

УДК 01(571.150)+655
ББК 78.5(2Рос-4Алт)+76.17

ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННЫХ ЛИСТОВОК: «СПАМ» ИЛИ ОБЪЕКТИВНАЯ ФАКТОГРАФИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ГРАДОВЕДЕНИЯ?

© А.А. Фомина, 2006

*Алтайская государственная академия культуры и искусств,
656055, г. Барнаул, ул. Юрина, 277*

Рассматривается роль изданий малых форм в изучении края, анализируется история их сбора и учета в стране, приводятся результаты исследования по сбору и изучению документов, составивших информационное обеспечение выборов главы администрации Алтайского края в 2004 г., даются рекомендации по отражению этого вида документов в краеведческих указателях.

Ключевые слова: издания малых форм, краеведческие библиографические указатели, краеведение, листовки, материалы временного хранения, библиографическое описание.

Уровень современного глобального информационного общества обычно характеризуют компьютеризация и свободный доступ к информации. Пример восточных стран, высоко оценивающих национальную составляющую мировых информационных ресурсов, позволяет считать информирование о региональном документном потоке частью программы открытого доступа к информации.

Информационное краеведение всегда было ведущим направлением в деятельности центральных региональных библиотек. Алтайская краевая универсальная научная библиотека им. В.Я. Шишкова (АКУНБ) издает текущие библиографические указатели, отражающие информационный поток края. Основными являются «Литература об Алтайском крае» и «Книги Алтая в наличии и печати» /4/. Пособия отражают универсальный региональный подход к отбору материала, хотя доля градоведения в их информационном наполнении наиболее значительна. К сожалению, в регионе не сложилась практика сбора и учета продукции малых полиграфических форм, и перечисленные пособия не отражают продукт локальной полиграфической и информационной деятельности. Между тем библиография этой литературы важна, так как это часть информационного градоведения; канал объективной фактографической информации, которая, несомненно, составит базу будущих исторических исследований.

История формирования старейших фондов страны дает немало примеров разумного учета информационной ценности документов временного характера, устареваемость которых значительно выше традиционных объектов информационной деятельности – книг, периодических изданий.

Свою коллекцию материала архивов «Бастилии, библиотек Сен-Жерменского и Корбийского аббатств» П.П. Дубровский (1754–1816) собрал в период дипломатической службы за границей. Она включала «около четырехсот западно-европейских, 94 восточных (на 15 языках), около 50 славянских рукописей и почти 8 000 автографов знаменитых людей Франции» /2, с. 203/. Эта коллекция представляла столь значительный интерес в глазах просвещенных лиц XIX столетия, что правительство по рекомендации директора Императорской Публичной библиотеки А.С. Строганова приобрело ее. При Публичной библиотеке (г. Санкт-Петербург) было специально образовано Депо манускриптов, в котором П.П. Дубровский был «назначен хранителем, с жалованием, казенной квартирой <...>. Петр Петрович оборудовал Депо манускриптов специальными шкафами для рукописей, выбрал в Академии художеств бюсты для украшения помещения, сделал опись кодексов и документов своей коллекции» /Там же/. Простое перечисление редкостей из собрания П.П. Дубровского указывает на видовое разнообразие собираемых документов: в Депо поступили «11 тыс. западно-европейских рукописей коллекции Залуских. <...> 50 картонов с папскими буллами и польскими материалами», а в «1811 году Г.Р. Державин подарил Дубровскому две свои рукописи “как охотнику до подобных редкостей”» /2, с. 204/. Принцип отбора материала был обозначен автором как «полезное для ума человеческого» /Там же/. Безусловно, в коллекции, основанной на фондах государственной тюрьмы Франции и ее старейших архивов, доля листовочного материала незначительна. Деятельность П.П. Дубровского, скорее, блестящий пример использования ситуации для

сбора раритетных исторических документов, что и подтверждено столетиями существования интереса ученых к материалам коллекции, введением специалистами многих документов в научный оборот.

Примечательно, что в Сибири XIX в. отмечен интерес к документам временного характера. Библиотека директора Томского реального училища (1877–1903), метеоролога и краеведа Гавриила Константиновича Тюменцева (1842–1931) насчитывала 335 томов владельческих конволютов. Они известны как «Сборники статей о Сибири и прилежащих к ней странах», содержат более 6 тыс. самых различных документов, более тысячи из которых были изданы в типографиях Томска в конце XIX – начале XX в. /3, с. 99/. «Особую ценность представляли собранные жертвователем материалы <...> в виде брошюр, статей и заметок из периодических изданий, исследований ученых и записок путешественников, листовок и объявлений, театральных афиш, пригласительных билетов /9, с. 96/, афиши с подробными программами театральных представлений и литературных вечеров, <...> подборка пригласительных билетов и открыток по случаю закладки и открытия университета и др.» /3, с. 99/.

Аналитическая роспись сборников, материалы которых более «нигде не сохранились» /9, с. 96/, еще в довоенный период была запланирована как раскрытие содержания «сибириады» Г.К. Тюменцева. В плане работы библиографического отдела Научной библиотеки Томского государственного университета (НБ ТГУ) на 1936 г. значилась тема: «составление систематического указателя к сборникам Г.К. Тюменцева. Но, к сожалению, <...> работы из года в год переносились, ни одна из них за довоенные годы не была завершена, хотя исследования по отдельным дарственным коллекциям и изданиям продолжались» /Там же, с. 92/. К настоящему времени удалось почти полностью восстановить библиотеку Г.К. Тюменцева. «Начато исследование истории ее формирования, состава, изучения круга чтения и общения Г.К. Тюменцева – как одного из интереснейших представителей томской интеллигенции XIX – начала XX в.» /5, с. 96/. Изучение знаменитой коллекции Г.К. Тюменцева сотрудниками НБ ТГУ позволяет предположить, что аналогичные примеры были и в иных регионах России.

В советской России работа с листовочным материалом приобрела государственный характер. В 1917–1925 гг. Публичная библиотека в Петрограде – Ленинграде (бывшая Императорская Публичная библиотека) «получала листовки в качестве обязательного экземпляра. <...> Показательно, что еще в 1919 г. секретариат ЦК РКП(б) в специальном обращении ко всем партийным организациям подчеркивал: «Товарищи! Для будущего историка

великой российской революции каждая газета, каждое воззвание самой мелкой организации будет драгоценным материалом. Этот исторический материал не должен пропадать» /7, с. 6/. Распространение в 20-х гг. листовок как документов, в первую очередь, партийного строительства позволяет понять подобное внимание к сбору данных изданий, а в дальнейшем и к их анализу. В то же время не стоит упускать из виду незначительность объемов издательской продукции первых лет советской власти /1/, поэтому, видимо, регистрация и хранение листовочных изданий осуществлялись в рамках работы с обязательным экземпляром.

В 30-х гг. XX в. Б.С. Боднарский, решая теоретические проблемы определения места библиотковедения в системе наук, в частности анализируя его взаимосвязь с документацией, прагматично предложил основной целью организации документации считать «превращение изолированных документов в единый комплекс» /10/. Учитывая, что в качестве объекта документации он называл «мелкие графические документы, специфика которых настолько своеобразна, что требует особых форм для их организации» /Там же/, необходимо признать методологическую ценность предложений Б.С. Боднарского. В определении подходов к работе над документами листовой формы временного характера до сих пор не сформулировано более актуальных положений. В течение последующих лет сбор листовок, даже идеологического содержания, имел в основном ретроспективный характер докомплектования, хотя в 60-х гг. выделялись ведущие организации в этой области: «к числу их относятся Институт марксизма-ленинизма при ЦК КПСС, Центральный государственный архив Октябрьской революции и социалистического строительства СССР, Архив Советской Армии СССР, <...> Институт истории партии при Ленинградском обкоме КПСС, Музей Великой Октябрьской социалистической революции и Архив Октябрьской революции и социалистического строительства Ленинградской области» /7, с. 5/. Видовое разнообразие учреждений – хранителей изданий временного характера позволяет убедиться в справедливости мнения Б.С. Боднарского, полагавшего, что необходимы «специальные учреждения (институты, бюро, комитеты и пр.), главной функцией которых являлась бы документация. Вместе с тем документацией, по его мнению, должны заниматься и «вспомогательные документационные организмы», к числу которых он относил библиотеки, архивы, музеи» /10/.

В XX в. библиотеки столичных центров России провели грандиозную работу по сбору и обработке листовок /6/. Впервые предметом внимания стали отечественные издания: «публикации декретов, постановлений, приказов, обращений центральных

и местных партийных, советских, профсоюзных, комсомольских, военных органов». Репертуар их был значительно ограничен периодом «первых лет существования Советского государства». Работа над каталогом листовок раскрывает информационный потенциал фондов и механизм формирования поискового образа документов, однако она имеет не только прикладное значение. Составители обосновали информационную ценность подобной работы, особо подчеркнув значимость аналогичной деятельности в региональных масштабах, всех фондодержателей: библиотек, краеведческих музеев, архивов. «Листовки как специфический источник по истории <...> давно привлекают внимание исследователей и читателей. <...> Они помогают изучению широкого круга проблем политического, экономического и культурного характера.

Интересы научного изучения истории <...> требуют по возможности наиболее широкой популяризации и раскрытия для читателей содержания коллекции листовок <...>. С этой целью в 1961 г. в Государственной Публичной библиотеке (г. Ленинград) началось описание фонда листовок и подготовка настоящего печатного каталога» /6, т. 1, с. 5, 7, 8/. Уже в начале 70-х гг. XX в. отмечалась востребованность региональных листовок, поскольку они содержат «большой фактический», «обширный материал не только по таким сравнительно крупным административно-территориальным образованиям, как губернии, но и по отдельным городам и уездам» /Там же, т. 2, с. 5–6/. Вместе с тем низкая сохранность листовочных фондов, практически полное отсутствие учета и изученности, как со стороны историков, так и со стороны сотрудников библиотек, существенно снижали информационную ценность коллекций. Констатация того факта, что «местные листовки мало исследованы и совершенно недостаточно введены в научный оборот», отражала типичную картину во многих регионах, характерную, по-видимому, не только для второй половины XX в.

Бурное развитие полиграфических предприятий в регионах заставляет более внимательно относиться к изданиям малых полиграфических форм, учесть мнение специалистов относительно их роли в освещении региональной истории. Исходя из предположения о том, что в центре внимания должно находиться информационное обеспечение значительных региональных событий, значимых фигурантов в экономической, политической, культурной жизни города, научная группа ФИРиД Алтайской государственной академии культуры и искусств (АлтГАКИ)* разработала и реализовала исследовательскую программу по сбору и изуче-

нию документов, составивших информационное обеспечение выборов главы администрации Алтайского края в 2004 г. Интенсивность избирательной кампании отражена широтой репертуара агитационного листовочного материала и его тиражами. Избирателей снабжали агитационным материалом с заметным непостоянством (разное количество каждый день). Пути доведения его были разнообразны: почтовая рассылка, «из двери в дверь», раздача на площадях и улицах города и т.д. Но не все районы г. Барнаула были равномерно обеспечены этим материалом. Больше всего листовок было распространено в центре города и в новых микрорайонах.

Анализ печатного агитационного материала, выпущенного на бумаге различного качества, выявил разнообразие его форм: всевозможные листовки, плакаты, буклеты, брошюры, газеты различных форматов и цветовой гаммы, изображающие личность кандидатов на фоне достопримечательностей и громких лозунгов. Наряду с традиционными формами печатной продукции, появились и широко использовались в предвыборной кампании открытки, поздравления, календари, приглашения. Особый интерес представляют праздничные открытки и поздравления. Кандидаты потратили немало средств и усилий, поздравляя избирателей с Днем защитника Отечества и Международным женским днем. Поздравительный материал выходил на глянцевой бумаге или картоне хорошего качества, был профессионально оформлен, содержал поздравительный текст. Средний тираж составлял около 50 тыс. экз. Следует отметить, что не каждый кандидат мог себе это позволить. Некоторые кандидаты успешно совмещали личные фотографии и предвыборные лозунги вместе с лунными, церковными и обычными календарями, рецептами различных блюд, полезными советами и т.д. Все было направлено на достижение большей степени идентификации личности кандидата. Большинство претендентов имели целый набор печатного материала, включавшего календари, буклеты, листовки, праздничные открытки, приглашения, газеты и т.д. Весь печатный агитационный материал выполнен в насыщенной цветовой гамме. Черно-белый цвет использовался для отражения рабочей, отчетной информации, деловой обстановки; бело-красный – для воссоздания атмосферы праздника, как фон для данных из личного досье.

В пределах Алтайского края лидирующее положение по выпуску печатного агитационного материала занимал кандидат на должность главы администрации Михаил Сергеевич Евдокимов. В его арсенале было большое количество печатной продукции, выполненной на бумаге хорошего качества (изготовитель ООО «Гарт»). Фотографии, эпиграфы, цитаты и обращения проиллюстрировали материал на изобразительном и вербальном уров-

* Выражаю благодарность студентам ФИРиД АлтГАКИ В. Гончарову и Р. Сухачеву за возможность процитировать результаты исследования.

нях. Претендент воспользовался авторитетом известного российского писателя и актера, уроженца Алтая В.М. Шукшина, вводя в агитационный текст цитаты из его произведений, ставшие широко известными («Добрый человек на сибирской земле...», «Быть добру...», «С сердцем, разорванным в клочья...», «Шутки в сторону», «Зададим жару!», «Подумаем, земляки...», «Поговорим, мужики...» и др.). Лозунги М.С. Евдокимова профессионально оформлены и выражены и ориентированы на региональный, алтайский менталитет. Михаил Сергеевич определил технологию взаимоотношений с избирателями как со своими земляками. Он широко использовал изображения природы Алтая и личное обаяние в кадре постановочной фотосессии. Выпущенный материал представил развернутую характеристику не только самого кандидата, но и его семьи, что, несомненно, усилило позитивный эффект восприятия рекламы.

Совокупный тираж всех выпущенных данным кандидатом агитационных материалов в среднем составил около 1,5 млн экз.

Второе место по информативности занимала информационная кампания, развернутая сторонниками действующего главы администрации Александра Александровича Сурикова. Заручившись поддержкой основных партий: «Единая Россия», КПРФ, Аграрная партия, «Яблоко» и СПС, он выпустил большой тираж листовок со своим изображением на фоне эмблем вышеперечисленных партий, листовки с его биографическим текстом, перечнем того, что было и будет достигнуто в перспективе. В газетах, выпущенных А.А. Суриковым, можно найти отзывы известных деятелей края и самих избирателей о нем как личности и о его деятельности в течение двух сроков пребывания на занимаемом посту.

Количество печатной продукции, выпущенной Александром Суриковым в период предвыборной кампании, составило около 1 млн экз. Вся продукция содержит необходимые выходные и выпускные сведения. Спектр полиграфических изданий Александра Александровича гораздо беднее, чем у Михаила Евдокимова. В агитационном материале Александра Сурикова использованы праздничные цвета российского триколора. Основными лозунгами стали тексты-призывы: «Вместе поднимем свой край!», «Не верьте лжи! Не дай себя обмануть! Край пытаются захватить чужаки. А нам на Алтае жить и работать», «Год за годом – к реальному повышению уровня жизни в Алтайском крае», «Сильный край – сильная Россия!» и др.

Не все кандидаты на пост главы администрации позаботились о предвыборном информировании своих избирателей. А в отдельных случаях кандидатам явно была выгодна путаница, возникшая из-за недостатка информации и дававшая про-

стор домыслам и пересудам избирателей. Если Никулин Владимир Иванович выпустил хоть и небольшое количество агитационного материала, то Суриков Виталий Александрович даже не предоставил свою фотографию для опубликования в сведениях о кандидате для избирательных участков. Ситуацию усложняло появление в избирательном бюллетене двух однофамильцев и весьма «говорящего» отчества: действующий глава администрации – Суриков Александр Александрович и его оппонент – Суриков Виталий Александрович. Информационный контекст путаницы в личностях кандидатов, несомненно, сказался нагнетанием атмосферы предвыборной кампании и внес нюанс в ход голосования.

Одним из самых конкурентоспособных кандидатов на пост главы администрации края, по мнению многих, был москвич Владимир Олегович Семенов. Тираж изданий его предвыборной кампании составляет чуть более полумиллиона экземпляров. Основные лозунги кандидата: «Победит Владимир Семенов – победит каждый!», «Я не боюсь быть в ответе за будущее», «Молодость и профессионализм», «Я твердо знаю, чего хочу, как к этому идти и для чего это нужно».

Ход выборов губернатора Алтайского края потребовал проведения второго этапа. Еще с начала первого тура было ясно, что реальных претендентов на должность главы администрации было двое (Суриков А.А., Евдокимов М.С.). Это подтвердили и сравнительные данные тиражной политики агитационного материала. Во втором туре исчезло все многообразие печатного материала. Прекратился выпуск календарей, буклетов, открыток. Увеличилось число газет, наполненных аналитическими публикациями о деятельности кандидатов. Их тираж составил в среднем 2 млн экз., причем газеты выпускал только А.А. Суриков. М.С. Евдокимов ограничился выпуском листовок и приглашений на выборы второго тура тиражом около 500 тыс. экз. Во втором туре, в отличие от первого, Александр Суриков заметно превзошел своего оппонента по выпуску печатной продукции.

Предвыборная кампания второго тура началась 23 марта 2004 г. и еще более обострила борьбу. Борьба конкурентов, обнародование нелицеприятных сторон в характеристике противников добавили листовочным материалам темы для лозунгов и слоганов. Лозунги предвыборной кампании сторонников А.А. Сурикова иллюстрировали идею защиты края от вторжения «темных сил»: «Край в опасности!», «Защитим родной Алтай!», «Не допустим разграбление Алтая!», «Алтай переходит на “военное положение”».

Каждый кандидат пытался найти изъясны другого, прибегая к сарказму, причем в такой форме, что, казалось, в нашей стране полностью отсутст-

вует моральная цензура. М.С. Евдокимовым было выпущено несколько видов листовок с пожеланием достойного и светлого будущего и призывом: «Дождем, мужики!», а также приглашение на выборы. Текст на обороте открытки приглашал на церемонию прощания 4 апреля жителей Алтайского края с бывшей администрацией и руководителями, не оправдавшими доверия. «Прощание состоится по адресам, указанным в бланках избирательной комиссии. Время прощания: с 8.00 до 20.00. Явка обязательна».

В целом листовочный материал был распространен преимущественно локально, на городском пространстве Барнаула, как одного из наибольших «избирательских участков», что заставляет говорить об урбанистическом характере распространения и востребованности листовочного материала. Центростремительные тенденции в формировании насыщенного рынка информационных избирательных технологий включили в круг инфраструктуры обеспечения выборов типографии и издающие организации других городов Алтая, что сказало на информативности атрибутики листовых материалов. Выпущенная печатная продукция была, хотя не всегда и часто не точно, снабжена данными о заказчике, издательстве, его юридическом адресе, тираже, дате и финансовом обеспечении публикации. Основными фирмами и учреждениями региона, выпускающими агитационный материал, стали: ООО «Издательский дом “Алтапресс”», ОАО «Алтайполиграфсервис», ГИПП «Алтай», ГУПАК «Бийская типография “Катунь”», Рубцовская типография, ООО «Гарт», «Акция-Информ-Плюс». Распространенность листовок отдельных кандидатов заставляет предполагать, что издатели афишировали не столько совокупный тираж, сколько один из заводов. Максимальный объем тиража на первом этапе выборов губернатора края составил около 1,5 млн экз. Лидеры предвыборной кампании оперировали тиражами от 1,5 до 1 млн экз., аутсайдеры – ограничились 20 тыс. экз. Для сравнения – тиражи самопрезентации на федеральном уровне – от 2 до 8 млн экз. Во втором туре тираж рекламных газет составил в среднем от 500 тыс. до 2 млн экз.

Репертуар печатной продукции предвыборной кампании в Алтайском крае привлек внимание специалистов крупнейшего информационного центра региона – Государственной публичной научно-технической библиотеки Сибирского отделения Российской академии наук (ГПНТБ СО РАН, г. Новосибирск), сформировавшей по следам событий специальную коллекцию политической печати. Несомненно, работа ученых над документами формирует основы концепции отбора и изучения современного листовочного материала для объективного отражения информационной среды

региональной урбанистики. Постепенно становится ясно, что возложение учетно-регистрационной функции на центральную библиотеку региона излишне, но в масштабе конкретного города – целесообразно. Вероятно, что исчерпывающий отбор материала, примененный Г.К. Тюменцевым, едва ли возможен из-за роста числа издающих организаций на локальных информационных рынках. Только по информации АКУНБ, их количество в крае растет и вскоре достигнет отметки полутысячи. Намечаются и определенные ограничения в отборе материала. Так, на региональном рынке обильно представлена продукция организаций международного и федерального уровня. Безусловно, только региональное представительство этих компаний, зафиксированное на документах, позволит включать такие издания в краеведческие коллекции. Едва ли в будущем представят интерес «летучие» листки о скидках, выполненные в ксерокопированном варианте, локально и хронологически не атрибутированные.

Одной из важных проблем для современных исследователей-градоведов является проблема библиографического описания изданий малой полиграфической формы. Основной причиной этого является отсутствие в них традиционных элементов выходных и выпускных данных. Печатная форма не допускает оформления титульного листа в рекламных объявлениях, плакатах, листовках, стикерах и пр. Впрочем содержание листовых материалов (реклама сотовой связи, услуг Росгосбанка и пр.) позволяет предположить, что указание на офисы продвижения услуг, ссылка на электронный адрес, а тем более сайт в какой-то мере являются заменой традиционных данных о месте публикации. Развитие электронной рекламы позволит в определенной мере снять остроту восприятия библиографической записи как поискового предписания.

Распространение региональной рекламы в электронном формате приближает к осознанию интернет-рекламы («спам») как мусора, мешающего продвижению нерекламной информации /8/. Тем не менее кумулятивные возможности сайтов учреждений и особенно их информационных архивов нельзя не учитывать. С точки зрения использования ситуации для сбора раритетных исторических документов нельзя игнорировать участие различных субъектов в создании персонифицированных информационных коллекций. Необходимо учитывать корпоративную заинтересованность субъектов новых экономических и политических реалий в создании персонифицированных информационных коллекций, ведение которых, соответственно при активном финансировании заказчика, могла бы осуществлять центральная библиотека региона. В новых экономических условиях дея-

тельности муниципальных библиотек работа над электронными коллекциями ведущих предприятий, политических и общественных организаций может стать содержанием нового направления информационной деятельности.

В отечественной исторической науке давно определился интерес к истории городов. И хотя значение градovedческой проблематики имеет давнее признание, однако до сих пор многие аспекты истории городов, как России в целом, так и Сибири в частности, остаются изученными явно недостаточно. Несомненно, отбор информации, содержащей богатейший фактический материал для введения в научный оборот будущими историками, позволит глубже и объективнее изучать политические, экономические и социально-культурные процессы на региональном уровне.

Список литературы

1. *Баренбаум, И. Е.* История книги / И. Е. Баренбаум. – М. : Книга, 1984. – 248 с.
2. *Голубева, О. Д.* Дубровский Петр Петрович / О. Д. Голубева // Сотрудники Российской национальной библиотеки – деятели науки и культуры : биогр. слов. – СПб., 1995. – Т. 1 : Императорская Публичная библиотека, 1795–1917. – С. 203.
3. *Карташова, Т. П.* Издания П.И. Макушина в библиотеке томского краеведа Г.К. Тюменцева // Шестые Макушинские чтения : тез. докл. науч. конф. г. Новосибирск, 22–23 мая. – Новосибирск, 2003. – С. 99–101.
4. Книги Алтая в наличии и печати : каталог / Ком. администрации Алт. края по культуре и туризму, Алт. краев. универс. науч. б-ка им. В.Я. Шишкова. – Барнаул : РИО АКУНБ; Литература об Алтайском крае : библиогр. указ. / Алт. краев. универс. науч. б-ка им. В.Я. Шишкова, отдел краеведения. – Барнаул : РИО АКУНБ, 1959–...
5. *Колосова, Г. И.* Литографированные работы П.М. Кошарова в книжном собрании Г.К. Тюменцева // Шестые Макушинские чтения: тез. докл. науч. конф. г. Новосибирск, 22–23 мая. – Новосибирск, 2003. – С. 96–98.
6. Листовки первых лет советской власти (25 окт. (7 ноября) 1917–1925) : кат. коллекции Гос. публич. б-ки им. М.Е. Салтыкова-Щедрина : в 2 т. / сост. Ю. С. Афанасьев [и др.]; ред. А. Ф. Шевцова. – М. : Книга, 1967–1970. – 2 т.
7. Предисловие // Листовки первых лет советской власти (25 окт. (7 ноября) 1917–1925) : кат. коллекции Гос. публич. б-ки им. М.Е. Салтыкова-Щедрина. – М., 1967. – Т. 1. – С. 5–11.
8. *Рябов, В. С.* Защита авторского права на электронные документы [Электронный ресурс] / В. С. Рябов. – Режим доступа: <http://www.diaghilev.perm.ru>; *Зуенок, Татьяна.* Что должен знать о Яндексе каждый. Ч. 1 [Электронный ресурс] / Т. Зуенок. – Режим доступа: <http://www.promoting.ru>; *О Яндексе* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pbxlib.com>
9. *Филимонов, М. Р.* Книжная сокровищница Сибири: к 100-летию со дня открытия Научной библиотеки Томского университета / М. Р. Филимонов ; под ред. Л.И. Боженко. – Изд. 2-е, доп. – Томск : Изд-во Том. ун-та, 1988. – 194 с.
10. Цит. по: Ванеев, А. Н. Развитие библиотечной мысли в СССР. – М., 1980. – С. 90–92.

Материал поступил в редакцию 2.10.2006 г.

Сведения об авторе: *Фомина Анна Анатольевна* – кандидат педагогических наук, заведующая кафедрой библиографии, тел. (3852) 40-46-33, e-mail: katun@glas.apc.org