**ИНТЕРВЬЮ № Э\_КЯС\_1**

|  |  |
| --- | --- |
| Дата проведения интервью: | \_\_/05/2022 |
| Фамилия, имя эксперта | Владислав Треко |
| Интервьюер: | Яна, Виктория |
| Должность (по тексту интервью): | Координатор образовательных и исследовательских проектов в Центре социальных инноваций в сфере культуры Архангельска |
| Длительность интервью по файлу записи: | 1:21:19 |

**И: Интервьюер**

Р: Респондент

**И: Расскажите, пожалуйста, о своем опыте работы*.* Как давно вы работаете, ведете какую-либо деятельность в сфере креативных индустрий.**

Р: Так. Тут можно начать с самых таких начал. Моя такая активная деятельность в сфере культуры архангельской... Она началась...

[*00:00:25-00:00:36 Прервали интервью, чтобы респондент представился*]

А все это началось, завертелось где-то года с 2014-го. Самое банальное - началось все с социальных сетей, с паблика ###ВКонтакте. То есть я был студентом третьего курса на "стройке". Имеется в виду ###Институт строительства и архитектуры. Там я учился. И не только захотелось узнавать о городе что-то, но и рассказывать людям о том, что происходит у нас вообще в городе и в регионе в том числе. С акцентом, конечно, на город больше. Вот. И поэтому появилось такое сообщество, и оно стало разрастаться, разрастаться, стали замечать, стали приглашать на мероприятия, стало вот это все очень активно происходить. И в итоге все это доросло до того, что участвовал в одном из проектов наших коллег, когда они еще не были ###ЦСИ. Это был фестиваль-селектор бывшей типографии ###"Правда Севера". Раз поработали, второй год поработали. Им понравилось. В итоге пригласили меня сотрудничать вместе с ###ЦСИ. И в итоге четвертый год уже именно в ###ЦСИ мы работаем как вот инновации в сфере вот этого и современного искусства, и дизайна, и исследования локальной идентичности. В общем, мы работаем только с локальным контекстом. Поэтому вот если в такой динамике расставить, то вот так вот как-то получилось.

**И: Какие непосредственно у вас задачи в ###ЦСИ?**

Р: В данном случае в принципе мы все такие взаимозаменяемые, но есть определенные как бы акценты у каждого из нас. Нас немножко работает в этом центре. Нас сколько получается. Четыре человека и пятый - руководитель. И все в принципе. Кто-то больше в технической части работает, кто-то больше там, в сфере дизайна, что у него такие навыки есть. Я больше работаю как коммуникация с людьми, собственно и с вами сейчас коммуницирую в этом отношении. Тоже так делегировали в этом плане. То есть это взаимодействие с учреждениями, с конкретными там художниками, с людьми, с исследователями. Это совместные генерации идей, если мы хотим сделать какой-то проект, например. Это те же самые мозговые штурмы и тому подобное. Ну, и образовательный проект. То есть мы очень плотно взаимодействуем и с ###Добролюбовкой, и с именно образовательными учреждениями, как педколледж, где учат у нас на дизайнеров и не только, ###Северный Арктический федеральный университет, где культурологи там, мультимедиа технологии, вот это вот все есть. Ну, и другие учебные заведения, тоже стараемся с ними как-то начинать взаимодействовать. ###Колледж культуры и искусства, например.

**И: А у вас самого какое образование?**

Р: Высшее, но инженер-строитель.

**И: Неожиданно. Дополнительно какое-либо образование в сфере культуры, креативных индустрий получали? Или просто как-то само собой?**

Р: Да... Это было такое как бы не образование, это было, не знаю... Повышение квалификации, можно так сказать. От... Вспомнить бы, от кого. Вот не помню сейчас именно институцию, от кого. Но в прошлом году что-то было. Это, по-моему, именно по музейной деятельности, это мультимедиа технологии в сфере музейной деятельности. Не вспомню сейчас, какая организация. Вот в чем дело. Но какая-то... Может быть, даже и сам ###Фонд Потанина эту проводил... Не помню.

**И: Да... В целом у них есть похожая программа. Какой у вас был предшествующий в вашей деятельности в ###ЦСИ рабочий опыт?**

Р: Рабочий... В плане?

**И: Ну, трудовой вот. Где вы работали до того, как пришли работать в** ###**ЦСИ?**

Р: А там же, где и сейчас работаю. То есть это оценочная деятельность. Это именно как бы профессиональная деятельность, где деньги откуда зарабатываются. Потому что на культуре вроде как сильно-то и... Можно, конечно, грантовыми этими самыми жизнями жить, но не только ими, да? Поэтому основная деятельность, первая - это вот оценочная деятельность, вторая основная деятельность - это вся культурная жизнь.

**И: Я правильно понимаю, что вы оцениваете бизнес с точки зрения экономической выгоды?**

Р: Мы оцениваем стоимость. То есть мы оцениваем, допустим, объекты недвижимости, мы оцениваем там... Все активы, которые могут оборачиваться на рынке. Для разных целей - залоги, кредиты, суды там, все что угодно.

**И: А ###ЦСИ из учреждений культуры у вас только первый опыт получается.**

Р: Ну как... Вот именно... Как вот именно работа такая в сфере культуры - да, это первый опыт такой прям грандиозный. До этого были варианты такого... сотрудничества больше. То есть, допустим, там... Экскурсии, серию экскурсий провести, например, для педколледжа. Или там какие-нибудь статейки для газеты ###"Архангельск" писать тоже в сфере там архитектуры, культуры и тому подобное. Или... Ну вот такие разовые взаимодействия. Или, например, сотрудничество с разными институциями для организации форумов тех же самых. У нас очень долгое время проводился ###АрктикАрт Форум. Года, наверное, с 2015-го до 2019-го вроде бы. Вот. А его организовывал ###АрктикАрт Институт этот. Такая организация у нас... Она как бы неформальная, в том плане, что она нигде, нет ее физически. Если вот так вот, как в медиа пространстве существует.

**И: Как физическое что-то...**

Р: Да. Она привязана к конкретным людям, но не к конкретному месту. Вот. Это весьма любопытно. Они проводили как раз таки форум в сфере культуры - ###Арктический форум искусств. И вот там постоянно тоже были задействованы. Ну и форум... Эти самые, как называется... В общем, все, что в культурной сфере у нас происходило.

**И: А помогает ли ваш опыт в коммерческом секторе для того, чтобы реализовывать проекты в креативных индустриях сейчас свои? Или это такие радикально разные вещи?**

Р: С одной стороны, это радикально разные вещи, но с другой стороны, например, когда есть потребность что-то осметить, например. Это отчасти помогает. Найти информацию какую-то, промониторить ситуацию. И самое главное, что очень много, как ни странно вот, в сфере культуры появляется из недвижимости. То есть это вроде бы такие вот разные совершенно пласты, но когда ты очень долгое время анализируешь тот же самый рынок, например, недвижимости ###Архангельска, ты знаешь город тем самым, ты знаешь его карту, ты знаешь, как вот он расположен, где какие здания есть, какие продаются, какие сдаются в аренду. А отсюда можно что-то и новое в том числе узнавать. Тот же самый кинотеатр ###"Мир", например, у нас долгое время сдавался в аренду, но вот теперь не сдается в аренду. Или кинотеатр ###"Искра": хотели сдавать в аренду, ничего не получилось, в итоге снесли просто. То есть такая вот именно оценочная деятельность и... Как... Идентичность в сфере культуры. Она очень тесно связана.

**И: На самом деле очень интересный опыт. Мы прям... Я не знаю насчет** ###**Яны, но я поражена.**

Р: Это как эта... Междисплинарность получается.

**И: Да. Мне кажется... Извини, перебью. Такие прям уникальные специалисты рождаются на абсолютно противоположных, казалось бы, первому взгляду сферах. И вот находить какие-то связки, взаимосвязи и дополнять ту сферу, противоположную... Прям, мне кажется, будущее за этим.**

Р: По идее все можно связать. Это ж... Есть вот наука философия, из нее все вот остальные выходят. Значит, все можно и соединить обратно.

**И: Согласна. Как философу-культурологу… Мы вас поддерживаем.**

**И: Итак, скажите, приходится ли вам рассказывать другим о том, что такое креативные индустрии?**

Р: Приходилось. В частности, проводили серию мероприятий в районах области - ###Устьянском районе, [*00:07:27-00:07:28 Неразборчиво названия двух районов*], в другие различные районы. И с учреждениями культуры проводили такие мероприятия, и непосредственно с учениками как профориентационные такие... Не знаю... Встречи, можно сказать. В содружестве как раз таки, например, с ###Устьянским краеведческим музеем.

**И: Как вы обычно объясняете людям, что такое креативные индустрии?**

Р: На личном примере. То есть самое простое - это показать, чем мы занимаемся. То есть вот ###ЦСИ, например. Мы вот такие-то, работаем в рамках того-то и того-то, находимся тут и делаем вот это, вот это, вот это, вот это и еще вот это. И вот это еще тоже. И по-всякому.

**И: А вот если нужно словами описать, как бы вы это сформулировали?**

Р: Что такое "креативные индустрии"? Как определение типа?

**И: Ну типа да. Вот.**

Р: Гммммм. Ну если исходить из такого определения, да? Из этимологии... Креатив - это такое творчество, это что-то новое, создание такого нового. То это... Ну можно так сказать. Это... Не к... В принципиальной своей сути это не копирование и не тиражирование, то есть это не... Вот как есть, да? Сейчас... Мысль сформулирую. Как вот однажды на "Что? Где? Когда?" у нас в школе было такое задание: как, изменив одну букву, из творчества сделать плагиат? На самом деле очень просто: творчество, одну же букву поменять местами, получится "вторчество". То есть, ну... "Второй". Есть "творчество", а ты повторяешь это, и в итоге "вторчество" получается. Получается, "креативные индустрии" - это не "вторчество". Вот так можно сказать. То есть это не... Вот если мы сделали что-то вот, что уже кто-то делал, как вот в тираж запустили, да? Опять же, кстати, из той же самой оценочной деятельности: из экономики нам преподаватель рассказывал, чем бизнес отличается от предпринимательства. Вроде бы, как ты думаешь, что это? Ну, это одно и то же. Но это разные вещи. Бизнесмен - это тот, кто делает то, что уже как бы есть, то, что уже придумано, и он просто деньги на этом зарабатывает. А предприниматель что-то новое создает. То есть он предпринял, и что-то сделал новое, чего еще никто, например, не делал. И креативные индустрии в сфере культуры - то же самое, что предприниматели и бизнесмены. Такая же разница.

**И: Смотрите, да... Тут вот я хотела бы немножко углубиться, все-таки это не кажется таким именно атрибутом креативной индустрии, потому что зачастую люди во многих сферах делают что-то новое. Там, по-новому задышал. По-новому оделся, какие-то такие штуки. Есть же что-то еще, что отличает это именно от кружков, которые делают, например, библиотеки. Они могут делать это по-новому, с новым педагогом, в новом помещении...**

Р: Индустрия на то и индустрия, что она... Это как и промышленная индустрия. Это что-то такое либо массовое, либо ориентированное на что-то вот такое массовое. То есть создание как... Не знаю там... Конвейерной ленты, грубо говоря. То есть вот придумал "Форд" машину делать, все, вот он предпринял, он скреативил тут вот это вот дело, и поставил на поток. Ну и там дальше с какими-то изменениями стал это делать.

**И: В какой-то степени тиражируемость тут присутствует...**

Р: Креативная индустрия - это... Нельзя сказать, что креативная индустрия там нет тиражируемости, нет потока, нет еще чего-то. Разумеется, есть. Во всяком случае, там... Не так. Может быть. Вот. Но сама суть... То есть... Креативное - это что-то... Креатив. Это создание и придумывание чего-то нового.

**И: Но это именно креатив. А все-таки креативные индустрии?**

Р: Создание условий для придумывания чего-то нового. То есть как такая материально-техническая, организационная и информационно-методологическая база для того, чтобы можно было вот это все делать. Это как, не знаю, научно-исследовательский институт, например.

**И: И придумывать, и делать.**

Р: Придумывать, опробовать, делать, и да. Ну и потом, если вдруг это заработало, поставить на поток. Ну, или еще как-то делать. Наверное, так.

**И: Спасибо. А какие проекты в сфере креативных индустрий вы считаете ключевыми для вашей организации, для** ###**ЦСИ?**

Р: Проекты в сфере креативных... Это что значит? Это из нашего опыта или то, что мы видим вокруг?

**И: Из вашего опыта.**

Р: Так, так, так. Ключевые... Если отталкиваться от того, что... Тут сейчас сложно поставить такую разницу между тем, что есть креативная индустрия в нашей деятельности, и тем, что не есть креативная индустрия в нашей деятельности.

**И: Можно мы тут тогда от себя обозначим, мы не претендуем ни в коем случае на уникальность и односторонность, но определим для себя в креативных индустриях такие основные три столпа, которые нам кажутся, они в приципе совпадают с вашим. Первое - это правда творчество, все, что связано с творческими действиями, второе - это продукт, то есть мы все-таки считаем, что в результате деятельности креативной индустрии есть некий продукт, он может быть диджитал, он может быть физическим, он может быть общераспространенным, но так или иначе его можно как-то ощутить, пощупать. И третье - это некий проектный подход к деятельности, что это не разовая акция, просто так, вау, осенило, и сделали и так далее. Что есть в этом какая-то структура, и в какой-то степени именно эту структуру и подход креативных индустрий можно как раз таки затиражировать, замасштабировать и немного поставить на некий условный поток. Это мы для себя так. Если по таким каким-то критериям оценивать ваши проекты.**

Р: Ну, у нас тогда, если с точки зрения длительности, скажем так, тиражируемости, у нас очень активно продвигается проект, подпроект ###"Мобильный музей". То есть он вырос изначально из самой музейной деятельности, то есть мы в районы области возили, например... Музей то есть возил подлинники и копии картин, которые раньше туда никогда бы не появились. И людям оттуда пришлось бы ездить сюда, чтобы посмотреть. А он стал их туда, наоборот, возить. Тем самым повышать доступность этого всего. И делать это не как разовую акцию, на ###"Ночь музеев", например. Это у него постоянно происходит, с разными коллекциями, с разными музеями и разными институциями. И мы потом от себя стали также поступать в этом отношении. Но это... Нельзя сказать, что это изначально музей. Инициировал, это общее дело было. Просто первые потоки, скажем так, пошли как музейные экспонаты, но потом мы когда наработали свой опыт уже выставочный, мы стали свои туда экспозиции возить. И поэтому у нас экспозиции выставочные исследовательские, то есть которые основаны на исследовании места. Они стали тоже колесить по разным районам, во-первых, и мы стали колесить по разным районам. Тем самым встречаясь с людьми, рассказывая им, проводя с ними различные мероприятия, и уча их, обучая, например, тем же самым методологиям исследования местности, создания каких-то проектов и тому подобное. То есть как один из примеров, это вот это. Такая вот. У нас сейчас очень много выставок вообще по районам распределены, мы сегодня пытались их вспомнить, где какая выставка у нас находится. Потому что у них же у всех срок подходит экспозиции, думали, куда же дальше-то? Вот. В общем, как-то сводится пока все это так воедино.

Второе - это методология. Мы за четыре года своей деятельности решили создать методички, то есть расписать мероприятия, которые мы проводили, и поэтапно расписать, как мы их осуществляли. То есть, а как идея появилась вообще этого всего, а что для этого потребовалось, там, из материалов, из людей, из всего, что угодно. Как прошло и что дальше стали мы делать. И вот по всем этим форматам мы прошлись по каждому году, пока за два сделали, третий год пока еще в черновом варианте. И тоже это хотим, пока еще не успели просто в тираж пустить. Уже как такой дизайн-макет этого всего готов первый экземпляр уже, поездил по области, хотим тоже запустить также в ДК, в музеи, в колледжи те же самые, еще куда-нибудь как такое методическое пособие на конкретных примерах. То есть, как вот можно делать и что можно делать. Это не значит, что только вот это можно. Можно просто почитать, вдохновиться, о, а я хочу вот тут так, а вот это не хочу.

**И: А мы сможем с этим ознакомиться?**

Р: Я... Да, я сегодня попытаюсь вспомнить, где у нас она в итоге осела. Я думаю, что она у нас все-таки осталась в ###ЦСИ. Да.

**И: Если вы не возражаете, мы бы с радостью замасштабировали это на все наши библиотеки, это 71 регион России. Какой масштаб.**

Р: Это весьма любопытно, надо уточнить по готовности именно в плане дизайна, потому что она вроде бы готовая была, но там какие-то такие моменты еще были вот у коллег, что, скрепя сердце так: ну ладно, вези.

**И: У вас именно для сотрудников этих учреждений культуры вы разработали?**

Р: Ну да. И когда приехали в ###Устьянский музей, они увидели такие: о, так мы хотим тоже. Чтобы у нас была... И более того, так, а мы тоже такое хотим делать. Потому они же тоже проводят всякие мероприятия, они заразились идеей и тоже хотят. Так давайте, не знаю там, журнал какой-то периодический делать или еще что-то. Что-то периодическое, где фиксироваться будет деятельность их, а то выставка прошла, пост в ###"ВКонтакте" опубликовали, и все. В Сети осталось. А материальное это как-то... Только в бухгалтерии может быть.

**И: Можно еще к предыдущему вопросу по поводу вашей деятельности в креативных индустриях. Вот если бы вопрос звучал так: без чего** ###**ЦСИ не** ###**ЦСИ? Как бы вы ответили?**

Р: Без чего ###ЦСИ не ###ЦСИ? Первое, что приходит, это, может быть, самовлюбленно будет звучать, но это люди, потому что это вот... Мы вот такие тут появились, и мы вот так работаем. Потому что если бы были другие люди в этом ###ЦСИ, он бы работал совершенно по-другому. Вот прям вообще принципиально. Да. Думаю, что так.

А если в другом приближении рассматривать, то... Ну, не знаю. У нас... Наверное, без свобод. В том плане что, мы как-то не зарегламентированы какими-то, не знаю... У нас единственное ограничение - это грантодатель, ###Фонд Потанина, да? Потому что у нас есть определенные как бы...  Наши изнача... Это опять же наши были планы, которые мы поставили, это опять же только наша деятельность, да? И второй - это музей, где мы находимся, который ограничивает нас в режиме работы, например, и то не всегда, потому что можно все это передвинуть, сдвинуть и так далее. Но мы при этом делаем фактически что хотим. То есть, исследуем то, что считаем интересным, нам не диктует кто-то сверху, что вот вы делаете то, то, то и вот то. То есть мы чувствуем, что вот... Вот здесь интересно. Мы вот это делаем. Того-то привозим. Еще чего-то.

**И: Отражаются ли эти принципы на ваших каких-то прикладных мероприятиях, проектах, находят ли они отклик?**

Р: Разумеется, да.

**И: Приведете пример?**

Р: Тут можно даже раскрыть. Мы, кстати, формулировали же принципы такие ###ЦСИ. Где-то года два, наверное, назад было или три. На одном из семинаров, опять же этом ###потанинском. Я сейчас все дословно не вспомню. Но вот эта в принципе свобода - она очень комплексная. И туда включаются, например, такие параметры, как открытость, то есть мы всем открыты, нет такого, что мы для кого-то закрыты. И стараемся открываться как можно большему количеству и людей, и институций. Например, с колонией воспитательной работали... Сейчас нельзя, потому что у нас коронавирус, там, когда начался, и до сих пор вроде не закончился, поэтому пока никак просто не удается с ними дальше поработать. Но мы работали с ними, с детской воспитательной колонией. Работали со слабовидящими. Работаем сейчас со слабослышащими. То есть такие группы населения, которые вроде бы не включены изначально были полноценно, стараемся их как можно больше внедрять, и сами в них внедряться.

**И: То есть через какие-то творческие практики с ними?**

Р: Да, в том числе да. То есть у нас проходит, например, курс изящных искусств, ###"ЦСИ Студия" называется, и вот коллеги его адаптировали для проведения нескольких серий встреч как раз вот с обществом глухих. У нас есть его подразделение, и очень там активно все они включились в это все, прям радостные были, как коллеги отзываются. Я, к сожалению, не попал на эти встречи. Они отзывались, что они такие все на позитиве, всегда так смеются, шумно, радостно, вот. То же самое со слабовидящими. Мы с ними экскурсии по городу проводили. Ну, как, это была не экскурсия, это была прогулка. Мы хотели понять, как они воспринимают город, и как мы можем о нем рассказать, и что нужно городу для вот таких вот людей. А то как-то все стандартно так воспринимается, только вот человеку в таком обличии, скажем так, а люди разные бывают.

**И: Последний вопрос не по теме, вернемся к нашему гайду. А где вы нашли? Это какие-то организации, которые занимаются детьми?**

Р: Это не только дети. У нас на самом деле здесь была именно взрослая аудитория по большей части. У нас на улице ###Розы Люксембург есть, это пересечение ###Розы Люксембург и ###Шаблина, там есть здание, и в нем находится ###Всероссийское вроде бы общество глухих, ну наше отделение. С ними мы сотрудничали. Есть в ###Добролюбовке ###Архангельская областная специализированная библиотека для слепых, то есть там слепые, слабовидящие, там шрифт Брайля, вот это все. И много мероприятий у них проводится. Через них мы договорились, чтобы нам прогуляться по городу. И да. Ну а колония тоже - это отдельное специализированное учреждение. Вот. Поэтому это открытость для таких... Для всех вообще. Людей, институций, не важно кого. Это доверие. Потому что мы... Доверие и, самое главное, это сотрудничество. То есть те проекты, которые мы делаем, они очень редко именно от нас идут, что только вот мы, и никто больше. Это всегда какой-то тандем, это всегда сотворчество и содружество. То есть с педколледжем вместе что-то сделали, с ###САФУ вместе что-то сделали, с художниками вместе что-то сделали. Есть проекты, которые только наши, например. Не знаю... Городская мозаика, например. Потому что мы сделали весь объем, но мы его и показали. Так получилось. Но дальше сотрудничаем, например, с другими институциями, где показываем эти результаты. Поэтому в эту свободу включаются эти вот очень важные такие составляющие. Свобода - это не в плане вседозволенности, а в плане вот именно незашоренности и отсутствия каких-то рамок, границ и бюрократии.

**И: Можно тогда поясню для гайда. Правильно ли я понимаю, что именно такие принципы позволяют вам так успешно действовать в креативной индустрии?**

Р: Я уверен, что да. Потому что для тех, с кем мы работаем, это просто. То есть, что нужно сделать, чтобы сделать что-то с ###ЦСИ? Нужно просто написать ###"ВКонтакте". Все. Ну, или по телефону позвонить. Любыми этими самыми... Мессенджерами пользуюсь. Не нужно какие-то там... Официоз.

**И: Класс.**

Р: Не всегда сил, конечно, хватает. Потому что пишут-то столько.

**И: Я помню, что когда написала вам, очень резво отозвались, ваша команда. Так что да. Подтверждаю. Расскажите, как бы вы могли описать вашего посетителя. И что его отличает в принципе? Какие у него характеристики? Интересующегося креативными индустриями.**

Р: За весь опыт нашей деятельности мы... Вот вроде бы смотришь на культуру, на все вот культурные ивенты, события, которые у нас происходят. Вроде бы смотришь с одной стороны, это было года, наверное, полтора назад, так заметил, что... Что-то все одни и те же ходят. Вот в ###ЦУМе выставка - картина с людьми, в ###ЦСИ выставка - картина с теми же людьми. И, порой, просто они ролями меняются. То есть, тут были посетители и авторы, тут, наоборот, авторы и посетители. Тут как будто тусовка вся одна и та же. Но если пристально смотреть, на очень большую череду этих мероприятий, есть костяк, разумеется, он всегда есть, но люди меняются. Кто-то уходит, кто-то, наоборот, приходит. То есть аудитория у нас постоянно меняется. Не то что постоянно, она... Можно даже сказать, расширяется. Потому что появляются вот, например... Изначально кто к нам был более так ориентирован? Это люди из тусовки, это художники, это те, кто в теме изначально, он понимает, о чем идет речь. Потом стали подключаться просто посетители. Например, в рамках больших акций ###"Ночь музеев", или Дня города, или еще чего-то. Мы делаем мероприятие, анонсируем, к нам приходят, и просто люди приходят. Порой, даже очень многие не знают ###ЦСИ, что это такое вообще? Даже коллеги коверкают название и путают: ###ЦСИ - это центр современного искусства? Центр чего-то там еще? Нет. ###Центр социальных инноваций? А, все понятно. То есть, это тоже не сразу так познакомиться удается. Потом разные общества подключаются. Общество глухих, слабовидящие, колония как отдельная такая, отдельный сегмент, территориально и юридически обособленный. А так, если как-то в целом описать людей, да они как-то очень разные. И по возрастам очень разные. На выставке, порой, смотришь: тут и очень пожилые люди приходят, и папы там с дочками на шее. Или еще как-нибудь.

Если говорить в плане таких публичных мероприятий. Тех же самых ###"ЦСИ Студии" или еще каких-то практик в сфере культуры, которые мы открытые проводим для всех... Ну, по регистрации, чтобы количество человек соблюдалось. Тоже очень разные люди. Есть и студенты профильных учебных заведений, есть и работники культуры, есть и просто городские активисты, если можно так сказать.

**И: А работаете ли вы прям с маленькими детьми?**

Р: С маленькими детьми мы сотрудничали... Сотрудничали. Работали. Вот. Опять же, равенство, и поэтому да. Сотрудничали. Мы работали тоже в тандеме... Это к нам в ###Добролюбовку, кстати говоря, года три или два назад, уж тут с пандемией в годах запутался, приезжал из ###Москвы ###Саша Васин - это детская школа дизайна ###"Шум". Такая там есть. Мы с ним очень давно сотрудничаем. Через плакат-центр. Он с нами, а мы с ним соответственно. И он проводил большие мастер-классы - во-первых, для педагогов, ###«Как перестать быть учителем», а, во-вторых, для самих детей. То есть они там что только не делают. Это были реально очень маленькие ребята. То ли пяти, то ли... Пяти вроде бы лет. От 5 до 12. Поэтому... Такая маленькая ребятня.

Лично я с такой аудиторией больше взаимодействовал в плане экскурсий. У нас есть Дворец пионеров, например. Областной центр, там дополнительного образования, ###Дворец детского и юношеского творчества... Не знаю, какое сейчас точно у него наименование, переименовывался огромное количество раз. И у них есть очень интересный центр такого дополнительного образования, ###"Почемучка" называется. И там тоже школьники начальных классов или... Даже дошколята есть. Вот с ними активно очень бродили по городу, беседовали, и потом они проекты свои делали. Такие... Краеведческого характера. Поэтому с ними тоже есть.

То есть аудитория разная, очень разная. Тут сложно выделить какую-то вот... В конкретных проектах, конечно, есть такая более целевая аудитория. То есть тут мы ориентируемся на педагогов, например. Тут мы ориентируемся на студентов. Там мы ориентируемся на жителей такой-то местности. Вот. А в целом она весьма разнообразная. Тут, наверное, проще назвать того, кого у нас нет.

**И: Давайте так.**

Р: А кого у нас нет? Это сложно сказать, кого у нас нет. Я не могу. Не получается.

**И: Получается, что да. Все есть. А скажите, как вы выявляете интересы вашей разнообразной аудитории? Как вы понимаете, что им нравится? Что не нравится? Может быть, вы как-то это исследуете? Или просто ориентируетесь на то, сколько людей пришло, на их отзывы?**

Р: Есть разные пути нашей работы. Что-то мы делаем сами. То есть, допустим, считаем это не то чтобы интересным, но мы считаем это важным, например. Это вот из локального контекста, что-то проанализировать, что-то рассказать. Например, ###"Теряемое наследие монументальное", где картины, прикладное. Ага. Или еще что-нибудь. А есть еще прием, когда мы действуем от запроса, например. Или от идеи. То есть... Как получилось первое взаимодействие, например, с очень большим сообществом ###"Старый Архангельск"? Мы в 2019 году в январе сделали первую нашу выставку, которая была посвящена кинотеатру ###"Север". Полуразрушенному на тот момент, который сейчас воссоздается. Мы собрали его историю со студентами и сделали большую экспозицию в зале. Туда пришел ###Игорь Кысин, автор сайта, это большой такой архив старых фотографий нашего города публичный. Энтузиаст своего дела, то есть это совершенно некоммерческий проект. И не грантовый, самое интересное. Он пришел, посмотрел, ему понравилось, и потом пишет такой: а давайте мы и выставку еще сделаем, а то я вот тут уже десять лет работаю, ни разу не было у меня нормальной выставки, в материальном виде, то есть только в Сети. А у вас вон классно получилось. Мы такие: давайте. Вместе придумали концепцию, разместили в зале, создали наполнение там организационное и событийное, и тоже она стала мобильной и колесит по районам области. То есть тут уже идею человек сам, не только подал, но и сказал, что вот давайте, нате материал. Художники обращаются точно также. То есть выставку там, например, организовать. А в плане каких-то интересов и запросов, тут простой, наверное, принцип есть. Мы смотрим, что происходит в мире, смотрим, что интересно и полезно может быть для наших и жителей, и учреждений, и еще чего-то. И делаем. И так как на это есть отклик, на это есть запрос, то есть это регистрации, это участие в семинарах тех же самых, то так и продолжаем. Более того, у нас больше так преемственность уже нарабатывается в этом отношении. То есть, мы делаем, делаем, делаем не постоянно что-то принципиально новое такое, да? А есть связь с предыдущими нашими и семинарами, и форумами, и там... Другими проектами.

**И: Креативные индустрии?**

Р: Да, да. Вот опять же это вот как такая... Индустрия в прямом смысле слова.

**И: И как вы информируете о том, что у вас проходят какие-то проекты? Какие каналы связи, коммуникации вы используете со своей аудиторией?**

Р: Каналы связи у нас с одной стороны узкие, с другой стороны - широкие. Почему узкие, потому что мы публикуем информацию, анонс у нас на страничках - это "Контакт", это до недавних пор Инстаграм, это Телеграм. Фейсбуком начинали, но поняли, что там как-то... Нету там нашей аудитории. Не то чтобы нету... А почему-то не сработало. Поэтому от Фейсбука пока отстали. Ну, он есть, пускай есть. И если журналисты, например, публикуют что-то, то тоже... А также еще это публикации на Минкульте местном, на отделе культуры, вот.

**И:  Используете вы таргетированную рекламу, контекстную?**

Р: Неа. У нас, во-первых, по условиям гранта... Мы не можем заниматься именно рекламой. То есть, мы не клеим афиши, мы не делаем таргетированную рекламу, мы не заказываем материалы какие-то. Если про нас журналисты написали, или если опубликовали наш пресс-релиз, ну да, вот это сработало. Если нет, то тоже нормально. Ну и сарафанное радио тоже также работает. То есть, у нас как, мероприятие, мы: ага, у нас вот есть такой круг людей, потому что у нас огромное количество всяких списков уже, с кем мы работали. Вот тут в таком разрезе, тут в таком разрезе, поэтому мы: ага, вот это будет именно им интересно. И потом мы такой сидишь, и вот рассылаешь. Все никак у нас руки не дойдут сделать рассылку сообщений "ВКонтакте", там же есть такая функция, но на это тоже есть очень большой запрос. Буквально, там, не знаю, пару движений осталось.

**И: И на сколько понимаю, вы не испытываете недостатка аудитории?**

Р: Аудитория у нас... У нас много людей приходит. Да, и даже когда были вот эти пандемийные ограничения, нам нельзя было полностью зал заполнять, поэтому мы говорили, что количество мест ограничено там, и поэтому стали делать почти на все мероприятия регистрацию, чтобы отслеживать это количество людей. Чтобы если, допустим, 30 зарегилось, все, дальше уже мы не можем никак пустить. Вот. Поэтому да. Спрос в данном случае предложению соответствует и даже превышает.

**И: Перед тем, как мы перейдем к следующему блоку, еще вопрос от меня. Вот вы как раз до этого говорили про название, что часто путают с Центром современной культуры. А почему вы выбрали именно** ###**"Центр социальных инноваций"?**

Р: А это опять же... Мы ведь существуем в рамках... В составе точнее, в числе десяти центров социальных инноваций по всей стране. Это был грантовый проект ###Фонда Потанина, в 18-ом году он объявил конкурс, музейное объединение от нас подалось, от ###Архангельской области, стало одним из победителей, и мы стали вот таким центром. То есть если зайти, там, не знаю, в ###Ханты-Мансийский автономный округ, еще куда-то, я не помню уже, в ###Нижний Новгород, еще куда-то, то там тоже будет ###Центр социальных инноваций в сфере культуры.

**И: То есть их десять по всей стране, и они примерно тем же занимаются, такой же функционал у всех.**

Р: Вроде бы... Принципиально тем же, но на самом деле характер и... Такой... Суть деятельности у них очень разная. Кто-то больше именно в музей, вот только в музей. Мы вроде в музее находимся, но мы не занимаемся только музеем. Мы им занимались когда, например, выставку делали про музей. Но и то это было очень широко. А есть институции, которые созданы в музее, и акцентированы и ориентированы именно на музей. Кто-то ориентирован именно на природную какую-то составляющую, то есть это ландшафты, это тропы, эко там... И все такое прочее. Кто-то работает... Например, есть такой у нас еще поселок, поселение, не знаю, как правильно называть. Сеп. Там у них вообще такая больше даже... Как... Организация людей работает. То есть это... Как правильно сказать... Самоорганизация, вот.

**И: Основное финансирование у вас идет из гранта?**

Р: Да, да, да.

**И: Оно ограничено как-то временем?**

Р: Да, изначально это был грант на полтора года. В те еще времена. Потом ###Фонд Потанина посмотрел: ага, интересно, нате еще. Потом, ага, молодцы, нате еще. Как дальше будет, пока вопрос еще.

**И: А вы рассматриваете какие-то дополнительные источники финансирования?**

Р: Это опять же очень разные источники те же самые грантовые, потому что мы не только в рамках него работаем, многие проекты... Ну, немногие, а некоторые проекты у нас созданы и с другими фондами. Например, мы сотрудничали вместе с ###"Том Сойер Фестом". Он к нам приезжал.

**И: Да, вы рассказывали, самое большое здание покрасили.**

Р: Да, это один из вариантов сотрудничества. Был, например, у нас большой проект в прошлом году ###"Город говорит". Это исследование паблик-арта, исследование города через призму паблик-арта, правильнее сказать. Там другие источники финансирования. И мы с ними тоже были очень так связаны. Потому что мы предоставляли им площадку, оборудование, экспертов там и так далее. И они тоже делали. То есть, это взаимодействие. Мы не только вот так вот закрыты, что у нас есть ###Фонд Потанина, и только вот мы, все. Это широкое...

**И: Используете ли вы механизмы [***00:34:34-00:34:35 Неразборчиво***] краудфандингов, фандрайзингов?**

Р: Пока в данном случае не использовали такие. И в условиях просто... ###Архангельска это пока как будто бы трудновато сделать.

**И: А вот вы с другими центрами социальных инноваций как-то взаимодействуете, есть у вас какая-то коммуникация, обмен опытом, или вы более обособленно друг от друга развиваетесь?**

Р: Разные центры по-разному. Мы вот как-то больше особняком стоим. Но не потому что мы такие закрытые от всех, нет, мы очень даже открытые. То есть, и к нам можно приехать, связаться, написать опять же. Очень запросто. И опять же. Пример. Когда у нас был семинар в декабре прошлого года ###потанинский, туда все центры приехали, сразу все обменялись контактами, сразу все сказали, что вот, мы хотим в Архангельск и так далее. Но так до сих пор что-то никто не приехал. Тут такой обоюдный в данном случае процесс, может быть. То есть, с разных сторон его нужно рассмотреть. Но нами очень заинтересовался ###Омск, например. И мы очень заинтересовались ###Омском, потому что у них там метро с единственной станцией, в переходе... Собственно они там и тусуются. То есть, у них там сделана подземная такая галерея, и они там... Вот как мы в музее все экспонируем, они там экспонируют. И это абсолютно проходное место, потому что используется как подземный переход, и просто шикарно. И формат, и характер деятельности, он и близок нам, у нас просто подземных переходов нет в городе, и по такому... По настроению, скажем так, очень крутые ребята.

**И: А вот по аналогии с подземным переходом, задействуете ли вы набережную в своих выставках?**

Р: Мммм. Мы стараемся выходить тоже на улицу, используем музейный дворик, в частности, на набережной мы вроде бы ничего еще не делали.

**И: Мне кажется, там как раз не хватает ваших фотографий. Или каких-то картин.**

Р: Это... С одной стороны, да. Я пытаюсь вспомнить, что мы делали на улице. Музейный дворик мы задействуем. Пространство около культурных центров задействуем. В рамках того же ###"Том Сойер Феста" у нас часть мероприятий именно на улице была. То есть вот эти паблик-токи, какие-то публичные мероприятия мы сделали именно на улице. Ну, когда ливень пошел, мы, разумеется, перебрались в здание, но тем не менее. Хотя бы так.

**И: Спасибо.**

**И: А сталкиваетесь ли вы с какими-то трудностями при реализации проектов креативных? Есть ли какие-то из них повторяющиеся?**

Р: Есть. Прям вообще это важная, очень большая трудность - это время и силы. Нету. Не хватает. Нужно больше. Потому что идей много, дел много, этих самых, идей у партнеров тоже много, но не всегда удается все их вот так вот совместить. Порой, так вот [*00:37:21-00:37:22 Неразборчиво слово*] пухнет, она становится такой железобетонной, и не удается обо всем так подумать, во все вникнуть. Поэтому что-то так пододвигаю немножечко.

**И: У вас команда ограничена тоже грантом...**

Р: И команда ограничена грантом, но и количеством человек, что самое главное.

**И: То есть вы не можете взять больше сотрудников...**

Р: Ну, в принципе наша команда ведь увеличилась за время существования. То есть, если бы мы... Изначально-то нас было всего... Сколько... Даже неправильно немножечко сказал. Сейчас-то нас даже побольше стало. Потому что есть как бы такие, не то чтобы сессионные, но ситуативные, скажем так, люди, которых мы привлекаем на разные мероприятия. По мере загруженности. Изначально нас было три человека и руководитель, потом присоеди... Мы сотрудничали с ###САФУ, проводили мероприятия, смотрим - там студенты толковые есть, и в итоге студента одного к себе в коллектив, состав взяли, с ним стали работать. Потом еще одного человечка стали привлекать. То есть, у нас такой есть постоянный состав, есть такой плавающий немножечко. Но хочется много сделать. Было бы побольше часов в сутках.

**И: А как насчет волонтеров каких-то? Социально активных граждан? Они не решили бы проблему?**

Р: Здесь... Волонтеры. С волонтерами мы... Вот как в плане с волонтерами. Например, если студентов рассматривать как волонтеров, то мы с ними всегда и сотрудничаем. Например, там вообще приятное с полезным совмещается. Потому что у них есть курс, например, образовательный по какой-то дисциплине.

**И: Практика?**

Р: Да, практика у нас тоже проходит. И вот весь курс, например. Обычный как это - лекции, семинары и так далее. А у нас есть преподаватели, которые к нам уже не первый раз обращаются, говорят: проведите вы им вот это. Кстати, еще опять же источник финансирования. Это от того же ###САФУ. Когда, например, мы выступаем как такой коллективный преподаватель у них, и соответственно это тоже оплачиваемо. И ведем курс. Но это не в традиционном формате, что это вот, там, лекционные часы, еще чего-то. Мы, конечно, рассказываем, но в других форматах, в других местах даже. Самое главное - мы что-то делаем вместе. То есть, итог нашей работы - это, во-первых, коллективный труд, выставка, например, и, во-вторых, это не в стол курсовая работа, напечатнная и опущенная. Это уже несколько курсов были, которые делали выставку - реальные события в культурном пространстве города, которые потом в СМИ освещались, на телевизор они говорили, куча людей потом приходила в течение месяца, работа этой выставки, на эту экспозицию. То есть, это сразу же конкретный продукт получился. Поэтому здесь мы с ними работали. И когда даже мы работаем с какой-то выставкой, в любом случае у нее есть автор, у нее есть инициаторы, и это тоже рабочие руки. То есть, это всегда вместе.

**И: А как вы думаете, каким-то способом, в ближайшем обозримом будущем, можно решить нехватку ресурсов?**

Р: Уволиться с работы.

**И: Радикальный метод.**

Р: Ну да. Хм.

**И: Условно найти еще один грант, еще взять двух человек... Это поможет?**

Р: Не помешает точно! Это точно не помешает. Ну да. Я думаю, что это... Да. Но мы ведь так, получается, и работаем, если ретроспективно посмотреть. Поэтому если в будущем масштабировать, то, наверное, это да, было бы правильно.

**И: Только осталось найти время написать этот грант... И найти этих двух человек.**

Р: Да. Да. Да.

**И: А потом еще убедиться, что с увеличением штата на два человека не прибавится еще идей в десять раз, но не перестанет хватать рук.**

Р: Прибавится... Это как это... Цепная реакция такая получается.

**И: А как вы осуществляете подготовку к запуску [***00:41:02-00:41:03 Неразборчиво слово***] проекта? Пользуетесь ли вы инструментами планирования и прогнозирования?**

Р: Из инструментов планирования и прогнозирования мы больше пользовались... Изначально пользовались платформой Trello, ну, где-то можно расписание себе делать... А потом что-то мы как-то от нее отошли, не помню почему. Недавно снова вернулись. Потому что поняли, что все, мы опять завалились проектами. Опять в нее вроде как вернулись. А так мы постоянно на связи, мы просто знаем, кто что делает, когда. А так есть у нас человечек, который отвечает именно за планинг наш, у него есть большая такая табличка онлайн в экселе, в гугл документах имеется в виду. Он нам ее ведет, и мы постоянно туда заглядывая, всегда видим, что у нас там... Это как календарный план такой получается. Это с точки зрения этой самой, программы, это очень простая вещь, то есть, это не какая-то там супер навороченная программа, это просто табличка в эксель. Но весьма полезная, потому что она понятная, и она реально помогает.

**И: Я правильно понимаю, что это некая дорожная карта по проектам? Сроки, когда...**

Р: Да, да, да. То есть, там указано у нас, кто, где, когда встречается, монтаж там и так далее.

**И: Как-либо анализируете ли вы сам проект перед тем, как его запускать? Например, используете, может быть, метод SWOT-анализа, что-то такое?**

Р: Мы всегда обсуждаем, разумеется. Как таковым... Такие рамочные какие-то мы анализы пока еще вроде не делали, что вот... Давайте именно SWOT проведем. Или там еще по каким-то параметрам. Мы просто обсуждаем и думаем, что, вот, получится, а что, вот, не получится. А как правильно поставить. Какие есть ограничения у нас. То есть, SWOT в любом случае присутствует, просто не в таком явном виде, может быть. То есть, мы понимаем: ага, мы хотим ехать в ###Устьяны, в музей, а там есть проектор? Вряд ли. А там есть большое помещение? А тоже не факт. И вот так в процессе обсуждения мы понимаем, что нужно туда везти, что не нужно. И как мы туда поедем. То есть, логистика у нас в ###Архангельской области тоже имеет свои ограничения, потому что не всегда можно везде добраться. Потому что где-то ледовая переправа растаяла, а паром еще не запустили, в итоге в [*00:43:06-00:43:07 Неразборчиво слово*]  мы не едем, значит.

**И: Ага. Подскажите, бывают ли на таких обсуждениях у вас какие-то противоположные мнения, которые конфликтуют между собой?**

Р: Противоположные мнения довольно-таки бывают, но у нас как-то так удачно, наверное, получилось в коллективе, что мы умеем говорить. У нас не бывает такого, что вот, там, спор, все разругались и не разговаривают потом друг с другом неделями. Нет, у нас просто происходит все так...

**И: В формате диалога...**

Р: Да, по-деловому, но не в том плане, что бюрократия, а в том плане, что аргументы и вот... Факты.

**И: Аргументы и факты.**

Р: Ну да.

**И: А устанавливаете ли вы для своих проектов какие-то условные KPI? Если да, то что вы туда закладываете обычно?**

Р: Мы вроде как не устанавливали... Есть такие, разумеется, мечты и хотелки, что вот, ну, надо бы, чтобы вот это в рамках проекта произошло, надо бы чтобы вот тут столько бы людей пришло. Но по большей части мы просто анализируем, что происходит с этими проектами. И опять же та же самая регистрация на наши мероприятия, она позволяет сразу же все понимать. То есть, мы предполагаем: ну, нам для этого проекта нужно вот столько людей. Вот через регистрацию столько и получилось. Даже больше. Или меньше. Как-то по-разному.

**И: А как вы распределяете роли в команде, когда реализуете проекты в сфере креативных индустрий?**

Р: По навыкам и по опыту нашей деятельности. Кто-то больше с людьми говорит, кто-то у нас, например, вообще с людьми почти не коммуницирует, не взаимодействует. Кто-то за техническую часть отвечает. Вот, ###Саша у нас, например. Потому что он и за съемку, и за освещение, и за все провода, куда что подключить, где какие программы сделать. Кто-то за дизайн непосредственно. То есть это именно по навыкам, по опыту.

**И: А без кого условно по специализации, как вам кажется, точно не обойтись, если выпускать креативный проект? Или, может быть, если сложно назвать специализацию, тогда навыки, которые точно нужны.**

Р: Ммммм.... В принципе они, наверное, бы все нужны, потому что если мы делаем что-то, нужно хотя бы на базовом каком-то уровне понимать и уметь работать там... С техникой. Работать, и причем не обязательно с новой техникой. У нас и со старой техникой нужно работать. Например, когда мы делали... Как называется, это самое... Опять же не мы, а мои коллеги. Эх, забыл слово. На старой такой... Не ротапринт. Какая-то другая. В общем, забыл слово благополучно. Короче, это такой аппарат, в ###Добролюбовке, кстати, он и есть, который позволяет печатать, но это такой еще как бы советский печатный аппарат, копировальный множительный. С ним мало кто умеет работать. Хотя, казалось бы, зачем он нужен, а вот нужен, даже в сфере культуры. Потому что он дает интересный результат по внешнему виду. Дизайн нужен. Хотя, если, например, работа какая-то вот без дизайна, просто там карандашом написанная на чем-нибудь, да? Она тоже по-своему привлекает внимание, потому это что-то необычное. А то у нас везде дизайн, дизайн, дизайн, дизайн, дизайн. А тут нет дизайна, например. Это тоже интересно. Вообще такое большое достоинство и сила, можно сказать, и преимущество, наверное, в разнообразии. Чтобы было по-разному. То же самое, что и в архитектуре города, например. Не должна же она быть вся одинаковая. Она должна быть разная, чтобы тут вот одно, там вот другое, тут вот третье. То же самое и в подходах не должно быть такого, что мы всегда так вот все одинаково. Принципиально есть определенные такие ограничения, принципы наши, чтобы все свободно было, чтобы это было на равных условиях и на доверии. Но все остальное может быть очень даже разным. Поэтому проекты можно тоже делать по-разному. С разным количеством участников. И один человек может сделать грандиозный проект. И куча людей могут ничего не создать. Поэтому тут... Не знаю. Я бы даже, наверное, не стал ограничивать, что вот это вот точно обязательно нужно. Нужно, наверное, самое точное, что нужно, это личное желание и интерес. И что-то такое внутреннее. А как это будет сделано, это уже второй вопрос.

**И: В дополнение, наверное, к этому вопросу. Если вы чувствуете нехватку каких-то навыков, вы понимаете, что в команде этого нет, как вы этот вопрос решаете?**

Р: У нас есть опять же партнеры, с которыми мы сотрудничали, тот же самый ###Виктор Типков, дизайнер, который афиши, например, нам делал.

**И: Тоже популярная личность.**

Р: Вот, да, да, да. Печать, если мы что-то не можем или не умеем напечатать у себя, или у нас просто объективно нет таких возможностей, это печатные наши разные компании. И рекламные, и не рекламные. Это типография, это эти самые... Как называется... Опять забыл слово. Ну, короче, у нас компания такая рекламная есть, которая и рекламные [*00:48:04-00:48:06 Неразборчиво слово*] там делала, но мы у них заказывали пластиковые...

**И: Народная реклама?**

Р: Народная реклама, вот. Мы у них заказывали пластиковые различные форматы для нашей одной из выставок. И даже не одной из выставок.

**И: То есть вы берете просто ресурсы вокруг, партнеров неравнодушных...**

Р: Конечно. С ###Добролюбовкой сотрудничаем. Потому что у нас есть своя библиотека, ну, там, по современному искусству, по кинематографии. Ну, по самым разным проявлениям. А здесь есть, например, отдел краеведения ###"Русский Север". И когда у нас происходит выставка какая-то тематическая по ###Архангельску, мы сразу такие: так, коллеги, у нас выставка, принесите нам книжечек, и стоит человечек от ###Добролюбовки и показывает книжки, которые есть. Можно прийти, полистать, почитать. Там, запомнить сходить, потом взять в библиотеке.

**И: Вот вы сказали, что у вас есть библиотека, как вы ее создали?**

Р: Мы ее собирали и опять же на те же самые грантовые средства приобретали литературу, которая важна, полезна и интересна в разных сферах. Ну, в тех, в которых мы занимаемся. По шрифтам, по музейному пространству, по, там, по дизайну, еще по чему-то. По очень разным. По перформативным практикам в том числе. И набралась у нас такая большая, большая уже штука, вот, мы ее экспонируем, у нас нет отдельного помещения для библиотеки, потому что если просто так поставить, ну, мало ли там что случится. Нужно контролировать этот процесс, потому что... Не в том плане, что украдут, а, может быть, кто-то подумает, что можно взять домой. Мы пришли, а нету. А где? И непонятно. Поэтому мы ее делаем так, периодически, на какие-то мероприятия. То есть, выставляем и тоже тематически, порой, какую-то подборку делаем, и вот, можно там прийти в музей, почитать в рамках этого самого... Мы еще сделали недавно опять же со студентами в рамках их учебного курса электронный каталог всей нашей библиотеки, там где-то то ли 200, то ли 300 экземпляров литературы уже. Что студент сделал? Сфотографировал там все обложки, сделал краткое описание, по названию всех отсортировал, и, не помню точно, у нас то ли уже запущен на сайте этот каталог, то ли будет запущен. Не помню просто.

**И: Немножко наивный вопрос... Удается ли вам проходить какое-либо обучение, совмещая 2-3 работы...**

Р: Обучение. Да. У нас одним из источников такого обучения является грантодатель, он проводит разные семинары, к нему катаемся.

**И: Это очные какие-то сессии?**

Р: Есть очные, есть заочные. То есть, какие-то, когда можно было проводить очно, мы туда ездили. Когда нельзя или просто не целесообразно было проводить очные, мы здесь сидели вместе. И все это дело изучали. Курсы еще разные были, не помню организацию, к сожалению. Вылетело из головы.

**И: А ездили вы в Москву? Или в другом месте.**

Р: Это Москва, да. Москва. Вот.

**И: А по каким направлениям вам было бы интересно, допустим, получить какое-то обучение дополнительное?**

Р: Лично мне, или вот как?

**И: Ну, давайте сначала лично вам, а потом вам как профессионалу.**

Р: Так. Мне интересно, с одной стороны, было бы посмотреть на какие-то такие экскурсоводческие вещи. Потому что сам тоже экскурсии провожу. Но, с другой стороны, тут есть такой риск, чтобы не потерять свою такую... Как...

**И: Уникальность?**

Р: Уникальность и самобытность, да. То есть, у меня вот получилось вот так вот, я вот так вот создал: вроде работает, ну, ладно. Тут тоже такой момент. Не заштамповаться в этом отношении.

Работаю, очень закрытая пока тема совершенно, это работа в той же самой колонии для несовершеннолетних.

**И: Какие-то педагогические? Психологические?**

Р: Ну, да, да, да, да, да. Это даже более узкий такой формат. Это даже не реабилитация, не коррекция, это... Не знаю... Социализация.

**И:** [*00:51:54-00:51:56 Неразборчиво говорят вместе*]

Р: Да, да, да. Что-то такое. Вот в этом отношении. Потому что если говорить про дизайн, то я к нему не тяготею, мне... И база не такая, и мне не нужно этим заниматься. Пока такие две.

**И: Правильно ли я понимаю, что навыков по партнерской работе, по проектной деятельности вам достаточно, чтобы успешно деятельность осуществлять?**

Р: Вот лично мне кажется, что вот эти вот основные принципы, которые есть, - это основа всего. А что нужно еще знать, кроме того, что нужно быть порядочным человеком и не то чтобы вежливым... А адекватным. А что еще-то нужно? Все остальное - это такие как бы... Как будто бы внешние побрякушки, которые очень дорогие, да? Но на самом деле они не принципиальны, это как надстройка. Она нужна, но базис-то есть.

**И: Бантик такой...**

Р: Да, да, да. Просто... А зачем?

**И: Согласна. Так, у нас четвертый блок.**

**И: Да, у нас четвертый блок. Это завершающий блок. Он посвящен как раз нашему проекту "Гений места". Я уже сказала, что это проект по созданию точек концентрации талантов в библиотеках, куда люди смогут приходить, получать информацию о том, что такое креативные индустрии, приходить со своими идеями проектов, помощь в реализации получать со стороны библиотеки. И нам бы хотелось узнать ваше мнение о том, насколько вообще это перспективно, как вы это видите. Вот, на ваш взгляд, например, какими могут быть преимущества у муниципальных библиотек как площадок для развития креативных индустрий и проектов в этой области? Что у них есть такого, чего нет у других?**

Р: Тут на самом деле вся тема такая, не очень однозначная, потому что... Вроде бы это очень хорошо и интересно, когда в библиотеке появляются разные, там, виды деятельности. Например, разные активности и тому подобное. Но потом так думаешь: а, так получается, суть библиотеки изначально очень сильно размывается, и в итоге если так вот дальше все это экстраполировать, то у нас получится, что, вот, не будет разницы между библиотекой, ДК, каким-нибудь ###Центром социальных инноваций там, и еще чем-нибудь. То есть, потому что и у нас есть библиотека уже теперь. То есть, вроде бы все как будто... Как будто бы одинаковым становится. Хотя изначально ведь у нее был свой профиль. То есть, это вот библиотека, там хранится литература, с ней там можно работать. А потом она становится вот таким как бы... Просто а зачем она становится вот таким центром? Потому что к ней... У нее... Как... Пассажиропоток падает? И она хочет людей больше пригласить к себе? И поэтому делает выставки там, чаепития, еще чего-нибудь такое... Непрофильную деятельность, чтобы просто хотя бы больше народу к ней ходило. Потому что... Ну да, будут ходить больше на мероприятия. Будут ли больше читать?

**И: Ну, наверное, вопрос в том, что мы понимаем как основную задачу библиотек. Это воспитательная, это просветительская функция, или это только информационная функция. Потому что если это, например, воспитательная или просветительская, тогда мы понимаем, что любого рода мероприятия прекрасно вписываются в эту концепцию. Понятно, что здорово, когда есть бумажная книга, но не всегда бумажная книга может поспеть, особенно там дойти до сельской библиотеки, также быстро до нее может дойти человек по зум-конференции и провести онлайн какой-нибудь мастер-класс по тому... Не знаю... Как создать сайт, в джава скрипте его написать.**

Р: Ага.

**И: То есть, здесь на самом деле такой вопрос. Действительно есть ДК, есть музеи классные, есть классные центры, но все ли они так доступны, как муниципальная библиотека? Это такой второй аспект. Потому что у нас, например, в проекте задействовано много сельских библиотек, которые буквально в своем населенном пункте чуть ли единственное место, куда люди могут прийти и просто в нормальных условиях находиться.**

**И: Помимо работы и дома.**

**И: Да, помимо работы и дома. И то не факт, что они работают в своем селе. Возможно, они выезжают куда-то. Получается, вот у них, да, для их детей, для них самих, в их родном селе это единственное место. И если это место будет им давать больше информации, чем только то, что можно поставить на полку, не делает ли это место, наоборот, более ценным? То есть, да, библиотека - это как будто бы про книги, но значит ли это, что это только про книги?**

Р: Разумеется, это не значит, что это только про книги. Но тут нужно, получается, такое как бы... Понять сомасштабность и долю библиотеки вот в этой вот, в новом понимании библиотеки. Получается, то, о чем мы сейчас говорим, в этом плане библиотека используется как такое больше юридическое наименование места, с которым мы работаем. Потому что... Вот если, например, взять вот магазин какой-то, да, продовольственный, например, и торговый центр. Мы же не можем сказать про торговый центр, что это только магазин. У него огромное количество... Торгово-развлекательный комплекс. Там и то, и то, и все такое прочее. И магазин в том числе. Вот. А есть только магазин, где вот ты приходишь, и ты там ничего не можешь делать, кроме как купить определенные товары - продуктовые, например. То же самое с библиотекой. Есть вот только библиотека. А есть какое-то большое такое учреждение, которое в том числе включает в себя библиотеку. Это не знаю... Ну, как какой-то вот... Центр. Какой-то центр. Какое-то новое образование с функцией библиотеки. Где функция может быть большой, может быть не очень большой и так далее. Потому что вот. И тогда нужно понять, в чем масштаб. Когда начинается библиотека? Одна книжка - это библиотека? И так далее.

**И: Можно я тут тоже тогда выскажу свое мнение? На самом деле, люди, которые чуть более глубоко с библиотеками знакомы, ну, есть такое принципиальное позиционирование, что есть библиотеки, направленные на посетителей, и это то, что мы с вами можем... Как бы... Плоды чего мы можем пожинать. И есть условное гос. задание. Та деятельность библиотеки, как раз таки, о чем вы говорите, в классическом понимании: оцифровка, хранение, передача данных. И тут как бы много мы ни пытались налепить мероприятий библиотеке, она все равно обязана оцифровывать, хранить, передавать эти знания. Ну, на это мы с вами никак повлиять не можем, это у нее всегда останется. Должность ее как хранителя и оберегателя... Но в то же время мы понимаем, что конкурировать с другими площадками по наличию, по формату ей уже как бы сложновато, да. То есть, уже вокруг миллион**[*00:58:32-00:58:34 Неразборчиво слово*] **кластеров, уже и в Интернете полно информации, и тогда вот эта направленность для читателей, деятельность в сторону читателей, она как будто бы вообще теряется, становится такой очень маленьким каким-то местом в жизни целого города и населения. И вот вы говорите, да, чтобы просто приходило больше людей, но вот зачастую, и наша цель проекта, чтобы люди не для количества приходили, а для качества, чтобы это была интенция от людей, что они хотят туда приходить. А как сделать библиотеку, учитывая ее специфику, тем местом, куда бы люди вновь захотели приходить, если есть уже вся информация в Интернете, вот это именно классическая...**

Р: Там не вся, очень не вся.

**И: Ну, как бы, скорее всего путь к какой-то конкретной информации у тебя будет гораздо быстрее через Интернет, чем через библиотеку. Уже гораздо меньше поводов сюда обращаться.**

**И: Особенно когда мы говорим о маленьких библиотеках, где фонд пополняется не регулярно. То есть если это областного значения библиотека. Условно** ###**Добролюбовка. То здесь, да. Наверное, есть очень много такой информации, которую в Интернете можно найти, но только если доступ к каким-то базам данных есть определенным и так далее. Какая-то научная специфика. Но если это сельская или просто маленькая городская библиотека, то в целом что в регионах, что в столице есть проблемы большие с комплектованиями фондов, то есть фонды просто не закупаются, закупаются не должным образом, только бесплатные поступления часто новые или дары. Это даже в крупных библиотеках федеральных такое происходит, и, получается, актуальность информации не всегда соответствует запросу посетителя. У него, например, есть задача получить свежую самую информацию о каких-то современных научных разработках, не важно гуманитарные это науки или нет, и он не может этого сделать в библиотеке, если он пользуется только бумажным носителем, потому что книга закупается очень долго, книга закупается тяжело, и если она даже закупилась, она может, пока она еще там всю обработку пройдет, будет занесена, это долго. И проще там условно какой-то Libgen зайти, скачать и прочитать.**

**И: Я прям вижу в ###Викиных словах всю нашу боль. От проекта. Если вкратце говоря, что зачастую библиотеки и теряют и свою вот эту исконную функцию, и множество из них из-за этого закрываются, потому что они теряют масштабы. Вот, представляете, последняя библиотека, там 0,75 ставки, никаких книжек нет, вот они закрываются, и у людей вообще ничего нет в их селе.**

Р: Это понятно, и в данном случае библиотека в городе - это не то же самое, разумеется, что библиотека в деревне, в поселке или в каком-то селе. Там это реально такой полноценный культурный центр уже получается. Потому что это единственное, порой, культурное действительно место, и оно и должно быть комплексным. Хотя очень хочется, чтобы там разные места опять же были, так же как это было и раньше например. Ну, опять же приведу пример. 40 лет назад поселок ###Лесозавод №14, где я родился и вырос, имело в своем составе библиотеку, клуб, школу, детский сад, все остальное. Что сейчас осталось? Ничего. То есть только детский сад. Значит ли это, что из детского сада нужно делать общекультурный центр для всего поселка? Но он таковым по факту и является, потому что там проходят выборы, там проходят концерты, там проходит детский сад, потому что... А потому что нет у нас больше ничего. То же самое и... А вот с городом уже, к сожалению, не то же самое. Потому что... Вот был у нас морской речной вокзал. Работал как вокзал. Стали туда по экономическим соображениям привлекать торговцев, чтобы сдавать им в аренду вот эти торговые помещения. Но значит ли это? Вот... И вроде бы посетителей у торгового... у морского речного вокзала стало больше. Больше уже народу ходит. Но они ходят не в морской речной вокзал, они ходят на рынок в этом морском речном вокзале. Ездить-то они больше не стали. И то же самое... Поэтому у нас морской речной вокзал вообще закрылся. Он вообще не работает уже очень давно. И то же самое и с библиотекой. Вот вроде бы мы можем сделать так, чтобы разные функции у нее были там, и как культурного центра, и как еще чего-то. И вроде бы люди будут ходить, приходить, да. Но будут ли они больше приходить в саму библиотеку как сущность, или они приходят сюда просто как в место? У нас в городе огромное количество мест, где можно много разного культурного делать, и заброшенных мест. Тот же самый кинотеатр ###"Мир". Профильное культурное здание, но оно стоит без дела. Но это как раз таки говорит о том, что его нужно по профилю больше использовать. А у нас происходит постоянно такое как бы изменение функционального назначения объектов. Ага, был культурный центр, нет, мы его закроем, там что-нибудь разместим, а теперь, ой, а где культуру делать? А давайте в библиотеке культуру делать. Или еще чего-нибудь. То есть, на мой взгляд, функция основная библиотеки должна оставаться библиотечной, и это не говорит о том, что здесь ничего нельзя делать, кроме как читать книги. Здесь нужно проводить разные мероприятия, но основой как бы и источником должна быть именно работа с информацией, с литературой, там, еще с чем-нибудь. Потому что... А иначе зачем тогда?

**И: Проводя аналогию с этим, речным вокзалом, если бы все эти торговцы как-то так иначе были бы напрямую связаны с деятельностью речного вокзала, условно они бы рассказывали, это бы относилось напрямую, способствовало бы покупке там, да, билетов и более частому плаванию, то эта как бы деятельность была бы в рамках, и она была бы приемлемой. То же самое касается библиотеки. Если все эти форматы поддерживают ее основные фонды, стимулируют людей читать, то это в целом уже и не ДК, уже просто библиотека с разными форматами.**

Р: Да! Это то же самое, как вот, допустим, музейная лавка в музее. Ведь мы же не приходим в музей, не видим, что там стоит отдел "Пятерочки", например, продают какие-то продукты, нет. Там осуществляется торговля, но профильная торговля. Которая торгует, например, там, этими открытками, литературой, но связанными самым непосредственным образом с музеем. То же самое должно быть с библиотекой, только наоборот получается. Здесь есть определенная функция, вот эта вот... Книги, допустим, информация, литература. И деятельность должна соответствовать вот этому всему.

**И: Смотрите, какая у меня в голове возникает картина. У нас есть огромная сеть библиотек по всей стране. Она немножечко утрачивает свою актуальность, свои исконные функции. Чтобы вернуть читателей обратно в библиотеку, у нас просто инструмент креативных индустрий, потому что он сейчас на слуху, он достаточно популярный, действительно этим круто и интересно заниматься. И через этот инструмент она притягивает читателей обратно, обратно обращает к фондам, использует это как не креативные индустрии ради креативных индустрий, а чтобы актуализировать свою вот эту исконную деятельность.**

Р: И вот это очень... Это вот как раз таки самое главное. Чтобы привлекалась не просто публику, которая пришла, посмотрела и ушла, а чтобы привлекался именно читатель. Есть большая ведь разница между читателем и просто посетителем, кто пришел, там, на мероприятие. То есть, он не ходит в библиотеку, но он ходит на тусовки библиотечные. Но это не... Я думаю, что это как раз таки не является вот именно целевым показателем.

**И: Для нас одна из наиболее актуальных задач в проекте - оценить значимость тех мероприятий, что библиотеки делают для их посетителей, что это не просто, да, как вы сказали, пришли и ушли, мероприятие ради мероприятия, а буквально по шагам - он заинтересовался, сходил еще раз, начал проект, прошел обучение, открыл там свое дело. Это в идеале тот путь, который мы хотим, чтобы куратор простраивал с каждым. Вот возвращаясь к вопросу кадров, много всяких "но", но если с такой точки зрения рассматривать, то в целом видите, да, какой-то потенциал?**

Р: Конечно. И в данном случае я вижу потенциал именно в локальности. То есть, и у нас вот в той же ###Добролюбовке, например, и в любой библиотеке есть все-таки, во всяком случае, должен быть какой-то отдел с местной литературой, с информацией про вот именно место, где ты больше нигде ее не найдешь. Вот в ###Добролюбовке отдел краеведения ###"Русский Север" - уникальное вообще место, где собрано огромное количество подшивок периодики за, там, все периоды ее существования. И это... Ее-то как раз таки в Интернете вот вообще не найдешь. Только там можно ее найти. И поэтому мы и работаем с ними, и студентов сюда привлекали, и еще чего-то. И если вот на основе вот этого, база знаний, не хранить их только вот так вот, а именно их эксплуатировать и использовать, исключительно да. Ну, и ###Добролюбовка опять же это и делает, например, она это все сканирует, оцифровывает, публикует, там, какие-то интересные факты, например, из истории, или просто там газетные вырезки, или еще чего-то делает.

**И: Спешу вас обрадовать: почти у всех библиотек есть краеведческие отделы. Это вот то, чем они славятся.**

Р: Ну вот. Это очень хорошо. И вот тем они как раз таки и должны вот именно... Как сказать-то... На мой взгляд, в библиотеке именно вот эта вот, такая вот ее часть, это самая движовая должна быть в этом отношении. То есть, именно на счет нее можно и вот такими креативными индустриями заниматься.

**И: Ну, смотрите, опять-таки, что-то у нас прямо дискуссия пошла. Мне кажется, сам библиотекарь зачастую не способен к этому обратиться, когда есть учреждение подобно вашему, которые берут это, переосмысливают, накладывают новые смыслы, ищут художников, которые это все как-то по-новому воспринимают и выдают. Мне кажется, тогда это играет прямо такими красками.**

Р: Вполне. Поэтому мы в этом плане и выступаем и можем выступать как такие медиаторы в этом отношении. То есть, не как что-то именно сделали, а, вот, посмотрели свежим взглядом, да, подали идею, сделали.

**И: И быстренько вопрос: что такое локальная идентичность для вас?**

Р: Локальная идентичность - это... Ну, это какая-то местность, но не в плане территории, а в плане, что вот это вот... Как правильно...

**И: Место силы?**

Р: Не, не, не. Здесь в другую сторону ухожу. Это... Ну, в данном случае культурное такое свойство, характерное только жителям данной местности.

**И: Ага.**

Р: Жителям... И причем жителям... Как жителям? Тут тоже, если человек пришел, тут первый год живет, он обладает ли такой сразу идентичностью? Нет, она впитывается. Это вот как... Ну, это вот как растение, например, растет, сосна вот, допустим, у нас, у нее, там, свои микроэлементы в почве, она их впитывает из этого самого, из окружающей среды получает другие вещества, и вот получается вот такая. Но в другом месте, на другой почве, это будет совершенно другая сосна. У нее будет другой химический состав, у нее будет другая структура, другой там, все другое. И поэтому вот локальная идентичность - это... То... Так. Не знаю, это следствие вырастания на данной местности, в данных вот... Не только на данной территории, но и во взаимодействии с людьми, которые здесь живут, и в погружении в тот процесс... в те процессы, которые здесь именно происходят.

**И: И все-таки, говоря про локальную идентичность, что первоочередно - человек или место?**

Р: Есть поговорка такая: не место красит человека, а человек место. В конечном счете, в конечном счете, самое главное - это человек. Потому что он определяет место. Потому что изначально не было города ###Архангельска. Но пришли люди, начали что-то строить, там, изначально монастырь, потом город, там, развиваться, и в итоге сделали вот такой... И сделали место, где потом стали появляться люди, для которых это место стало как бы основой такой. Но основа у места - это люди. Но опять же основа людей - это место. То есть, тут это вот... Что было первее - курица или яйцо?

**И: А может быть у человека несколько таких мест, чтобы он себя с несколькими идентичностями идентифицировал? Локальными.**

Р: Я думаю, что да. Поэтому я вот не могу себя назвать ###архангелогородцем. То есть, я житель ###Архангельска, да, но, на мой взгляд, во-первых, чтобы называться ###архангелогородцем, для меня это не просто название, для меня это... звание. Ты должен быть связан со всем ###Архангельском, а, ну, какой же ты ###архангелогородец, если ты, вот, живешь здесь, работаешь здесь, и весь твой ежедневный путь в течение всей твоей жизни - это дом-работа, работа-дом, ###"Бристоль", например. Все. Но это не ###Архангельск. Это тоже ###Архангельск, но не весь. Поэтому вот. Поэтому да. Житель ###Архангельска, потому что я тут пожил, там пожил, и сям пожил, тут поработал. Так, а это мы к чему? А, к идентичностям. Может быть их несколько. Опять же, в самом городе ведь есть разные места-эмоциональные привязки. Есть где нам нравится, где нам тепло, куда нас тянет, а есть неприятные места, откуда отталкивает, с чем что-то связано нехорошее. И у всех они разные опять же. И в мире во всем. Стоит ли себя ограничивать только границами муниципального образования, которые сами по себе изменчивы? У нас был изначально ###Северный край, потом ой, нет, не будет ###Северный край, давайте будет области, а потом, о, давайте с "нау", а давайте без "нау", а потом опять давайте с "нау", и в итоге непонятно как. Вот тот же... Та же Россия границы постоянно меняет, даже сейчас. И все остальное прочее. И... Почему вот именно вот такое административное деление довлеет над, в данном случае, культурой и культурной самоидентификацией? А почему не взять границу вот, под другим фокусом посмотреть, под природным, например. У нас территориальные пояса, например, вот так вот идут. Почему так себя не ассоциировать? Или, например, там, по еще каким-то другим критериям. Вот у меня, например, как вот я здесь, в ###Архангельске, появился? А потому что в середине прошлого века здесь чудесным образом сошлись пути совершенно разных людей, один - из ###Белоруссии, другой - из ###Тулы, еще один - из этого самого, ###Пениги, и из ###Верхней Тоймы. Че им здесь всем понадобилось в ###Архангельске, я не знаю, но вот так вот сложилось. И в итоге получается у меня такая есть связь с разными весьма местами. И стоит ли мне говорить, что, вот, если я здесь родился, значит, вот, только вот ###Архангельск. Нет.

**И: Почему я так глубоко копаю в этот вопрос, для нас тоже локальная идентичность достаточно много значит, для нашего проекта. И мы стараемся ее как раз таки подсвечивать, чтобы каждый куратор способствовал, и сам, и своего как бы населения, посетителей библиотек, к этой идентичности возвращаться, и как бы оттуда питать силы.**

Р: Мне кажется, это... Вот локальная идентичность для конкретного человека - это степень освоенности им территории, где он живет.

**И: Отличное определение.**

Р: Вот я вот нахожусь вот в ###Архангельске, да, но я же не освоил его весь. В некоторых местах я еще в принципе никогда не бывал, как ни странно. Вот. А в некоторых бываю, там, каждый день по два раза. И то же самое касается и большей территории. Это ведь не значит, что если я такой сажусь на автобус, еду, еду, еду, я такой: да, я ###архангелогородец. Потом смотрю, знак: ###Архангельск перечеркнутый, о, все, я уже вот, уже природа не та, все не то, ну, не ###Архангельск уже. А вот тут переступил, обратно все, о, родное место. Нет же такой четкой границы. Поэтому она такая, своя у каждого человека.

**И: Только я прошу прощения, я заняла, половину, мне кажется, нашего интервью этими дополнительными вопросами...**

Р: А вот прекрасно же.

**И: Буквально парочку осталось.**

**И: Они уже позволили ответить на многие остальные вопросы. Но вот все-таки если мы пытаемся как-то внедрить креативные индустрии в деятельность библиотек, мы же должны делать это для кого-то. Вот как бы вы могли описать вот этого кого-то? Посетителя, целевую аудиторию условную такой деятельности?**

Р: Целевую аудиторию деятельности вот такой вот креативной, да?

**И: Да, вот именно в библиотеках. Можно поделить на сельские и городские. Потому что мы уже поняли, да, что это совсем разные истории. Это правда так.**

Р: Ну, если пока без отделения, потому что пока не представляю разницы в данном случае. Пока не вижу просто. Ну, это любой человек, который делает что-то... Ну, как бы сказать правильней... Ну, если исходить из того тезиса, что вот этой креативной индустрии, базой для креативных индустрий может быть такой именно краеведческий аспект библиотеки, то целевой аудиторией для этого, для этой деятельности могут быть и должны быть люди, которые что-то делают на базе этой краеведческой основы. А кто это могут быть? Это могут быть исследователи, а исследователи, более конкретно, - это студенты, например, или, например, практикующие какие-то люди, те же самые, там, антропологи, например, или еще кто-либо. Это могут быть те же самые... Да в принципе все связано с местом, там, в плане производства... Да всего что угодно. Не знаю, как сказать, потому что когда ты начинаешь, например, копать историю города, понимаешь, что там огромные пласты, огромный опыт есть всего, и это может пригодиться для каждого - и для слесаря, и для дизайнера, и для педагога. Это вообще не важно. Но если вот именно так ориентироваться, то таким, как бы группами... Ну, разумеется, это школьники. Но... С одной стороны разумеется, но с другой стороны, это очень актуально. Почему? Мне кажется, у нас очень, очень, очень недостает именно пресловутого регионального компонента в образовании. Вот прям вообще нет. Когда я еще учился, мне тогда его не хватало, вот сейчас стал понимать. Хотя когда нам в университете, например, рассказывали про основы механики грунтов на основе наших местных историй - как привокзалка застраивалась, как там копали, как там [*01:15:59-01:16:00 Неразборчиво слово*] рыли и так далее, это ведь здорово. Почему мы должны основываться на какой-то зарубежной, например, или иногородней практике, когда, вот, она же у нас есть, люди, которые, вот, копали землю, чтобы построить целый район. Надо это использовать. Это и интересней, и полезней и приятней в конце концов. Поэтому это как бы обучающиеся, школьники, студенты, там, не важно, каких учреждений... Да не знаю. Да все. Все. Просто все. Потому что в библиотеку ходят ведь и жители города, и гости города, когда какие-то мероприятия происходят. И опять же мы как будто бы сейчас изобретаем велосипед. Потому что то, что мы сейчас думаем - на кого мы ориентируемся в библиотеке, а для кого это нужно - а раньше это очень активно даже продвигалось. Например, был у нас такой есть краевед, популяризатор местной архитектуры ###Юрий Анатольевич Барашков, он, правда, сейчас во Франции живет, вот, ему 80 лет. Недавно женился на француженке. Вот. Ну, такой вот он, неугомонный. Но приезжает в ###Архангельск при этом. Но в советские годы еще, там, в 80-е, когда он преподаванием занимался, он осуществлял, во-первых, экскурсии по городу проводил, и от местных, там, ВОПИКа, например, Всесоюзного общества по охране объектов культурного наследия, он проводил выездные такие встречи, на заводе, например. На ###Красную Кузницу приехал, там для него собрали рабочих, он рассказывал про то, а что же происходит у нас в архитектуре города. Можно ли это представить себе сейчас? Наверное, вряд ли. Хотя это очень даже активно все было и очень активно реализовывалось. Поэтому то же самое и здесь. Это очень яркий пример того, что раньше вот именно локальные истории, они очень активно довольно таки продвигались. Конечно, под соусом, там, партии и тому подобное, то есть, чтоб выгодно это все было политическому курсу, но тем не менее. Сейчас-то это не делается в принципе. Но хотя на это появляется запрос, потому что недаром, опять же, и ко мне, но и не только ко мне, обращаются преподаватели педколледжей, которые говорят: проведите нам экскурсию по городу. Потому что мы вот рассказываем студентам про основы архитектуры, про основы дизайна или еще чего-то, а про город ничего не знаем, хотя на примере города можно много о чем рассказать и много чего показать.

**И: И сразу столько задач перекрыть.**

[*01:18:18-01:19:49 Прервались на разговор, не относящийся к интервью*]

**И: И, наверное, последний вопрос, снова в контексте нашего проекта "Гений места". Как вам кажется, нужно ли сотруднику библиотеки, который вот этот проект на своем отдельном участке реализовывает, получить какие-то дополнительные навыки, знания, нужно ли ему каким-то дополнительным функционалом обладать. Если да, то каким? И, в целом, какие у него должны быть качества, чтобы у него это получилось?**

Р: Наверное, это навыки такие организационные, то есть, как куратор культурных событий, то есть, он уже становится не хранителем и смотрителем, он становится организатором, куда интегрирует, например, вот эти вот библиотечные фонды, или на базе которых он их создает, вот эти проекты. Поэтому у него, на мой взгляд, должны быть именно такие... Либо у него должны быть такие функции, либо должен быть человек такой с этими функциями, отдельный в библиотеке, который делает мероприятия. Который организует, который ищет, который, там, вот, коммуницирует с разными людьми. Становится полноценным куратором. Но не культурного, там, пространства какого-то, да. Имеется в виду, не выставочного, сугубо выставочного, да, а такого, специализированного. То есть, это такой куратор, получается, с библиотечным акцентом.

**И: Спасибо вам большое. Вы почти, наверное, два часа проговорили, но это было очень здорово и интересно.**

Р: Взаимно.