) - рассказ о том, как они обычно проходят. Описывая традиции и промыслы, доступным языком рассказываем об основных технологиях их изготовления, для гастрономических брендов приводим рецепт блюда. В рассказе о персоне указываем основные объекты, связанные с памятью о нем в регионе и по России: мемориальные музеи, памятники, названия городов, улиц, аэропортов, экранизации произведений, именные премии и пр. В этом же ключе рассказываем о воплощении в регионе образа. Для арт-кластера опишите его составные части, что вы предлагаете посетителям, какие мероприятия проводите. Если кластер - это объединение нескольких самостоятельных проектов (активистов, предпринимателей, организаций и пр.), в разделе Состояние перечислите их и по возможности кратко опишите

Ориентировочный объем – не более 2500 знаков

### *Впечатления*

Этот блок про живое соприкосновение с брендом. То есть в этом пункте мы пишем о том, как и где можно непосредственно познакомиться с брендом и какие путешественники ждут впечатления. Посвятите этот раздел самым ярким впечатлениям, которые могут получить посетители, расскажите о них так, чтобы тем, кто их прочтет, захотелось к вам приехать. Можно рассказать об интересных экскурсиях, мастер-классах, программах и фестивалях, связанных с брендом, привести отзывы и впечатления путешественников, дать

практические советы по знакомству с брендом. Стоит указать, где можно купить изделия промыслов и попробовать то или иное блюдо. Можно также рассказать, какие интересные места находятся поблизости и как связать знакомство с брендом с их посещением. Также можно привести сведения о будущем бренда - программах и возможностях его развития и продвижения и привести другую информацию, если она кажется вам важной и интересной

Ориентировочный объем - не более 2000 знаков.