

Эффективные инструменты рекомендательной библиографии в стиле «хюгге» на микроуровне должны раскрыть для нас существование художественных произведений, которые способны поддержать необходимое нам эмоциональное состояние, ввести в нужное , вывести из нежелательного; получить удовольствие от чтения книги или просмотра фильма как от значимого повседневного переживания; особого вида активности и творческой деятельности; возможность отдыха; чувство сопричастности.

Для этого нужно научиться «соединять» потребителя с книгой или фильмом, которые нужны именно ему, учитывая, что потребитель ориентируется на образ, настроение, ощущение, ситуацию, перевести которые на искусственный поисковый язык практически невозможно.

В данном случае наиболее целесообразна организация выбора параметров из готового меню, построенного на основе флоксономии («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).

10 практических советов по созданию рекомендательно-библиографической модели художественного произведения в стиле «хюгге» (фрагмент статьи)

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 наш 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 ком-

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 «хюгге» 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 «хюгге», 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

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 «хюгге» 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, прогнозирование 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 про-