



О «гениях места», креативных индустриях и самореализации

ТВОРЧЕСТВО, ТАЛАНТ, ИНТЕЛЛЕКТ – ФОРМУЛА УСПЕХА

При создании сборника очерков и путевых заметок «Гений места» культовый автор Пётр Вайль вдохновлялся феноменом духа-покровителя того или иного места (латинское выражение *genius loci*) – будь то отдельное дерево или целый город. Берущий свои истоки в римской религии образ наносили на фрески святилищ то в виде человеческой фигуры, совершающей обряды, то в оболочке божества или змеи, ползущей к алтарю. Термин же прижился в кругу писателей, художников, архитекторов и представителей иных творческих профессий. «Гений места» для них – своеобразный проводник в загадочный мир едва осязаемых интеллектуальных и духовных связей человека со своим материальным окружением. Его, по философии *genius loci*, люди призваны сохранять, оберегать и поддерживать.

Уникальную форму концепция обрела осенью 2021 г. с запуском инициированного Министерством культуры РФ одноимённого проекта, цель которого – развитие креативных индустрий в регионах на базе модельных библиотек. Проектный центр расположился в РГБ. Сегодня на страницах журнала о новом направлении в работе коллег расскажет генеральный директор Российской государственной библиотеки Вадим Дуда.



Вадим Валерьевич, с чем связан интерес к креативным индустриям? Почему именно в их продвижении видится продолжение национального проекта, над реализацией которого сегодня трудятся многие учреждения отрасли?

Вадим ДУДА: Креативные индустрии – функциональные и смысловые направления, которые естественным образом всегда существовали в нашей культуре. Например, дизайн, архитектура, ремесла, искусство. В их основе – творчество, талант и интеллект: ценности, которые всегда были в центре внимания библиотек.

На рубеже XX и XXI вв. креативные индустрии сформировались в самостоятельное подразделение и отдельный сектор экономики, который предполагает разработку и реализацию товаров и услуг, основанных на креативном потенциале. С каждым годом эти направления становятся всё востребованнее и популярнее, а их вклад в экономику приобретает ещё большую значимость.

Библиотеки как учреждения культуры всегда работали с творческими направлениями и представляли возможности для саморазвития своим читателям в разных форматах. Есть такой опыт из у РГБ: за свою 160-летнюю историю она тоже не раз прибегала к мультисмысловым проектам, направленным на расширение кругозора читателей и воплощённым в самых неожиданных формах. Так, можно вспомнить сотрудничество с маркой одежды и аксессуаров Radical Chic, когда была создана коллекция платков, шапок, футболок и лонгсливов. В качестве изображений на них дизайнеры использовали архивные иллюстрации из фонда библиотеки, среди которых – рисунки XVII–XIX вв. Этьена Денисса, Иоганна Симона фон Кернера, Константина Фрейкера фон Эттингхаузена, а также Марии Сибиллы Мериан, нидерландской художницы, биолога, одна из самых значимых работ которой – «Метаморфозы насекомых Суринама» – также отражена в коллекции.

Креативное мышление сегодня – актуальный тренд, органично соединившийся с нашими ценностями, и теперь мыходим на новый уровень: библиотеки как культурные центры начинают оказывать помощь всем желающим в создании и запуске собственного полноценного продукта, который будет способствовать росту экономики населённого пункта и всего региона. В начале июля на Российской креативной неделе во время дискуссий мы не раз упоминали о том, что именно библиотеки могут стать своеобразной «точкой входа» в креативную экономику. А это весьма масштабная сеть – 40 тыс. общедоступных учреждений по всей стране.

В рамках проекта с философским названием «Гений места» библиотеки превращаются в точки концентрации талантов: эти ресурсные центры



▲ Главный библиотекарь Новосибирской модельной библиотеки имени М.Е. Салтыкова-Щедрина Ирина БУСАРГИНА и ведущий библиотекарь Михаил КОРОЛЁВ в студии «Радио России» делятся впечатлениями о проекте, посвящённом гейм-дизайну

объединяют творческое сообщество, аккумулируют вокруг себя идеи, предоставляют посетителям свои возможности и средства партнёров для создания новых проектов, основанных на локальной идентичности территории. Министерство культуры РФ организовало запуск такой сети с целью создания современной инфраструктуры для развития креативной экономики регионов, появления новых интеллектуальных продуктов и сохранения уникального культурного наследия России.

Каждая библиотека вправе выбрать одну или несколько креативных индустрий, которые она будет продвигать. Есть ли у вас какие-то сведения о том, какая из них наиболее популярна в библиотечной среде и с чем это может быть связано?

В.Д.: В проекте «Гений места» мы работаем с 14 направлениями креативных индустрий: дизайн, искусство, IT, музыка и саунд-дизайн, телевидение, мода, образование, маркетинг, разработка игр, издательское дело и журналистика, новые медиа, кино, компьютерная графика, архитектура и урбанистика.

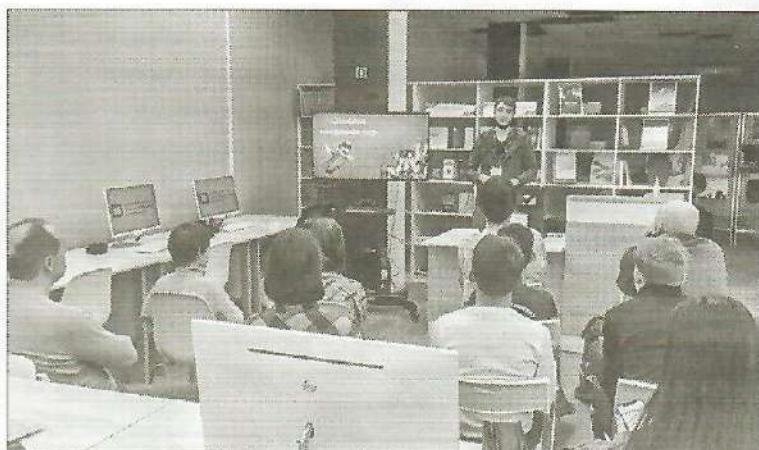
Пока самые популярные у коллег – это искусство, музыка, дизайн и образование. Они наиболее востребованы по объективным причинам: в этих сферах у учреждений культуры, как правило, уже есть наработанный опыт и соответствующие материалы в фондах. Пока большинство библиотек идут по знакомому пути, но есть и те, кто не боится экспериментировать и развивать другие креативные направления.

Например, в Новосибирской модельной библиотеке имени М.Е. Салтыкова-Щедрина проходят занятия по основам гейм-дизайна. Учащиеся приобретают навыки создания сложных компьютерных программ и 3D-анимации, развиваются

На базе Ленинки скоро начнёт функционировать полноценная «Электронная библиотека креативных индустрий» – уникальное цифровое пространство знаний.



▲ Организатор и автор курсов по основам создания видеоигр Михаил КОРОЛЁВ легко находит общий язык с аудиторией старшеклассников, ведь они увлечены общим делом



▲ На первое занятие пришли не только юные геймеры, но и их родители

креативное и пространственное мышление. Свои самые смелые идеи они могут воплощать в реальность на современном оборудовании, закупленном в процессе модернизации библиотеки. Путь создания собственного уникального игрового мира становится доступным каждому, и это удивительно увлекательный процесс!

Исходя из чего специалисты чаще всего делают свой выбор? Отдают предпочтение тому, что сами знают и умеют, отталкиваются от предпочтений пользователей или ориентируются на то, что модно? И какой, по вашему мнению, подход наиболее верный?

В. Д.: Чаще всего сотрудники опираются на фонд и опыт работы. Однако, с точки зрения специалистов проектного офиса, при выборе направлений стоит учитывать и другие факторы. Прежде всего, необходимо понимать, для кого работает библиотека, какие цели и задачи перед собой ставит. Нужно определить запрос аудитории, понять, что представляет для неё наибольший интерес и каким образом можно развивать эту сторону деятельности. Требуется проанализировать свой потенциал, оценить имеющиеся ресурсы.

Изначально предполагалось, что к проекту присоединятся библиотеки, преобразившиеся в рамках нацпроекта. Но интерес к «Гению места» проявили все, в том числе и региональные ЦБ, и муниципальные, не модернизированные. О последних хотелось бы поговорить подробнее. Как отметила директор Департамента модель-

ных библиотек Анастасия Юрьевна Дятловская на одном из семинаров, они могут участвовать, если имеют необходимое обеспечение. О каких ресурсах речь? Есть ли какой-то минимум того, что необходимо иметь для работы?

В. Д.: Чтобы начать развивать проект, библиотеке нужны помещение и минимальная техническая база (компьютеры, плазма, проектор, фотоаппарат и др.). Этот стратегический запас может видоизменяться в зависимости от поставленных целей, которые библиотека хочет реализовывать. Также важно уделить внимание фонду по креативным индустриям и провести анализ текущих ресурсов библиотеки, убедившись, что они в достаточной мере раскрывают выбранное направление.

Ну и конечно, одним из главных факторов остаётся команда, а особенно – куратор точки концентрации талантов. Именно он или она – основное действующее лицо в библиотеке в рамках реализации проекта «Гений места». Поэтому такой человек должен хорошо разбираться в теме креативных индустрий, чтобы передавать свои знания и опыт посетителям.

Как лидеру ему необходимо быстро, говоря языком молодёжи, прокачивать незнакомые скиллы и запоминать многое поступающей из разных каналов информации, поскольку сфера креативных индустрий довольно динамична. В ней постоянно возникают новые направления деятельности и форматы работы. Куратор должен быть мотивирован сам, чтобы поддерживать активное общение со своей аудиторией, консультировать её, помогать на протяжении всего пути погружения в креативные индустрии. Важно содействовать посетителям, используя имеющиеся ресурсы библиотеки и привлекая новые.

Необходимо также актуализировать список партнёров библиотеки, проанализировать их возможности и подумать, кто может быть полезен проекту, как и в чём.

Очень часто в авангарде перемен и новых тенденций находятся модельные библиотеки, обновлённые в рамках национального проекта «Культура». Сейчас для читателей их открыто более 630, а к концу года будет 850 по всей стране.

В настоящее время проходят первые мероприятия по намеченным программам. Может быть, вы дадите совет, на какие формы работы стоит обратить внимание, и проиллюстрируете примерами ярких событий, которые уже состоялись в библиотеках?

В. Д.: Оценивать происходящее в рамках проекта «Гений места» необходимо с точки зрения их пользы для аудитории. Наши коллеги постоянно ищут и пробуют новые формы работы. Например, организуют школы блогинга, записывают подкасты, проводят мастер-классы по 3D-моделированию и гейм-дизайну. В библиотеках проходят встречи с деятелями искусства, культуры, медиа – там они рассказывают об особенностях своей профессии. Мы видим, что креативные индустрии получается раскрывать через теорию и практику, а их синтез – залог непременного успеха.

Например, в Модельной городской детской библиотеке г. Междуреченска Кемеровской области прошло мероприятие по ораторскому искусству с очень аппетитным названием «Полезный ланч: лайфхаки публичного выступления». Диджей местной радиостанции Юлия Фиткевич поделилась со слушателями секретами мастерства, рассказала о личном опыте и обратила внимание на проблемы, с которыми может столкнуться любой спикер. Всем творческим людям, которые только начинают свой путь в креативных индустриях, ещё не раз предстоит презентовать проекты на публике, защищать их, поэтому такие практические занятия очень востребованы среди гениев места.

Важное условие проекта – поиск наставников, которые будут обучать пользователей. Где, на ваш взгляд, искать выходы на спикеров? И как наладить с ними взаимодействие?

В. Д.: Не бойтесь знакомиться с новыми людьми на профессиональных мероприятиях или встречах – в нашей сфере стесняться не стоит, вы обязательно приобретёте полезные контакты. При работе с партнёром, будь то конкретный спикер или организация, важно не ставить себя в позицию «просящего», а находиться с ним на одном уровне. Хорошо бы заранее изучить его интересы и запросы, а взамен услуги, которую предполагается от него получить, предложить, например, продвижение его проектов среди аудитории библиотеки. Это будет уже взаимовыгодное сотрудничество.

В завершение увлекательной беседы – фотография на память ►



▲ Диджей «Квант-радио» Юлия ФИТКЕВИЧ на одном из «Полезных ланчей» в Модельной городской детской библиотеке г. Междуреченска Кемеровской области поделилась секретами подготовки к публичному выступлению

Можете дать какие-то рекомендации библиотекам, которые пока ещё не включены в проект «Гений места»?

В. Д.: Тем, кто не прошёл модернизацию, но вступил в проект или планирует начать работу в нём, рекомендую ознакомиться с методическими материалами и ещё более внимательно отнести к анализу своих ресурсов и потребностей аудитории.

В документах на сайте проекта «Библиотека нового поколения» (новаябиблиотека.рф) в разделе «Гений места» (доступен по QR-коду) можно найти типовую концепцию развития проекта на базе библиотеки. Все учреждения культуры, которые в настоящий момент заняты его реализацией, на основе этих рекомендаций подготовили собственные концепции и основываются на них. Тем же, кто находится в начале пути, рекомендую ознакомиться с документом уже сейчас и начать прорабатывать свою стратегию как можно раньше. Это позволит наиболее эффективно подойти к развитию креативных индустрий в библиотеке в каждом отдельном регионе.





▲
«Голос»
радиостанции
«Моя Удмуртия»
Алена БАЛТАЧЕВА
принимает юных
гостей

Стоит определить свои сильные и слабые стороны и выстраивать реализацию проекта с учётом этих особенностей. Скажем, если у библиотеки нет технических ресурсов, то, возможно, стоит повременить с IT-направлением и сосредоточиться на других. Другой вариант – сделать упор на сотрудничество с опытными организациями, что позволит усилить свои позиции. К примеру, если не получается устроить интерактивное занятие по саунд-дизайну собственными силами, ввиду отсутствия необходимого технического обеспечения или грамотных специалистов в данной сфере, можно найти партнёра, который проведёт такую встречу для вашей аудитории у себя на площадке со своим оборудованием.

Хорошим примером здесь является опыт модельной Библиотеки-филиала имени И.А. Наговицына в Ижевске (Удмуртская Республика), где был организован детский медиалагерь в партнёрстве с местной телерадиокомпанией. У юных пользователей появилась возможность собрать творческое портфолио, пройти стажировку в телерадиокомпании и освоить самые современные медиакомпетенции.

Ребяташки из модельной Библиотеки-филиала имени И.А. Наговицына в Ижевске освоились очень быстро и уже готовы выходить в эфир



Умение осуществлять фотосъёмку и позировать для неё – важная задача каждого, кто хочет преуспеть в сфере мультимедийных технологий ►

Сейчас в рамках национального проекта «Культура» особое внимание уделяется детским модельным библиотекам. Так, например, в проектные офисы войдут представители региональных библиотек, обслуживающих юную аудиторию, чего в профессиональном сообществе очень ждали, поскольку деятельность ДБ имеет свою специфику. Полагаем, и практики развития креативных индустрий будут несколько иными?

В.Д.: Да, несомненно. Детские библиотеки (сейчас у нас их 41, в том числе три юношеские и четыре детско-юношеские) занимают особую нишу в проекте, и мы с коллегами уверены, что за ними большое будущее! Работать с подрастающим поколением очень интересно, ведь, если говорить о креативе, то дети – его постоянный источник. Их идеи поражают одновременно своей наивной эмоциональностью и взрослой серьёзностью. Важно и то, что у кураторов проекта в данном случае есть возможность развивать в своих посетителях творческую составляющую с самых малых лет. В этом процессе детские библиотеки выполняют сразу несколько функций. Во-первых, информационную: знакомят подрастающее поколение с теоретическими и практическими аспектами креативных индустрий, показывают, как выглядят проекты и продукты в этих



◀ Дарье ЛАЗАРЕВОЙ озвучить заготовленный текст не составит труда, ведь она финалистка чемпионата по чтению вслух среди школьников





▲ На первой встрече в рамках проекта «SmallГид» его куратор, ведущий библиотекарь Библиотеки Н. Островского ЦБС г. Таганрога Елена МАРКОВИЧ рассказала, что такое точка концентрации талантов «Гений места» и чем интересна профессия экскурсовода



▲ Ведущий библиограф отдела «Центр краеведческой информации» ЦГДБ имени А.П. Чехова Полина ФОМИЧЁВА, организатор тематических уроков и других мероприятий, поведала об истории уникальных предметов, которые были представлены на выставке «Старинный Таганрог». Особенно поразили всех присутствующих макароны, которые до сих пор выпускают под брендом «Taganrog» в Италии

сферах. Во-вторых, образовательную: посвящают детей в мир креативных индустрий через интерактивные мероприятия. В-третьих, профориентационную: рассказывают ребятам, какие профессии в креативных индустриях бывают, как их получить, приглашают к сотрудничеству преподавателей и экспертов-практиков.

Например, в Детской библиотеке имени Н. Островского в Таганроге в рамках проекта ставшего названием «SmallГид», то есть «маленький гид», регулярно проходят мероприятия, благодаря которым юные посетители узнают, почему профессия экскурсовода так важна, особенно для их родного города и всей Ростовской области. Ребят увлекают интересными лекциями и неожиданными фактами об исторических достопримечательностях Таганрога, в результате у некоторых уже появилось желание попробовать себя в этой профессии.

Все по-разному рассказывают о своём участии в проекте: одни создают отдельные группы «ВКонтакте», другие сообщают о «Гении места» на каждом мероприятии. Какие способы привлечения внимания, по вашему мнению, наиболее эффективны?

В. Д.: Самый продуктивный механизм – тот, который будет работать для выбранной аудитории. То есть для каждой группы пользователей действенен свой метод. Так, для молодых людей можно использовать социальные сети и рассылки, в том числе в партнёрстве с профильными онлайн-сообществами. Например, если библиотека готовит мероприятие, посвящён-

ное кино, можно не только разместить информацию о нём на страницах собственных ресурсов, но и обратиться за помощью к партнёрам или сообществам в соцсетях, где обычно обитает аудитория, интересующаяся кино, опубликовать анонс мероприятия или даже провести какой-нибудь цифровой интерактив вроде опроса. Это в хорошем смысле «задевает» пользователя. Важно сообщать информацию на языке, понятном тому или иному сегменту пользователей. Со временем это внимание к информационным каналам продвижения вашего проекта обязательно вырастет в очень продуктивную коммуникацию.

Не так давно завершился конкурс «Гений – это ты!», в соответствии с условиями которого победители пройдут обучение по одному из четырёх направлений креативных индустрий. Планируются ли ещё подобные состязания или какие-либо масштабные события для посетителей библиотек, где открыты точки концентрации талантов?

В. Д.: Конечно, подобные мероприятия ещё будут проходить, тем более что опыт проведения первого конкурса в рамках «Гения места» оказался успешным. Основная цель этого креативного, скажем так, соревнования – дать навыки и знания для развития в области креативных индустрий как самим библиотекам, так и их читателям. А это непрерывный процесс! Мы будем постоянно предлагать новые варианты и опции для приобретения опыта в сфере креативных индустрий на базе библиотек.