

ТИПОЛОГІЧНІ КЛАСИФІКАЦІЙНІ МОДЕЛІ КОНТЕНТУ ВІТЧИЗНЯНОГО КНИГОВИДАННЯ У КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Максим Хилько

старший науковий співробітник

*Інституту журналістики Київського національного університету
імені Тараса Шевченка, канд. філос. наук*

Проаналізовано сучасні типологічні моделі класифікації книговидавничої продукції, зокрема, чинний в Україні державний стандарт, із врахуванням соціально-комунікаційних аспектів книговидання. Досліджено класифікаційні моделі, які застосовують до своєї продукції вітчизняні книговидавництва для оцінки його відповідності потребам суспільного і державного розвитку.

Ключові слова: *соціальні комунікації, контент книговидання, українське книговидання, типологічна класифікація.*

The contemporary typological classification models of book publishing products, including current state standard of Ukraine, are analyzed, taking into account the social communication aspects of publishing. The classification models applied by domestic book publishers to the own products are studied. The classification of the Ukrainian book publishing content is used to assess its relevance to the needs of social and state development.

Keywords: *social communication, book publishing content, Ukrainian book publishing, typological classification.*

Проанализированы современные типологические модели классификации книгоиздательской продукции, в т. ч. действующий в Украине государственный стандарт, с учетом социально-коммуникационных аспектов книгоиздания. Исследованы классификационные модели, применяемые к собственной продукции отечественными книгоиздательствами для оценки его соответствия потребностям общественного и государственного развития.

Ключевые слова: *социальные коммуникации, контент книгоиздания, украинское книгоиздание, типологическая классификация.*

Питання класифікації книжкової продукції за типологічними ознаками викликає чимало дискусій у професійному середовищі дослідників книжкової справи та бібліографії. На відміну від семантичних класифікацій, де із розподілом книжок за науковими галузями і тематикою все більш-менш однозначно, існують визнані у світі класифікаційні системи, і автори чи видавництва зазвичай самі ставлять відповідний класифікаційний код, то щодо типологічних класифікацій існують різні підходи до визначення пріоритетності тих чи інших ознак та критеріїв розподілу книжок на типи. При цьому класифікація книжкової продукції відкриває можливості для оцінки її відповідності сучасним потребам суспільства, здатність вітчизняної книговидавничої галузі виконувати ті важливі соціально-комунікативні функції, які покладено на книгу.

Наприкінці XIX ст. американський бібліотекар М. Дьюї взявся за нелегку, але вкрай необхідну справу впорядкування та класифікації друкованих видань. У 1876 р. для Бібліотеки Конгресу США він розробив «Десяткову класифікацію», яку бельгійські бібліографи П. Отле та А. Лафонтен взяли за основу при створенні тієї «Універсальної десяткової класифікації», яку ми всі сьогодні знаємо. Перше видання класифікаційних таблиць «Посібник з універсального бібліографічного репертуару» (французькою «Manuel du répertoire bibliographique universel») було випущено в 1905–1907 рр. Оскільки Радянський Союз брав участь у діяльності міжнародних організацій з упорядкування УДК, тож майже від самого початку до цієї системи класифікації залучена й Україна. Згодом, окрім семантичних моделей класифікації книжкової продукції, з'явилися і типологічні класифікаційні моделі. Якщо для семантичних класифікацій головною ознакою є тематика видання, його галузевий зміст, то для типологічних класифікацій головними є ті ознаки, за якими можна розрізнити види книжок: особливості носія інформації, форм, знакових засобів фіксації і передачі інформації, соціального призначення.

На радянську та пострадянську бібліографічну думку в контексті типологізації книжок найбільший вплив мали ідеї відомого радянського бібліографа І. Моргенштерна, який у 1970-х рр. обґрунтував можливість використання соціально-економічного методу

в бібліографознавстві, виділивши чотири принципи типології книги: соціальна детермінованість схем типізації, їх логічна обґрунтованість, відповідність потребам усіх галузей книжкової справи, а також відображення головних, суттєвих елементів книги [6; 7]. Інший радянський дослідник О. Гречихин запропонував додати до цих принципів ще два: принцип комунікативності, що розглядає книгу як засіб соціальної комунікації із врахуванням діалектичної єдності її змісту та знакової форми; а також діяльнісний принцип, що розглядає книгу як результат суспільної діяльності, який має обслуговувати суспільні потреби [3; 4].

Вагомий внесок у дослідження сучасного українського книговидавництва, включаючи його типологізацію, зробили такі дослідники, як О. Афонін, М. Сенченко, Н. Зелінська, К. Індутна, М. Низовий, Н. Черниш, Г. Швецова-Водка та інші. Водночас питання, пов'язані із соціально-комунікаційними аспектами книговидання, зокрема, відповідності контенту вітчизняного книговидання потребам суспільного і державного розвитку, залишаються недостатньо вивченими.

Мета дослідження — проаналізувати сучасні типологічні моделі класифікації книговидавничої продукції, зокрема, чинний в Україні державний стандарт, із врахуванням соціально-комунікаційних аспектів книговидання; дослідити класифікаційні моделі, що застосовують до своєї продукції вітчизняні книговидавництва; із застосуванням класифікації контенту українського книговидання оцінити його відповідність сучасним потребам суспільного і державного розвитку.

Книгознавчі дослідження в Україні справедливо зараховані до соціально-комунікаційних, і за наказом Вищої атестаційної комісії № 867 «Про внесення змін і доповнень до Переліку спеціальностей, за якими проводяться захисти дисертацій на здобуття наукових ступенів кандидата наук і доктора наук, присудження наукових ступенів і присвоєння вчених звань» від 14 грудня 2007 р., серед семи спеціальностей, за якими присуджується науковий ступінь в галузі науки «соціальні комунікації», є спеціальність 27.00.03 — книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство. Адже книга є важливою складовою соціально-комунікаційної взаємодії в суспільстві, і навіть попри розповсюдження більш сучасних

каналів комунікації (радіо, телебачення, інтернет), книга продовжує значною мірою впливати на формування світогляду людей, вироблення моделей їх поведінки, характер міжсуспільних взаємин.

Сучасна вітчизняна дослідниця книговидання Г. Швецова-Водка висловлює слушну думку, що при типізації книжок необхідно враховувати ті суспільні потреби, на задоволення яких вона спрямована. Дослідниця вважає, що головною ознакою, за якою слід виділяти основні типи літератури, є її соціальне призначення, яке враховує такі характеристики, як цільове і читацьке призначення, предмет та спосіб відображення дійсності, особливості походження літературних творів, їх значення в житті суспільства, а також відповідні стилістичні та композиційні особливості літературних творів. За критерієм соціального призначення Г. Швецова-Водка виділяє такі основні типи літератури: 1) політичні першоджерела; 2) правові першоджерела; 3) художня; 4) публіцистична (публіцистика); 5) масово-інформаційна; 6) мемуарна (мемуаристика); 7) науково-дослідна; 8) науково-популярна; 9) навчальна; 10) виробнича; 11) рекламна; 12) науково-інформаційна; 13) довідкова; 14) літургійна (богослужбова); 15) теологічна (богословська); 16) релігійно-популярна; 17) розважальна література [10, с. 316-331].

Слід відзначити, що така класифікація «за соціальним призначенням» частково збігається із класифікацією видань «за цільовим призначенням», визначеною вітчизняним держстандартом ДСТУ 3017-95 «Видання. Основні види. Терміни та визначення», а також із розподілом видавничої продукції за цільовим призначенням, яку регулярно оприлюднює Книжкова палата України.

Книговидавці також часто класифікують свою продукцію за віковою категорією читачів: 1) видання для дітей дошкільного віку; 2) видання для дітей молодшого шкільного віку; 3) видання для дітей старшого шкільного віку; 4) видання для дорослих читачів. Інколи окремі видавництва в маркетингових цілях розрізняють видання за статевою ознакою: для хлопчиків і для дівчаток.

Дитяча література, як і доросла, також може бути розділена за цільовим призначенням: навчальна (книжки для раннього розвитку, з дошкільної підготовки тощо); науково-пізнавальна література (наприклад, дитячі енциклопедії); художні твори (казки, повісті тощо);

книжки для організації дозвілля (збірки з описом дитячих ігор тощо); існує також спеціальна релігійна література для дітей тощо.

Книжкову продукцію також класифікують за мовною ознакою, розрізняючи оригінальну та перекладну літературу. В Україні перекладну літературу також можна згрупувати на перекладену українською і російською мовами. На жаль, трапляються випадки «подвійного» перекладу: коли за основу береться переклад, приміром, з англійської чи французької мов, який вже виходив друком російською у Росії чи в Україні, а вже з російської мови твір перекладають українською. Такі переклади, зроблені з метою економії коштів, зазвичай, відрізняються значною кількістю русизмів, неякісною адаптацією та відхиленнями від оригінального тексту.

Існує й інший тип класифікації за мовною ознакою: розподіл видань за мовою, якою вони надруковані. Так, за даними Книжкової палати, за перші дев'ять місяців 2013 р. в Україні було надруковано: 10 463 назви видань загальним тиражем 23671,0 тис. примірників українською мовою; і 4 949 назв видань тиражем 20102,9 тис. примірників російською мовою [2]. Ще 1 781 назва видань загальним тиражем 2586,3 тис. примірників вийшли іншими мовами (якими саме — Книжкова палата не уточнює). Наприклад, видавництво «Ранок», що є одним із лідерів вітчизняного ринку навчальної, методичної та дитячої літератури, друкує книжки українською, російською, молдавською, естонською, німецькою, англійською мовами, які продають у країнах близького та далекого зарубіжжя [8].

За прогнозованими умовами експлуатації видання можна поділити таким чином: для нечастого особистого використання в звичайних домашніх умовах (наприклад, художній твір, який після одного або кількох прочитань, швидше за все, стоятиме на книжковій полиці); для інтенсивного використання в домашніх умовах (наприклад, словник або довідник); література для навчання (шкільні підручники мають витримати кілька років щоденної експлуатації, включаючи транспортування з дому до школи і навпаки); для бібліотек; для використання на виробництві (наприклад, збірки законів, якими щоденно користуються в судах, тощо); для використання в несприятливих атмосферних умовах (приміром, довідник для використання на борту човна, де він буде піддаватися впливу солоних вітрів, тощо).

За ознакою якості виконання видання можна поділити на: звичайні (для яких вирішальну роль відіграє невисока собівартість та кінцева ціна); поліпшені (такі видання зазвичай мають тверду обкладинку, кольорові ілюстрації, надруковані на високоякісному папері); подарункові (можуть бути справжніми творами мистецтва, виходити обмеженими тиражами і коштувати кілька тисяч гривень за примірник).

Книжкову продукцію можна також класифікувати за матеріальною складовою її носія: друквані видання (паперові книжки); електронні видання (електронні книжки для відтворення на спеціальних пристроях — букрідерах, планшетах, смартфонах, персональних комп'ютерах); мультимедійні видання (аудіокниги, мультимедійні та інтерактивні видання для відтворення на персональних комп'ютерах).

За накладом книжкову продукцію поділяють на: видання з малим тиражем; із середнім тиражем; із великим тиражем; масові видання. Хоча в літературі з книгознавства різні автори наводять конкретні цифри накладів для класифікації видань за тиражами, проте, на нашу думку, тут не може бути якогось універсального правила. В радянські часи тиражі видань в СРСР у кілька тисяч вважалися малими, нині ж середній тираж виданих в Україні в 2013 р. книжок становить 2,7 тис. примірників [2], в Росії — 4,2 тис. примірників [9]. Справді масовими виданнями тепер можна вважати хіба що шкільні підручники.

Наказом Держстандарту України № 58 від 23 лютого 1995 р. затверджено й введено в дію держстандарт ДСТУ 3017-95 «Видання. Основні види. Терміни та визначення», який розробила Книжкова палата України. У ньому подано класифікацію видань за такими ознаками: за цільовим призначенням; за аналітико-синтетичним переробленням інформації; за інформаційними знаками; за матеріальною конструкцією; за обсягом; за складом основного тексту; за періодичністю; за структурою; види неперіодичних видань за інформаційними ознаками; види періодичних і продовжуваних видань. Більшість із цих ознак можна застосувати до книговидавничої продукції.

За цільовим призначенням ДСТУ 3017-95 виділяє такі види видань: 1) офіційне; 2) наукове; 3) науково-популярне; 4) науково-

виробниче; 5) виробничо-практичне; б) нормативне виробничо-практичне; 7) виробничо-практичне видання для аматорів; 8) навчальне; 9) громадсько-політичне; 10) довідкове; 11) видання для організації дозвілля; 12) рекламне; 13) літературно-художнє. За аналітико-синтетичним опрацюванням інформації держстандарт ділить видання на такі види: 1) інформаційне; 2) бібліографічне; 3) реферативне; 4) оглядове; 5) дайджест [5].

Ці дві класифікації, в дещо модифікованому вигляді, лежать в основі розподілу видавничої продукції за цільовим призначенням, яку регулярно здійснює Книжкова палата України, подаючи нормативні та виробничо-практичні видання як один вид, зараховуючи сюди, очевидно, і виробничо-практичні видання для аматорів. Такий вид видань, як науково-виробничі, у відомостях Книжкової палати відсутній. Інформаційні та бібліографічні видання також подані як види за цільовим призначенням, хоча ДСТУ 3017-95 класифікує їх як види видань за аналітико-синтетичним переробленням інформації, що, очевидно, було би більш правильним. Спірним виглядає рішення включити в цю ж класифікацію видання для дітей та юнацтва, адже це є більше ознакою розподілу за віком, ніж за цільовим призначенням (приміром, видання для юнацтва можуть бути як науково-популярними, так і художніми, чи виданнями для організації дозвілля тощо). Об'єднання в один вид видань для дітей та юнацтва спірне також і з тієї точки зору, що віковий діапазон надто широкий і дозволяє включати до нього дуже різні видання. Книжкова палата також додає в свою класифікацію видань за цільовим призначенням літературу релігійного змісту, що, на нашу думку, є цілком виправданим. Такі види видань, як оглядове та дайджест в класифікацію, яку надає Книжкова палата, не включені, що логічно, адже ці види не входять у розподіл за ознакою цільового призначення.

За даними Книжкової палати України, за перші дев'ять місяців 2013 р. було видано: 5 849 назв навчальних та методичних видань загальним тиражем 23261,7 тис. примірників; 3 446 назв наукових видань тиражем 1072,9 тис.; 118 назв бібліографічних видань накладом 21,3 тис. Разом видання для навчання та наукової роботи становлять 9413 назв загальним накладом 24355,9 тис. примірників, тобто більше половини всієї номенклатури та тиражу надрукованих

в Україні видань. Ще 751 назву загальним накладом 1151,1 тис. становили науково-популярні видання, призначені як для навчання, так і для дозвілля.

Літературно-художні видання становлять 2 688 назв загальним тиражем 6800,3 тис. примірників, або лише 15,6 % від усієї номенклатури та лише 14,7 % від загального обсягу друкованої продукції, що вийшла в Україні за перші 9 місяців 2013 р. Фактично, на сім громадян України за 9 місяців було надруковано лише один примірник художньої книжки. Видання для організації дозвілля становили 913 назв накладом 6660,5 тис. примірників; видання для дітей та юнацтва — 1 433 назв накладом 4414,8 тис. примірників — також непропорційно малі цифри. Отже, на кожну дитину не надруковано навіть по одній книжці на рік.

Довідкові видання становили 411 назв загальним накладом 1004,2 тис. примірників; нормативні та виробничо-практичні видання — 433 назви накладом 929,4 тис.; офіційні видання — 716 назв накладом 248,4 тис.; інформаційні видання — 37 назв тиражем 179,8 тис.; громадсько-політичні видання — 38 назв тиражем 26,4 тис. Всі ці видання об'єднує те, що купують їх (якщо вони не розповсюджуються безкоштовно) переважно для виробничих потреб. Разом вони становлять 1 635 назв тиражем 2388,2 тис. примірників, що становить 9,5 % від загальної номенклатури надрукованих в Україні видань та 5,2 % загального тиражу.

Література релігійного змісту становить 356 назв накладом 583,4 тис. примірників (2,1 % номенклатури та 1,3 % від загального накладу). Кількість назв надрукованих рекламних видань — чотири загальним накладом 6,0 тис. примірників [2], що свідчить про те, що більшість рекламних видань в Україні друкуються нелегально або ж обов'язкові примірники не надсилають до Книжкової палати.

Отже, фактично половину обсягу вітчизняного книговидання становлять підручники, що, на жаль, свідчить не так про прагнення громадян України вчитися кожну вільну хвилину, як про те, що вітчизняне книговидання переважно спрямоване на виконання лише однієї функції — освітньої. Інші суспільно важливі функції, які мала би виконувати вітчизняна книга, зокрема, в галузі соціальної інженерії, очевидно, виконує продукція, завезена з інших держав. Відповідно, українська держава втрачає вагомий важелі впливу на

своє суспільство, передаючи цю можливість іншим країнам, які, безсумнівно, використовують її у власних цілях.

Слід зазначити, що класифікація видань, що міститься у держстандарті ДСТУ 3017-95 «Видання. Основні види. Терміни та визначення», була виконана на досить високому фаховому рівні, і в цілому враховувала реалії видавничої справи на середину 1990-х років. До недоліків цього держстандарту можна зарахувати недостатню увагу до соціальної та соціально-комунікативної сторін видавничої справи, що, очевидно, було спричинене гіпертрофованим в 1990-х роках намаганням органів влади уникнути т. зв. заідеологізованості, що фактично призводило до самоусунення держави від покладених на неї суспільно важливих регулятивних функцій.

Зокрема, класифікація ДСТУ 3017-95 видань за цільовим призначенням не охоплює всі суспільні потреби, відсутня класифікація за віковою ознакою (із відповідними підвидами). Це звужує можливості відстежувати повноцінне виконання книговидавництвом своїх суспільно важливих соціально-комунікаційних функцій, а також можливості більш точного планування цільової державної підтримки книговидавництва. Наприклад, важливою була би цільова підтримка підготовки та випуску якісної вітчизняної розвиваючої літератури для дошкільнят, адже сьогодні значна частина цієї продукції є більш-менш адаптованими перекладами з російської та інших мов, притому не завжди якісними. Внаслідок цього діти одразу ж вчаться говорити із помилками. Проте такий вид книжкової продукції просто відсутній у класифікації держстандарту, що ускладнює завдання оперативного вирішення конкретної проблеми при обмежених фінансових можливостях.

Крім того, майже два десятиліття, що минули від часу розроблення держстандарту, внесли свої корективи до книговидавничої справи, адже за цей час набули широкого розповсюдження електронна та мультимедійна книги. Тож існує потреба внести відповідні зміни і до державного стандарту.

Оскільки проаналізувати продукцію всіх українських видавництв — завдання малопродуктивне та практично нереальне в межах людських та матеріальних ресурсів, які має в своєму розпорядженні науково-дослідна частина Інституту журналістики, на основі аналізу низки ключових чинників (обсяги виробництва,

тематичний репертуар продукції, цільова аудиторія продукції, форма збуту продукції, географічний аспект (місце розташування видавництва), форма власності та економічна природа господарювання видавництва, нагороди, відзнаки, популярність видавництв та їхньої продукції за даними рейтингів та опитувань), було сформовано вибірку, яка відтворює основні характеристики генеральної сукупності реально працюючих вітчизняних видавництв. З метою відображення реальної картини відбиралися не лише видавництва із найвищими показниками (найбільший тираж, найбільша кількість нагород тощо), а й із середніми та невисокими показниками (зокрема, й «нішові» видавництва, що орієнтуються на якусь певну, порівняно невелику, аудиторію). До вибірки потрапили такі видавництва: «Фоліо» (Харків), «Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля» (Харків), «Темпора» (Київ), «Нора-друк» (Київ), «БАО» (Донецьк), «Фенікс» (Одеса), «Нова книга» (Вінниця), «ЛПРС» (Запоріжжя), «Лілея-НВ» (Івано-Франківськ), «А-ба-ба-га-ла-ма-га» (Київ), «Махаон-Україна» (Київ), «Ранок» (Харків), «Видавництво Старого Лева» (Львів), «Освіта» (Київ), «Смолоскип» (Київ), видавництво Національного університету «Львівська політехніка» (Львів), «Навчальна книга — Богдан» (Тернопіль). Докладніше процес формування вибірки описаний у проміжному звіті Інституту журналістики про науково-дослідну роботу № 11БФ045-01 «Український медійний контент у соціальному вимірі» за 2012 р. Результати аналізу класифікаційних моделей, що застосовують вітчизняні видавництва до своєї книжкової продукції, викладені у висновках.

Найбільш поширеними на сьогодні типологічними моделями класифікації книжкової продукції є групування її за такими ознаками: цільове призначення; тематичні розділи; жанри; вікова категорія читачів; мовна ознака; прогнозовані умови експлуатації; якість виконання; матеріальна складова носія; тираж.

Чинний в Україні державний стандарт ДСТУ 3017-95 «Видання. Основні види. Терміни та визначення» передбачає розподіл видань за ознаками: цільове призначення; аналітико-синтетичне перероблення інформації; інформаційні знаки; матеріальна конструкція; обсяг; склад основного тексту; періодичність; структура; види неперіодичних видань за інформаційними ознаками; види періодичних

і продовжуваних видань. Класифікації видань за цільовим призначенням і за аналітико-синтетичним опрацюванням інформації, в дещо модифікованому вигляді, взяті за основу розподілу видавничої продукції «за цільовим призначенням», яку регулярно здійснює Книжкова палата України. Віддаючи належне високому фаховому рівню держстандарту, слід відзначити, що він не позбавлений недоліків, зокрема, відсутні деякі важливі критерії класифікації видань, не враховані нові види видань (мультимедійні та електронні книжки).

Українські видавництва найчастіше використовують моделі класифікації своєї книжкової продукції за ознаками: літературно-художні жанри; вікова категорія читачів; цільове призначення; мовна ознака. Крім того, окремі видавництва пропонують видання, що відрізняються за матеріальною складовою носія (друковані, електронні, мультимедійні), та за ознакою якості виконання (звичайні, подарункові). Усі видавництва в довільній формі поєднують різні моделі класифікацій, залежно від свого асортименту та орієнтуючись на зручність вибору продукції для покупця. При класифікації враховуються далеко не всі суттєві ознаки контенту книжкової продукції, що ускладнює аналіз відповідності вітчизняного книговидання потребам суспільства.

Більшість вітчизняних видавництв пропонують своїм читачам лише друковані книги. Ті ж видавництва, які виготовляють та продають електронні видання, для їх класифікації застосовують переважно такі ж моделі, як і до друкованих книжок, адже представлені на вітчизняному ринку електронні книжки майже не відрізняються від своїх паперових аналогів нічим, окрім носія (електронний файл замість друкованої книги). Якщо ж в асортименті видавництв є мультимедійні чи інтерактивні книжкові видання (а таких зовсім небагато), то для них створюються окремі рубрики в каталогах, які вказують на тип носія — «Інтерактивні книги» та «Аудіокниги».

Для комплексного оцінювання стану українського паперового та електронного книговидання, виявлення проблемних моментів та перспектив розвитку необхідним є поєднання різних моделей класифікації контенту. При цьому найбільш важливим є використання таких критеріїв класифікації, які враховують соціальне

призначення книги, її соціально-комунікаційні функції. Навіть попередній аналіз, здійснений за такими критеріями класифікації, свідчить про невідповідність сучасного вітчизняного книговидання потребам суспільного і державного розвитку, що призводить до подальшого перетворення України із «суспільства читачів» на «суспільство глядачів» телебачення, що формує нові стереотипи суспільної думки, норми й аналіз сприйняття дійсності [1, с. 8].

1. *Благовірна Н. Б.* Галактика Гутенберга чи галактика Інтернету? / *Н. Б. Благовірна* // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Сер.: Соціальні комунікації. — Харків, 2011. — № 968. Вип. 3. — С. 6-10.
2. Випуск видавничої продукції в Україні в 2013 році (9 місяців) [Електронний ресурс] // Державна наукова установа «Книжкова палата України імені Івана Федорова». — Режим доступу: http://www.ukrbook.net/statistika_2013_9_mis.htm#zag_dani. — Назва з екрана. — Дата перегляду: 20 груд. 2013 р.
3. *Гречихин А. А.* Проблемы критерия в современной типологии книги / *А. А. Гречихин* // Книга. Исследования и материалы. — 1987. — Сб. 54. — С. 50-73.
4. *Гречихин А. А.* Современные проблемы типологии книги / *А. А. Гречихин*. — Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1989. — 245 с.
5. ДСТУ 3017-95. Видання. Основні види. Терміни та визначення. — Київ : Держкомстандарт України, 1995. — 46 с.
6. *Моргенитерн И. Г.* Общее библиографоведение : учебник для вузов / *И. Г. Моргенитерн*. — Москва : Профессия, 2006. — 208 с.
7. *Моргенитерн И. Г.* Проблемы типологии современной книги / *И. Г. Моргенитерн* // Книга. Исследования и материалы. — 1975. — Сб. 30. — С. 38-54.
8. Про видавництво [Електронний ресурс] // Інтернет-сайт видавництва «Ранок». — Режим доступу: <http://www.ranok.com.ua/about.html>. — Назва з екрана. — Дата перегляду: 15 квіт. 2014 р.
9. *Сухоруков К. М.* Прогнозам вопреки, наперекор экспертам: статистика книгоиздания за первую половину 2013 года / *К. М. Сухоруков* // Книжное обозрение. — 2013. — № 14. — С. 1-13.
10. *Швецова-Водка Г. М.* Загальна теорія документа і книги : навч. посібник / *Г. М. Швецова-Водка*. — Київ : Знання, 2009. — 487 с.