 **Б\_СЕЮ\_1.mp3**

|  |  |
| --- | --- |
| Дата проведения интервью: | 17/05/2022 |
| Фамилия, имя эксперта | Хомутова Елена Викторовна |
| Интервьюер: | Ступак Елена |
| Должность (по тексту интервью): | комплектатор |
| Длительность интервью по файлу записи: | 58 мин |

**И: Давайте тогда начнём с более подробного знакомства, расскажите, пожалуйста, о своём опыте работы в библиотеках**

Р: Я – Хомутова Любовь Викторовна, сразу же попала после училища в эту библиотеку, в Добролюбовке уже 30 лет, и все эти годы я работаю в этой библиотеке. То есть я прошла путь от работы в читальном зале до заведования в отделе учёта регистрации записи читателей, сейчас я в отделе комплектования много лет, тоже сейчас не могу сказать, много…Я работаю в этой библиотеке сразу стабильно. Библиотеку знаю хорошо.

**И: То есть нет опыта в других сферах?**

Р: Нет, у меня нет опыта.

**И: А тут вы какие конкретные функции выполняете?**

Р: Сейчас функции, все, которые связаны с отделом комплектования - это заказ литературы, приём литературы, из других источников, формирование фонда библиотеки, определение политики – основное, что мы будем комплектовать. Кроме того конкретно наш отдел организует деятельность по комплектованию библиотек области на 460 дополнительных библиотек. Да, но это всё из безвозмездных источников или из какой-то субсидии, которая например, выделена. Кроме того, сейчас у нас есть сектор оцифровки электронных ресурсов, которые оцифровывает фонд для сохранности. Да, тоже это…тоже формирование фонда, но уже на электронных носителях. Ну функции продвижения книжных новинок на сайте появляются и по библиотеке. Такие функции конкретно.

**И: А какое учебное заведение оканчивали?**

Р: Я закончила училище культуры Архангельска, и у меня есть дополнительное образование - Северный государственный медицинский университет по специализации «специалист по медико-социальной работе».

**И: А были ли курсы повышения квалификации?**

Р: Это постоянно, езжу в командировки по своему направлению, это во-первых, во-вторых, по закупкам, то есть они у нас проходят по сложному закону, которому постоянно надо учиться, в прошлом году мы прошли обучение и получили корочки так, сказать но всё это связано больше комплектованием. Комплектованием библиотеки, с формированием фонда.

**И: Хорошо, а именно у вас было опыт реализации творческих проектов? Возможно, вы помогали коллегам здесь, или может быть вы знаете какие реализовывались в вашей библиотеке?**

Р: Я не знаю, можно ли назвать творческим проектом книжный фестиваль «Белый июнь» в Архангельске, предположим, то есть вот мы уже два года его организовывали, уже участвовали в мини-проекте на уровне комплектовании, мы делали презентацию издательств на этом фестивале, то есть организовывали как бы фестиваль который был не общебиблиотечного уровня, а общегородского такого, в который было включено очень много фестивалей даже, и в нем такое маленькое направление в котором я участвую, то есть это все равно завязано на род деятельности, то есть работа с издательствами это как бы мое основное взаимодействие.

**И: Может, с издателями на базе библиотеки вы проводили встречи?**

Р: Да, мы проводили, у нас еще была «Книжная осень в Архангельске» в 2019, там тоже, но это все – презентация издательств, приезжали из Москвы и Петербурга, других городов, было как раз представлено много регионов, из «Союза писателей России», кто входит в книжный союз. Организовывала презентацию издательств, а также присутствие библиотек области на этих мероприятиях. Не назвать творческим проектом, но, аааа, была такая организована акция конкретно мной – помощь сгоревшей библиотеке. Я не знаю. Можно ли это называть творчеством, это не совсем оно, с одной стороны это как бы творческий проект, потому что как бы задействует ресурсы, надо привлекать население для восстановления, и потом организовывать передачу этих книг сгоревшей библиотеке Плесецка, ну это было в 2017 году, ну вот такого плана. В других таких масштабных акциях я не участвовала, своих творческих проектов нет.

**И: Хорошо, а если говорить о посетителях библиотеки, то кто к вам обычно приходит, как бы вы их описали?**

Р: Поскольку я работаю в библиотеке 30 лет, я застала разные времена, когда я только пришла сюда, тут были огромные очереди, и были в 60% из них студенты наших ВУЗов и училищ, они выстраивались за книгами, которые задали преподаватели, то есть я застала это время, потом, видимо, стали набирать силу электронные ресурсы, студентов сало меньше. Но сейчас я не работаю на обслуживании, а в комплектовании, но я знаю, что их ходит гораздо меньше, около 20%, большую часть занимают скорее всего пенсионеры, вот, которым нужна совсем другая литература. Ну и конечно, все равно, люди по специализации и своим специальностям, у нас всегда комплектовалось хорошо право, потому что юристы к нам хорошо ходят и педагоги – это я знаю точно. Вот научные сотрудники, они у нас в те годы было много народу, а сейчас где-то 10%. Не владею статданными, но это знаю точно, поскольку мы научная библиотека, и научные сотрудники у нас есть. Основная масса это идут пенсионеры. Из специальностей – работники культуры хорошо всегда посещали, студенты есть, но меньше и, не знаю, затрудняюсь ответить, сейчас произошло такое смещение немного посетителей.

**И: А вот называете проценты, то есть у вас ведется какая-то статистика посещаемости?**

Р: По библиотеке обязательно ведется, просто это не мой отдел, знаю примерно, по отчетам ориентируюсь, но это не точные цифры. Надо их запросить в отделе учета.

**И: А может ли посетитель сам предложить какой-то проект?**

Р: Не знаю, я с ними не работаю. Да, случаи были, в отделе книг по искусству, всегда у них есть очень интересный контакт с людьми, они всегда инициируют что-то, и наши сотрудники, и специалисты, творческие люди, так сказать.

**И: Помните конкретный пример?**

Р: Затрудняюсь.

**И: А делились ли коллеги о трудностях, которые возникают?**

Р: Знаю, что проблемы с доставкой, например, при транспортировке картины на выставку, такого плана проблемы. Поскольку мы госучреждение, мы не приемлем и обязаны не пропускать информацию, носящую определенный характер. Мы как площадка интересны многим, знаю, что были ограничения и отказы, связанные с религиозным, чтобы сектантство не прошло, чтобы никакого неприличия деструктивного не было, грубо скажу, порнографии, но я не имею в виду саму порнографию. В библиотеке неприемлемо мероприятие с деструктивными вещами, никакой пропаганды спиртных напитков, мы должны отсеять такие элементы.

**И: А на библиотеку легла ответственность за картины?**

Р: Нет, на транспортную компанию, просто это обычно это очень сжатые сроки, аудитория большая, на сотрудников ложится переориентирование на что-то, просто это вот на моей памяти был такой случай. Вам бы отдел литературы по искусству больше рассказал.

**И: А как можно рассказать о каком-то проекте?**

Р: Сейчас все источники используются, и интернет-страницы, и официальные, и группы всех отделов, и СМИ привлекаются, у нас есть отдел библиотечного развития, и они конкретно уже общаются со СМИ, если их это заинтересовывает, они подключаются, если нет – на своем уровне, сайты, новости, группы во всех соцсетях. Часто еще бывают листовочки как раздаточный материал, который присутствует, надо сказать, что такой яркой библиотечной рекламы по городу нет, что-то такое раздаточное. Я имею в виду большие флаеры…ну книжный фестиваль – мероприятие не бибилиотечное, она просто участвует, такого большого общегородского продвижения не было, только через СМИ.

**И: А СМИ это как? Газета?**

Р: Наиболее актуальное это телевидение конечно, его больше смотрят. И радио до последнего, что касается деятельности моего отдела, то это продвижение книжных новинок, не совсем творческий проект, но это продвижение своих ресурсов, представляется и на радио передача, и на телевидении есть «Читающая среда», где наши сотрудники приходят и представляют 2-3 новые книги в неделю, это информация в новостях, если крупный проект, например, встреча с писателем, то через СМИ в новостях и интернет ресурсы, начиная с региональной страницы Яндекс, что удается подключать.

**И: Хорошо, а есть какой-то сегмент, до которого не дотягивается эта реклама?**

Р: Конечно вероятно есть, но тут сложно…Тут важно не просто, чтобы это дотянулось, важно зацепить. Конечно, хотелось бы больше молодежи в библиотеке, наверно, ее у нас меньше всего, они более активно используют интернет-ресурсы, но отклика от них нет. Часто ходящие в библиотеку пенсионеры ресурсами не владеют, но у нас вся информация представлена, все о нашем мероприятии можно узнать заранее, то будет, у нас есть «Музыкальные среды», приглашалось музучилище, устраивали концерты, был большой отклик. Населения, всех, кому интересно.

**И: Как измеряется интерес?**

Ну как раз посещаемость.

**И: А как?**

Р: Посещение мероприятий, настолько отклик, вот бы сделали шикарное мероприятие, провели рекламу, а отклик маленький, не пришли люди. Вот это посещение как бы вот интерес к теме и мероприятию, и все равно это о нашей работе, идет анализ, почему не откликнулись, почему большой интерес.

**И: А какая работа по комментариям и обратной связи?**

Р: Я сама этим не занимаюсь, что-то может есть. Нам приятны отзывы и обратная связь. И еще уже есть задание государства, можно сказать, уровень удовлетворенности нашей услугой. Есть опрос на странице сайта, это все связано. Если люди пришли и им интересно, конечно, они участвуют в таких вопросах, раз им понравилось. И всегда можно оставить отзыв, мы очень хорошо реагируем на отзывы, даже если это критика, таким образом мы можем ее учесть, и даже по моему направлению комплектования у нас есть кнопочка на сайте, например, если не нашли книгу в библиотеке, порекомендуйте, какую купить. Это касается и других сфер, если пользователь говорит, мероприятие такое-то были такие-то недостатки, мы их разберем, и их в следующий раз не будет. Чего бы это ни касалось. Посещение мероприятий – критерий заинтересованности, тут еще момент – хорошая реклама. Может, ее недостаточно.

**И: А вам выделяет деньги библиотека, может, у вас какие-то спонсорские контракты?**

Р: У нас дружеские отношения больше, все на авторитете библиотеки, деньги выделяются только если это проект, например, встреча с писателем, то будут выделены деньги, чтоб мы вышли на канал региональный. Если деньги можно заложить в проект, привлекаются более масштабные листовочки и раздатки, это зависит от вложенных в проект денег. Если книжный фестиваль, продвижение заложено, а так у библиотеки мало средств. Мы не можем тратить большие средства.

**И: И нас интересуют креативные индустрии, можете рассказать примеры?**

Р: Первый раз, когда я услышала это определение, мне было вообще непонятно. Мне казалось, что это какая-то абракадабра, потому что это индустрия, это какое-то промышленное производство, креативное, в общем то, творческое. И как это все совместить? Не очень понятно, не из определения было. Ну и сейчас, я так понимаю. Вообще, мне кажется, что само это вот креативная индустрия...Ну, чисто мое мнение, что это неудачное определение, когда я познакомилась, попыталась, мне как комплектатору. Например, было сказано, что есть большая программа на уровне правительства Российской Федерации по направлению креативные индустрии. Найдите, пожалуйста, литературу по этой теме и закажите в фонд. Совершенно нет литературы по креативной индустрии. Это надо искать направления, это надо углубляться, пытаться выискать что-то. Ну, вот конкретно мы берем креативные индустрии. Ну, это будут какие-нибудь несколько, может быть, учебных пособий вузовских, которые мы не можем, например, в фонд приобрести, они где-то там в регионах, которые этой темой занимаются. Вот при изучении уже как-то немножко я не изучала, я пробежала, и мне показалось, что сама эта тема интересная и очень такие проблемы затрагиваются, что... Немножко бы по-другому как то сформулировать. Вот даже когда уже добавляются творческие индустрии, но все равно слово индустрия не отвечает, я бы сказала бы так... вопрос немножко о другом. Как я понимаю, определение креативные индустрии. То есть это... я бы если бы сказала простыми простыми словами, поняв смысл, я бы сказала, что это творческое облагораживание, производственных идей. Я сказала бы, привнесение творческой составляющей. Но, в принципе, все производство, всю жизнь социальную. То есть это и строительство, это и производство чего-то. Это и экономика, это и как бы... все отрасли. Через творческую подачу, скажем так. То есть, например, мы берем застройку города, да, например. И она происходит по нашему городу видно, что очень стихийно. У нас нет единого стиля, у нас достаточно неинтересная архитектура. У нас появляются какие-то архитектурные здания. То есть, например, творческий подход единый, создание единого такого образа города вот в этой сфере. Также взять и другое что-то экономику, например, то есть в каждой отрасли в принципе, возможно такое творческое оформление, скажем так, дизайнерский стиль. То есть во всем, в принципе, все, что касается нашей жизни. То есть как это, как это дать быстро определение, я не знаю, но... мне кажется, креативная индустрия очень сложно звучит. Мне с самого начала было непонятно, о чем это.

**И: Знаете ли вы о реализации проектов именно в сфере креативных индустрий на базе вашей библиотеки? Даже если бы в них не принимали участие.**

Р: Мне сложно ответить на этот вопрос, но я думаю, что мы на своем уровне, например, каждое мероприятие у нас есть оформитель, и каждое мероприятие к нему разрабатывается стиль, чтобы заинтересовать, чтобы было ярко, чтобы было интересно. У нас работает оформитель ###Марина. И я думаю, что это как раз и есть та креативная творческая индустрия на нашем маленьком уровне, например, на уровне библиотеки. То есть это разработка всех этих материалов, которые продвигают мероприятие, стиль мероприятия. То есть вот это единое оформление, задумка очень интересная. То есть это дизайнерский такой подход, воплощенный как бы в одном мероприятии. Я так думаю, крупных проектов. Я, к сожалению, я не участвую, я не знаю, на нашем уровне. Я так вижу и тему и вот раскрытие понятия, скажем так.

**И: И, может быть, проще сказать, творческие проекты, какие-то мастер-классы у вас проводятся?**

Р: Да, они проводятся системно, проводятся. Ну я не участвую.

**И: А что могло бы вас заинтересовать участвовать в этом проекте? И что вас бы мотивировало?**

Р: Но я не участвую не потому, что не интересно, не интересно, а потому, что мне просто как-то не получается по времен. Тут это мое личное уже, что я не участвую. Не потому, что это неинтересно. Или просто мне хочется в выходной день побыть с семьей, например. Мне снова надо идти в библиотеку, скажем. Ну, так примерно. И в принципе, я как-то...

**И: Встречали ли вы информацию о реализации успешных проектов креативных индустрий? Возможно, не в вашей библиотеке, но в области. И что это были за проекты?**

Р: Мне на ум не сразу приходит. Знаете, поскольку я бы так почитала, и, например, у нас есть дизайнер в Ирина и она использует в создании одежды наш национальный колорит нашей местности это, например, мезенская роспись. У нас есть свои какие-то колориты, и она использует ее в одежде. Эта одежда позиционируется как бренд, она очень интересна, она очень распространена. То есть вот такого плана на фоне области и проявляется такое творчество, креативные индустрии, так скажем. Есть у нас также и модельер. То есть вот такое выражение, когда уже, ну, продукт, который мне понятен, это выражение, например, в одежде, да? ###Николай Кирюхин у нас тоже как модельер использует наши пинежские русские узоры, рисунки в создании одежды, и он известный модельер на всю Россию.

**И: Это как раз то, о чем вы говорите, это и есть пример креативных людей в сфере. Эти самые модельеры, они же, получается, монетизируют свой продукт, получают от этого деньги. И могут ли они, например, выставить свою одежду в библиотеке и связать с этим мероприятия, чтобы у них была площадка?**

Р: Конечно, библиотека очень активно позиционирует себя для контакта со всеми. У нас, конечно, шикарный актовый зал, да ведь, шикарный актовый зал, где можно провести мероприятия. У нас сейчас второй этаж сделан под мероприятие специально расчищен. То есть раньше были каталоги, например, бумажный, печатный. Они сейчас собраны и для мероприятия огромное пространство. В общем, у нас актовый зал в гостиной, и они используются и....Мы хорошая площадка, конечно, мы, я думаю, с радостью бы.

**И: А знаете ли вы, где можно было бы обменяться опытом с коллегами, чтобы перенять его и тоже проводить активно проекты в креативных индустриях.**

Р: Вы имеете в виду другие города или сами пространство?

**И: Ну, не обязательно другие города, возможно, онлайн встречи и конференции.**

Р: Другие встречи конференции и командировки. В принципе, в командировки постоянно сотрудники ездят и это все как бы способы реализации, способы обучения. Способы погружения в тему, скажем, у кого есть опыт, то любые площадки можно использовать.

**И: Но были ли конкретно по креативным индустрии какие то встречи с ними?**

Р: Я не знаю, я не знаю. Я только знаю, что это все-таки новая программа. Все равно требуется время на то, чтобы были разработаны какие-то мероприятия. И я думаю, что это все еще впереди. То есть я знаю точно, что проектный офис РГБ заинтересовался этой темой и что вот Высшая школа экономики тоже так себя ведет. И я знаю точно, что будут разработаны какие-то лекции интересные, которые будут на базе библиотеки проводиться. То есть я думаю, что будут использованы и онлайн встречи, и, наверное, какие-то обучающие, может быть, командировки, кто то, может быть, поедет. Ну, я не знаю, кто как, когда. Я не владею информацией.

**И: Если бы у вас была возможность поучаствовать в подготовке в проведении креативного проекта, вот просто лично вы что бы хотели видеть в своей библиотеке или в области, в городе?**

Р: Я хочу видеть людей. Активных и творческих, потому что мы очень много прилагаем сил, но все-таки очень мало у нас как-то людей откликается. В первую очередь, у нас большие возможности и по площадям, потому что мы можем привлечь, пригласить людей. Но надо, чтобы люди пришли. Поэтому для меня самое главное, чтобы пришли люди, молодые, молодые, обязательно. Потому что пенсионеры активно откликаются на молодежь и не только. Мне кажется, это самое главное достоинство любого проекта или библиотеки. Я не знаю, как, но здесь ведь речь все-таки идет еще о том, что это будет приносить прибыль.

**И: Возникают ли трудности, например, с оснащением, с материально технической базой для того, чтобы подготовить такой проект?**

Р: Ну, я думаю, что да. Просто если у нас нет возможности, мы в чем-то отказываем себе. У нас ведь кинофестивали стали проходить, люди увидели в нас площадку. То есть в актовом зале показывают фильмы на экране, то есть по нашим возможностям, конечно, к нам подключаются. Креативные индустрии, которые возможны, ну, конечно, на базе библиотек это все как бы бесплатно. То есть любые проекты, которые проходят, они бесплатные все равно. То есть здесь монетизация, она все-таки возможна, только если в чем-то развивать людей, которые будут уже создавать конкретный продукт и выходить за рамки библиотеки, скорее всего, да. То есть они будут куда-то предлагать свой продукт, что все-таки в библиотеке возможно только вот обучение. Место для своего творчества создания. То есть человек может прийти сесть и здесь работать, например, над своей идеей. У нас не хватает, например, нашей библиотеки. Я знаю, что в библиотеке Москвы, в РГБ, в Молодежке, например, у них есть студия звукозаписи, например, там человек может там.... Это же дорогое оборудование, например, может сесть, записать свою песню, да? У нас, например, в библиотеке нет такого оборудования, конечно. То есть мы предлагаем услуги, которые ограничены из своих ресурсов. Конечно, если бы у нас была возможность по каким-то направлениям та же студия звукозаписи, то есть все возможности, чтобы привлечь, конечно, был бы больше отклик и... То есть у нас нет 3д принтеров, например. То есть в нашей библиотеке этого нет. И мы исходим из своих возможностей. Чем больше возможностей, тем, конечно, привлечение, но все-таки само, само создание продукта на базе библиотеки возможно. Но! Монетизация, так скажем, продвижение это каким-то другим способом. На базе библиотеки, например, возможно, и создание продукта, и мы готовы оказать помощь в регистрации интеллектуальной собственности. У нас центр патентов технической информации, который с этим как раз работает. То есть мы до каких-то шагов, до получения денег мы готовы, но я так вижу, вот получение самих денег, ну, уже где-то как-то должно быть. Ну, или какие-то законы написаны там, да? То есть это мы считаемся как некоммерческой организация. Библиотека это некоммерческая организация. Поэтому здесь получение какой-то прибыли такой не может.

**И: Если можете конкретизировать, какие сложности возникают в финансировании именно таких креативных проектов. То есть можно на них меньше денег выделять или приоритет другому отдается?**

Р: И я не знаю. Я думаю, что это все зависит все таки от...Вот программа, которая объявляется, да? То есть библиотеки активно участвуют именно в том, что предлагается. То есть, если предлагается программа, мы всегда там участвуем. То есть чем больше программ будет предложено, чем больше мы будем участвовать и какие-то средства получать финансирования? Да? Я думаю, что если вот уже даже на уровне правительства обратили внимание на эту тему, да. То есть это все равно уже идет механизм такой поддержки государства, да. Если государство поддерживает, значит, будет больше проектов, больше финансирования, и библиотеки уже будут просто подключаться. Поэтому я думаю, что, ну, просто надо обращать на эту тему внимание и каким-то образом действительно выводить это на программы, в которых можно участвовать, и за счет этого уже и получать тоже оборудование, например звук в студию. Ну, вот то, что я говорила, например, в каком-то проекте поучаствовать, сделать студию звукозаписи. У тебя уже есть такое креативное пространство, в котором можно создавать продукт, который там что-то куда-то пойдет.

**И: Как вы думаете, что касается некоммерческих каких-то отраслей, как они могут поучаствовать в таком проекте или, наоборот, коммерческие спонсоры как специалист?**

Р: Я думаю, что здесь самое главное взаимодействие. То есть здесь на всех уровнях должно быть. Если это на уровне государственной программы, то здесь должны несколько быть партнеров. Первый, кто обучает этому, да, которые помогают, например, площадка, библиотека, предположим, мы можем помочь обучению, предоставить площадку. Далее все равно уже должно быть на уровне другом. Наверное, какая-то единая база, например идей вот этих креативных, которые будет продаваться. А вот каким образом вот это все дальше? То есть должны быть уже и партнеры какие-то более. Заинтересованные в покупке, например, продуктов вот этих. То есть мы обучили, мы помогли людям создать продукт. Этот продукт занесен, например, в какую-то единую базу. И есть партнеры, которые эти продукты хотят купить. То есть выбрать и купить площадка, на которой эти идеи можно купить. Люди готовы платить за то, чтобы сделать свой бизнес, свое дело, например, привлекательным, имеющим свою изюминку, скажем так.

**И: А если мы мечтаем о вашем, например, проекте с большим количеством молодежи, какие ресурсы вы бы использовать для того, чтобы создать этот творческий проект? То есть куда бы вы пошли за получением методической информации дополнительной?**

Р: Вы знаете, я думаю, то, что мы сейчас в стадии ремонта и преобразования, это как раз и есть наш такой творческий проект. То есть мы вступаем в фазу модернизации библиотеки, и мы хотим нашу библиотеку, здание 80-го года сделать современным привлекательным для молодежи. Я думаю, что это уже и есть наш вклад как раз. То есть организация этого пространства, куда просто придет... Ну, понимаете, они. в 80-е годы проектировались, здесь что-то модернизировано, но, может быть, мы не совсем интересно. Вот так вот есть красивые дизайнерские помещения, например, которые молодежь просто хочет прийти и посмотреть. И я сама такая же. Интересно прийти в кафе, которое очень стильно оформлено. Также интересно прийти в библиотеку, в которой просто ты ходишь и рассматриваешь какие-то современные вещи, современную технику. У нас этого не хватает. Поэтому наша модернизация, она вот некий вклад такой в привлечение молодежь, но это не креативные индустрии. И потом, конечно, уже создание любых мероприятий на базе нашей библиотеки, оно будет еще более привлекательно и привлечет. Ну, я уверена, что молодежь придет, потому что все-таки бесплатность наших мероприятий это наше самое главное достоинство, наше самое простое.

**И: Может быть, вы знаете ресурсы, к которым можно обратиться и понять, как правильно создавать творческий проект. Может быть, с коллегами обсуждали, куда бы вы в первую очередь пошли?**

Р: В библиотеку, потому что у нас книги все... Понимаете, мы владеем информацией. И с точки зрения даже креативных индустрии все равно, кто владеет информацией, тот владеет миром. Надо читать книги по теме, читать книги. У нас электронные ресурсы, подписные электронные. То есть мы не ограничены сейчас как бы книжным фондом. Тему надо изучать. Поэтому, конечно, я пошла бы в библиотеку и начала изучать эту тему.

**И: Сейчас как раз создается проект, который направлен, в том числе и на обучение сотрудников тому, как работать с креативными индустрии. Скажите, вы слышали об этом проекте?**

Р: И именно в офисе РГБ? Просмотрела просто сайт, который доступен. И я знаю, что будут подготовлены лекции с участием Высшей школы экономики. Будут отобраны библиотеки, на базе которых будут обучаться творческие люди, которые подадут заявки, скажем так.

**И: Вы знаете, ваша библиотека сотрудничает с проектом "Гений места" или планирует сотрудничать?**

Р: Я не знаю точно, но я уверена, что-то есть во всех проектах. Единственное, что если вот сейчас как-то ремонт помешает более активно во всем участвовать. Я думаю, что мы как бы всегда в числе первых участвуем в таких вещах, и мы не можем пропустить.

**И: Ну, давайте представим, что точно участвуете. И, например, у вас есть курс, который называется "реализация творческих проектов в библиотеках". И что бы вы хотели видеть, что там должно быть обязательно? Какие темы может быть, должны освещаться? Чтобы вот вы заинтересовались и прошли этот курс или ваши коллеги из другого, более непосредственно направленного одела. Ну, может быть, у вас есть какой-то вопрос касательно этого, на который вы бы хотели получить ответ в рамках курса. Просто это нам поможет, в том числе и сформировать его для всех остальных коллег в России.**

Р: Может быть, именно. Во-первых, понятно, что от этих курсов нужно все равно обучить людей. Именно созданию продукта готового, то есть продукт, который уместился в самом проекте строительной индустрии. И все-таки, на мой взгляд, в этом курсе, и ответом должны быть все-таки его продать. Как продвинуть и продать этот продукт? То есть понятно, что на сегодняшний день вот первая часть, она для нас, для библиотек очень понятна, да? Мы здесь организуем курс, мы привлекаем творческих людей, они создают какой-то продукт. Ну, дальше я уже объяснила, что мы - библиотеки не можем как бы двинуться. И вот этих людей, которые, ну, чтобы они не просто так тратили время, да? А то они создадут что-то вообще гениальное просто. И куда они с этим пойдут? Да, мы можем даже помочь им запатентовать это, да? Ну, вот на этом продвижении мы на своем уровне, мы можем продвигать дальше. То есть вот этих людей, которые будут обучены, и их необходимо еще также и обучать продви... Ну, не продвигать, а продавать прямо. Каким образом продать то, что они создали? Каким образом они могут получить прибыль или финансовую? Или какое-то удовлетворение может другое моральное, скажем так, что я создал какой-то продукт, пусть он мне не принес денег, но обо мне знают все, предположим. Ну, то есть здесь как бы разные варианты. Я думаю, что в этом курсе обязательно должно быть вот такое. То есть не просто как создать, как создать и как продать. То есть слово не очень любим слово продать, но продать. Как найти заинтересованное лицо, готовое, приобрести, кому продать?

**И: Но это как то мне показалось больше похожим на практические советы именно для людей, которые будут реализовывать свои креативные индустрии на базах библиотек. А вот именно библиотекарям сотрудникам им что полезно было бы знать как раз эти данные, чтобы передать их? Я правильно понимаю?**

Р: Да ну, вообще библиотекари, они должны полностью понимать, что такое книжки, во-первых, вообще, начиная с политики их. То есть почему государство затеяло такую программу? Что она означает, поскольку термин не очень понятный, сходу, так скажем, интуитивно непонятно, что такое креативная индустрия. То есть все в принципе, все сотрудники библиотек, они должны понимать, что это такое. Что государство от них хочет. Да не от них даже. А что хочет получить? Вот чтобы понимать, как включиться то вот. Потому что если даже будет один-два сотрудника этим заниматься, это не вся команда. То есть каждый человек, в принципе, надо продвигать саму идею, и надо ее разъяснять. То есть, я так понимаю, что все равно те, кто задумал это, они понимают больше, чем те... кто вот это и надо донести до библиотек. То есть вот я сейчас, например, не все понимаю. Вот и я бы с удовольствием, во-первых, смотрела, что было задумано, как это развивается. То есть какие-то проекты будут, очень интересно теперь уже будет отслеживать, как это все развивается. И в ходе развития будет что-то новое уже появляться, да? И это будет обрастать такими интересными идеями. И хотелось бы вот постоянно как бы знать, как это реализуется на практике.

**И: Вот, в каком формате вам было бы удобнее и комфортнее проходить этот курс лекций в очной встрече?**

Р: Ну, я думаю, что для очных встреч, если это очень дорого, наверное, это онлайн встречи, которые более доступны и встречи, потому что они бесплатные, что более доступно.

**И: А как вы относитесь к таким более игровым формам? Вроде как есть чемпионат? Или вот вы собрались с коллегами и спроектировали что-то?**

Р: Я не умею и не знаю, как это все разрабатывается и не знаю, как. Ну, то есть. Наверное, это интересно, и я не знаю.

**И: Ну, пока вам было бы комфортней, вы приходите, правильно?**

Р: Ну, вполне. Я имею в виду вот здесь сидит аудитория, которая, например, я имею в виду всю библиотеку, да? Вот, предположим, вся библиотека участвует в этом проекте. И, например, все сотрудники тоже не знают. Мы же не пригласим всех сотрудников в нашей библиотеке. Конечно, если будут ответственные, то два-три человека будут прямо вести это направление, которые должны уже вообще досконально во всем разбираться. Конечно, они уже должны приехать и участвовать во всех интересных проектах, там и через кейс, и любые мероприятия. То есть, есть ответственные, предположим, которые должны обязательно проходить обучение, потому что я сама очень часто бываю в командировках и прохожу. Это просто несравнимые вещи. Когда ты приезжаешь в другой город и с людьми, которые, например, занимаются тем же самым общаешься, происходит живое общение. Это, во-первых. Во-вторых, ну, это просто, так сказать, взрыв мозга. И, конечно, взрыв идей. Поэтому именно те конкретные люди, которые этим занимаются, они должны выезжать обязательно. Если это речь идет о том, что вот, в принципе, все люди должны понимать, что это уже такое онлайн и общее решение.