

УДК 019.922:[7+821]

Наталья Викторовна Лопатина

*Московский государственный институт культуры, заведующая кафедрой, профессор,
доктор педагогических наук, Россия, Москва, e-mail: lis.mgik@yandex.ru*

Рекомендательная библиография в стиле «хюгге»

Аннотация. Статья посвящена интеграции рекомендательной библиографии в информационные и культурные практики цифрового мира, в частности — в читательские практики в рамках философии «хюгге». Представлены методологические традиции рекомендательной библиографии («аксиомы») и методики информационного анализа художественного произведения для непрофессионального потребителя («10 практических советов»). Определены технологические и лингвистические задачи построения цифровых ресурсов рекомендательной библиографии (специальных модулей электронных библиотек).

Ключевые слова: рекомендательная библиография; чтение; информация; художественная литература; информационное потребление; цифровой мир; культурные практики постмодерна; хюгге; поиск информации; выбор информации; методика; информационный анализ художественного произведения; электронная библиотека.

Natalia Viktorovna Lopatina

*Moscow State Institute of Culture, head of department, professor, doctor of pedagogical sciences,
Russia, Moscow, e-mail: lis.mgik@yandex.ru*

Recommendation bibliography in 'the hugge' style

Abstract. The article is devoted to the integration of the recommendation bibliography of the art space into the information and cultural practices of the digital world. The author considers the recommendatory bibliography's possibilities for the implementation of the postmodern era's cultural ideas and the particular-reading practices within the framework of the philosophy of hugge. The paper presents methodological traditions of recommendation bibliography ('axioms') and methods of the artworks' information analysis for non-professional consumers ('10 practical tips'). The technological and linguistic tasks for building of the digital resources of reference bibliography (special modules of electronic libraries) are defined.

Keywords: recommendation bibliography; reading; information; fiction; information consumption; digital world; cultural practices of postmodern; hugge; search for information; selection of information; methodology; information analysis of a work of art; electronic library.

Эта статья — о рекомендательной библиографии художественного пространства (художественной литературы, кинематографа — в первую очередь).

Освоение художественного пространства человеком, не связанным профессиональными узами со сферой



Н. В. Лопатина

художественной культуры, обращаясь к литературе, искусству в часы досуга, является важнейшим средством социализации человека, обеспечивает ему возможность свободного, полноценного диалога с внешним информационным пространством, с социумом. Восприятие художественной информа-

ции — канал общения с самим собой:

© Лопатина Н.В., 2020

рефлексии, самопознания и саморазвития, подбора типовых моделей поведения, набор которых транслирует художественная информация, компенсации невозможности каких-то переживаний, пребывания в пространстве и ситуациях, в которых (к счастью или к сожалению) мы никогда не сможем оказаться в реальности.

Сегодняшние работы в области общей теории чтения акцентируют внимание на оппозициях «читающий — не читающий человек» и «чтение бумажной книги — чтение в Интернете». Социокультурная динамика определяет новые повседневные практики, ментальные модели, типовые модели поведения, и потребность в чтении, читательские практики требуют осмысления в русле этих явлений. Современный мир заставляет нас посмотреть на художественное пространство сквозь призму идей, концепций, моделей жизненной философии, которые в эпоху гуманитарных приоритетов мироустройства вышли на «верхние позиции рейтинга» моделей жизненной философии.

Очень сложно вписать в официальный и научный библиотечно-библиографический дискурс разновидность информационной потребности, которую мы назвали «модным» словом «хюгге». В российские языковые практики данное понятие пришло из популярной книги Майка Викинга «Маленькая книга Нугге. Секрет датского счастья» [1] и, несмотря на включение его в большинство словарей современных языков, не является научным термином.

С помощью ёмкого понятия «хюгге» обозначают жизненную философию, философию «скандинавских повседневных практик», в основе которой — создание атмосферы покоя, тепла, дружелюбия, удовлетворения. Система ценностей хюгге на ключевые позиции выводит понимание значимости для современного человека простых радостей повседневной жизни. Это — понимание

того, что для социального и психологического равновесия важность имеет не столько встроенность в активные социальные процессы, но и ощущения безопасности, благополучия и удовлетворенности, которые идут от самого элементарного, создаваемого простыми действиями и вещами комфорта, уюта, дружелюбной атмосферы.

Чтение в повседневных культурных практиках, с его особыми эстетическими механизмами, особым воздействием на внутренний мир, уникальностью удовольствия, получаемого от хорошей книги, — несомненно, часть философии хюгге.

Экстраполируя тенденции интеграции в библиотечный мир новых габитусов и типовых моделей поведения, можно предположить активное приложение данной философии к организации библиотечного пространства. Это, безусловно, имеет право на существование, особенно в рамках формата «библиотека как третье место».

Давайте посмотрим на эту философию глазами представителей московской школы рекомендательной библиографии и пропустим её через многогранное понимание чтения как уникального и очень интимного процесса [2].

Создаваемый антураж тепла и покоя, шуршание страниц, запах бумаги, удобство библиотечного кресла и «лазка плюшевого пледа» — являются ли они главными условиями получения удовольствия от книги или фильма, достижения умиротворения, творческой сопричастности и катарсиса, ради которого и существует искусство? Хотим мы этого или нет, но удовольствие от простой и одновременно сложной радости свободного потребления художественной информации помогает точному попаданию содержания художественного произведения, его языка «в нерв», в наше ожидание, настроение.

Вопрос только в том, как найти это произведение в огромном море информации? Найти не библиотеку, в которой есть конкретная книга, и не ресурс, предоставляющий доступ к фильму, а в принципе — художественное произведение, название и автор которого неизвестны.

Можем ли мы с помощью современных поисковых инструментов Интернета или электронных библиотек найти книгу, создающую неуловимое ощущение счастья, которое невозможно передать словами и которое создаёт основу для нашей социальной активности и успешности, для благоприятного климата в семье, для радости наших детей? Увы, на третьем-четвёртом сформулированном нами запросе сам поиск вызовет раздражение и отрицательные эмоции, связанные с непопаданием в поисковый образ, с необходимостью излишних итераций в столкновении с законом экономии информационных усилий (потребитель не будет обращаться к поисковому инструменту, если само обращение создаёт больше трудностей, чем отсутствие искомой информации [3]). И где же в этом случае то тепло, покой, приятное мирозерцание, к которому мы стремились?

Рекомендательная библиография в стиле «хюгге» — тот элемент инфраструктуры чтения, который востребован каждым в субботний вечер, когда вся семья ищет фильм для совместного просмотра. Или в холодную погоду, когда прогулке мы предпочитаем чтение книги с чашкой горячего шоколада. Или во время отпуска, сидя в дачном саду в плетённом кресле и наслаждаясь тёплым ветерком, выбираем эпоху, в которую хочется перенестись. Или в тот момент, когда надо отвлечься от дурных мыслей и уныния, когда нужен «куриный бульон для души» [4]. Или в тот момент, когда лучшим видом социальной активности представляется роль

«либрокубикулариста» (любителя чтения лежа, в «состоянии покоя»).

Какие бы серьёзные книги мы ни читали, как бы ни ценили отечественную и мировую классику и ни были благодарны её вкладу в наше интеллектуальное развитие, художественная информация для удовольствия, для эмоциональной разрядки, для эстетического наслаждения и приятного времяпрепровождения — неотъемлемая составляющая наших повседневных культурных практик и условие гомеостатического развития личности в любую эпоху.

Эффективные инструменты рекомендательной библиографии в стиле «хюгге» на микроуровне должны раскрыть для нас существование художественных произведений, которые способны поддержать необходимое нам эмоциональное состояние (переживания человеком своего отношения к окружающей действительности и к самому себе в определённый момент времени), ввести в нужное эмоциональное состояние, вывести из нежелательного эмоционального состояния (принять несовершенства как часть жизни); получить удовольствие от чтения книги или просмотра фильма как от значимого повседневного переживания; особого вида активности и творческой деятельности; возможность отдыха; чувство сопричастности.

Посмотрим на эти задачи микроуровня с высоты задач социального управления: рекомендательная библиография — это социально-информационная технология [5], в основе которой — информационное (посредством специально созданной и организованной информации) воздействие на отдельную личность, социальные группы, общество в целом с целью получения социального результата. Рекомендательная библиография, во-первых, обладает потенциалом преобразующего воздействия, включающего художественное,

эмоциональное, эстетическое, духовное, интеллектуальное развитие личности; во-вторых, способна изменить социальное поведение (коррекция, адаптация, выбор одной из типовых моделей и т. д.). Безусловно, это свойство рекомендательной библиографии амбивалентно и, к сожалению, может целенаправленно использоваться в качестве «чёрной» технологии.

Как добиться создания нужного для отдыха и последующей активности состояния души, ощущения благополучия с помощью книги или фильма? Для этого необходимо научиться «соединять» потребителя с книгой или фильмом, которые нужны именно ему.

Методологические традиции рекомендательной библиографии

В основе методологической традиции рекомендательной библиографии, как и любого другого направления информационной деятельности (информационной инфраструктуры), — дуализм, неразрывность двух начал, двух предметов деятельности: потребителя (читателя) и информации (документа, книги). Эта методологическая традиция идёт не от философии восприятия мира, а от сущностных оснований данного вида деятельности [6; 7]. И она будет сохраняться, несмотря на то, что библиотечные практики и система управления библиотечной отраслью отдают предпочтение парадигмам со свойствами монизма, сводящим всё к единому началу (подход, ориентированный на клиента, «библиотека как третье место» и т. д.), эффективность подобного решения пока не очевидна.

Методологическая традиция рекомендательной библиографии базируется на пяти аксиомах, которые остаются неизменными и в цифровой среде.

Аксиома 1. Рекомендательная библиография — вид информационно-аналитической деятельности, ключевым

инструментом которой является библиографический метод [7], основанный на отборе и свёртывании [7; 8] (моделировании, отражении) суверенных информационных объектов [7] в соответствии с целевым и потребительским назначением конкретных проектов и кейсов.

Аксиома 2. В рекомендательной библиографии потребитель — субъект, имеющий **непрофессиональную** информационную потребность, т. е. информационную потребность, не связанную с его профессиональной деятельностью. Непрофессиональные информационные потребности разнообразны, они стимулируются самообразованием, политическими процессами, экономическим поведением, повседневными бытовыми и досуговыми практиками, эстетическим наслаждением, эмоциональными явлениями, воспитанием детей, поддержанием здоровья и другими личностными и социальными практиками, не связанными с трудовой деятельностью. Рекомендательные сервисы, позволяющие ориентироваться в мире информации, имеют единый метод, но различную отраслевую принадлежность контента.

Аксиома 3. Непрофессиональная информационная потребность удовлетворяется посредством восприятия информационного сообщения или произведения. Называя его чтением, мы имеем в виду восприятие сообщений в различных знаковых системах (видео, аудио и т. д.). При этом чтение реализует не только функцию трансляции и получения знания, но и функции социализации и инкультурации личности, регулятивную, интегративную, рекреационную, компенсаторную и др.

Аксиома 4. Все потребители (читатели), имеющие непрофессиональные информационные потребности единой природы и отраслевого содержания, отличаются друг от друга. Среди них есть

любители, знающие не меньше профессионала, есть те, кто сознательно и системно осваивает массив знаний, а также те, кто интересуется отдельными вопросами, и те, чьи потребности ситуативны и носят импульсный характер. Это люди всех возрастов, различного уровня образования, информационной культуры, психологических характеристик. Они попадают в различные жизненные и эмоциональные ситуации, обладают различным временным и финансовым ресурсом. Рекомендательная библиография всегда реализует дифференцированный подход к потребителю [9; 10; 11].

Аксиома 5. По мнению С. А. Трубникова, «для того, чтобы правильно представлять рекомендательную библиографию как основу и метод руководства чтением, нужно... исходить из широкого ее понимания, охватывающего все формы и методы рекомендательного библиографирования литературы, а не из одного только составления печатных рекомендательно-библиографических пособий» [12, с. 37]. Рекомендательная библиографическая информация имеется в любой заметке, в СМИ и индивидуальных интернет-ресурсах (блогах, профилях социальных сетей), в других текстах, фильмах, учебниках и частных беседах — это доказано давно [7; 12; 13; 14].

Рекомендательная библиографическая информация — это не только библиографическое описание, сделанное в соответствии с последним ГОСТом, но и упоминания любых метаинформационных элементов, позволяющих идентифицировать художественное произведение, аллюзии и реминисценции, даже если СИБИБД пока говорит обратное. Необходимо избегать стереотипов, следить за библиографоведческими теориями, которые расширяют наши представления о структуре и возможностях развития информационного мира.

Технологические и лингвистические задачи

Важно помнить об особенностях информационного поведения читателя в процессе свободного выбора художественных ценностей и специфики собственно художественных явлений. Именно они определяют своеобразие процессов информационного анализа, таких как формирование тезаурусов и классификационных схем, экстрагирование фрагментов, приёмы реферирования и т. д., что даже сегодня, во времена прикладной реализации идеологии искусственного интеллекта, остаётся трудной задачей. Современные платформы для создания электронных библиотек создавались с прицелом на читателя с чётко сформулированным запросом. Но когда речь идёт об информационном пространстве «хьюге», потребитель ориентируется не на фильм, книгу или автора, а на образ, настроение, ощущение, ситуацию, перевести которые на искусственный поисковый язык практически невозможно.

Рекомендательно-библиографические сервисы для электронных библиотек, имеющих коллекции художественной литературы и кинематографии, должны моделировать информационное поведение потребителя. Построение средства ориентации и поиска в художественном пространстве требует максимального соответствия естественным интеллектуальным процессам поиска человека, линейному и нелнейному, ассоциативному мышлению, механизмам трансфера эмоций и настроений в образ ожидания, в знаковую систему. В данном случае необходима возможность свободной и ассоциативной навигации в литературном пространстве, изучения сочетания целостных дискретных и системных моделей художественных произведений, условий для перцепций уровня текста и эмоционального контекста произведения.

Архитектура информационно-поисковых систем и сервисов должна быть ориентирована на опережение стадии формирования запроса, на облегчённое осуществление основных поисковых процессов, на реализацию возможности самообучения, которая не стоит как ключевая задача рекомендательной библиографии в стиле «хюге», но должна приниматься в расчёт. Сложность заключается в том, что моделирование информационного поведения потребителя включает моделирование не только отдельных процедур и операций, но и психологических оснований (волевые решения, самоуправление и самоорганизацию, эмоциональное состояние и т. д.), таких элементов информационного поведения, как адаптивность и экономия усилий.

Перед потребителем художественной информации встают проблемы вербального и формализованного представления потребностей: формулирование запроса предполагает множество усилий при переводе информации из эмоционально-образной системы в логикопонятийную. Образ художественного произведения формируется не в результате чёткого осознания действительно значимых параметров. Лингвистическое обеспечение поисковых систем и сервисов отражает лишь удобно транслируемые параметры (национально- и историко-литературную, жанровую принадлежность и т. д.), которые не способны максимально глубоко передать те уникальные характеристики произведения, ради которых к нему и обращаются в минуты отдыха.

Подбирая речевые формулировки, потребитель опирается на собственные знания, предыдущий читательский опыт и использует, во-первых, формулировки из литературоведения и искусствоведения, критики, истории культуры, с которыми он знакомится в процессах общего образования, неформального образования и самообразования; во-вто-

рых, широко употребляемые в межличностной коммуникации, в средствах массовой информации актуальные обозначения художественных явлений; в-третьих, собственные обозначения, творчески подобранные или заимствованные («роман в длинных платьях», «тёплая, душевная книга»). Несмотря на то что Smart Search позволяет «собрать» массив «оригинальных» запросов, необходимо помнить об уникальности и индивидуальном характере формулировок, создаваемых в процессе непрофессионального потребления художественной информации, что снижает эффективность их воспроизведения и повторения.

Сталкиваясь с литературоведческими формулировками, используемыми в формализованных лингвистических инструментах, потребитель в большинстве случаев не понимает их смысла, не идентифицирует со своей потребностью, интуитивно ищет способы, облегчающие прохождение поискового этапа. В данном случае необходимо идти навстречу потребителю, предлагая иные способы его контактирования с информационной системой, избегающие резкого несоответствия между её языком и языком пользователя. В данном случае наиболее целесообразна организация выбора параметров из готового меню, построенного на основе фолксномии («народной классификации» — нерегулируемой, самообразуемой в ходе накопления информационными системами истории пользовательских формулировок поисковых запросов и произвольных, неструктурируемых метаданных, получаемых от потребителя в ходе интерактивного взаимодействия, например тегов).

Идеология «витрины» («готового меню») позволяет пользователю, во-первых, реализовывать навигацию по массиву художественной информации; во-вторых, осуществлять полноценный самостоятельный выбор произведения,

не делегируя эту значимую функцию даже искусственному интеллекту.

Методика рекомендательно-библиографического моделирования художественного произведения

Информационный анализ как основа формирования рекомендательно-библиографического контента — это комплекс процедур выявления, отбора, системной организации художественной информации, создания библиографического описания изданий произведений, их рекомендательной характеристики, индексирования, фрагментирования художественных текстов, построения системы связей различного содержания между отдельными литературными явлениями.

Что же именно мы моделируем: текст, документ, особый смысл, авторский замысел, информационный массив или контекст? Подробно эти вопросы освещены в работах [7; 12; 14; 15; 16].

Мы рассматриваем модель отдельного произведения, которая, сохраняя и отражая разнообразие и уникальность конкретного явления, делает его обозримым, соразмерным человеческому сознанию, мышлению, языку и обеспечивает лёгкое, свободное восхождение к его оригиналу.

Принципиальное значение имеет информационный анализ художественного произведения в соответствии со спецификой поиска и выбора художественной информации для практик «хьюге». Модель художественного произведения не просто уменьшает, сжимает его, но и представляет те аспекты содержания, которые выражают формулу его отличия от других явлений и помогают выделить его в соответствии с параметрами поисковой деятельности читателя.

Предлагаем **10 практических советов** по созданию рекомендательно-библиографической модели художественного произведения в стиле «хьюге»:

1. Для понимания того, какой должна быть рекомендательная характеристика, предлагаем встать на позиции потребителя и моделировать его интеллектуальные составляющие процесса поиска и выбора. Рекомендательная характеристика должна представлять сведения о смысловых компонентах наряду с анализом уровня текста, автора, контекста.

2. Эти сведения «добываются» посредством традиционных информационно-аналитических процедур работы с художественными произведениями: аннотирования, фрагментирования (экстрагирования), индексирования, сравнения, выделения сходства и отличия с конкретными художественными произведениями, путём построения или реконструкции ассоциативной цепочки, контекстных и эмоционально-образных связей.

3. Смысл художественного произведения пронизывает весь текст, не концентрируясь в отдельном фрагменте, в связи с этим его сложнее выявить, транслировать, чем смысл научного или новостного текста: необходимо понимание всего текста, а не отдельного фрагмента, содержащего вывод (у издательской аннотации, в частности, иная цель).

4. Невозможно определить идеальную степень точности и полноты модели. Чем полнее описание художественного произведения, тем менее точным становится ваш язык. Избежать этого можно только с помощью детальной многоаспектной характеристики — моделирования его отдельных элементов.

5. Информационный анализ смысла художественного произведения — моделирование тех параметров, которые составляют «потребительский» поисковый образ произведения:

во-первых, отражение «каркаса сюжета» — блока элементов, характеризующих определённый фрагмент действительности, выбранный автором для реализации своей коммуникатив-

ной программы: время и место действия, социальная среда, художественное время и пространство (целая эпоха или один день, весь мир или одна комната), представление персонажей (тип героя) и т. д.;

во-вторых, характеристика действия («динамичное», «размышления» и т. п.);

в-третьих, содержание транслируемых эмоций (смех, страх и т. д.), которые соотносятся с ключевыми словами, заложенными в информационную систему;

в-четвёртых, характеристика психологической коллизии и социальных отношений, вокруг которых развивается сюжет (модели «семейный конфликт», «взаимоотношения отцов и детей», «поведение человека в экстремальных ситуациях», «война» и т. п.).

6. Не следует раскрывать преждевременно, «чем всё закончится». Сюжет — лишь один параметр выбора художественного произведения. Потребитель ожидает эстетического наслаждения, возможности задуматься о значимых вещах, достичь нужного эмоционального состояния или забыть о сложности бытия. Для рекомендательной библиографии в стиле «хюге» принципиальную важность имеет доказанный С. А. Трубниковым критерий эффективности рекомендательной характеристики: одновременное отражение трёх аспектов художественного произведения: содержания, формы, своеобразия его эстетического восприятия.

7. Потребитель должен иметь информацию о композиционном типе произведения, ибо он во многом определяет тип восприятия, понимание текста, а если говорить о библиографии в стиле «хюге», то и выбор произведения. Результаты информационного анализа должны быть понятными для потребителя, достаточными для выбора, но в то же время не должны лишать его желания обращаться к самому произведению. Например, потребителю можно дать информацию о развязке

не пересказывая сюжет, а с помощью эмоции («счастливый конец») или обозначения типовой модели художественного произведения («история Золушки»).

8. Для выбора художественного произведения потребителю надо попробовать его «на вкус». Экстрагируя фрагменты авторских текстов, мы даём подтверждение своим характеристикам отдельных параметров (динамики сюжета, времени и места действия, транслируемых эмоций), представляем уловимые лишь на уровне образа и ощущения, трудно формализуемые смысловые компоненты, которые нелегко представить в вербальном виде. Рекомендательная библиография в стиле «хюге» предлагает возможность выбора авторского стиля, лексических единиц, образов, изобразительных средств, эстетических решений, соответствующих особенной информационной потребности, индивидуальному тезаурусу и эмоциональному состоянию.

9. Ожидания художественного произведения базируются и на предыдущем опыте потребителя, на выборе им «модельного» («эталонного») произведения как поискового образа, а запросы вроде «Хочу книгу, похожую на N» составляют более трети от общего их числа. Систематизация и построение рядов по максимальному набору и сочетанию поисковых параметров, прогнозирования возможных ассоциативных цепочек, параллелей, аналогий между отдельными произведениями — задача особой важности.

10. Типичные ошибки библиографа: краткость, бедность, однообразие, схематичность аннотаций художественных произведений [12]. Достижение уровня души потребителя требует двух важнейших условий — творческого подхода и «величины души» библиографа.

Жизнь современного человека в условиях разнообразия информационной феноменологии усложнена дефицитом информационных практик,

разобраться в которых становится всё сложнее. Они составляют основу повседневности, выступая базой различных видов социальной активности индивида. Рассуждая об информационной культуре как механизме гомеостазиса в новых информационно-коммуникативных форматах, трудно было представить масштаб тех явлений информационного потребления, с которым пришлось столкнуться сегодня.

Мы стали больше общаться, оперативно решать многие вопросы работы и быта, получили удобный доступ ко многим информационным ресурсам. В то же время чрезмерно высокий темп жизни, прозрачность наших будней и частной жизни, новые габитусы, диктуемые социальными сетями и мессенджерами, привносят новое мировосприятие, ценностные изменения, чрезмерную экстраверсию в ущерб простым жизненным радостям, душевному комфорту.

Амбивалентность информационных режимов, свойственных цифровому миру, формирует неизбежные риски для гуманитарного развития социума. Строительство принципиально новой информационной инфраструктуры непрофессиональной деятельности современного человека ориентировано на «цифровое кураторство», на формирование информационной грамотности и смежных «цифровых» компетенций, круг которых крайне ограничен и не связан с ценностными ориентирами, с гармонией информационной повседневности, с многогранностью деятельности, не связанной с профессией. Научить искать информацию, формировать на-

выки её потребления для личностного роста, призывать вносить библиотеку и чтение в «расписание» современного человека — не так уж мало. Но недостаточно для того, кто хочет чувствовать себя счастливым, защищённым, уверенным в себе, умеющим жить в сегодняшнем мире.

Гармоничные и сбалансированные отношения с информационной средой требуют понимания роли художественной информации как источника наслаждения. Официальные программы поддержки чтения вытесняют ментальную традицию, которую лучше всего сформулировала Агата Кристи: «Чтение считалось слишком большим удовольствием, чтобы стать добродетелью» [17]. Получать удовольствие от чтения умели наши родители и умеем мы, и сегодня этому надо учить детей и молодых людей.

Рекомендательная библиография в стиле «хьюге» — это социально-информационная технология, решающая актуальные задачи общественного регулирования, создавая психологический комфорт, позитивное настроение и мировосприятие посредством художественной информации. В современном мире рекомендательная библиография художественного пространства — необходимый элемент цифровой информационной инфраструктуры, и хочется надеяться, что эта идея найдёт отклик и у официальных структур, и у инициативных акторов современных информационных и культурных практик. А мы, со своей стороны, готовы поделиться с ними богатым арсеналом рекомендательной библиографии.

Библиографический список

1. Викинг Майк. Маленькая книга Нугге. Секрет датского счастья. М.: КоЛибри, 2016. 288 с.
2. Мелентьева Ю.П. Общая теория чтения. М., 2015. 230 с.
3. Mooers C.N. Mooers' law, or why some retrieval systems are used and other are not // Amer. Doc. 1960. Vol. 11, № 3.
4. Кэнфилд Дж., Хансен М.В., Ньюмарк Э. Кури-
5. Сляднева Н.А. Социально-информационные технологии в современном куль-

турогенезе // Культура: теория и практика : электронный науч. журн. 2015. № 3. Режим доступа: <http://theoryofculture.ru/issues/48/767/>.

6. Коршунов О.П. Библиографоведение: общий курс. М., 1990. 232 с.

7. Сляднева Н.А. Библиография в системе Универсума человеческой деятельности: опыт системно-деятельностного анализа : монография. М. : Изд-во МГИК, 1993. 226 с.

8. Зубов Ю.С. Библиография как система свернутого знания // Теоретико-методологические проблемы современного библиографоведения: межвузов. сб. науч. тр. М., 1981. С. 23–40.

9. Трубников С.А. Типология читателей художественной литературы: лекция

для студентов библиотечного факультета. М., 1978. 58 с.

10. Тугов Ю.М., Куликова А.П. Психолого-педагогические основы классификации читателей // Совет. библиотечное дело. 1980. № 4. С. 51–64.

11. Лопатина Н.В., Чазова С.А. Художественное развитие личности в информационном обществе: реабилитация библиографического знания // Вестн. Моск. гос. ун-та культуры и искусств. 2014. № 3 (59). С. 144–149.

12. Трубников С.А. Литературная библиография как средство эстетического развития читателя : пособие по спецкурсу для студентов библиотечного факультета. М., 1970. 238 с.

13. Вохрышева М.Г. Основные аспекты изучения системы средств библиографической

пропаганды художественной литературы : дис. ... канд. пед. наук : 05.25.03. М., 1973. 240 с.

14. Лопатина Н.В. Создание компьютерного аналога рекомендательного библиографического пособия по художественной литературе (вопросы теории и методологии): автореф. дис. ... канд. пед. наук : 05.25.03. М., 1996. 16 с.

15. Зубов Ю.С. Библиотечно-библиографическое управление художественным развитием личности (теоретические основания): автореф. дис. ... д-ра пед. наук : 05.25.03. М., 1988. 31 с.

16. Чазова С.А. Информационно-библиографический мониторинг литературного процесса (вопросы теории и методики): дис. ... канд. пед. наук. М., 2000. 212 с.

17. Кристи А. Автобиография. М., 2009.

Вышли в свет

Сборники научных трудов Краеведческого музея города Ломоносова (Санкт-Петербург). Сборник научных трудов сотрудников музея — 2019 / Администрация Петродворцового района Санкт-Петербурга, Краеведческий музей г. Ломоносова. — Санкт-Петербург: Экслибрис Принт, 2019 (Санкт-Петербург : Экслибрис Принт (ООО)). — 140 с. : ил., факс. — Библиогр. в примеч. в конце ст. — 100 экз.

Принтмедиа: традиции, инновации, перспективы : сборник научных трудов / Министерство науки и высшего образования Российской Фе-

дерации, Московский политехнический университет (Московский Политех), Институт издательского дела и журналистики; ответственный редактор Е.В. Перевалова. — Москва : Издательство Московского Политеха, 2014— (Москва : Типография издательства Московского Политеха).

Вып. 2 : посвящен юбилею профессора Михаила Федоровича Ненашева. — 2019. — 252 с. : портр. — Рез. ст. англ. — Библиогр. в конце ст. — 125 экз.

Юбилей библиотек Нам 5 лет : юбилейный сборник МАУК «ЦБС ТМР» / Муниципальное автономное

учреждение культуры «Централизованная библиотечная система Тюменского муниципального района»; составители: Р.Ф. Арутюнян [и др.]. — поселок Винзили (Тюменская область) : ЦБСТМР, 2019 (Тюмень : Типография ИПЦ «Экспресс»). — 67 с. : цв. ил. — 80 экз.

Универсальная библиотека им. Д.И. Блохинцева : [к 70-летию создания : сборник статей] / Объединенный институт ядерных исследований; составитель И.Е. Леонович. — Дубна : ОИЯИ, 2019 (Дубна (Московская область) : Издательский отдел Объединенного института ядерных исследований). — 214, [1] с. : ил., цв. ил. — 300 экз.