**ИНТЕРВЬЮ № Б\_СЕЮ\_2**

|  |  |
| --- | --- |
| Дата проведения интервью: | 17/05/2022 |
| Фамилия, имя эксперта | Татьяна |
| Интервьюер: | Елена |
| Должность (по тексту интервью): | Заведующая книжной палаты Архангельской области (сектор отдела краеведения) |
| Длительность интервью по файлу записи: | 30:40 |

**И: Интервьюер**

Р: Респондент

**И: Меня зовут ###Лена. Как Вас зовут?**

Р: ###Татьяна.

**И: Скажите, пожалуйста, чем Вы занимайтесь здесь, в этой библиотеке?**

Р: Сейчас я исполняю обязанности заведующей книжной палаты ###Архангельской области, это сектор отдела краеведения. К нам в библиотеку поступают по [не расслышал, таймкод 01:43] по три экземпляра книг, газет, журналов, буклетов, брошюр, и мы их всех принимаем, занимаемся библиографированием, то есть ведем специальную картотеку, электронную базу данных, впоследствии у нас выходят различные библиографические материалы – это списки, каталоги, электронные издания, а также мы занимаемся продвижением этих книг – это различные презентации книг, описываем эту информацию выкладываем на наш сайт, в группу ВКонтакте, публикуются также публикации в газетах местных областных.

**И: А скажите, Вы до этой библиотеки работали в других каких-то?**

Р: Нет, мне сейчас 24 года. Это первое мое место работы.

**И: А какое образование получали?**

Р: У меня бакалаврское образование книгоиздательское дело и магистратура филологическое образование, то есть не специально библиотечное.

**И: А какие-то, может быть, курсы повышения квалификации, обучающие дополнительно, проходили?**

Р: Да, сейчас вот был курс по ГОСТу библиографическому, но в рамках изучения книгоиздательского дела мы также очень много изучали ГОСТу, у нас были курсы по библиографии, поэтому вот как раз эти знания здесь пригодились.

**И: То есть правильно я понимаю, что опыта работы в каких-то других, несвязанных темах не было?**

Р: Да, не было.

**И: Расскажите был ли опыт реализации творческих проектов в этой библиотеке?**

Р: Да, как раз сейчас у нас крупный областной проект, не знаю, насколько конечно он творческий. У нас проходит каждый год конкурс ###“Книга года”, и мы выбираем лучшие книги нашей области. В этом году юбилей конкурса, ему 20 лет и в рамках этого конкурса мы решили организовать областной выставочный проект ###“20 книжных [не расслышал 03:45]”, то есть все лучшие книги, которые на протяжении 20 лет становились победителями конкурса, были представлены в областных библиотеках нашей области.

**И: И вы как раз непосредственную часть принимайте в организации?**

Р: Мы как раз организуем, и также это позволяет нам проверить, как комплектуются фонды библиотек нашего района, то есть мы собираем потом эту информацию и хотим проанализировать. Ну, это уже такая не творческая часть проекта, а это исследовательская работа больше.

**И: А может быть, Вы можете привести пример уже реализованных творческих проектов?**

Р: Наверное, нет. Я еще не так долго работаю.

**И: А вот проект, о котором Вы сейчас рассказывали, он на какую аудиторию больше ориентирован?**

Р: Это в принципе читатели района. Просто мы хотим, чтобы как можно больше читателей узнало о лучших книгах нашей области. Это продвижение книг и, конечно, это читатели любого возраста на самом деле, потому что там есть и детские книги и взрослые.

**И: Хорошо. И вот как раз подробнее о посетителях Вашей библиотеки. Вы можете создать портрет, кто это, какого возраста?**

Р: Я работаю в таком закрытом отделе, то есть мы не сотрудничаем напрямую с читателем, в основном к нам обращаются авторы и издатели. Вот если взять отдел краеведения в целом, то конечно краеведением занимаются в основном немолодые люди, это люди старшего поколения, наверное, люди старше 60-ти лет. Молодых, к сожалению, к нам очень сложно привлечь, это такая сложная тема, краеведением сложно интересоваться, но если это не какой-то учебный проект конечно.

**И: А как Вы работайте с интересами пользователей, как они\*[там было он, но интересами – мн. число] отслеживаются?**

Р: К нам в основном поступают различные запросы, и мы в основном только отвечаем на них, то есть, например, человек интересуется своей родословной либо историей своей родной деревни, они к нам обращаются, мы помогаем составить им список книг по этой теме, помогаем найти какую-то информацию в публикациях газетных, что-то у нас уже тоже описано потому что.

**И: Это при помощи какой-то программы или как-то локально человек поступил с запросом, и Вы ответили?**

Р: Либо сам человек может прийти лично, либо может подать заявку через сайт, виртуальную службу и потом лично с ним связываются библиографы.

**И: Бывает ли такое, что посетитель приходит сам в библиотеку и предлагает, например, идею какого-то проекта творческого?**

Р: Да, вот, например, мы проводим презентацию книг, тоже не знаю, насколько это можно назвать творческим проектом[шутливо], размытое направление. Некоторые авторы, например, приходят, у них уже есть полностью идея презентации, что вот мы пригласим тех вот людей, у нас там выступят, например, хор какой-нибудь, еще что-то либо какая-то театральная, например, уже есть постановка, у них есть уже свои актер, мы просто выступаем как площадка, по сути, ну и организатором.

**И: А какие трудности в таком случае возникают, если человек со стороны приходит?**

Р: Мы всё-таки стремимся, чтобы у нас было высокое качество и конечно же, чтобы, если это выступление, чтобы оно было качественно отрепетировано, чтобы не было никаких заминок, потому что чаще всего выступают молодые люди, например, у нас часто студенческие театры выступают, и мы с ними уже активно сотрудничаем, и мы не переживаем по поводу того, что у них там будет как-то неслаженно выступление.

**И: А как вообще обычно информируете посетителей о предстоящих проектах?**

Р: Публикуем анонсы на нашем сайте, в группе ВКонтакте и афиши бумажные, но у нас они только в холле получается висят, по городу у нас нет рекламы.

**И: С какими сегментам аудитории, как вы думайте наиболее тесный контакт?**

Р: Опять же у нас такой специфический круг, мы в основном общаемся с авторами и издателями как книжная палата, поэтому у нас больше такая профессиональная, наверное, среда, ну и читатели конечно.

**И: Какой канал, на Ваш взгляд, наиболее эффективен при коммуникации? Больше людей приходят с сайта или больше людей видят афишу?**

Р: Наверное, все-таки больше с сайта, но хотя у нас есть как постоянные читатели, которые постоянно приходят на какие-то, например, циклы мероприятий, конечно и интернет реклама работает, также мы иногда, когда выступаем на телевидении или вот в газетах пишем какие-то публикации, тоже анонсируем наши мероприятия, есть еще и электронная рассылка по электронной почте на некоторые мероприятия также среди постоянного круга читателя.

**И: А как можно подписаться на Вашу рассылку?**

Р: Вот на нашу как раз таки, наверное, не подписаться. Сейчас в группе ###“Отдел краеведения русский север” ВКонтакте есть рассылка, то там можно вступить. У нас просто нет своей группы ВКонтакте, и мы вот просто среди постоянных читателей, к ним обращаемся, вот хотите ли Вы получать информацию, если они предоставляют нам почту, то мы уже включаем ее в наш список.

**И: С помощью каких инструментов вообще обычно происходит измерение количества пользователей, которые пришли на проект?**

Р: Наша пропускная система на мероприятии получается, поэтому охранник ведет учет, сколько он выдал пропусков, сколько было человек. Сейчас вот в связи с пандемийными со всеми событиями, конечно, был вход только по записи и только для читателей библиотеки, то есть нужно быть зарегистрированным пользователем библиотеки, чтобы посещать наши мероприятия.

**И: А после мероприятия каким образом происходит обратная связь? Возможно, Вы просите написать комментарий, есть такое?**

Р: Нет, такого вот, к сожалению, нет.

**И: То есть подсчет человек на мероприятии – это, по сути, обратная связь?**

Р: По сути, да.

**И: Хорошо, давайте теперь перейдем непосредственно к нашей такой основной теме. Скажите, Вы знайте, что такое креативные индустрии, и как бы Вы это для себя сформулировали?**

Р: Вообще, вот эти вот понятия: творчество, креатив, они все, на мой взгляд, довольно размытые на самом деле и нет какого-то такого точного определения, ну, я для себя по крайней мере не нашла [шутливо]. Для меня креативные индустрии – это как раз таки, наверное, то, что является, наверное, творческими проектами различными.

**И: Как раз я немножко дополню, еще важно при этом, чтобы эти творческие проекты каким-то образом монетизировались, чтобы с них приходила прибыль для человека. Может быть сможете привести направления креативных индустрий, что это?**

Р: Наверное, тоже нет.

**И: Ну, а просто ассоциативно?**

Р: Я просто как раз не рассматривала этот аспект монетизации.

**И: На самом деле Вы правильно понимайте, что это в любом случае творческие проекты и все, что связанно с интеллектуальной собственностью, в том числе это могут быть как и IT-технологии, какие-то мультимедиа проекты, точно также это и ремесла, дизайн одежды, мода, то есть все, что связанно каким-то образом с креативом, с интеллектуальной собственностью, книги тоже относятся к креативным индустриям. Хорошо, давайте подробнее поговорим о проектах, которые реализуются в креативных индустриях. Как Вам кажется, проекты, которые Вы реализуйте, они являются креативными индустриями?**

Р: Например, лично я еще занимаюсь книгоиздательской деятельности как раз вот в библиотеке, но мы, конечно, не торгуем нашими книгами, так как у нас на это нет разрешения, но мы рассылаем эти книги по библиотекам области также и, не знаю, можно ли это назвать креативной индустрией.

**И: То есть Вы сомневайтесь, можно ли это назвать или нет?**

Р: Да.

**И: А творческими проектами это можно назвать?**

Р: Да, потому что это как раз таки то, что мы с Вами обсуждали. Это и интеллектуальная собственность, она, конечно, не нам принадлежит, потому что это книги, например, наших авторов, но тот же дизайн, верстка, редактура – это все наша работа.

**И: А вот, по Вашим ощущениям, такие проекты в креативных индустриях более востребованы в Вашей библиотеке, или нет по сравнению с обычными?**

Р: Наверное, всё-таки да, так как это помогает привлекать новых читателей, привлекать новую аудиторию, в тоже время это очень важная такая работа, которая должна вестись.

**И: Как Вам кажется, вообще важно ли реализовывать такие проекты именно на базах библиотек и в чем может быть преимущество?**

Р: Мне кажется, да важно, потому что … ну, опять же я в этом [не расслышал 14:44] только с точки зрения книгоиздательской деятельности, потому что я только в ней участвую в основном. Это помогает и продвигать книги и авторов, если не библиотеки, ну, как бы издательство этим тоже занимается, но не в таком объеме всё-таки, и мы ведь еще потом работаем над продвижением потом вот этих книг, этих произведений, что тоже очень важно в совокупности.

**И: Вообще, по Вашим ощущениям, накоплен ли опыт реализации этих креативных индустрий в Вашей библиотеке?**

Р: Честно говоря, я тоже не смогу ответить, потому что я не так долго еще работаю здесь.

**И: А может быть вообще в профессиональном сообществе в целом, по Вашим ощущениям?**

Р: Мне всё-таки кажется, что это такое новое направление, которое еще только развивается.

**И: Как раз из-за того, что оно только развивается, обсуждается ли оно на конференция, на вебинарах, может быть, Вы сами что-то посещали?**

Р: Да, кстати, сейчас об этом очень много говорят на самом деле и о том, как выйти, например, в те же медиатехнологии, какие-то обсуждаются на различных библиотечных конференциях, какие-то проекты наших коллег, например, ###Мурманская библиотека, у них есть свой планетарий, который функционирует, либо там, они приобрели, на сколько мне известно, игровую консоль, и у них там как-то вот с этим идет продвижение их книг и литературы, связанной с применением этих технологий, тоже очень интересно.

**И: Как Вы об этом узнали, на как раз какой-то конференции? Если есть какое-нибудь название?..**

Р: Ой, сейчас, наверное, не скажу название. У нас сначала коллеги съездили в ###Мурманск просто в командировку, вот рассказали нам, а потом еще было выступление, по-моему, конференция была связана с работой среди молодых специалистов в библиотеках, вот сейчас не скажу точное название, к сожалению. Там как раз вот коллеги моего возраста делились какими-то своими открытиями, своими проектами, идеями, было очень необычно, интересно узнать опыт своих коллег.

**И: А если Вам нужно будет найти дополнительную информацию о том, как реализовать творческий проект, Вы к каким источникам обратитесь, возможно какой-то журнал, сайт?**

Р: Да, вот у нас есть журнал ###“Библиотечное дело”, который мы активно читаем, у нас каждый месяц один из сотрудников библиотеки готовит такой список статей о чем пишут в наших библиотечных журналах, и мы можем посмотреть и что-то, если нам интересно уже взять конкретно. Это очень удобно, что не нужно пролистывать все эти журналы, а тебе уже готовую подборку отдают.

**И: И в этом журнале есть какие-то готовые решения креативных вот креативных индустрий и проектов?**

Р: Это можно также познакомиться с опытом коллег, что-то взять для себя. Я вот не знаю, на сколько.. по крайней мере коллеги из ###Мурманска тоже очень были открыты, говорили, что вот обращайтесь там с вопросами. Я думаю, что напрямую можно связаться с людьми и обсудить если что.

**И: По Вашему опыту, какие трудности возникают при реализации таких проектов?**

Р: Во-первых, очень сложно, наверное вообще в целом включить это в библиотечную деятельность, потому что очень сложно найти вот этот баланс между тем, что мы – библиотека, которая работает только с книгой, например, либо вот всё-таки креативные проекты очень часто они носят такой немного такой развлекательный характер, если взять те же игровые консоли, вот на сколько это оправдано, на сколько это способствует привлечению новых читателей, то есть, например, мы можем поставить в отделе краеведение игровую консоль, но если у нас средний возраст 60+ [шутливо], какой в этом будет смысл, вряд ли к нам будет ходить больше людей, будет больше людей интересоваться краеведческой литературой от этого.

**И: Возникают ли какие-то трудности именно в обучении сотрудников библиотек в их квалификации, чтобы проводить творческие проекты?**

Р: Наверное, да, потому что вот мы сейчас с Вами разговариваем, Вы, наверное, видите, что я плаваю в терминологии, все равно должна быть какая-то теоретическая база, в первую очередь, наверное, а также действительно какое-то обучение, знакомство с различными проектами.

**И: Чему конкретно можно дополнительно научиться, что освоить, какие навыки?**

Р: Работа с медиатехнологиями различными, наверное, потому что … Ну, я вот щас вспомнила один проект, там, например, в одной библиотеке снимали, не скажу сейчас в какой именно, не вспомню, готовили буктрейлеры – это съемка видео, то есть сотрудник, который реализует этот проект, должен уметь работать и с программами верстки видео, монтажа, знать какие-то навыки, то есть какие-то дополнительные умения в зависимости от самого проекта.

**И: А есть ли трудности именно с материально-технической базой, что чего-то не хватает для реализации и что бы вы хотели видеть?**

Р: Да, наверное, все-таки есть, потому что опять же это и различная техника, которой не достаточно может быть.

**И: Существует ли какой-то понятный регламент, который можно взять и начать создавать проект?**

Р: Наверное, все-таки нет. Как бы у нас чаще всего, например, у Вас есть какая-то идея проекта, приходите к своему руководству, Вы уже сами потом можете, если он будет одобрен, например, как-то создавать вот этот регламент и также согласовывать.

**И: А что бы Вы хотели именно в Вашу библиотеку из материально-технической базы, чтобы действительно помогло, улучшило?**

Р: Наверное, не скажу… [задумчиво]

**И: Какие сложности возникают, если говорить о финансировании творческих проектов?**

Р: У нас не так много свободного финансирования, на сколько мне известно, то есть это нужно подавать заявки, подавать гранты заранее, собирать необходимую документацию, все это требует времени, и еще как бы не факт, что эта заявка впоследствии будет одобрена все-таки, здесь есть сложности, да.

**И: Сотрудничает ли Ваша библиотека с какими-то некоммерческими организациями или наоборот с коммерческими спонсорами?**

Р: Нет, не знаю, к сожалению. Ну, вот наш конкурс ###“Книга года”, его спонсирует ###“[не расслышал название 22:54]”.

**И: Вообще основное финансирование библиотеки идет от государства, правильно?**

Р: Да.

**И: Как Вы решайте сложности, которые возникают походу организации мероприятия в креативных индустриях? Возможно, Вам нужно обратиться к кому-то за помощью, а Вы не знайте, или вот все-таки не хватает какого-нибудь экрана, или финансирования на креативные проекты, или не поддерживает аудитория? В случае с Вашим проектом, с издательством никаких сложностей не возникало?**

Р: В принципе нет. Мы сначала запрашиваем финансирование, конечно, сейчас вот, например, очень выросли цены, и нам пришлось сократить количество страниц, чтобы уложиться в ту сумму, которая была запланирована в прошлом году еще.

**И: Сократить количество страниц – это что значит?**

Р: У нас было запланировано 280 страниц, мы сократили до 250, чтобы стоимость книги была меньше. Можно было либо уменьшить тираж либо объем книги либо сделать мягкий переплет, но тогда книга уже будет все-таки менее презентабельно выглядеть.

**И: Что, как Вам кажется, можно посоветовать коллегам из других библиотек, как помогать реализовать творческие проекты?**

Р: В первую очередь, нужно как бы решать вопросы с финансированием, нужно как можно чаще подавать заявки на различные гранты, на просто финансирование, на основной бюджет, если у них есть такая возможность, например, потому что для библиотеки – это, наверное, единственная такая возможность, если это связано с финансированием, тратой денег, но все равно для того, чтобы реализовать какой-то проект, нужны некоторые средства.

**И: Скажите, бывает ли у Вас такое, чтобы человек пришел, предложил проект, например, как с молодежным театром, они получается здесь реализуют, Вы на какой основе с ними сотрудничайте?**

Р: Конечно надо спрашивать у людей, которые с ними сотрудничают. А, ну, вот студенческий театр, они добровольно к нам приходят в основном.

**И: И посетили библиотеки соответственно тоже бесплатно смотрят?**

Р: Да-да, у нас бесплатно.

**И: Это некоммерческая основа?**

Р: Нет.

**И: Подскажите, знакомы ли Вы с проектом, который называется “Гений места”?**

Р: В общих чертах.

**И: Что Вы о не слышали, откуда в общих чертах?**

Р: Перед Вашим приездом нам рассказали [шутливо], но на самом деле я с ним не сталкивалась, я не знакома, к сожалению.

**И: А в целом на что он направлен, можете сказать?**

Р: Я бы сказала, что в поддержку регионов, наверное, в частности.

**И: А Вы знайте, реализуется ли в этой библиотеке проект?**

Р: Нет, честно говоря, не знаю. Думаю, что нет.

**И: Если бы Вам предложили курс “Реализация творческих проектов в библиотеке”, что бы Вы хотели там видеть?**

Р: Мне как читателю?

**И: Вам как сотруднику библиотеки, чтобы обучиться этому.**

Р: Должна быть какая-то теоретическая основа, а также различные дополнительные курсы, специалисты, которые бы позволили реализовать различные творческие проекты, направленные на формирование каких-то навыков, необходимых для этого.

**И: А какие конкретно навыки Вы бы хотели приобрести?**

Р: Может быть, это как раз работа с различными медиатехнологиями, работа с видео, например, работа с дизайном в какой-то степени, потому что это тоже важно.

**И: Какая организация этого курса для Вас была бы наиболее удобно: онлайн, очные встречи?**

Р: На самом деле устали уже от онлайна за эти пару лет [шутливо], поэтому все-таки, наверное, очный курс будет привлекательней, но, конечно, понятно, что онлайн обучение позволяет привлечь специалистов из других регионов, что тоже очень важно.

**И: Как Вы относитесь к таким более игровым формам обучения, вроде кейс-чемпионта?**

Р: В целом положительно. Они позволяют выйти из плоскости.

**И: Давайте немножко помечтаем. Может быть, у Вас есть внутри какая-то задумка, которую Вы бы хотели реализовать в библиотеке, именно связанную с креативными индустриями?**

Р: Наверное, у меня нет сейчас такой задумки, к сожалению.