



УДК 017.4+018.4+019.4](100)(091)(045)

DOI: 10.36273/2076-9555.2020.11(292).3-9

Микола Сенченко,

директор Книжкової палати України, професор,

e-mail: director@ukrbook.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7445-5185>

Видавнича та книготорговельна бібліографія в зарубіжних країнах

У статті розглянуто аспекти формування й характеристики видавничої та книготорговельної бібліографії в зарубіжних країнах. Її історичний досвід різноманітний і специфічний через національні умови, проте і в цьому різноманітті виразні загальні закономірності й риси, властиві видавничій та книготорговельній бібліографії багатьох держав світу. На прикладі історії виникнення, розвитку й сучасної практики видавничої та книготорговельної бібліографії США, Великої Британії, Німеччини й Франції простежено як національні особливості, так і закономірності історичного шляху й сучасної структури цього виду діяльності.

Наголошено, що саме бібліографічна інформація про видавничу продукцію є єдиною можливою формою подання відомостей про товар у книжковій торгівлі. Від того, на основі яких правил і принципів створюють і поширюють бібліографічну інформацію, залежить ухвалення управлінських рішень, успіх комерційних підприємств, отримання прибутку тощо. Значення сучасної бібліографії посилюється завдяки широкому впровадженню інтернет-технологій, їх використанню в реалізації книжкової та іншої видавничої продукції, організації віртуальних книгарень тощо.

Ключові слова: книготорговельна бібліографія; видавнича бібліографія; теорія бібліографії; історія книготорговельної бібліографії; каталоги книг; зарубіжна бібліографія

Постановка проблеми. В умовах хаотичного розвитку ринку книжкової індустрії особливої актуальності набуває проблема книготорговельної й видавничої бібліографії. Аналіз джерел свідчить, що історії книготорговельної бібліографії приділено замало уваги. **Об'єктом** вивчення у пропонованій статті є книготорговельна бібліографія, **предметом** — процес історичного розвитку всесвітньої та національної книготорговельної бібліографії в період інформатизації й широкого впровадження автоматизації інформаційно-бібліографічних процесів.

Мета статті — розглянути тенденції розвитку книготорговельної та видавничої бібліографії в зарубіжних країнах — США, Великій Британії, Німеччині й Франції.

Аналіз попередніх досліджень і публікацій. Проблемам становлення та розвитку бібліографії, зокрема й книготорговельної, приділяли увагу чимало дослідників, про що свідчать праці таких бібліографів і книгознавців, як Л. Грузинова, В. Загуменна, Г. Швецова-Водка, Н. Сенченко, К. Сухоруков, О. Джиги та інших.

Виклад основного матеріалу дослідження. Концепція ринку, що визначається як логістика, потребує вивчення численних аспектів, пов'язаних із плануванням, контролем і управлінням матеріальними, трудовими, інформаційними, фінансовими та іншими потоками. Книжковий ринок, пропонуючи специфічний товар (книги та інші види видавничої продукції), має, відповідно, й характерну відмінність: організація руху матеріального потоку органічно пов'язана з організацією та функціонуванням його бібліографічного складника. Отже, саме бібліографічна інформація про видавничу продукцію — це єдина можлива форма подання відомостей про товар у книжковій торгівлі. І від того, як і на основі яких правил та принципів створюється й поширюється бібліографічна інформація, залежить

ухвалення управлінських рішень, успіх комерційних підприємств, отримання прибутку тощо.

Упровадження інтернет-технологій, їх використання в реалізації книжкової та іншої видавничої продукції, організація віртуальних книгарень — ці чинники дедалі більше посилюють значення бібліографії. Наприклад, онлайн-крамниці пропонують відвідувачам не фізичний товар, а його віртуальний образ, сформований завдяки оцифрованому зображенню обкладинки, бібліографічному описові й анотації. Отже, якість бібліографічних відомостей, принципи їх організації та достовірність становлять одну з найважливіших умов комерційного успіху видання.

Підготовка й поширення бібліографічної інформації на будь-яких носіях є вагомим складником книготорговельної бібліографічної діяльності. Часто її важко виокремити із сукупності видавничих і книготорговельних процесів, але цей етап становить основу циклу, що сприяє просуванню книги до покупця. Кожна фаза у процесі реалізації видавничої продукції обов'язково припускає або створення різноманітних бібліографічних матеріалів, або звернення до видань національної бібліографії (літописів книг), що, зі свого боку, забезпечує комплекс заходів, спрямованих на бібліографічне обслуговування покупців і надання їм якісних інформаційних послуг.

Упродовж кількох десятиліть видавничу й книготорговельну бібліографію розглядали як єдину систему, котра, на думку Е. Шамуріна, охоплює "практично невіддільні" поняття — *книготорговельну й видавничу бібліографію*, що зумовило використання впродовж тривалого періоду терміна "*видавничо-книготорговельна бібліографія*". Наприклад, в енциклопедичному словнику "Книговедение" розміщено дві статті: "*Видавничо-книготорговельна бібліографія*" і "*Книготорговельна бібліографія*" [1].

Базовим поняттям, що визначає зміст, мету й функції бібліографії, є бібліографічна інформація про документи, потрібна для їх ідентифікації та використання. У книготорговельному бібліографознавстві до недавня видавничу й книготорговельну бібліографічну інформацію традиційно репрезентували у формі "трьох основних напрямів, що розв'язують самостійні завдання та функціонують самостійно". Це перспективно-бібліографічна інформація (ПБІ) — бібліографічна інформація про видання, заплановані до випуску; асортиментно-бібліографічна інформація (АБІ) — бібліографічна інформація про видання, що є в наявності; обліково-видавничу бібліографічну інформацію (ОБІ) — бібліографічна інформація про видання, що вийшли, безвідносно до можливості їх придбання.

Основу кожної з підсистем цієї моделі становить певна суттєва ознака. У першому випадку це хронологічна ознака (заплановані видання); у другому — ознака віддзеркалення асортименту, тобто наявного масиву книжкових видань; у третьому — обліково-реєструвальна функція, що становить суть бібліографії загалом і якнайповніше реалізується в органах державного бібліографічного обліку. Отже, структуро-творчими критеріями стали непорівнянні ознаки, котрі мають різнорідне підґрунтя, що суперечить логіці будь-якої науки. Крім того, інтенсивний розвиток інформаційних технологій у сфері бібліографічної діяльності зумовив потребу розроблення якісно відмінної структури видавничої та книготорговельної бібліографічної інформації, відповідної сучасному рівню бібліографічного знання.

Сукупність видавничої продукції можна умовно розділити на дві великі групи: перша охоплює видання, що мають видавничий номінал і реалізуються через книготорговельні структури; друга — це безномінальні видання, котрі зазвичай випускають невеликими накладками й поширюють безоплатно. До останніх належать офіційні документи, науково-дослідні звіти, що тиражуються, автореферати дисертацій, навчально-методичні видання, інструктивно-методичні документи тощо. Комплекс видань обох груп утворює зміст понять "видавничий репертуар" (для одного видавництва) і "національний видавничий репертуар" (для країни), що реєструється в поточних національних (державних) бібліографічних покажчиках. Відповідно, й споживача видавничої продукції можна класифікувати за двома категоріями — "покупець" і "читач". Водночас споживачем у книжковій торгівлі є тільки "покупець", оскільки видавничу продукцію другої групи книготорговельний асортимент не охоплює.

Отже, видавничу бібліографічну інформацію відбиває видавничий репертуар. Якщо йдеться про національний видавничий репертуар, то й бібліографічна інформація, котра його відображає, збігається за змістом і функціями з національною (державною) бібліографією. Окрім того, видавничу бібліографію забезпечує відповідною інформацією всі етапи редакційно-видавничого процесу, виконуючи службові внутрішньовидавничі функції.

Видавничий репертуар завжди слугував і слугує основним джерелом формування книготорговельного асортименту. З огляду на це, важливим моментом, що дає змогу диференціювати видавничу й книготорговельну бібліографію як цілком самостійні види, є співвідношення видавничого репертуару та книготорговельного асортименту — поняття, які відбивають способи існування й руху книги у відповідних сферах книжкової індустрії. Важливо зрозуміти, що книготорговельний асортимент, хоча й формується на основі видавничого репертуару, ані хронологічно, ані змістовно з ним не збігається. В асортименті будь-якого книготорговельного підприємства зазвичай наявна продукція багатьох, але не всіх видавництв. І не вся продукція, а лише та частина, що надрукована для реалізації через книжкову торгівлю і є рентабельною для книготорговельного підприємства. Водночас його асортимент може охоплювати літературу різних років видання, випущену й три, й п'ять, і десять років тому. Через це не можна ототожнювати національний видавничий репертуар і національний книготорговельний асортимент — сукупний асортимент книжкової торгівлі країни.

Аналіз цілей, методів і результатів (як конкретного втілення цілей) створення бібліографічної інформації у видавництвах і книжковій торгівлі уможливорює висновок про достатню самостійність видавничої бібліографічної інформації та книготорговельної бібліографічної інформації, а отже й про самостійність видавничої бібліографії та книготорговельної бібліографії. Утім, попри цілковиту автономність цих видів бібліографії, вони тісно взаємозв'язані й взаємозалежні, оскільки уособлюють специфіку видавничої та книготорговельної діяльності — інтегрованих галузей книжкової індустрії. Викладені аргументи дають змогу визначити видавничу та книготорговельну бібліографію як інтегровану й водночас диференційовану сферу діяльності, в якій кожна виконує власні функції.

Видавничу бібліографію — сферу науково-практичної діяльності, що має на меті управління видавничою галуззю через створення й цілеспрямоване поширення бібліографічної інформації (у книжковому та електронному варіантах) про видавничий репертуар в усіх його формах: перспективний, готівковий, реалізований.

Книготорговельна бібліографія — сфера науково-практичної діяльності, що має на меті управління книготорговельною галуззю через створення й цілеспрямоване поширення бібліографічної інформації (у книжковому та електронному варіантах) про книготорговельний асортимент в усіх його формах: перспективний, готівковий, розпроданий.

Наведені визначення свідчать, що видавничу бібліографічну інформацію не може ототожнюватися з книготорговельною, оскільки вони відбивають різні масиви книжкових видань та інших видів документів. Водночас значна частина видавничого репертуару неминує трансформуватися у книготорговельний асортимент, що підтверджує інтегрованість не лише цих

понять, а й бібліографічної інформації, котра їх уособлює. Тоді стає очевидним, що правильніше використовувати термін "видавнича і книготорговельна бібліографічна інформація", котрий поєднує дві рівнозначні підсистеми: видавничу бібліографічну інформацію й книготорговельну бібліографічну інформацію.

Існування й рух видавничого репертуару втілено у трьох хронологічних формах: перспективній, готівковій, реалізованій. Отже, видавничу бібліографічну інформацію доцільно організувати в таку систему: бібліографічна інформація про перспективний репертуар (БІПР); бібліографічна інформація про готівковий репертуар (БІГР); бібліографічна інформація про реалізований репертуар (БІРР). Видавничий репертуар є основою формування книготорговельного асортименту, що, зі свого боку, також має три основні хронологічні форми: перспективний (планований), готівковий і розпроданий. Очевидно, що й книготорговельна бібліографічна інформація відбиває саме ці форми: бібліографічна інформація про перспективний асортимент (БІПА); бібліографічна інформація про готівковий асортимент (БІГА); бібліографічна інформація про розпроданий асортимент (БІРА).

Матеріалізація видавничих планів призводить до створення готівкового видавничого репертуару. Одночасно бібліографічна інформація про планований і готівковий видавничий репертуар стає джерелом формування бази бібліографічних даних про перспективний книготорговельний асортимент, оскільки нечисленні плани випуску й рівною мірою вже випущені видання, пропоновані книжковим магазинам для замовлення за зразками, становлять основу планованого асортименту. На жаль, нині лише незначна кількість вітчизняних видавництв публікують тематичні плани випуску, так само як і більшість книготорговельних підприємств не формують відповідної бібліографічної бази даних.

За кордоном таку інформацію не лише створюють, а й публікують як зміст різноманітних бібліографічних матеріалів. Наприклад, американська фірма R. R. Bowker LLC у покажчику "Книги, заплановані до випуску" (Forthcoming Book), що виходить шість разів на рік, подає бібліографічні відомості про книги, котрі побачать світ у наступні два-три місяця. Кожне число французького журналу "Книжковий тижневик" містить бібліографічну рубрику "Вийдуть" (A Paraître), що репрезентує видавничі плани на найближчі два місяці. Німецькі книгопродавці отримують таку інформацію з покажчика "Німецька національна бібліографія. Серія N", де, відповідно до програми СІР ("Каталогізація у виданні"), наведено відомості про заплановані до випуску в майбутні чотири тижні книги та серіальні видання. Отже, практика "попереднього сповіщення" поширена у книжковій торгівлі багатьох країн.

Найвідомішим сучасним бібліографічним виданням, що відбиває готівковий книготорговельний асортимент, є каталог "Книги в продажу" (Books in Print) [2]. Уперше такий перелік 1948 р. випустила американська компанія Р. Р. Баукера. Обсяг видання

щороку зростає, й нині він містить понад 40 млн бібліографічних описів. Важко повірити в те, що всі ці видання перебувають "у продажу", як те впливає з дослівного перекладу назви українською. У закордонній книжковій справі це вже сталий і традиційний заголовок, що його використовують не лише як назву друкарського каталогу, а й на позначення національної інформаційної системи про книготорговельний асортимент країни.

Сукупність розпроданих видань називають розпроданим чи реалізованим асортиментом, котрий також фіксують у різноманітних бібліографічних матеріалах. Якщо асортимент може бути розпроданим, то репертуар "розпродати" не можна, тому щодо поняття "репертуар" доречніше використовувати визначення "реалізований", оскільки свою продукцію видавництва реалізують або через власну, або через посередницьку книготорговельну мережу.

У закордонному книговидаванні й книжковій торгівлі зведення про розпродані видання (Out of Print) публікують у спеціальних покажчиках. Зокрема, сьомий том баукерівського видання "Книги у продажу" має назву "Розпродані книги й книги, відсутні на складі" (Out of Print — Out of Stock). Донедавна його матеріали кумулювали в п'ятирічному друкованому покажчику "Розпродані книги". Нині відомості про такі видання можна знайти в електронній базі даних "Розпродані книги" на CD-ROM (Books Out of Print PLUS). Облік розпроданих видань здійснюють у книжковій торгівлі багатьох країн, і донині ці показники оприлюднюють в електронних версіях бібліографічних каталогів. Потреба їх створення важлива і з погляду інформування книгопродавців про припинення реєстрації замовлень, і з погляду вивчення читацького попиту, що допомагає планувати та формувати видавничий репертуар і книготорговельний асортимент.

У видавничій бібліографічній інформації наявна ще одна важлива ланка, значущість якої очевидна для всіх споживачів — видавців, книгопродавців, читачів і покупців. Це сигнальна бібліографічна інформація про видання, що вийшли, реалізація яких має відбуватися через книготорговельні підприємства. Такі видання вже не є елементом перспективного репертуару, але ще й не стали частиною готівкового репертуару чи асортименту. В цьому разі сигнальна функція збігається з функцією державного поточного бібліографічного обліку, але лише частково, оскільки об'єктом державної реєстрації є вся без винятку книжкова продукція, а сигнальна бібліографічна інформація відбиває лише видання, що мають номінальні ціни.

Саме оперативні бібліографічні відомості про літературу, що виходить, свого часу сприяли зростанню популярності багатьох іноземних журналів, як-от: "Біржовий листок німецької книжкової торгівлі" (Borsenblatt für den Deutschen Buchhandel), американський "Видавничий тижневик" (Publisher's Weekly), англійський "Книгопродавець" (Bookseller) та іншим. У багатьох закордонних періодичних виданнях, що стосуються книжкової справи, досі публікують відповідні бібліографічні розділи.

Формування й функціонування видавничої та книготорговельної бібліографічної інформації визначають рівень інформаційно-бібліографічного забезпечення книжкового ринку країни, що є змістом і головною метою книготорговельної бібліографічної діяльності. Слід враховувати той чинник, що робота видавництва, спрямована на створення й поширення бібліографічної інформації про частину репертуару, котра реалізується через книготорговельні канали, набуває яскраво вираженого книготорговельного характеру. А отже, й усі бібліографічні матеріали видавництва, що відбивають відповідну продукцію, також стають книготорговельними й випускаються з однією метою — управління асортиментом й активізація купівельного попиту. Отже, поняття "книготорговельна бібліографічна діяльність" охоплює і діяльність видавництва, і діяльність книготорговельних підприємств, спрямовану на інформаційно-бібліографічне забезпечення книжкового ринку.

Формування сучасних моделей інформаційно-бібліографічного супроводу зарубіжної книжкової торгівлі відбувалося упродовж кількох століть, про що свідчить історія книготорговельної бібліографії, котра зобов'язана і появою, і подальшим розвитком винятково книгодрукуванню.

Прогрес книговидавничої галузі в XIX ст. зумовив потребу створення нових форм бібліографічної реєстрації та відображення потоку літератури, що сприяло формуванню в багатьох країнах книготорговельних органів поточного обліку, котрі, зі свого боку, заклали фундамент поточної національної бібліографії. Зокрема, в Німеччині Біржовий союз німецьких книгопродавців від 1834 р. здійснював реєстрацію новинок книжкового ринку в журналі "Біржовий листок німецької книжкової торгівлі".

Зародження поточного бібліографічного обліку у Великій Британії відбулося завдячуючи діяльності книгопродавця С. Лоу, який започаткував журнал "Видавничі оголошення", а впродовж наступних десятиліть, аж до 1950 р., було пов'язано з видавничою фірмою J. Whitaker and Sons Ltd. та її журналом "Книгопродавець". Якщо йдеться про національну бібліографію США, то це насамперед видання фірми R. R. Bowker LLC, заснованої у другій половині XIX ст. В Данії це поточний національний бібліографічний покажчик "Данський список книг", що 1851 р. випустило Об'єднання данських книгопродавців. Об'єднання шведських книговидавців 1863 р. організувало випуск "Шведської книготорговельної бібліографії". В 1873 р. мадридська книготорговельна фірма "Мурильо" заснувала "Бюлетень іспанської книжкової торгівлі" — щомісячник із річною кумуляцією, а 1901 р. побачила світ "Іспанська бібліографія" — орган Іспанського об'єднання книгопродавців. За ініціативою приватного видавництва Моліні у Флоренції від 1861 до 1868 р. виходив щомісячний "Загальний журнал італійської бібліографії".

Схожих прикладів чимало в історії бібліографії багатьох країн. Отже, з одного боку, книготорговельні бібліографічні видання в XIX ст. виконували функції

єдиних джерел бібліографічної інформації про видавничий репертуар і книготорговельний асортимент, оскільки інших комунікативних каналів не було, а з іншого — заклали основи національної бібліографії, що успадкувала багато традицій упорядкування й оформлення бібліографічних покажчиків. Пряме підтвердження цим фактам знаходимо у працях закордонних бібліографознавців, які здебільшого отожнювали національну та книготорговельну бібліографії на тій підставі, що вони розв'язували єдине завдання обліку друкованої продукції.

Історичний досвід видавничої та книготорговельної бібліографії різноманітний і специфічний через національні умови. Проте і в цьому різноманітті виразні загальні закономірності та риси, властиві видавничій і книготорговельній бібліографії багатьох країн світу. На прикладі історії виникнення, розвитку та сучасної практики видавничої та книготорговельної бібліографії США, Великої Британії, Німеччини й Франції можемо простежити як національні особливості, так і закономірності історичного шляху і сучасної структури цього виду діяльності.

Характерною особливістю нинішніх моделей інформаційно-бібліографічного забезпечення є функціонування на двох рівнях: перший умовно назвемо загальнонаціональним, а другий — фірмовим, що визначається принципами охоплення документів [3; 4].

Перший рівень репрезентовано бібліографічними покажчиками, що відбивають сукупність видавничої продукції, запланованої до випуску й наявної в продажу, а також бібліографічними покажчиками, що констатують факт випуску документів. І в багатьох країнах матеріали цього рівня кумулюють національні поточні бібліографічні покажчики, інформацію яких широко використовують у видавничій справі та книжковій торгівлі для пошуку й замовлення видань, створення автоматизованих банків даних. Такими виданнями у Великій Британії є "Британська національна бібліографія", у Франції — "Національна бібліографія Франції", в Німеччині — "Німецька національна бібліографія", в Австрії — "Австрійська бібліографія" тощо.

Другу велику групу цього рівня утворюють бібліографічні видання, котрі випускають або національні об'єднання видавців і книгопродавців, або окремі видавничі фірми. Ці матеріали характеризуються загальнонаціональним принципом охоплення документів, запланованих до випуску, наявних у продажу чи розпроданих. Інакше кажучи, бібліографічні видання відбивають три основні форми книготорговельного асортименту (перспективний, готівковий, розпроданий) у межах однієї держави, тобто загальнонаціональний книготорговельний асортимент.

У Німеччині створення й функціонування таких матеріалів забезпечує Біржовий союз німецьких книгопродавців (Borsenverein der Deutschen Buchhändler), у Франції — Об'єднання книжкової торгівлі (Cercle de la Librairie), у Великій Британії — видавнича фірма J. Whitaker and Sons Ltd., у США — компанія R. R. Bowker LLC. Професійні об'єднання та приватні

видавничі компанії виконують функції національних книготорговельних бібліографічних центрів, координуючи зусилля з роботою національних бібліографічних агентств. Певною мірою напрями їхньої діяльності й завдання збігаються, проте кінцева мета різна.

Другий рівень — фірмовий — репрезентовано бібліографічними матеріалами окремих видавничих і книготорговельних фірм (корпорацій, компаній, об'єднань, асоціацій). Аналіз таких видань свідчить, що кожна компанія (видавнича, гуртова, роздрібна) має власну систему посібників, що формувалася поступово з урахуванням конкретних умов розвитку фірми, її профілю й спеціалізації. Навіть за різноманітності фірмових матеріалів вони мають специфічні ознаки, що об'єднують їх у певній логічній системі та, найголовніше, дають змогу розібратися в їхній структурі й призначенні. Виокремимо такі системотворчі ознаки:

1. Видавнича належність, згідно з якою бібліографічні покажчики віддзеркалюють продукцію однієї чи кількох фірм. До останніх належать бібліографічні матеріали як великих (транснаціональних) видавничих об'єднань, так і гуртових книготорговельних та посередницьких компаній, що репрезентують на ринку продукцію певного контингенту видавничих фірм (наприклад, каталоги "KNOe" і "Libri" в Німеччині).

2. Хронологічна ознака, що характеризує рух книги у сфері книжкового бізнесу й дає змогу виокремити матеріали, котрі відбивають перспективний, готівковий і розпроданий асортимент. Найпоширенішими є посібники, що містять перспективну інформацію в поєднанні з даними про готівковий асортимент. Останню категорію часто позначають терміном "backlist", тобто список книг певного видавництва, що були видані у минулому, але досі мають попит і продаються. Бібліографічну інформацію всіх трьох видів зазвичай вносять у так звані видавничі каталоги, що виходять раз на рік і містять систематизовану інформацію про заплановані до випуску, наявні й розпродані видання. Перспективну бібліографічну інформацію доповнюють анотацією, а новинки вирізняють спеціальними позначками або виносять у самостійні розділи.

3. Періодичність випуску покажчиків може бути різною, наприклад, річні, піврічні, кварталні, сезонні, щомісячні й щотижневі посібники. До того ж поняття сезону не завжди збігається з усталеним (зима, весна, літо, осінь). У західних країнах його межі іноді окреслюють релігійні свята (Різдво, Великдень), а в окремих випадках — традиційні для книжкової торгівлі заходи (наприклад, щорічна червнева конференція Американської асоціації книгопродавців).

4. Товарно-тематична ознака. У вітчизняному бібліографознавстві такої ознаки немає й бібліографічні матеріали традиційно характеризують за змістом уміщених документів (універсальні, тематичні, галузеві тощо). Виокремлення цієї ознаки як системотворчої зумовлено наявністю так званих сегментів книжкового ринку. Кожному з них відповідає певна видова категорія, що є традиційною для захід-

ного книговидавання й віддзеркалює, окрім змістових характеристик, товарні якості книги. Наприклад, hardcover — книги в палітурці, paperbacks — у м'якій обкладинці, trade books — комерційні книги, mass market paperbacks — книги масового ринку в м'якій обкладинці, що відповідають певним етапам видавничого процесу. Зазвичай статистика національного книговидавання відбиває такі категорії:

— комерційні видання в палітурці та м'якій обкладинці (реалізують традиційними каналами книгорозповсюдження);

— видання масового ринку (реалізують через мережу газетних кіосків, супермаркетів, аптек тощо);

— видання книжкових клубів (мають власну книготорговельну мережу);

— навчальна література (для шкіл, коледжів та університетів);

— література для дітей;

— релігійна література (Біблії, молитовники);

— non-fiction (науково-технічна, медична, юридична література тощо);

— fiction (художня література);

— аудіовізуальні видання, видання на CD-ROM, електронні й мультимедійні видання;

— bestseller (видання з найвищим рівнем продажу).

5. Згруповані матеріали. Це посібники з алфавітним, тематичним і предметним розташуванням бібліографічних записів. При цьому як "предмети" й "теми" використовують і власне тематичні ознаки, і "товарні" властивості видань (палітурка, м'яка обкладинка, бестселери, постери, глобуси тощо).

6. Цільове призначення й читачка адреса. Ці дві самостійні та суттєві ознаки в книготорговельній бібліографічній практиці розділити неможливо, оскільки "адреса" визначає "мету" й навпаки. Відповідно, до цієї ознаки належать посібники, котрі випускають, аби привернути увагу споживача до продукції фірми (і таких більшість), або це призначені для оформлення й збирання замовлення спеціальні "бланки-замовлення" (order-form) — бюлетені, що містять уніфіковані бібліографічні відомості (автор, заголовок, ціна й ISBN) про новинки та наявні в асортименті видання. Матеріал таких бюлетенів зазвичай систематизовано за товарно-тематичними ознаками й серіями. Особливо виділяють очікувані новинки. Останніми роками бюлетені набули уніфікованої форми, що зумовлено використанням електронних каналів для передавання замовлення й потребою мінімізації операційного часу для їх оформлення. Кожне видання забезпечують спеціальним формуляром, куди інформацію про постачальників та одержувачів вносять за допомогою кодів. Ці видання, так само як і "цінники", адресують посередникам, гуртовим і роздрібним книгопродавцям. "Цінники" можуть випускати як окремо, так і єдиним із "бланком-замовленням" виданням. Вони містять інформацію про змінені ціни на книги, що є в наявності. У мережевому чи електронному варіанті "бланки-замовлення" мають подвійну структуру.

7. Вид і форма посібника. За цією ознакою виокремлюють каталоги, покажчики, проспекти, списки,

листівки, буклети, плакати, постери, картотеки. Останні вже рідко використовують у традиційному сенсі, радше йдеться про своєрідний спосіб поширення бібліографічної інформації й збирання замовлень. Певні видавництва друкують комплекти карток, кожна з яких містить повний набір бібліографічних відомостей (охоплюючи й анотацію) про окрему книгу та одночасно слугує купоном для замовлення.

Як відносно самостійну групу за формою посібника вирізняють бібліографічні видання на електронних носіях і так звані інтернет-видання. Природно, вони мають значні переваги перед друкованими варіантами: одноразове опрацювання й багаторазове надання користувачам значного обсягу бібліографічної інформації у форматі локальних, тематичних, універсальних та інших баз даних; можливість здійснювати пошук за великою кількістю так званих мультиознак; одночасний доступ користувачів і можливість трансляції даних інформаційно-мережевими каналами тощо. Проте технологічні переваги не змінюють кінцевої мети книготорговельної бібліографічної діяльності, а отже й призначення посібників, оскільки створення електронних версій відбувається паралельно з випуском традиційних друкованих варіантів (наприклад, каталог "Books in Print" є в паперовій версії, на мікрофішах, на CD-ROM та як інтернет-видання). Різноманіття перелічених ознак цим не вичерпується, але навіть вони дають змогу доволі повно схарактеризувати певний книготорговельний бібліографічний посібник.

Сучасному періодові розвитку видавничої та книготорговельної бібліографії в зарубіжних країнах притаманні високий рівень автоматизації всіх процесів та етапів бібліографування й бібліографічного обслуговування, створення національних і міжнародних інформаційних систем тощо. Уперше спільний проект реалізовано 1991 р., коли було підписано угоду про співпрацю між французькою та британською системами телезамовлення в книжковій торгівлі, за умовами якої книгарні обох країн дістали змогу замовляти літературу видавництва іншої країни так само легко, як і своїх. Останнім за часом став проект Global Books in Print компаній J. Whitaker and Sons Ltd. і R. R. Bowker LLC, що має на меті формування єдиної електронної бази даних про книготорговельний асортимент Великої Британії та США [5].

Висновки. Використання новітніх інформаційних технологій у книготорговельній бібліографічній практиці сприяє розв'язанню багатьох проблем, але водночас породжує й нові, насамперед пов'язані зі стандартизацією бібліографічної методики, уніфікацією подання бібліографічних відомостей та їх обміну електронними каналами, організацією та структуризацією цифрових баз даних. Нині найважливішою та найактуальнішою проблемою є уніфікація електронного формату бібліографічного запису, що потребу-

вало розроблення спеціального обмінного стандарту для книжкової торгівлі — ONIX International, перша версія якого вийшла в січні 2000 р. Його мета — стандартизація електронної форми бібліографічного опису для всіх суб'єктів книжкового ринку. ONIX International, розроблений спеціально для використання у книжковій торгівлі, повністю враховує її специфіку і в цьому сенсі є альтернативою міжнародному формату UNIMARC, слугуючи засобом міжнародного обміну даними між національними бібліографічними агентствами та бібліотеками.

У стандарті визначено перелік полів опису (понад 200) і методику відправлення ONIX-повідомлення, що є згрупованим та взаємозв'язаним набором елементів XML-мовою, призначених для створення складних документів для інформаційного обміну. Для видавців і книгопродавців зміст повідомлення відіграє важливу роль, оскільки суттєво впливає на реалізацію видавничої продукції. Розробники стандарту намагалися якнайповніше відбити в повідомленні всі бібліографічні елементи й ті параметри, що характеризують такий особливий товар, як книга. Відповідно, поміж традиційних полів стандарт ONIX International містить такі, як сфера вебсайта продукту, сфера постачальника товару й відомостей про постачання, сфера ціни та податкової ставки, сфера відомостей про рух товару тощо.

У липні 2001 р. побачила світ друга, допрацьована версія стандарту ONIX Product International Standards, котрий використовують у видавничій і книготорговельній галузях Великої Британії, Франції та США. Розглядається питання про застосування стандарту в книжковій торгівлі Німеччини. ONIX Product International Standards успішно пройшов апробацію у книготорговельних підприємствах, що працюють в онлайн-режимі (Amazon, Barnes and Noble, Portadas). Як доводить світова практика, впровадження цього стандарту оптимізує процес поширення та обміну бібліографічною інформацією, мінімізує операційні витрати, що, зрештою, прискорить товарообіг і сприятиме зростанню прибутку.

Інша проблема, пов'язана зі стандартизацією бібліографічної методики, полягає в розробленні єдиних критеріїв структуризації бібліографічних масивів, тобто в розробленні єдиної міжнародної класифікаційної схеми, що дає змогу, спираючись на загальноприйняті принципи, організувати бібліографічні записи в тематичні розділи, рубрики, підрубрики тощо. У книжковій торгівлі кожної країни зазвичай використовують власну національну книготорговельну класифікаційну схему, що не лише враховує особливості видавничого репертуару, а й побудована на основі історичних традицій розміщення літератури у книгарнях і психології його сприйняття покупцями. І саме в галузі книготорговельної бібліографічної практики виявляється спадкоємність історичних традицій, що має видавничий й книготорговельний бібліографічний характер кожної держави.

Список використаної літератури

1. *Книговедение: Энциклопедический словарь* / Редкол.: Н. М. Сикорский (гл. ред.) и др. — Москва : Сов. энциклопедия, 1982. — 664 с.
2. *Афонін О. В.* Українська книга в контексті світового книговидавництва / О. В. Афонін, М. І. Сенченко. — Київ : Кн. палата України, 2009. — 277 с.

3. Грузинова Л. Б. Иностранная библиография : учебное пособие / Л. Б. Грузинова — Москва : Мир книги, 1997. — 164 с.
4. Грузинова Л. Б. Библиография в зарубежных странах : конспект лекций / Л. Б. Грузинова, Н. Г. Каменская. — Москва : Изд-во МПИ, 1988. — 60 с.
5. Лисицына Н. А. Деятельность Библиографической секции ИФЛА в области международного профессионального сотрудничества / Н. А. Лисицына, И. Г. Хомякова // Культура и образование. — 2014. — № 10, окт. — Режим доступа: <http://vestnik-rzi.ru> (дата обращения: 01.03.2015). — Загл. с экрана.

Mykola Senchenko

Publishing and book trade bibliography in foreign countries

The article considers aspects of formation and characteristics of publishing and book trade bibliography in foreign countries. Its historical experience is diverse and specific due to national conditions, but even in this diversity, the general patterns and features inherent in the publishing and book trade bibliography of many countries are clear. On the example of the history of origin, development and modern practice of publishing and book bibliography of Great Britain, the USA, Germany and France we trace both national features and regularities of the historical way and modern structure of this kind of activity.

It is emphasized that bibliographic information about publishing products is the only possible form of presenting information about the product in the book trade. Management decisions, success of commercial enterprises, profit-making, etc. depend on the rules and principles on the basis of which bibliographic information is created and disseminated. The importance of modern bibliography enhances the widespread introduction of Internet technologies, their use in the sale of books and other publishing products, the organization of virtual bookstores and more.

Keywords: book trade bibliography; publishing bibliography; bibliography theory; history of book trade bibliography; book catalogs; foreign bibliography

References

1. Sikorskiy N. M. (gl. red.). (1982). *Knigovedenie: Enciklopedicheskij slovar*. Moskva: Sov. enciklopediya.
2. Senchenko M. I. and Afonin O. V. (2009). *Ukrayinska kniga v konteksti svitovogo knigovidannya*. Kyiv: Kn. palata Ukrayini.
3. Gruzinova L. B. (1997). *Inostrannaya bibliografiya : uchebnoe posobie*. Moskva: Mir knigi.
4. Gruzinova L. B. and Kamenskaya N. G. (1988). *Bibliografiya v zarubezhnyh stranah : konspekt lekcij*. Moskva: Izd-vo MPI.
5. Lisicya N. A. and Homyakova I. G. (2014). *Deyatelnost Bibliograficheskoy sekcii IFLA v oblasti mezhdunarodnogo professionalnogo sotrudnichestva*. *Kultura i obrazovanie*, 10, okt., [online]. Available at: <http://vestnik-rzi.ru> [Accessed 01.03.2015].

Надійшла до редакції 23 листопада 2020 року

УДК 655.4:015](477)"2019"(045)

DOI: 10.36273/2076-9555.2020.11(292).9-16

Лідія Очеретяна,

старший науковий співробітник відділу наукової підготовки
державних бібліографічних покажчиків Книжкової палати України,

e-mail: litopys@ukrbook.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5894-2955>

Книги України в дзеркалі державної бібліографії (за матеріалами бази даних державної бібліографії "Літопис книг" за 2019 рік)

Система бібліографічної інформації Книжкової палати України, ґрунтуючись на надходженні обов'язкових примірників, всебічно охоплює різні види вітчизняної друкованої продукції та слугує вичерпною базою для створення й видання державних бібліографічних покажчиків. Найбільш значущим складником державної поточної бібліографії є "Літопис книг", що містить якнайповнішу бібліографічну інформацію про видані в Україні книги та брошури з усіх галузей знань: наукові, науково-популярні, навчальні, довідкові, релігійні, офіційні, суспільно-політичні, виробничо-практичні, літературно-художні й популярні видання для дітей та юнацтва тощо.

Сучасні тенденції розвитку книговидавничої галузі, науки й культури зумовлюють потребу бібліометричного аналізу бази даних державної бібліографії книжкових видань "Літопис книг". Пропонований аналітичний огляд висвітлює тематичний розподіл видань у базі даних за 2019 р., що містить 17 634 бібліографічні записи відповідно до класів УДК.

Проведено порівняльний аналіз кількості видань за розділами УДК з метою визначення тематичної спрямованості книговидавництва в Україні 2019 р. відповідно до галузей наук. Під час аналізу виявлено, що більшість записів належать до класів 0, 3, 6 та 8 — 13 942 назви, або 79% загальної кількості видань 2019 р. — художні й літературознавчі твори та книги з питань освіти, юриспруденції, економіки, медицини, науки; решта розділів разом налічують менше як половину всіх записів бази даних — 21%, або 3692 записи.

Ключові слова: база даних; бібліографічна інформація; бібліометричний аналіз; дослідження; книги; брошури; неперіодичні видання

Мета дослідження: вивчення тематичної спрямованості книговидавництва в Україні на основі аналізу кількості записів у базі даних (БД) "Літопис книг" за 2019 р. за класами та розділами УДК.

Методи дослідження: бібліометричний аналіз.

Об'єкт дослідження: база даних "Літопис книг" за 2019 р.

До БД "Літопис книг" за 2019 р. увійшло 17 634 бібліографічні записи [1—8; 15]. У пропонованому аналізі вивчено їх розподіл за галузями знань відповідно до