Экспертное интервью с директором библиотеки в Красногвардейском районе Санкт-Петербурга

**Интервьюер:** автор исследования

**Респондент:** директор библиотеки в Красногвардейском районе Санкт-Петербурга

**Интервьюер:**

Я пишу магистерскую работу в институте дизайна и урбанистики в ИТМО - занимаюсь сельскими библиотеками. Изучаю сельские библиотеки как общественные пространства, потому что я очень давно люблю библиотеки, они в Петербурге расцветают. Мне стало интересно, как это происходит вне большого города, то есть в каких-то небольших населённых пунктах. Такой большой вопрос: могут ли библиотеки трансформироваться сейчас из просто места выдачи книг, как это было раньше, и могут ли они взять на себя роль такого связующего ядра для населения? Особенно интересно, потому что мне кажется, что есть разница между городом, тем более большим городом, и библиотекой в нём и зачем она нужна, и что она предоставляет пользователям, и в маленьком месте.

Как вы думаете, есть ли такие различия, и о чём нужно подумать, когда мы занимаемся библиотеками в большом городе и в небольшом населённом пункте?

**Респондент:**

Я, честно сказать, родилась и выросла в Петербурге, поэтому всегда жила в условиях мегаполиса, большого города. Сельскую жизнь представляю в меньшей степени хорошо, однако лето проводила в деревне, такой, знаете, классической деревне, где у нас ничего не было, а в соседней деревне была почта, клуб, магазин и библиотека, а еще баня была. Знаете, такой набор, такая деревня, вот как будто начало 20 века, словно говоря. И удивительно, что библиотека там была. То есть это была неотъемлемая составляющая быта деревенского жителя даже в 21 веке. Ну, даже конец 20-го века, 90-е годы. И поэтому я так отдаленно представляю, но говоря о сельском населенном пункте, мы рассматриваем какого размера населенный пункт, сколько тысяч жителей вы берете.

Было бы интересно конкретизировать именно диапазон количества жителей. То есть мы говорим от 10 тысяч до 100 тысяч, условно говоря. Или мы говорим от 500 человек до 5 тысяч. То есть эта картина, следовательно, немножко по-другому выглядит. Срез социальный, который, собственно, обуславливает жизнь населенного пункта.

Поэтому очень важны количественные показатели, потому что если мы говорим о Петербурге, то это 5 миллионов жителей. В Петербурге сейчас, наверное, уже гораздо больше цифр. Но город-миллионник, во всяком случае, город федерального значения. Город невероятно развит инфраструктурой, причем в разных различных районах города. То есть мегаполис, его главная особенность — это гипернасыщенность абсолютно всем. То есть все есть в шаговой доступности. Мы можем рассматривать в контексте города, в контексте района, в контексте квартала и даже сейчас в контексте конкретного жилого комплекса. Потому что многие жилые комплексы, они сейчас строятся по принципу живого города. Это такая концепция, когда все, что вам нужно, находится в шаговой доступности.

Потому что магазин, школа, детский сад, вся-вся инфраструктура, она вписана в рамки плюс-минус жилого комплекса. Это такой микромир в большом мегаполисе, который коннектируется уже со всем остальным городом. Это вот очень интересно. И, к слову сказать, у нас в Красногвардейском районе сложилась очень интересная история. Когда строится новый жилой комплекс, эта практика у нас уже есть реализованная, и сейчас в разработке еще один, два или три таких проекта. Когда закладывается инфраструктура нового ЖК, туда вкладывается помещение для библиотеки.

**Интервьюер:**

Администрация района обязывает?

**Респондент:**

Ну, не то что обязывает. Она ведет диалог с застройщиком о том, чтобы приобретать помещение для библиотек. И это в связке с директором библиотечной системы. Такая интересная практика, которая у нас в районе реализуется. У нас есть библиотека «Сфера», которая открыта на территории жилого комплекса. Если посмотреть по карте, он такой достаточно локализованный. То есть, жители этого микрорайона действительно несколько ограничены в транспортной доступности. И библиотека уже включена на первом этаже одного из жилых домов, уже включена туда в инфраструктуру. Также библиотека Куб в районе Новой Охты, и сейчас в разработке еще один проект. Библиотеки уже рассматриваются на уровне правительства Санкт-Петербурга как неотъемлемая часть инфраструктуры развивающейся территории.

**Интервьюер:**

Вы знаете, это указано в проектной документации, или это как предложение?

**Респондент:**

Здесь я точно не скажу, так как это взаимоотношение администрации, района и застройщика. Мы не можем вникать в эти особенности. Но то, что помещение предоставляется под библиотеку, это уже состоявшийся факт, что это рассматривается. И это говорит, о сознательном отношении к библиотекам в целом, именно в Петербурге. Потому что в Петербурге особое отношение к библиотекам так традиционно сложилось, возможно, в связи с культурным кодом города как культурной столицы, где чтение является одним из узнаваемых маркеров. То есть невозможно представить Петербург без библиотек, без книжных магазинов и так далее. Это особая культура. И, следовательно, библиотеки настолько глубоко вписаны, потому что библиотеки — это то, что существовало очень долго до нашего рождения, и это то, что уже для нас как данность. То есть мы это воспринимаем наравне с аптекой, почтой, магазином. Это что-то, что существует и будет существовать после нас. То есть в этом определённое ощущение стабильности. Библиотека — оплот того, что есть и будет. Оно так ощущается.

Возможно, вот эта традиция, она тянется и в малых городах, в малых населённых пунктах, потому что в тот момент, когда библиотеки активно открывались на территории всей нашей страны - была активная популяризация, чтение шло. И, возможно, так и осталось. Это действительно в каком-то нашем понимании, что это необходимо. Поэтому в сельских населенных пунктах тоже, наравне с домом культуры, есть, как правило, библиотека. Пусть она будет небольшая, но она есть. И это, конечно, прекрасно. Другой вопрос их существования, насколько они работают, как по-разному отличается специфика работы библиотеки, потому что основная проблема библиотек сейчас в мегаполисе — это высочайший уровень конкуренции, зашкаливающий уровень конкуренции.

За посетителей, за читателей, потому что огромный выбор литературы есть в книжных магазинах, люди покупают книги. Некоторые принципиально покупают, литературу, потому что по тем или иным причинам им хочется держать книгу именно у себя в руках. С другой стороны, огромная конкуренция по культурной работе. Библиотека же сейчас проводит очень много проектов, реализует мероприятия. Чтобы быть услышанным в Петербурге, библиотеке нужно сделать очень много из этого. Надо кричать громче всех, рассказывать интереснее всех и привлекать к себе. Особенно если, как мы, находимся не прямо в центре города, то нам еще нужно мотивировать читателя таким образом, чтобы помимо того, что он выбрал нас в линейке тысяч мероприятий по всему городу - чтобы он выбрал нас и доехал до нас. То есть степень мотивации здесь должна быть зашкаливающая.

Поэтому такой вопрос стоит остро. В малых населенных пунктах такой вопрос либо вообще не стоит, либо наоборот, то есть аудитории много и с ней она готова вовлекаться. В связи с тем, что нет такой большой конкуренции, куда вечером пойти, где интересно провести время. Другое дело, что здесь нельзя обманываться и ждать, что читатель или посетитель придёт сам собой. То есть, можно делать абы какие мероприятия, абы как работать, а он как бы сам там уж как-нибудь за неимением альтернатив. Всё-таки читатель, посетитель - у них сейчас благодаря развитию интернета, высокая степень осведомленности и насмотренности о том, что происходит в целом в стране, по городу, следовательно, есть высокие проценты ожидания. Запросы, которые люди хотят, чтобы они были удовлетворены в разных сферах обслуживания, а библиотека — это сфера обслуживания, та же самая, где вы приходите, и вам какую-либо услугу оказывают — выдать книгу, организовать мероприятие и так далее.

И поэтому библиотеки даже в малых населенных пунктах, они, конечно, должны быть заинтересованы в качестве проводимых мероприятий, в качестве среды, которую они организуют для чтения, для выдачи книг и так далее. И сейчас, благодаря тому, что библиотечное профсообщество очень живое, мы все общаемся близко, дружим, видимся, обмениваемся опытом, и есть огромное количество площадок, где мы это можем делать, следовательно, часто можно встретить конференции, семинары, где есть представители и мегаполисов, и малых городов, и отдаленных. И сколько мы встречаемся, конечно, есть общие какие-то проблемы, или общие какие-то положительные моменты, но вот региональная специфика, она очень сильна, ввиду огромной территории всей страны.

Иногда колоссально отличаются условия, в которых работаем, например, мы, и работают где-нибудь на юге России, или где-нибудь на крайнем-крайнем севере. И когда мы сравниваем, очень важно и правильно, что вы взяли для сравнения Ленобласть как ближайшую территорию, находящуюся к нам, потому что оригинальные обстоятельства, они очень многому решают.

**Интервьюер:**

То есть нельзя уравнять библиотеки разных регионов?

**Респондент:**

Даже если вы будете сельские библиотеки сравнивать между собой, но очень далеко друг от друга находящиеся, они будут давать вам разные показатели. Это зависит от очень много факторов, не только национального колорита, каких-то культурных особенностей, что тоже важно, но и степени подчинения библиотекам, кто является учредителем, как взаимодействует власть, насколько очень сильная персона того, кто ответственен за работу библиотеки. В нашем случае мы подчиняемся администрации Красногвардейского района, и мы очень рады такому взаимодействию, то есть у нас администрация района очень заинтересована в развитии библиотек. Следовательно, вкладывает очень много ресурсов, не только в плане денежного финансирования, но и ресурсов других, человеческих, временных и так далее. Это действительно очень глубокая работа, которая ведет к хорошим результатам.

Но я понимаю, что не каждый регион и не каждая территория может похвастаться таким тесным и плодотворным взаимодействием с властью. А это очень важно, потому что это возможность поддержки своей работы, следовательно, повышения качества и так далее. Поэтому, когда мы говорим о какой-то такой библиотеке села N, очень важно, кто является главой этого города и так далее, и какое место библиотека занимает в его видении развитие этого населённого пункта. Это тоже немаловажный момент, который тоже нельзя упускать, потому что поддержка власти очень важна. Ну и так как у библиотек есть возможность видеть, что делают коллеги, следовательно, есть возможности этот опыт каким-либо образом на себя применять.

И все это делают по-разному, так как видят, так как чувствуют, как позволяет профессионализм, и происходят различные ситуации. Здесь у меня всегда большой вопрос был, эта тема пока для меня открыта, мне всегда было интересно, конкретно именно в контексте сельских библиотек. Есть у нас некоторое село условное, есть жители этого села, есть библиотека. Что хотят жители? А библиотека, например, давайте возьмем так, деревянный дом, сколоченный старый дом, очень красивый, очень атмосферный. Что хотят видеть там жители? Они хотят, заходя в эту библиотеку, видеть там переосмысленную такую вот старину, чтобы у нас внешнее совмещено было с внутренним, то есть интерьер с интерьером, чтобы они как-то дружили. Или же ожидание жителей таковой, что они видят, допустим, какое-то креативное пространство в Москве и думают, мы хотим себе такое же.

И они хотят, открывая старые двери, видеть там абсолютно что-то невероятное, не сочетаемого с экстерьером, но как бы то, где им бы хотелось проводить время, потому что библиотеки делают по-разному. Некоторые могут в деревянное здание поместить ультрасовременный интерьер, который диссонирует, а некоторые включают вот этот контекст в городскую специфику, сельскую. Они включают во внутреннее пространство библиотеки, переосмысливая и перерабатывая. Получается, нет неправильных ответов? Нет правильного ответа, нет. Совершенно потому, что здесь важна реакция жителей. И это самая главная показатель. Все-таки мы же для читателя работаем. Читателям что хочется.

Конечно, с точки зрения развития бренда и создания концепции обновленного пространства гораздо более логично кажется сначала исследовать контекст и на основании этого провести модернизацию библиотеки. То есть делать не инородное что-то, а максимально самобытное, рождаемое из конкретно взятого села. Например, там село, там, не знаю, имени кого-то, и мы личность этого деятеля раскрываем в пространстве библиотеки. Либо у нас сельский бревенчатый дом, значит, внутри мы делаем такие аллюзии, какие-то напоминания о сельском бытие.

Это может быть, естественно, не то, что я и все сидим там, а то, что у нас там какой-то современный стол, но рядом какой-то есть артефакт, напоминающий об истории этого дома. Или, например, на стенах фотографии этого дома, там условно начало XX века, если это старая постройка.

То здесь можно очень-очень по-разному играть и разные пласты вот эти вот вскрывать, и мы просто берем и визуализируем. Но насколько здесь будет доволен читатель? Может быть, он скажет, что я это и так знаю, я это так видела, мне вот хочется, чтобы здесь было стекло, неон и вообще совсем другой вайб, понимаете? Гораздо более логичным и потом обоснованным будет являться, допустим, социологический опрос жителей, либо проведение какого-то глубинного исследования, которая бы дала действительно картину понимания того, что хотят люди, и как их идеи, их желания можно применить в контексте работы библиотеки. И тогда, как мне кажется, будет максимально нужный, качественный результат.

То есть это будет действительно пространство, которое уже априори людям интересно и которые будут желать его посетить. Вообще степень сопричастности, она очень важна. И люди сейчас, для них очень важно быть частью чего-то большого, понимать, что они могут влиять на какие-либо изменения и давать такую возможность, конечно, нужно. Библиотеки в том числе могут давать и такое взаимодействие. И уже в то пространство, которое люди создали, допустим, в идеальном варианте приложили какую-то руку - конечно, им хочется посещать.

Для того, чтобы в мегаполисе пойти встретиться с друзьями, у нас есть миллиард вариантов. Можно пойти в кафе, в бар, в парк погулять, там еще куда-то сходить. И в этом списке где-то там есть библиотека, как место такой коммуникации. В малом населенном пункте, конечно, количество таких мест будет ограничено парой десятков локаций. И поэтому автоматически библиотеке можно брать на себя роль места встреч и сбора группы по интересам.

И там, как мне кажется, очень хорошо реализуются всевозможные форматы кружков, каких-то клубов, встреч по интересам, каких-то лекций, мастер-классов, куда люди активно подключаются. Создать в библиотеке, в мегаполисе сообщество, настоящее сообщество, очень сложно, иногда практически невозможно.

Лучше всего, кстати говоря, сообщества создаются именно в этих новых жилых кварталах, которые немного так вот обособлены от общего городского такого шума и суеты, вот у них получается. Если мы берем это как такой микросельский вариант внутри города, то по сути вот оно и начинает работать, то есть когда у нас есть какая-то ограниченность в ресурсах, в возможностях и в людях в том числе, у нас автоматически некоторое сообщество может сформироваться.

Вот мне почему-то кажется, что в сельской библиотеке чуть проще создать именно постоянное сообщество людей, заинтересованных, кто будет ходить в эту библиотеку на мероприятия постоянно. В мегаполисе все-таки люди меняют пространство, меняют интересы, им интересно ездить в разные точки города. И расстояние, конечно. Хотя можно работать на квартал, безусловно, есть постоянные читатели, но тоже люди любят выезжать в другие районы, другие площадки. Поэтому, отвечая на ваш вопрос про коммуникационную функцию, именно в том виде, чтобы создать некоторую заинтересованную группу людей, проще в сельский. Но это не отменяет коммуникационную функцию в мегаполисе. Просто она работает несколько иначе.

Но это по-прежнему библиотека — это место, куда может человек прилететь, взаимодействовать с библиотекарем, общаться с кем-либо и так далее. То есть эта функция, она и сразу осталась. Потому что люди не всегда приходят за книгой, иногда они приходят просто за общением. Причем иногда даже не за общением с другом, а за общением с тем же библиотекарем. Потому что люди особенно одинокие, либо такого интровертного склада характера в библиотеке, Их притягивает именно такой возможностью поговорить. Особенно это для старшего поколения важно, которые до сих пор ходят и берут огромное количество книг. И очень много общаются.

**Интервьюер:**

**В**опрос финансового характера. Какие могут быть источники финансирования у сельской библиотеки, например, на трансформацию или даже просто поддержание своих нужд? Помимо местного бюджета.

**Респондент:**

Я могу сказать о том, что у регионов в целом очень развита система получения грантовых средств. Они выигрывают много грантовых проектов и работают целенаправленно на получение грантовых средств под конкретные проекты, задачи. Где возможно, какие-то ремонты, ну что-то такое косметическое, я думаю, что можно тоже за грантовые средства сделать. Поэтому гранты - это уверенная дорога, по которой можно получить какое-либо финансирование.

**Интервьюер:**

А как вы думаете, можно ли выиграть грант, если в администрации не заинтересованы?

**Респондент:**

Это не связано никак. Библиотека участвует, это ее инициатива, поэтому она может самостоятельно такую инициативу проиграть. Гранты, допустим, фондов культурных инициатив, есть президентский грант, то есть есть ряд других грантов, в которых участвует организация, либо заинтересованные читатели, которые хотят как-то повлиять на пространство библиотеки.

А как читатели? Как физлицо может. Допустим, есть какой-то активный читатель, хочет реализовать какой-либо проект в своей библиотеке. Если он суперактивный, он может подать заявку как физлицо и выбрать для площадки реализации гранта в любое место, например, библиотеку. И провести там встречи, лекции, что угодно.

**Интервьюер:**

Вы знакомы с проектом модельных библиотек? Я знаю, что он очень хороший и получается хорошо, но там есть такие проблемы, что выиграть заявку на трансформацию может только уже сильная библиотека. Нужно соответствовать критериям, и нужно, чтобы персонал был очень заинтересованный. Получается, что те библиотеки, кто больше нуждается в этом, просто не проходят, просто не получается у них участвовать.

**Респондент:**

Честно говоря, я не знаю, как и по каким критериям выбираются те, кто участвует в модельном стандарте и модернизируется подобным образом. Но модернизировано огромное количество библиотек по всей России. И модельный стандарт, он создавался после того, как мы открылись в 2013 году. Библиотека Гоголя открылась, и после этого наше дизайн-бюро, которое делало библиотеку Гоголя, привлекли к созданию модельного стандарта. И многие интерьерные решения, которые у нас опробированы, вошли в модельный стандарт. Поэтому вы можете видеть там такие посадочные места круглые, с книжками по периметру. Это то, что было впервые у нас сделано. Такая интересная ситуация получилась. Сейчас для поездки по России можно встретить в различных вариациях эти книжные стеллажи, которые были за основу взяты.

В целом, не знаю, насколько строгие здесь критерии, но то, что коллектив команды библиотеки должен быть заинтересован в модернизации, это совершенно точно. Одни только интерьеры, они не решают, по сути, никакой задачи, то есть очень многое решают люди, работающие на местах. Изменив интерьеры, но не меняя подход команды к работе, изменение качественных не получится. В новых интерьерах ожидается, что будет какая-то принципиальная новая работа, привлекающая читателей, новые проекты, активность в социальных сетях, и так далее, и так далее. Это требует определенной компетенции всей команды.

**Интервьюер:**

Вот это очень интересно. Я объезжала некоторые библиотеки, и много таких, где всего один сотрудник, один и всё.

**Респондент:**

Это сложно. Это, по сути, такой пункт выдачи. То есть, что ещё может себе позволить сотрудник в количестве один человек? Конечно, здесь нужна команда хотя бы минимальная. Но какая-то должна быть. Пусть она будет работать не на одну библиотеку, а на сеть библиотек. Это же не обязательно. То есть, может быть, например, 10 библиотек, и у них есть головной центр, где хорошо бы, чтобы был дизайнер, пиар-специалист, возможно, специалист по технике.

Если набрать соответствующую команду, она может обслуживать несколько точек. И тогда можно сохранить присутствие одного человека в одной библиотеке, если она действительно камерная, и там не требуется для обслуживания больше людей. Но качественные изменения, они последуют достаточно быстро.

В библиотеке для того, чтобы быть видимой и интересной, нужно задействовать очень много каналов коммуникации. И сложно развернуть большую работу, имея только один канал коммуникации в библиотеке. То есть, как минимум, нужно рассматривать три формата коммуникации: с читателем офлайн, когда он приходит в библиотеку, онлайн в интернете, и третье, в идеале, это выездные события.

Это когда вы выходите за границы библиотеки и выходите в поисках новой аудитории. И привлекаете людей. Это такая функция, которой мы очень активно занимаемся. Мы популяризируем в целом современную библиотеку. У нас такая большая миссия рассказать людям, что библиотеки красивы и интересны, и сюда надо ходить. В первую очередь, мы, конечно, здесь свои интересы реализуем, то что именно к нам хорошо приходить, но косвенно мы говорим о том, что во всей библиотеке хорошо. Потому что, меняя понимание библиотеки в обществе, мы привлекаем новую целевого аудиторию, которая бы раньше к библиотеке не пришла. Поэтому у нас целое направление работы посвящено коммуникации с бизнесом, потому что мы выходим на новую для нас аудиторию, которая либо имеет стереотипное впечатление, воспоминание о библиотеках и потому туда не ходит. Либо искренне не знают о том, что библиотеки существуют. Есть такие люди, которые действительно не знают, что библиотеки есть, что они существуют, что они живы и так далее. А мы выходим и красиво на их языке объясняем, что библиотеки существуют.

А как бизнес привлекает? Мы привлекаем его уже 11 лет. Последний раз я как раз выступала с темой интеграции в бизнес на фестивале «Друзья Петербурга». Там у нас была большая дискуссия, посвященная формированию бренда в Санкт-Петербурге, и я рассказывала как раз про интеграцию библиотеки в бизнес, какие у нас есть проекты, которые мы за последние годы реализовали. Например, если с малого начинать, то мы, например, сотрудничали с имидж-студией Дениса Осипова: у нас были совместные шоу-показы в библиотеке, где у нас приходили стилисты студии и стилизовали в прямом эфире параллельно с лекцией про 50-е.

Потом у нас было сотрудничество с цветочным магазином, с которым мы делали совместные фотографии для ВК и они оформляли нам зону ресепшн своими цветочными композициями. Потом мы делали с медицинским центром 21 веку - у нас была большая программа, к нам приходили врачи медицинского центра, проводили здесь лекции. Мы делали ВК-видео, размещали ВК плюс делали розыгрыш с призовым фондом 5 тысяч рублей сертификат на использование в 21 веке и плюс делали флаеры со скидками 500 рублей на первичную консультацию и в 21 век сам напечатал эти флаеры с Гоголем в нашей стилистике.

Недавно делали коллаб с тату студией в Петербурге, мы сделали тату сет в стиле гоголевского Петербурга. Включили в прейскурант тату студии, а тату студия сделала нам стикерпак с наклейками в стиле Гоголя, чтобы мы распространяли в библиотеке.

А на каких это условиях обычно происходит? Мы стараемся быть взаимовыгодными. То есть без финансовых каких-либо вливаний, это бартерная основа. Мы продвигаем их на своих ресурсах, мы предлагаем какие-то наши креативные идеи, которые сейчас хорошо ценятся. Это наша команда, во всяком случае.

Мы делали проект с застройщиком RBI, это застройщик премиум-элит-класса, и мы делали с ними проект цифровая библиотека Гоголя на площадке Брусницы в культурной пространстве. Мы поставили там огромные пять книг 3×2 метра, где с одной стороны рекламировали жилые комплексы RBI, с другой стороны сделали имитацию книжных полок с переходом на Литрес. И все посетители культурного квартала могли бесплатно через, через библиотеку, получить логин и пароль Литрес и доступ к 25 тысячам изданий, бесплатно читать. Такая вот большая работа была проведена. Мы еще сделали литературные подборки из 160 книг с прямым переходом.

Еще мы записали музыкальный альбом! Трибьют альбом на повести Гоголя. Мы назвали повести Гоголя - первый трибют альбом, посвященный Гоголю. Мы нашли 12 музыкантов, среди которых Женя Любич, группу Отто Дикс и другие, и предложили им перечитать петербургские повести Гоголя, написать оригинальные треки, так чтобы там были либо прямые цитаты Гоголя, либо его интонация сохранена.

И получили 10 треков, которые оформили в альбом. Сотрудничали со студией звукозаписи «Галерная-20». А у них еще продюсерский центр и лейбл, поэтому мы издали альбом, и он скоро выйдет на платформах.

**Интервьюер:**

Как вы думаете, как можно сельским библиотекам сотрудничать с бизнесом?

**Респондент:**

В первую очередь, это локальный бизнес. Есть конкурсы, на самом деле это очень здорово, это очень классная история, я ее продвигаю. Просто я амбассадор взаимодействия бюджета и бизнеса, потому что, мне кажется, это невероятно перспективное направление.

У бизнеса сейчас очень большой запрос на социальную направленность, то есть им выгодно взаимодействовать с бюджетной сферой, они реализуют и свое социальное направление, и культурное. Вот это соприкосновение с областью культуры, это всегда облагораживает, это всегда украшает любую бизнес-деятельность, это взаимовыгодно. Плюс к этому - библиотеки чем хороши? Мы обладаем доступом к литературе, доступом к знаниям, и у нас очень компетентные сотрудники, которые умеют в большом объеме информации найти качественную, проверенную.

Чем грешит интернет - мы можем найти фейковую информацию, и мы не будем об этом знать. А библиотека, так как мы располагаем книгами, а книги все-таки априори, проверенные, вычитанные и так далее, мы работаем с качественной информацией и предоставляем качественные материалы, с которыми можно работать.

Поэтому мы можем бизнесу предлагать, допустим, работу с текстами, выдавать концепции, у нас хорошая креативная команда, мы можем рождать какие-то идеи, какие-то огромные книги, например, которые можно поставить, то есть это у нас всплывает в ходе обсуждения, и мы это реализуем.

**Интервьюер:**

Представим какой-нибудь небольшой населённый пункт, и там есть какой-нибудь продуктовый магазин, может быть, кафе-шаверма и строительный материал. Как с ними можно работать?

**Респондент:**

Прекрасный набор, я сейчас тоже примерно об этом думала. И было бы очень здорово с ними со всеми сотрудничать. Здесь только нужно понять, что им интересно. То есть мы, например, в ближайшем доступе, мы сотрудничаем с пекарней «Хлебник». Вот они здесь рядышком находятся, мы работаем на одну территорию. Здесь можно хоть какие-то параллели выстроить с сельской местностью, потому что у нас одни и те же жители. У них их «Хлебник», и у нас программа лояльности разработана. По флаерам 10% скидка в пекарне «Хлебник» и в объявлении флаера. И плюс к этому мы размещаем информацию о себе у них в кофейнях, флаеры, афиши событий и так далее. Такое самое простое партнерство. Им это выгодно, потому что наши читатели потом идут в Хлебник, берут там кофе, условную булочку, а посетители Хлебника узнают о мероприятиях и приходят к нам.

То есть такое бартерное, взаимовыгодное сотрудничество. Поэтому тот же самый продуктовый магазин может вполне представлять, допустим, очень символическую, но все-таки скидку на 3%, например, по флаеру, который может отпечатать сам совместно с библиотекой. Если, например, в продуктовом магазине нет дизайнера, а в библиотеке есть все-таки какой-то креативный специалист, который владеет фотошопом, он может предложить сделать флаер. А напечатать, например, за счет магазина, потому что сделать макет — это тоже ценность… То есть, чем обладает библиотека? Это же не обязательно денежные отношения, это знания, опыт, умения, скилы, называйте, как хотите, но если у вас есть человек, который делает фотошоп и просто ему это нравится, и он свою фотографию умеет обрабатывать, здесь один шаг для того, чтобы научиться делать флаер и предложить его, например, продуктовому магазину.

То же самое со строительными материалами. Можно предложить сделать, например, инсталляцию на территории библиотеки, либо выставку, используя стройматериалы этой компании. То есть компания предоставляет вам несколько балок деревянных, на которых вы натягиваете брезент, и на этом брезенте делаете роспись совместно с художником, который у вас там живет рядышком. И вы делаете эту роспись, но делаете ее не бездумно, а делаете на основании, допустим, это могут быть иллюстрации какой-либо книги, которая есть в фонде.

И вы делаете на огромном каркасе, представьте, огромный куб, например, самый простой куб, брезент и краски, например, акриловые. И все это вам предоставляет магазин. Там, условно, на это уйдет 2−3 тысячи рублей, например. Магазины, возможно, это не такие большие деньги. Вы приглашаете художника, делаете концепцию выставки, открываете книгу на нужной странице и делаете вот такие огромные тотал-иллюстрации к этой книге. И делаете вокруг этого огромный инфоповод. Приглашаете всех жителей посмотреть на этот арт-объект, делаете параллельно читку этого произведения, приглашаете чтеца, ставите музыку на задний план, и вот у вас уже перформанс вокруг арт-объекта, и вы делаете вокруг этого историю. А рядом с арт-объектом лежит табличка о том, что предоставлены материалы строительным магазинам каким-то таким-то. И люди нативно узнают о работе этого строймагазина и могут перейти туда, когда им нужно будет что-то купить для себя.

То есть возможность взаимодействовать с библиотекой в данном случае позволяет делать очень дешевую, дешевую имеется ввиду, что они платят только за материалы, а такую бюджетную, нативную рекламу. То есть, максимально незаметно проходит для аудитории. Это не то, что баннер, приходите, строй материалы на любой вкус. А люди видят, как это работает, более незаметно, скажем так.

**Интервьюер:**

Потрясающе, это потрясающе.

**Респондент:**

Вот, но я к тому, что на самом деле эти возможности, их просто нужно научиться видеть. Потому что сделать коллаборацию можно абсолютно с кем угодно. Нужно просто немножко свое видение расширить. Нужно взять библиотеку и убрать весь вакуум, в который ее обычно помещают. Библиотека, книги, фонды, выдача, читатели, мероприятия, книжные выставки и так далее.

Как только мы всё это убираем, этот купол, мы видим её в контексте общей жизни. И мы видим её возможности максимально широко. Я проводила обучение для коллег, где я разработала такую большую игру корпоративную, как раз направленную на развитие креативного мышления. Я привезла колоду карт с разных цветов, пронумерованных просто, рубашка, и с другой стороны только номер. Мы взяли флипчарт, наклеили стикеры, и с одной стороны на стикерах мы клеили названия тех учреждений, где коллеги работают, там театр, например, библиотека та же самая, музей определенной направленности и так далее. А с другой стороны клеили примеры бизнеса какого-либо, что у нас может быть в городе. И так называли ветклиника, тот же тату-салон, аптека и так далее. И дальше мы миксовали карточки, и кто-то вытягивал. Допустим, мы могли выпустить музей и ветклиника. Или еще что-то, еще что-то. И потом предлагалось придумать сходу - вот вам 10 минут, придумайте, какие идеи могут быть у вас по тому, как совместить несовместимые вещи. И коллеги столько всего придумали интересного. То есть это возникало вот просто. У нас там был и зоопарк, и кто-то еще, ветклиника и художественная школа.

Вот это меня прям покорило. Коллаб, когда они придумали… Причем они придумали сами, не то, что там за них кто-то. Просто коллеги сели, придумали. Они придумали предложить в один день пригласить ребят из художественной школы в ветклинику и делать зарисовки, шаржи животных и их хозяев, потому что говорят, что животные похожи на хозяев. Они предлагали делать такие интересные зарисовки в течение дня и дарить их посетителям. И можно было бы здесь уже подумать дальше, потом развить, чем, может быть, ветклиника может интересно помочь этой художественной школой. Чтобы это было взаимовыгодное сотрудничество. Что важно, что когда мы работаем: мы что-то даем, она что-то дает. Вот такая бартерная, не финансовая ситуация, где можно что-то интересное придумать.

**Интервьюер:**

И это как раз работает на благо местного сообщества.

**Респондент:**

Да, мы по сути выстраиваем связи. Если у нас все организации в селе идут обособленно, то мы буквально вот эти вот нити выстраиваем между ними, и таким образом мы, в принципе, усиливаем саму структуру. Жители начинают больше общаться, они видят взаимосвязи между разными обособленными компаниями. Это здорово. Мне кажется, это в принципе способствует укреплению отношений среди жителей. Не влияет напрямую, но косвенно точно.

**Интервьюер:**

Они могут, например, вместе с бизнесом объединяться для решения проблем посёлка и обращаться в администрацию. Например, чтобы дорогу починили.

**Респондент:**

Здесь, конечно, библиотека такого влияния не окажет. Но в принципе, конечно, в хорошем здоровом обществе оно так и работает. Все общаются друг с другом, дружат на каких-то таких вот доверительных отношениях. Можно очень много всего построить, если помнить, что вокруг тоже люди. Вот это очень важный момент, когда работаете с партнерами - не забывать, что на том конце тоже люди.

Это удивительный факт, но, когда это осознаешь, становится всё намного проще. Когда вы собираетесь написать какому-то известному музыканту или какому-то известному актёру, стоит попробовать убрать все регалии и всё, и представить на том конце просто человека, который тоже живёт, дышит, переживает, радуется и так далее. Когда мы очеловечиваем фигуру партнёра, бизнес-партнера или того, кого мы хотим пригласить к сотрудничеству, оно становится всё немножко полегче, вот такой опыт из жизни.

**Интервьюер:**

Могли бы вы мне, пожалуйста, посоветовать, какие профессиональные мероприятия можно посетить, связанные с библиотечным делом?

**Респондент:**

Можно посмотреть коллекцию лекций на портале Культура РФ, там множество качественного материала. А так есть Ютуб-каналы отдельных библиотек, кто записи ведет своих, у нас большой Ютуб-канал, сейчас он архивный, но тем не менее. ВК-видео сейчас развивается, кстати, можно в ВК-видео много всего интересного найти. Офлайн надо смотреть, потому что, как правило, такие мероприятия, они все-таки закрыты для сообщества. Мы регистрируемся через наши внутренние профессиональные каналы, и, как правило, для читателей там путь закрыт, то есть нужно быть внутри сообщества. Вы также можете обратиться в библиотеку своего университета.

На самом деле библиотека - это огромная организация. Люди забывают часто, что библиотека - такая же организация, как любая другая организация. У нас также есть бухгалтерия, у нас есть отдел кадров, отдел закупок, обслуживания здания. Для того, чтобы обеспечить функционирование библиотеки, нужно очень много людей. Потому что это то же самое, что организовать работу, аптечной сети, банка и так далее. Это тоже требует очень большой кадровой работы. И когда мы начинаем разбирать, из каких направлений состоит библиотека - делается, ну, все. Потому что любое место, где трудоустроены люди, это очень много вопросов, что им надо платить зарплаты, им нужно повышать квалификацию, и так далее. Целый большой механизм, который нельзя рассматривать на поверхностном уровне, там, выдали книги и сидим.

Даже для того, чтобы получить книги, целый отдел работает по комплектованию, по закупке, по проведению аукционов, по распределению, по постановке на учёт, по технической работе, по введению в электронную базу и так далее. Транспортная логистика. Это большой механизм, который функционирует постоянно. Это служба, технический персонал, это ремонтная работа, это уборка помещений, если есть кулер, вода, это поставки и так далее, это очистка ковров, это мойка окон, это техника, это взаимодействие с службами по отоплению, по водоснабжению, это счётчики, то есть это хозяйственная работа, колоссальная по поддержанию, по обеспечению.

То есть мы с вами сидим, а многие вообще не подозревают и не понимают, как сложно. А это еще работа с командой, это все бухгалтерские, учетные, это начисления, это зарплаты, это бумаги, это отчеты, это планы. Это колоссальный, колоссальный объем. Это пожарная безопасность, это всевозможные показатели, это видеонаблюдение, вот это охранная сигнализация, это пандусы, доступная среда, прилегающие территории, это очень-очень-очень много того, что нужно делать, чтобы библиотека, как и любая другая организация, как и любое учреждение, чтобы оно жило, функционировало, развивалось. И работа здесь намного интереснее, чем тоже может показаться обычному посетителю.

**Интервьюер:**

Огромное спасибо! Очень интересные мысли, особенно про выездную команду специалистов. Как думаете, возможно ли это создать в сельской местности?

**Респондент:**

Да, но надо узнать, какое у библиотек подчинение. Как правило, подчинение таким образом, что есть несколько библиотек, либо они в ЦБС, объединенные в централизованную библиотечную систему, либо еще иначе. Как правило, нет обособленных. Хотя в Ленобласти, кстати, могут. Там есть свои интересы. Я была на библиотечном форуме Ленобласти, совсем недавно. И там как раз эти процессы обсуждались, поэтому, когда будете изучать, если вы именно Ленобласть берёте, то вы обязательно поговорите с коллегами областной библиотеки, вот какие у них уровни взаимоотношений, то есть сколько библиотек входит в их сеть, кто директор этой сети, как вот именно структуру попросить вам изложить, потому что в Петербурге очень логичная структура.

Еще стоит сказать о стратегии развития библиотек нашего Красногвардейского района, которую создала директор, и который ее реализует поэтапно в течение уже долгих лет. Больше 10 лет. Согласно этой стратегии модернизируются библиотеки планово, поэтапно на территории всего района. И основная суть каждой библиотеки — найти себя, свое место в городе. Основной концепт - что библиотека осознала свою идентичность и в соответствии с этим осмыслила концепцию. Вот почему я говорила про проблему, насколько читателю села нужно то, что придумали библиотекари. Потому что, в принципе, я согласна, здесь мне кажется так же, что задача каждой библиотеки — найти свою особую идентичность. Найти что-то уникальное, что ее отличает от других библиотек. И тогда у нас будет не просто библиотечная карта России, а, знаете, такой, как парад звезд, звездное небо. Если каждая библиотека найдет свою особую уникальность, осознает и научится с ней работать. Потому что это всё очень сложно. Очень сложно себя осознать, понять и потом ещё с этим работать. А так как мы сначала говорили о том, что очень всё обусловлено территорией, контекстом культурным, географическим и так далее, из каждой библиотеки можно сделать что-то совершенно своё.

И в этом плане очень мне нравятся проекты региональных библиотек, которые, например, находятся на территории культуры с ультраярким колоритом, и они этот колорит привносят в пространство библиотеки. Например, в Казани это очень интересно. Казанские библиотеки это яркие, в Чувашии, например, такие тоже очень яркие библиотеки, потому что очень много национальных особенностей, очень много колорита, шрифты, орнаменты.

То, что визуально можно представить в библиотеке, и это будет такой изюминкой. Можно сделать, например, ту же модельную библиотеку, но, например, с какими-то интересными орнаментами, стилистическими решениями, которые будут выделять на входе других моделей библиотек.

Или, например, библиотеки сельские часто именуются именем какого-то регионального писателя, или поэта, который в силу некоторых обстоятельств более известен именно в этом регионе, а где-то далее он может быть не так известен, скажем так, широкой публике. Но они работают с этим именем, с его биографией. Возможно, даже в библиотеке есть какие-то его личные вещи, которые музейную коллекцию составляют. И это сразу тоже придает какой-то самоидентичности, какой-то уникальности библиотеке. То есть это единственная в России, что можно сказать, единственная в России библиотека того-то, на базе которой есть музей, музейная экспозиция.

И это отражено и в бренде библиотеки, и визуально, в интерьерах. Такой мощный-мощный бренд. На самом деле, если задаться целью, можно очень много всего интересного сделать абсолютно из любой библиотеки, мне кажется. Надо просто увидеть, уметь, хотеть все это сделать.