

УДК 021.1:[001+316.77]

<https://doi.org/10.20913/2618-7515-2022-2-20-27>**РОЛЬ БИБЛИОТЕКИ В КОММУНИКАЦИИ НАУКИ И ОБЩЕСТВА****LIBRARY'S ROLE IN COMMUNICATION OF SCIENCE AND SOCIETY**© **Плешакова Мария Александровна**

кандидат педагогических наук, старший научный сотрудник лаборатории информационно-системного анализа, Государственная публичная научно-техническая библиотека Сибирского отделения Российской академии наук (ГПНТБ СО РАН), Новосибирск, Россия, Pleshakova@spsl.nsc.ru

Pleshakova Maria Alexandrovna

Candidate of Pedagogical Sciences, Senior Researcher, Laboratory of Information and System Analysis, State Public Scientific Technological Library of the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences (SPSTL SB RAS), Novosibirsk, Russia, Pleshakova@spsl.nsc.ru

Цель статьи – рассмотреть коммуникативную составляющую деятельности библиотеки в рамках ее участия в коммуникации между наукой и обществом (КНО) в российских реалиях. Опыт по популяризации науки, имеющийся в практике библиотек, не позволяет заявлять о ее включенности в процессы КНО. Он нуждается в критическом осмыслении и адаптации к современной информационно-коммуникационной среде; требуется оценка эффективности библиотеки в качестве участника КНО.

В статье представлены теоретические аспекты функционирования библиотеки в качестве участника КНО. Институциональные характеристики библиотеки рассматриваются и анализируются с точки зрения ее коммуникативной функции и коммуникационных процессов, протекающих в различных социальных полях; а коммуникативные практики, реализуемые библиотекой, – с позиций используемых родов социальной коммуникации (устной, документной, электронной).

Библиотека имеет очевидные возможности для реализации в качестве участника КНО, прежде всего являясь элементом документных коммуникаций, она может заниматься созданием информационной среды, предоставляя читателям качественный достоверный контент; участвовать в формировании познавательной активности читателей, стимулировать и поддерживать их деятельность по самообразованию, в том числе посредством устных и гибридных форм взаимодействия, а включенность в электронную среду значительно расширяет коммуникативные возможности библиотек.

Перспективность участия библиотек в КНО в качестве посредника обоснована наличием у них собственного контингента, площадок и специфических технологий коммуникационного воздействия. Гипотетически библиотеки могут использовать все существующие формы и форматы мероприятий КНО, комбинируя, расширяя и дополняя их собственными (традиционными и инновационными), где в роли

The purpose of the article is to reveal the communicative component of library's activities within the framework of its participation in science and society communication (CSS) in Russian realities. The experience of popularizing science available in the practice of libraries does not allow us to declare its involvement in the processes of CSS. It needs critical reflection and adaptation to the modern information and communication environment; an assessment of the effectiveness of the library as a participant is required.

The article presents theoretical aspects of library's functions as CSS participants. Institutional characteristics are considered and analyzed from the point of view of communicative function and communication processes occurring in various social fields; and communicative practices implemented by the library – with the provisions of the types of social communication (verbal, documentary, electronic). The library has obvious opportunities for implementation as a member of CSS, first of all, being an element of documentary communications, it can create an information environment, providing readers with the high-quality reliable content; participate in forming the cognitive activity of readers and encourage and support their self-education activities, including through oral and hybrid forms of interaction, and inclusion in the electronic environment significantly expands the communication capabilities of libraries.

The prospects for the participation of libraries in CSS as an intermediary are justified by the fact that they have their own contingent, platforms and specific technologies of communication impact. Hypothetically, libraries can use all existing forms and formats of CSS events, combining, expanding and supplementing them with their own (traditional and innovative), where a specialist – scientist, writer, scientific journalist, scientific communicator – will act as a popularizer. Thus, optimal conditions can

популяризатора будет выступать специалист – ученый, писатель, научный журналист, научный коммуникатор. Тем самым могут быть созданы оптимальные условия для удовлетворения познавательного интереса, формирующего современную научную картину мира у людей, и стимулирования к получению новых научных знаний в течение всей жизни.

Ключевые слова: социальные коммуникации, наука и общество, популяризация науки, библиотеки, каналы коммуникации

Введение

Еще в 1937 г. П. Л. Капица указал пять направлений научной пропаганды, которые нужно развивать, чтобы «наладить научную жизнь <...> в стране», – это «научные музеи, кинофильмы, популярная литература и лекции на научные темы, научная журналистика и пропаганда науки в школах» [1]. В современной России популяризация науки, технологий и инноваций нацелена на «вовлечение молодежи в научную, научно-техническую и инновационную деятельность; рост информированности общества о значимых достижениях науки, выдающихся ученых, инженерах, технологических предпринимателях; рост интереса к науке и технике, повышение престижа научной, научно-технической и инновационной деятельности в обществе; повышение уровня восприимчивости общества к научно-техническому прогрессу и инновациям, их проявлениям в производственной деятельности и повседневной жизни населения»¹. Хотя коммуникация науки и общества считается направлением научных коммуникаций, очевидно, все эти задачи невозможно решить только лишь усилиями ученых, а потому в рамках КНО действуют ряд социальных акторов²: СМИ, издающие и книготорговые организации, технопарки, музеи, планетарии, океанариумы, общественные объединения и др. При этом средством КНО может служить что угодно, даже городская среда. Например, вагоны метро оформляют в соответствии с определенной тематикой, имеющей научную направленность³.

Сегодня нередки примеры, когда инициаторы взаимодействия ученого мира с общественностью выбирают нетривиальные площадки и платформы

¹ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 24 июня 2017 г. № 1325-р // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201707030001> (дата обращения: 14.04.2022).

² Актор – действующий субъект (индивидуальный или коллективный); индивид, социальная группа, организация, институт, общность людей, совершающих действия, направленные на других.

³ Создание метропоезда «Наука будущего» // Art. Lebedev. (<https://www.artlebedev.ru/metro/science-future/process/>) (дата обращения: 14.04.2022) ; На вагонах новосибирского метро нарисовали химические формулы // NGS.ru. URL: <https://ngs.ru/text/gorod/2019/10/10/66266068/> (дата обращения: 14.04.2022).

be establishing to satisfy people's cognitive interest that forms the modern scientific state and stimulate them to receive new scientific knowledge throughout their lives.

Keywords: social communications, science and society, popularization of science, libraries, communication channels

для проведения мероприятий, такие как бары, кафе, ночные клубы. Так, фестиваль Science Bar Hopping – чтение лекций в барах⁴; на YouTube-канале выходит шоу «Заходит ученый в бар»⁵, в котором исследователи вместе с популярными блогерами обсуждают открытия и технологии, сидя в баре [2]; Science Slam (<http://scienceslam.ru/>) (проходит в формате состязания между учеными на сцене бара или ночного клуба) – ученые-слэмеры в течение 10 минут остроумно, доступно и интересно должны рассказать о главных научных идеях современности и собственных исследованиях, а публика – аплодисментами определить лучшего. В качестве примера локального проекта назовем научное кафе «Эврика» (https://vk.com/eureka_nsk), функционирующее в Новосибирске; представляет интерес гибридный формат мероприятия, состоящего из лекции и ответов ученого на вопросы слушателей, викторины, игры, просмотра отрывка научно-популярного фильма с комментариями лектора, анонса новых научно-популярных книг от книготорговой организации.

Приведенные примеры составляют лишь малую часть разнообразных практик взаимодействия науки с обществом⁶, тем не менее эти зрелищные

⁴ Science Bar Hopping. Проводится с 2018 г. в Москве, Санкт-Петербурге и Екатеринбурге (проведено 10 фестивалей в 97 барах, которые посетили 11 000 гостей, в период пандемии проект был переведен в онлайн-формат и достиг охвата в 5 млн зрителей; всего прочитано 233 лекции (Science Bar Hopping. URL: <https://sciencebarhopping.ru/main> (дата обращения: 14.04.2022)).

⁵ Имеет 49,4 тыс. подписчиков; например, выпуск «Профессии будущего» от 25 марта 2022 г. за семь дней – 4059 просмотров, 153 отметки «Нравится», «Апгрейд для организма» от 11 марта 2022 г. (обсуждаются импланты и лекарства от всех болезней) за 25 дней – 2134 просмотра, 122 отметки «Нравится», «Зачем нам математика» от 19 января 2022 г. за 107 дней был просмотрен 34 810 раз, получил 1,5 тыс. отметок «Нравится» («Заходит ученый в бар» // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCRbtxc-c9gCaagF-2xU5vOA/featured> (дата обращения: 14.04.2022)).

⁶ Отметим также развитие научно-просветительского контента в интернете, например периодических изданий: «Кот Шрёдингера». URL: <https://kot.sh/>; «Наука и жизнь». URL: <https://www.nkj.ru/>; «Троицкий вариант – Наука». URL: <https://tvscience.ru/> (дата обращения: 14.04.2022) и др.; сайтов: Arzamas.Academy. URL: <https://naked-science.ru/>; «Элементы большой науки». URL: <https://elementy.ru/>; Naked Science. URL: <https://naked-science.ru/>; YouTube-каналов: «ПостНаука», «Artur Sharifov», «Физика от Побединского» и пр. Кроме этого, в 2021 г. была возрождена старейшая просветительская организация – Российское общество «Знание». URL: <https://www.znanierussia.ru/> (дата обращения: 14.04.2022) и др.

современные формы интеллектуального досуга указывают на факт развития этого направления в России, на существование достаточно новых доступных и привлекательных, прежде всего для молодежи, форматов коммуникации науки и общества, подтверждая, что научные знания могут быть интересны общественности⁷. Вместе с тем отмечается нехватка площадок КНО, «которые бы вызвали доверие и создавали возможность для выработки мнения, основанного на научных подходах» [2].

В этой связи будет интересно обсудить возможности и перспективы библиотеки как одного из участников КНО. Здесь важно отметить, что, например, около 2/3 ученых СО РАН не рассматривают библиотеку в этой роли. Такой вывод был получен на основании проведенного в 2017 г. анкетирования ученых [3] в рамках НИР «Научно-информационная деятельность академических библиотек в контексте современного развития науки» (<https://www.rosrid.ru/>). Только треть ученых высказали готовность использовать библиотеку для продвижения своих научных результатов, в том числе для проведения семинаров, встреч и других мероприятий. В целом это неплохой показатель, но, чтобы зарекомендовать себя в этой сфере, библиотекам следует показать свои возможности всем участникам КНО.

Итак, библиотеки имеют накопленный годами опыт работы по популяризации науки. Например, в публичных библиотеках зарубежных стран эта работа реализуется в двух основных направлениях: через научно-популярные издания (при участии авторов/писателей) или через встречи с учеными [4]. Эмпирически установлено, что в России оба этих направления также развиты, однако публикаций, подтверждающих это, нами не выявлено. Кроме этого, публичные библиотеки были названы в качестве перспективных площадок для борьбы с дезинформацией [5] и трансляцией лженаучных знаний [6], хотя данные об успешности этой деятельности в настоящее время отсутствуют. Отмечается также разнообразие форматов мероприятий, проводимых библиотеками России и зарубежных стран: встречи с учеными и писателями, олимпиады, лекции-дискуссии, кинолектории, научно-популярные конференции, интеллектуальные игры, косплеи, квесты, викторины, выставки, библиокруизы, фестивали и «Дни науки» и др., – все они сопряжены со свойственной библиотекам рекомендательной формой работы [6–8]. Новым направлением в деятельности, связанной с КНО, для ряда научных библиотек в последние годы стала кумуляция научных новостей [9].

Таким образом, рассматриваемая область коммуникативного функционирования присуща

⁷ Об интересе и востребованности научно-популярных мероприятий свидетельствуют приведенные статистические данные.

библиотекам, тем не менее это не дает возможности расценивать ее как однозначно интегрированную в библиотечную сферу. Такой опыт, без сомнения, заслуживает внимания, но и нуждается в критическом осмыслении и адаптации к современной изменчивой среде, а кроме этого требуется оценка эффективности библиотеки в качестве участника КНО.

Теоретические основы и сущность коммуникационной деятельности библиотеки в сфере взаимодействия науки и общества

Теоретическим базисом, составляющим основу коммуникационной деятельности библиотеки, является прежде всего элементарная схема социальной коммуникации, где в качестве участников могут выступать *два субъекта* (отдельные люди, группы или общество в целом) и обязательно наличие передаваемого объекта (в материальной (книга, речь) или нематериальной (эмоции, ощущения) форме), а цель взаимодействия заключается в сообщении друг другу смыслов (знаний, стимулов и эмоций) [10]. Следовательно, через социальные коммуникации могут решаться основные задачи КНО: распространение научной грамотности и формирование современной картины мира у представителей общественности, развитие принятия ими современных научно-технологических достижений и готовности использовать их в своей жизни, а также повышение уровня доверия к ученым в обществе и др.

Оценить внутренний потенциал библиотек для участия в коммуникации науки и общества возможно, используя институциональный методологический подход, в рамках которого общественные отношения и структуры также рассматриваются как множество взаимодействующих институтов. Основной гносеологической категорией здесь будет «социальный институт», а главными компонентами исследований – понятия «социальная роль», «общественное предназначение», «социальные функции» [11].

Г. Н. Швецова-Водка, например, основной сущностной функцией библиотеки в составе библиосферы считает интегральную социально-информационно-коммуникационную [12], таким образом позиционируя библиотеку как посредника между создателями документов и читателями. Согласно предложенному Ю. Н. Столяровым подходу, в основу которого заложено представление о библиотеке как единстве основных подсистем (фонд, пользователи, материально-техническая база и персонал), ее имманентной сущностной функцией является документно-коммуникативная, связывающая функции всех подсистем. Она «стоит в том, чтобы соединить документ и пользователя, документы между собой, пользователей

и библиотекарей и т. д.» [13, с. 38]. Обе приведенные доктрины указывают на осуществление основной деятельности библиотечного социального института в рамках документной коммуникации с задействованием иконического канала. В контексте КНО средством ее выполнения становятся научно-популярные издания в фонде библиотеки.

Вместе с тем обсуждение места библиотеки в системе социальных коммуникаций не прекращается и не ограничивается рамками определенных концепций. В этой связи интересны результаты исследования, проведенного на базе ГПНТБ СО РАН в 2020 г.,⁸ представленные в диссертационном исследовании А. Е. Рыхторовой. Ею было установлено, что посетителям массовых мероприятий не интересны информационные ресурсы библиотеки: приходя в библиотеку для живого общения, они хотят чаще посещать научно-популярные лекции, доступно объясняющие достижения науки. Для читателей же библиотеки «в большей степени интересны информационные ресурсы и услуги», «им хочется потреблять информацию в спокойной обстановке» [14]. То есть читатели воспринимают библиотеку с позиции ее имманентных (исходных) сущностных функций, в то время как посетители мероприятий – с позиции производных.

Вполне вероятно, что суть происходящего в институциональных изменениях, которые, как известно, не следствие расширения информационных потребностей и усложнения информационных запросов, а результат меняющихся ценностей, установок и ожиданий аудиторий [15]. Поэтому и возникают новые поведенческие модели пользователей, и библиотекам необходимо ориентироваться на них как на социальный запрос [16]. Соответственно, развитие коммуникативности библиотеки в поле КНО будет влиять на уровень доверия пользователей к библиотеке как социально-культурному институту.

Кроме этого, существует точка зрения, что в условиях информационной перегрузки люди, во избежание когнитивного диссонанса, ограничивают каналы получения информации, оставляя определенное количество, в рамках которых они будут получать столько информации, сколько смогут воспринимать [17]. Иными словами, существует вероятность, что часть общества (являющаяся читателями/пользователями и доверяющая библиотеке как источнику распространения информации) может быть вовлечена в КНО именно благодаря причастности библиотек к этой сфере. Еще и поэтому представляется целесообразным вовлечение в КНО различных социальных институтов, включая библиотеку.

⁸ В исследовании приняли участие 254 посетителя информационно-массовых мероприятий и 72 читателя библиотеки.

С этой позиции рационально рассмотрение КНО как одного из полей социального пространства, то есть среды, в которой осуществляется определенное социальное взаимодействие, а библиотека выступает актором (или агентом). Такой подход не новый для библиотековедческих исследований, его, например, применила Е. Е. Долгополова при изучении коммуникативной составляющей деятельности библиотеки. Она предложила рассматривать библиотеку «в качестве компонента социального пространства во всем многообразии связей и отношений, возникающих в сфере социальных процессов, социальных отношений и социальных практик» [18, с. 368]. Использование этой концепции будет способствовать определению роли библиотеки в КНО, а также выработке стратегии включения библиотеки в эту деятельность как одного из институциональных агентов поля и установлению конкурентных или партнерских связей с другими агентами.

Естественно, каждый социальный институт исключителен, и библиотека выражает и проявляет себя в социальном пространстве посредством своих продуктов и услуг [19], тем не менее насыщенность рынка информационных услуг и активная конкуренция требуют оптимизации предлагаемого ассортимента под задачи КНО. Для этого должны учитываться, во-первых, потребности и ожидания пользователей (что ставит перед библиотеками задачу по их выявлению) и, во-вторых, внутренние резервы библиотеки [20].

В профессиональной печати также отмечается, что именно конкурентная среда является для библиотек стимулом к проявлению коммуникативности, и одной из форм коммуникационной деятельности становится подражание – «копирование образцов деятельности у других социальных институтов» [19, с. 216]. Здесь применимо понятие «бенчмаркетинг», подразумевающее изучение опыта конкурентов и внедрение лучших практик в свою деятельность. Подражание может выражаться в ведении деятельности, аналогичной с конкурирующими социальными институтами, только уже для своей аудитории и с внесением собственной специфики.

Являясь элементом прежде всего документных коммуникаций, библиотека создает информационную среду, предоставляющую читателям возможность выбора качественной проверенной информации. Это и есть специфические коммуникативные свойства библиотеки, выгодно отличающие ее от других акторов социального поля КНО, например СМИ, интернета и социальных сетей, которые в условиях информационной сингулярности [21] могут провоцировать возникновение феноменов «информационного кокона» и «туннельного восприятия социальной реальности» [17] и, более того, целенаправленно транслировать паранаучную и фейковую информацию [22–24].

Проблема состоит еще и в том, что паранауки «зачастую оказываются ближе и понятнее человеку-неспециалисту». Например, в области естественных наук «довольно сложно отличить популяризацию естественнонаучного знания от пропаганды паранаучных представлений» [25, с. 87]. Наряду с этим отмечаются особенности популяризации научных знаний через издания различного типа: «в издании книжного типа в отличие от других форм популяризации естественнонаучного знания есть возможность представить его целостно и системно, а не отрывочно и хаотично» [25, с. 89]. Существующий комплекс критериев формирования фондов библиотек [6] предотвращает трансляцию паранаучных знаний, позволяет обеспечить высокий качественный уровень содержания фонда [26], нивелирует обозначенные сложности.

Подобным образом может происходить кумуляция научно-популярного контента, содержащегося в онлайн-пространстве. Сейчас в библиотеках одним из важнейших видов электронных информационных ресурсов становятся электронные путеводители [27]. Учитывая количество и разнообразие ресурсов КНО, обусловленное прежде всего стремительным развитием этого направления [28], в том числе вследствие пандемии COVID-19, создание электронных путеводителей по ресурсам КНО может стать для библиотек перспективным направлением деятельности.

Специфическим для библиотек является также владение технологиями коммуникационного воздействия, направленными на рационализацию чтения, ввиду чего библиотеки могут участвовать в формировании познавательной активности читателей, стимулировать и поддерживать их деятельность по самообразованию [29–31]. В настоящее время для продвижения чтения открываются дополнительные перспективы за счет возможности задействовать потенциал социальных сетей [32–34], который, по мнению исследователей, раскрывается через четыре ключевые функции: обеспечение дискуссионного поля вокруг читательских интересов; трансляцию определенного контента; мобилизацию (сплочение) аудитории и предоставление пользователю возможности для самопрезентации [32].

Заключение

Очевидно, что библиотекам в КНО принадлежит посредническая роль, через выполнение которой реализуется их основная сущностная функция – социально-информационно-коммуникационная. Библиотека обладает необходимыми ресурсами для того, чтобы быть участником КНО: имеет собственные стабильные аудитории – контингент читателей и пользователей, имеет собственные площади для проведения научно-популярных мероприятий, обладает значительными, порой уникальными фондами и развитыми технологиями работы с ними, открывающими широкий доступ к информации.

Разумеется, коммуникационная деятельность библиотек в рамках КНО, где в качестве популяризатора может выступать специалист-эксперт, обладающий научными знаниями, – ученый, писатель, научный журналист, научный коммуникатор, требует задействования всех родов (и соответствующих им каналов) коммуникации: документной, устной, электронной. Тогда схемы процесса коммуникации с использованием разных каналов могут быть представлены следующим образом:

Библиотечный фонд – <Популяризатор → Канал – иконический (издания) → Читатель>

Библиотека (= место) – <Популяризатор → Канал – вербальный/невербальный (массовое мероприятие) → Посетители библиотеки>

Сайт библиотеки, аккаунты в соцсетях – <Популяризатор → Канал – технический (интернет) → Пользователь>

Согласно схемам, библиотека может принимать опосредованное участие в КНО, подтверждается ее роль медиатора, помогающего налаживанию эффективного взаимодействия. Полагаем, что установление партнерских отношений с научным сообществом и другими социальными институтами в рамках коммуникации науки и общества может давать эффект синергии⁹, который будет проявляться в наращивании воздействия на аудиторию, что, вполне вероятно, в отличие от разового посещения научно-популярного мероприятия, будет интенсифицировать интерес общественности к научной сфере, например вызывать более длительное и пристальное внимание к каким-то темам или побуждать к участию в решении определенных социальных вопросов на научной основе.

⁹ Тезис о возможном синергетическом эффекте подобного альянса определяет перспективы развития деятельности библиотек в рамках КНО и требует проведения отдельного исследования.

Список источников

1. Акопов А. Научная популяризация как важнейшее звено в пропаганде и продвижении научных исследований // RELGA. 2011. № 3. URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=2844&level1=main&level2=articles> (дата обращения: 13.04.2022).
2. Мамонова Е. Почему важно популяризировать науку // Российская газета. 2020. 22 дек. URL: <https://rg.ru/2020/12/22/pochemu-vazhno-popularizirovat-nauku.htm> (дата обращения: 15.04.2022).
3. Лаврик О. Л., Калужная Т. А., Плешакова М. А., Юдина И. Г., Павлова Л. П., Базылева Е. А., Федотова О. А., Вахрамеева З. В. Анализ информационных потребностей специалистов и ученых СО РАН // Научно-техническая информация. Серия 1: Организация и методика информационной работы. 2018. № 1. С. 15–25.
4. Павличенко И. А. Популяризация научного знания в публичных библиотеках зарубежных стран // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2018. № 42. С. 60–65.
5. Young J. C., Boyd B., Yefimova K., Wedlake S., Coward Ch., Napel R. The role of libraries in misinformation programming: a research agenda // Journal of Librarianship and Information Science. 2020. Vol. 53, no. 4. P. 539–550. DOI: [10.1177/0961000620966650](https://doi.org/10.1177/0961000620966650).
6. Варганова Г. В., Плавко И. А. Популяризация науки в общедоступных библиотеках // Труды ГПНТБ СО РАН. 2015. № 8. С. 288–293.
7. Павличенко И. А. Формирование научного мировоззрения молодежи на базе публичной библиотеки // Научные и технические библиотеки. 2019. № 2. С. 52–59. DOI: <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2019-2-52-59>.
8. Варганова Г. В., Павличенко И. А. Научная грамотность населения: социальный вызов и институциональные решения // Историческая и социально-образовательная мысль. 2016. Т. 8. № 1-1. С. 128–133.
9. Базылева Е. А., Юдина И. Г. Научные новости как основа для предоставления информационно-аналитических услуг библиотеки // Коммуникативная культура: история и современность. Культурно-историческое наследие в социальной коммуникации: материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф. (в рамках Междунар. науч. форума «Наследие») (Новосибирск, 1 нояб. 2018 г.). Новосибирск, 2018. С. 51–53.
10. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: учеб. пособие. Санкт-Петербург: Михайлов, 2002. 460 с.
11. Басов С. А. Об институциональном подходе в библиотекведении // Научные и технические библиотеки. 2011. № 3. С. 50–69.
12. Швецова-Водка Г. Н. Учение о библиосфере – новый вклад в библиотечно-информационную науку // Библиосфера. 2017. №1. С. 3–9.
13. Столяров Ю. Н. О системных функциях библиотеки и их наименовании. Постановочная статья // Научные и технические библиотеки. 2015. № 6. С. 31–44.
14. Рыжторова А. Е. Маркетинговые технологии продвижения библиотечно-информационных ресурсов и услуг: дис. ... канд. пед. наук: 05.25.03. Новосибирск, 2021. 225 с.
15. Езова С. А. Взаимосвязь потребностей и ценностей: библиотечный аспект // Вестник Восточно-Сибирского государственного института культуры. 2018. № 1. С. 45–51.
16. Матлина С. Г. Библиотека в контексте институциональной методологии: попытка первоначального осмысления // Библиотечное дело. 2017. № 18. С. 25–31.
17. Захаркин Р. А., Ракитина О. С. Тенденции формирования представлений о социальной реальности в условиях информационной перегрузки // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2020. № 5. С. 205–216.
18. Долгополова Е. Е. Коммуникативная составляющая деятельности библиотеки как объект научного изучения // Библиотеки в информационном обществе: сохранение традиций и развитие новых технологий. Тема 2020 года – «Библиотека и наука: взаимодействие и перспективы развития»: докл. IV Междунар. науч. конф., посвящ. 60-летию Белорус. с.-х. б-ки (Минск, 3–4 дек. 2020 г.). Минск, 2020. С. 363–374.
19. Туева Л. М. Библиотека в контексте социальных коммуникаций // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2014. № 27. С. 212–216.
20. Стефановская Н. А., Хапочкина О. В. Моделирование ассортимента библиотечных услуг // Социально-экономические явления и процессы. 2011. № 11. С. 186–191.
21. Мараховский В. Верю – не верю // Культура. 2017. 24 янв. URL: <http://portal-kultura.ru/articles/obozrevatel/151462-veryu-ne-veryu/> (дата обращения: 09.04.2022).
22. Серёгин А. А. Цензура СМИ: закон о фейковых новостях // Социология. 2019. № 4. С. 242–247.
23. Пестова М. Е., Сафонов Е. А. Пандемия нового десятилетия: освещение темы коронавируса в СМИ // Медиасреда. 2020. № 1. С. 166–172.
24. Сокольчик В. Н. Феномен паранауки и проблема демаркации знания в постнеклассической науке // Труды Белорусского государственного технологического университета. Серия 6: История, философия. 2017. № 1. С. 113–117.
25. Соколова И. С. Популяризаторская деятельность как фактор формирования изданий по естественным наукам // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. 2013. № 4. С. 86–91.
26. Бочарова Е. Н. Критерии отбора документов в фонд научной библиотеки // Взаимовлияние информационно-библиотечной среды и общественных наук. Москва, 2018. С. 62–78.
27. Валялина А. С. Электронные путеводители на сайте Библиотеки Конгресса: виды, тематика, структура // Библиосфера. 2021. № 4. С. 126–133. DOI: <https://doi.org/10.20913/1815-3186-2021-4-126-133>.
28. Чередниченко Л. В., Лапко А. В. Формы представления контента в просветительских медиа (на примере просветительского проекта Arzamas) // Litera. 2021. № 5. С. 115–131. DOI: [10.25136/2409-8698.2021.5.35663](https://doi.org/10.25136/2409-8698.2021.5.35663).
29. Зиганов М. А. Рационализация чтения как путь повышения эффективности учебной деятельности старшеклассников – читателей библиотек: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 05.25.03. Москва, 1996. 16 с.
30. Бородина В. А. Читательское развитие личности: теоретико-методологические аспекты: автореф. дис. ... д-ра пед. наук: 05.25.03. Санкт-Петербург, 2007. 42 с.

31. Дорохина С. В. Интернет-руководство чтением молодежи как средство развития и поддержки чтения в информационном обществе : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 05.25.03. Москва, 2014. 22 с.

32. Зыховская Н. Л. Феномен «Активной рецепции»: социальные сети как инструмент продвижения практик чтения // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2021. №2. 98–104. DOI: [10.14529/ssh210213](https://doi.org/10.14529/ssh210213)

33. Рубанова Т. Д. Книжные паблики в «Инстаграме» // Библиосфера. 2020. № 1. С. 39–45. DOI [10.20913/1815-3186-2020-1-39-45](https://doi.org/10.20913/1815-3186-2020-1-39-45).

34. Рубанова Т. Д. Поддержка чтения в пространстве книжных социальных сетей // Вестник культуры и искусств. 2018. № 3. С. 45–53.

References

1. Akopov A. Scientific popularization as the most important link in the promotion and promotion of scientific research. *RELGA*, 2011, 3. URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=2844&level1=main&level2=articles> (accessed 13.04.2022). (In Russ.).
2. Mamonova E. Why is it important to popularize science. *Rossiiskaya gazeta*, 2020, Dec. 22. URL: <https://rg.ru/2020/12/22/pochemu-vazhno-popularizirovat-nauku.html> (accessed 15.04.2022). (In Russ.).
3. Lavrik O. L., Kalyuzhnaya T. A., Pleshakova M. A., Yudina I. G., Pavlova L. P., Bazyleva E. A., Fedotova O. A., Vakhrameeva Z. V. Analysis of information needs of specialists and scientists of the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences. *Nauchno-tekhnicheskaya informatsiya. Seriya 1: Organizatsiya i metodika informatsionnoi raboty*, 2018, 1: 15–25. (In Russ.).
4. Pavlichenko I. A. Popularization of scientific knowledge in public libraries of foreign countries. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv*, 2018, 42: 60–65. (In Russ.).
5. Young J. C., Boyd B., Yefimova K., Wedlake S., Coward Ch., Hapel R. The role of libraries in misinformation programming: a research agenda. *Journal of Librarianship and Information Science*, 2020, 53(4): 539–550. DOI: [10.1177/0961000620966650](https://doi.org/10.1177/0961000620966650).
6. Varganova G. V., Plavko I. A. Popularization of science in public libraries. *Trudy GPNTB SO RAN*, 2015, 8: 288–293. (In Russ.).
7. Pavlichenko I. A. Formation of the scientific outlook of youth based on the public library. *Nauchnye i tekhnicheskie biblioteki*, 2019, 2: 52–59. (In Russ.). DOI: <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2019-2-52-59>.
8. Varganova G. V., Plavko I. A. Scientific literacy of the population: social challenge and institutional solutions. *Istoricheskaya i sotsial'no-obrazovatel'naya mysl'*, 2016, 8(1-1): 128–133. (In Russ.).
9. Bazyleva E. A., Yudina I. G. Scientific news as a basis for providing information and analytical services to the library. *Kommunikativnaya kul'tura: istoriya i sovremennost'. Kul'turno-istoricheskoe nasledie v sotsial'noi kommunikatsii: materialy VIII Mezhdunar. Nauch.-prakt. konf. (v ramkakh Mezhdunar. Nauch. foruma "Nasledie") (Novosibirsk, 1 noyab. 2018 g.)*. Novosibirsk, 2018: 51–53. (In Russ.).
10. Sokolov A. V. *Obshchaya teoriya social'noi kommunikatsii: ucheb. posobie* [General theory of social communication: tutorial]. Saint Petersburg, Mikhailov, 2002. 460 p. (In Russ.).
11. Basov S. A. On the institutional approach in library science. *Nauchnye i tekhnicheskie biblioteki*, 2011, 3: 50–69. (In Russ.).
12. Shvetsova-Vodka G. N. The bibliosphere doctrine is a new contribution in library-information science. *Bibliosfera*, 2017, 1: 3–9. (In Russ.). DOI: [10.20913/1815-3186-2017-1-3-9](https://doi.org/10.20913/1815-3186-2017-1-3-9). (In Russ.).
13. Stolyarov Yu. N. On the system functions of the library and their naming. Staged article. *Nauchnye i tekhnicheskie biblioteki*, 2015, 6: 31–44. (In Russ.).
14. Rykhtorova A. E. *Marketingovye tekhnologii prodvizheniya bibliotечно-informatsionnykh resursov i uslug: dis. ... kand. ped. nauk* [Marketing technologies for promoting library and information resources and services: diss. theses]. Novosibirsk, 2021. 225 p. (In Russ.).
15. Ezova S. A. The relationship of needs and values: the library aspect. *Vestnik Vostochno-Sibirskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury*, 2018, 1: 45–51. (In Russ.).
16. Matlina S. G. Library in the context of institutional methodology: an attempt at initial comprehension. *Bibliotечноe delo*, 2017, 18: 25–31. (In Russ.).
17. Zakharkin R. A., Rakitina O. S. Trends in the formation of ideas about social reality in conditions of information overload. *Vestnik Surgutskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 2020, 5: 205–216. (In Russ.).
18. Dolgopolova E. E. Communicative aspect of library activity as an object of scientific study. *Biblioteki v informatsionnom obshchestve: sokhranenie traditsii i razvitie novykh tekhnologii. Tema 2020 goda – «Biblioteka i nauka: vzaimodeystvie i perspektivy razvitiya»: dokl. IV Mezhdunar. nauch. konf., posvyashch. 60-letiyu Belorus. s.-kh. b-ki (Minsk, 3–4 dek. 2020 g.)*. Minsk, 2020: 363–374. (In Russ.).
19. Tueva L. M. Library in the context of social communications. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv*, 2014, 27: 212–216. (In Russ.).
20. Stefanovskaya N. A., Khapochkina O. V. Modeling the range of library services. *Sotsial'no-ekonomicheskie yavleniya i protsessy*, 2011, 11: 186–191. (In Russ.).
21. Marahovsky V. Veryu – ne veryu. *Kul'tura*, 2017, Dec. 24. URL: <http://portal-kultura.ru/articles/obozrevatel/151462-veryu-ne-veryu/> (accessed 09.04.2022). (In Russ.).
22. Seryogin A. A. Media censorship: the law on fake news. *Sotsiologiya*, 2019, 4: 242–247. (In Russ.).
23. Pestova M. E., Safonov E. A. Pandemic of the new decade: media coverage of the coronavirus. *Mediasreda*, 2020, 1: 166–172. (In Russ.).
24. Sokol'chik V. N. Phenomenon of parasience and the problem of knowledge demarcation in post-non-classical science. *Trudy Belorusskogo gosudarstvennogo tekhnologicheskogo universiteta. Seriya 6: Istoriya, filosofiya*, 2017, 1: 113–117. (In Russ.).
25. Sokolova I. S. Popularizing activity as a factor in the formation of publications on the natural sciences. *Gumanitarnye issledovaniya v Vostochnoi Sibiri i na Dal'nem Vostoke*, 2013, 4: 86–91. (In Russ.).
26. Bocharova E. N. Criteria for selecting documents in the research library collection. *Vzaimovliyanie informatsionno-bibliotечноy sredy i obshchestvennykh nauk*. Moscow, 2018: 62–78. (In Russ.).

27. Valyalina A. S. Electronic guides on the website of the library of congress: types, subjects, structure. *Bibliosfera*, 2021, 4: 126–133. (In Russ.).

28. Cherednichenko L. V., Lapko A. V. Forms of content presentation in educational media (a case of the educational project Arzamas). *Litera*, 2021, 5: 115–131. (In Russ.). DOI: [10.25136/2409-8698.2021.5.35663](https://doi.org/10.25136/2409-8698.2021.5.35663).

29. Ziganov M. A. *Ratsionalizatsiya chteniya kak put' povysheniya effektivnosti uchebnoi deyatel'nosti starsheklassnikov – chitatelei bibliotek: avtoref. dis. ... kand. ped. nauk* [Rationalization of reading as a way to increase the effectiveness of the educational activities of high school students - library readers: diss. abstr.]. Moscow, 1996. 16 p. (In Russ.).

30. Borodina V. A. *Chitateľ'skoe razvitie lichnosti: teoretiko-metodologicheskie aspekty: avtoref. dis. ... d-ra ped. nauk* [Reader's personality development: theoretical and methodological aspects: diss. abstr.]. Saint Petersburg, 2007.

31. Dorohina S. V. *Internet-rukovodstvo chteniem molodezhi kak sredstvo razvitiya i podderzhki chteniya v informatsionnom obshchestve: avtoref. dis. ... kand. ped. nauk* [Internet-guided reading for young people as a means of developing and supporting reading in the information society: diss. abstr.]. Moscow, 2014. 22 p. (In Russ.).

32. Zykhevskaya N. L. The phenomenon «Active reseption»: social media as a tool to promote reading practices. *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Sotsial'no-gumanitarnye nauki*, 2021, 21(2): 98–104. (In Russ.). DOI: [10.14529/ssh210213](https://doi.org/10.14529/ssh210213).

33. Rubanova T. D. Book publics in Instagram. *Bibliosfera*, 2020, 1: 39–45. (In Russ.). DOI [10.20913/1815-3186-2020-1-39-45](https://doi.org/10.20913/1815-3186-2020-1-39-45).

34. Rubanova T. D. Support for reading of books in the space of social networks. *Vestnik kul'tury i iskusstv*, 2018, 3: 45–53. (In Russ.).

Статья поступила в редакцию 13.05.2022
Получена после доработки 31.05.2022
Принята для публикации 07.06.2022

Received 13.05.2022
Revised 31.05.2022
Accepted 07.06.2022