

Краевое государственное бюджетное научное учреждение культуры  
«ДАЛЬНЕВОСТОЧНАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ  
НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА»  
«Центр комплексного библиотечного обслуживания», отдел периодической  
печати

**ПРОДВИЖЕНИЕ ФОНДА ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ.  
ОПЫТ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ  
НАУЧНОЙ БИБЛИОТЕКИ**

Методическая консультация

Составитель Е. С. Домнина

**Хабаровск**

**2024**

Отдел периодической печати — структурное подразделение Дальневосточной государственной научной библиотеки, располагающее основным фондом периодических и продолжающихся изданий.

Со времени основания библиотеки журналы и газеты хранились в составе основного фонда библиотеки.

В 1945 году выделяются самостоятельные фонды по типам изданий, в том числе и фонд периодических изданий.

В 1993 году сектор периодической печати получил статус отдела.

В настоящее время фонд отдела составляет более миллиона экземпляров журналов и больше десяти тысяч годовых комплектов газет. Ежегодно в фонд отдела поступает примерно 30 тыс. экземпляров журналов и газет.

Своеобразным «зеркалом» общества называют периодическую печать (синоним — «повременная печать», «пресса») некоторые исследователи истории, поскольку на страницах газет и журналов с большой долей точности отражаются события, происходящие в обществе. Еще в 1849 году в одной из работ Карл Маркс и Фридрих Энгельс говорили о конкретной задаче прессы — «отражение текущей истории во всей её полноте».

Периодика — одно из средств массовой информации и пропаганды, выпускаемое в определенные промежутки времени. По форме — это газеты, журналы, бюллетени и пр. Её специфическим свойством является многоплановость. Это синтетический материал, включающий в себя самую разнообразную по жанру, происхождению, содержанию информацию: официальные сообщения и документы, законодательные акты, публицистику, письма, хронику, всевозможную информацию (заметки-отчёты, репортажи, интервью и пр.), объявления, беллетристику, некрологи и т. д. Важно отметить ещё одну особенность периодики — оперативность обнародования общественно значимой информации. Это также мощное средство идеологического воздействия. Недаром же печать нарекли «четвёртой властью» (после законодательной, исполнительной и судебной).

Изучая только произведения периодической печати, можно составить представление о том или ином государственном строе, социально-экономических отношениях, господствующих идеологиях. Своеобразие прессы как источника заключается не только в особой информационной функции, в сложности структуры, но и в разнообразии её жанров.

Считается, что наиболее авторитетными и востребованными, а соответственно и более достойными с точки зрения формирования фондов, в библиотеке являются книги и диссертации. Однако, именно журналы первыми публикуют статьи научных работников, рецензии на издания, позволяют на своих страницах развернуть дискуссию по какой-либо научной проблеме. Публикация в периодике, как правило, предшествует изданию книг и является менее дорогостоящей. Наконец, ни одна научная работа не может обойтись без обзора периодики по теме. [6, с. 36–141].

Для того, чтобы о научных открытиях и исследованиях узнало как можно больше людей, учёные публикуют свои работы в научных журналах, пишут статьи и научные диссертации.

Только после публикации научного труда мир и общество узнаёт об инновационных идеях, методах и важности выполненной работы. Научные публикации в периодических изданиях являются неотъемлемым элементом и способом реализации жизненного цикла каждой темы, научно-технической работы, каждой целевой программы и конкурсной тематики научных исследований [3, с. 122–126]. Научно-популярные периодические издания выполняют важные функции для российского общества. В. В Шепелёв выделяет ключевыми следующие функции: научно-информационную, научно-просветительскую, интеграционную, инновационную, профориентационную, научно-образовательную, научно-воспитательную, имиджевую и краеведческую [7, с. 3–7]. Именно на этих функциях строится научно-исследовательская работа учёных, которая впоследствии внедряется в жизнь общества.

Чем быстрее научный материал будет выпущен, тем скорее будет применён человеком на практике или в теории. В истории науки были нередки случаи, когда несколько учёных, исследовавших одну проблему, стремились опередить своих коллег и устраивали научно-исследовательские гонки. И в них побеждали те учёные, которые не только обладали знаниями, но и оперативно публиковали свои статьи и монографии.

Определимся с тем, что именно принято считать периодическими изданиями.

В России общепринятыми нормативными документами, на основе которых осуществляется видо-типологическая характеристика периодического издания, являются **ГОСТ Р 7.0.60-2020 «Издания. Основные виды. Термины и определения» [1]** и **Федеральный закон № 142-ФЗ «О средствах массовой информации»**, принятый Государственной думой 3 июня 2011 года и дополненный 11 июня 2021 года. ГОСТ утверждён и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 18 сентября 2020 года N 655-ст. Этот действующий в настоящий момент стандарт устанавливает термины и определения понятий, используемых в книгоиздании, в том числе в периодической печати, и позволяет определить видо-типологическую принадлежность изданий, в том числе и периодических. Так, согласно ГОСТ Р 7.0.60-2020, а именно пункту 3.2.15 «Виды периодических и продолжающихся изданий», выделяется **17 видов периодических изданий, которые можно объединить в 4 группы: газеты, журналы, бюллетени и календари.**

Согласно ГОСТ 7.0.60-2020 «Издания. Основные виды. Термины и определения»:

**периодическое издание** — сериальное издание, выходящее через определённые промежутки времени, как правило, с постоянным для каждого года числом номеров (выпусков), не повторяющимися по содержанию, однотипно оформленными, нумерованными и/или датированными

выпусками, имеющими одинаковое заглавие. Может быть ежедневным, еженедельным, ежемесячным, ежеквартальным, ежегодным;

**газета** — это периодическое газетное издание, выходящее через непродолжительные интервалы времени, содержащее официальные материалы, оперативную информацию и статьи по актуальным общественно-политическим, научным, производственным и другим вопросам, а также литературные произведения и рекламу;

**журнал** — периодическое журнальное издание, имеющее постоянную рубрикацию и содержащее статьи или рефераты по различным вопросам и/или другие виды публикаций.

Говоря о периодических изданиях как объекте комплектования, необходимо четко определить, что мы будем понимать под данным термином. Ведь, в отличие от других видов изданий, периодика в библиотеках имеет свой особый путь обработки; сосредотачивается в отдельном фонде, «живущем» по своим, свойственным только ему, законам; имеет свою специфику отражения в СПА. Поэтому очень важно уже на этапе отбора уметь распознать этот вид изданий среди других, сходных с ним по ряду признаков. Практика комплектования показывает, что в некоторых случаях задача отнесения издания к тому или иному виду является отнюдь не такой простой, как кажется на первый взгляд. Например, для библиотек, получающих обязательный бесплатный экземпляр и имеющих дело с потоком самых разнообразных изданий, в том числе и созданных с серьёзными нарушениями существующих издательских нормативов, определение принадлежности документа к периодике достаточно серьёзная проблема. Ошибочное решение комплектователя в этом случае влечёт за собой целый ряд негативных, трудно устранимых технологических последствий [6, С. 43–45].

Как разновидность сериальных изданий — периодические издания имеют так называемый международный стандартный серийный номер (англ.

International Standard Serial Number – ISSN) — уникальный шифр, позволяющий идентифицировать любое серийное издание независимо от того, где оно издано, на каком языке и носителе. ISSN состоит из восьми цифр. На основе номера ISSN можно построить европейский стандарт штрихкода формата EAN-13 (European Article Number), используемый в коммерческом распространении продукции во всём мире и изображаемый на товарах в виде штрих-сетки.

Ряд важных признаков, по которым комплектатор может с достаточной степенью точности определить, подлежит ли данное издание включению в состав журнального фонда, мы находим у Ю. В. Григорьева, классика отечественного библиотековедения.

1. Каждый журнал представляет собой единое издание, все номера которого связываются в одно целое определённой тематикой и общим для них всех названием. Отдельные номера журнала не являются вполне законченным целым, но составляют лишь часть годового комплекта. Каждый годовой комплект является лишь частью сериального комплекта данного журнала. Последний номер журнала за данный год заканчивает годовой комплект, но журнал продолжает существовать и образует всё новые и новые годовые комплекты.

2. Журнал обычно выходит в свет через определённые, заранее обусловленные промежутки времени, но не реже двух раз в год.

3. Признак периодичности неотъемлемо влечет за собой ещё одно характерное свойство журнала — его раздробленность (годового комплекта или тома) на отдельные номера, выпуски и т. д. Выход журналов в свет отдельными, последовательно пронумерованными выпусками (номерами, тетрадями и т. п.) является одним из характернейших признаков этого вида изданий [2, с. 6–7].

Наиболее приемлемое для библиотечной практики определение журнала предлагают, на наш взгляд, А. И. Михайлов, А. И. Чёрный и Р. С. Гиляревский. Они рассматривают его как «периодическое издание,

регулярно выходящее еженедельными, ежемесячными, двухмесячными, квартальными или полугодовыми выпусками, одинаково оформленными и содержащими статьи или иные материалы по научно-техническим, общественно-политическим или другим вопросам. В журнале содержится новейшая информация, освещающая последние достижения в науке, а также новые методы и изобретения в технике» [4, с. 89].

**Условно периодические издания можно разделить на три группы: информативные, аналитические, художественно-публицистические.**

Для первой группы при всем многообразии вариантов общей чертой является стремление наиболее точно передать знание о событии, факте. Однако в этом стремлении к оперативности объективно заложена возможность появления недостаточно проверенной, надежной информации. Основные жанры группы — заметка, отчёт, репортаж, интервью. Заметка — это констатация факта, лаконичная передача некоторой суммы сведений без их оценки. Отчёт отличается описанием подробности события, деталей. Субъективный план, оценка сведены до минимума. В репортаже передаётся оперативная информация с места события с чётко выраженным авторским отношением к нему. Интервью отражает позиции по какому-либо вопросу сразу двух лиц — журналиста и собеседника. Однако это соотношение может меняться в зависимости от общественного положения, известности того, у кого берётся интервью. Этому может противостоять высокий профессионализм и находчивость журналиста. К аналитическим жанрам относятся корреспонденции, рецензии, статьи. Основная цель этих материалов — передача не столько информации о «событиях, сколько авторских размышлений по поводу их». В художественно-публицистических жанрах (очерк, фельетон, памфлет) сочетаются документализм и литературный вымысел, даётся оценка событиям.

Газета как источник научной, технической и деловой информации имеет свои достоинства и недостатки. В сравнении, например, с

монографией, в которой тема (проблема, предмет) исследуется и излагается полно и всесторонне, однако из-за сложности подготовки к печати информация доводится до специалистов с большим опозданием, сроки выпуска газеты в десятки раз меньше и составляют дни, а не годы. Газета является источником оперативной информации, главным образом, только о текущих научных событиях. В плане оперативности газета опережает и научные журналы. Газетный материал не может, естественно, быть таким полным и конкретным, как, скажем, журнальный. Но его ценность состоит в том, что он быстрее сигнализирует о появлении того или иного нового изобретения, открытия, излагает их сущность, даёт необходимую оценку, указывает координаты источников. Это способствует глубокому изучению проблем, фактов в целях выработки общественного мнения и скорейшего использования научных результатов в практической деятельности людей.

Согласно О. Н. Моровой [5, с. 43–45] качественный фонд, даже по составу полностью ориентированный на целевого потребителя, может не восприниматься как некая ценность. Пользователь оценивает библиотечный фонд не только с точки зрения его полноты и безотказности, но и с точки зрения комфортности доступа к нему и даже больше — комфортности всей окружающей обстановки.

В условиях выбора источников для удовлетворения своих информационных потребностей пользователь отдаёт предпочтение тем из них, которые предлагают лучшие дополнительные условия, удобство: доступность, оперативность в поиске и предоставлении ответа на запрос, возможность получения копии по оптимальной цене.

Следует помнить, что библиотека — это учреждение, созданное для того, чтобы обеспечивать доступ именно к документному фонду, и все информационные услуги библиотек — это дополнительный сервис, который должен помочь пользователю наиболее удобно и полно воспользоваться возможностями библиотечного фонда. И конечно, нужно активно и



целенаправленно заниматься рекламой, пропагандой библиотечных фондов, лучших изданий, которые имеются в собраниях библиотек [5].

**Основными формами продвижения изданий из фондов библиотеки являются** (перечислены от наиболее к менее используемым):

- выставки новых поступлений;
- обзоры;
- индивидуальные беседы с читателями;
- интерактивные книжные выставки;
- малые формы библиографии (закладки, рекомендательные списки и т. п.);
- внутрислощочные выставки;
- фейс-выкладки;
- полощочные разделители с QR-кодом;
- POS-материалы (световые панели, шелфтокеры, воблеры и т. п.);

Помимо выше перечисленных также встречаются такие формы продвижения, как:

- экскурсия по библиотеке;
- книжные выставки на интерактивных площадках (вне библиотеки);
- презентация новых поступлений с приглашением автора/артистов/критика;
- создание «чек-листов» с изданиями из фондов библиотеки для пользователей.

**Основными формами продвижения изданий в электронной среде являются** (перечислены от наиболее к менее используемым):

- виртуальные книжные выставки;
- посты в социальных сетях;
- онлайн-обзоры;
- онлайн-презентации;
- буктрейлеры (видеоролики);
- онлайн-игры (квесты, викторины, квизы, кроссворды и др.);

– подкасты.

Формы продвижения библиотечных фондов в СМИ (перечислены от наиболее к менее используемым):

– социальные медиа;

– пресса;

– телевидение;

– радио.

На первом месте по использованию — социальные медиа, а именно социальные сети. Это обусловлено их малозатратностью, эффективностью управления, достаточно быстрой результативностью, удобной и простой системой анализа статистических показателей.

### ***Периодическая печать в фонде ДВГНБ***

Фонд ДВГНБ имеет важную отличительную особенность — библиотека является получателем обязательного экземпляра документов Хабаровского края, главным государственным хранилищем произведений печати и иных информационных ресурсов Хабаровского края; получателем обязательного федерального экземпляра печатных изданий, обеспечивает их постоянное хранение и общественное использование; является универсальным депозитарием федерального значения. Согласно Уставу ДВГНБ основная часть фонда является составной частью национального библиотечно-информационного фонда документов Российской Федерации и мирового культурного наследия.

Фонд периодических изданий ДВГНБ формируется за счёт федерального обязательного экземпляра, обязательного экземпляра документов Хабаровского края, подписки и пожертвований. Комплектование обязательным экземпляром одновременно является плюсом и минусом — библиотека обладает огромным универсальным фондом, но обязана соблюдать особые условия сохранности фонда. Основными условиями использования фонда являются: щадящий режим использования в читальном зале при закрытом доступе; щадящий режим использования на выставочных

экспозициях открытого доступа (без выдачи за пределы зала, где проводится выставка). Выдача документов фонда из отдела за пределы библиотеки запрещена. Приоритет сохранности над доступностью обеспечивается для архивного фонда периодических и продолжающихся изданий Хабаровского края.

Ограниченная площадь помещений для хранения, ежегодный прирост фонда (около 30 тыс. экземпляров), увеличение количества названий ставят библиотеку в условия, когда необходимым для поддержания фонда в рабочем состоянии становится списание части изданий, что тоже сопряжено с рядом трудностей. Огромные фонды, в свою очередь, не способствуют скорости обслуживания читателей.

Для газетных фондов есть отдельные проблемы хранения и сохранности. Они нуждаются в дорогостоящем ручном переплётё, занимают очень много места, требуют специальных стеллажей. Газеты отпечатаны на недолговечной бумаге. Из-за большого формата и тяжести газетных переплетов библиотекарям физически очень трудно обслуживать ими читателей, их невозможно пересылать по межбиблиотечному абонементу. Газета по природе своей не рассчитана на долговременное хранение. Бумага, на которой печатается большинство газет, приходит в негодность ещё во время пребывания издания в активном фонде от многократного прочтения, копирования, фотографирования и т. д. В хранилищах тоже не всегда имеются условия, необходимые для её сохранности.

Безусловно, в отделе имеется удобный оборудованный и компьютеризированный читальный зал с копировальной техникой. Но само здание библиотеки, где находится зал периодики расположено в неудобной части города, возможности Интернета ограничены и большинство потенциальных читателей предпочитает осуществлять поиск информации из дома, так как безусловно, электронные версии журналов имеют ряд преимуществ: быстрый поиск, различные возможности сохранения информации и т. д. По сравнению с домашним Интернетом на поход в

библиотеку нужно потратить гораздо больше времени, да и в самой библиотеке, чтобы получить книгу, требуется пройти множество промежуточных пунктов-посредников (гардероб, кафедру записи, каталог и др.), заполнить различные документы: читательский билет, контрольный листок, читательский формуляр, читательское требование и др. Определённое время занимают поиск по каталогу и ожидание доставки [5].

Не наблюдается большого стремления приобщиться к науке и у студентов. С журналами по специальности они знакомятся, как правило, на первом курсе. Снова про научные журналы студенты вспоминают лишь при написании дипломной работы. Интенсивно работают с фондом периодики аспиранты и докторанты, готовясь к защите научной работы. Защитившись, они забывают про научные журналы.

Учитывая все вышеперечисленные условия, основными формами продвижения периодических изданий из фондов ДВГНБ остаются:

– **Стационарные выставки** (в том числе новых поступлений). В читальном зале отдела постоянно функционируют две-три выставки по социально значимой проблематике, к юбилеям печатных изданий, которые меняются раз в месяц. Например, в 2024 году выставки были проведены на такие темы, как «Нестареющая «Смена». 100 лет литературно-художественному журналу; «Пионер» собирает друзей»: к 100-летию выхода первого журнала для детей «Пионер»; «100 лет журналу «Мурзилка»; «Труд учёного — достояние всего человечества». К 300-летию со времени основания Российской Академии наук (1724)». Подобные выставки представляют широкие возможности для продвижения фонда периодических изданий, так как в библиотеке имеются журналы и газеты вековой давности, которые позволяют отследить историю и эволюцию журнала от самого возникновения до наших дней. На каждое интерактивное мероприятие, проводимое библиотекой, отдел готовит тематическую выставку из наиболее интересных и редких периодических изданий. Большой интерес вызывают ретро-подборки к традиционным российским праздникам. В 2024 году это

были такие мероприятия, как «Масленичных традиций хоровод», «Пасхальные истории», «Ночь искусств», «Карнавальная ночь», «День матери», выставочный проект «Всероссийский день семьи, любви и верности».

– **Индивидуальные беседы с читателями.** Такие беседы способствуют пониманию и осознанию всей полноты и объёма фондов, возможности их использования. Читатели обучаются правильному формированию запроса, самостоятельному поиску в электронном каталоге библиотеки, что в дальнейшем существенно упрощает и сокращает путь поиска нужной литературы.

– **Интерактивные выставки.** Такие выставки имеют множество плюсов. Это возможность прямого диалога посетителей с сотрудниками, «живое» общение с экспонатами — их можно трогать, фотографировать, это использование самых передовых технологий, вовлечение зрителей в выставочный процесс — участие в мастер-классах, оценивание экспонатов, участие в опросах, викторинах, исследованиях. Например, в 2024 году отделом периодической печати были проведены такие выставки:

«БАМу — 50!» — выставка газет и викторина (читатели могли полистать старые подшивки газет, а после, с помощью информации, полученной со страниц представленных газет, ответить на вопросы тематической викторины и получить приз;

«Преодолеть страх». К Международному дню инвалидов — комплексное мероприятие, состоящее из выездной выставки в Краевое государственное бюджетное общеобразовательное учреждение, реализующее адаптированные основные общеобразовательные программы «Школа-интернат № 6», где с детьми провели мастер-класс, на котором они с помощью сотрудников библиотеки мастерили поделки. Преподаватели в это время изучали привезённую выставку тематических журналов. Далее поделки выставили в читальном зале периодики, где посетители библиотеки

могли проголосовать за понравившуюся работу. Все дети, участвовавшие в мероприятии, получили призы;

– **Экскурсия по библиотеке.** Проводится по запросу как индивидуально, так и для группы. Позволяет наглядно оценить масштабы и разнообразие фонда. На посетителей всегда производит сильнейшее впечатление фондохранилище отдела и подшивки газет начала века, с интересом воспринимается информация об источниках комплектования и особенностях хранения фондов. К сожалению, эта форма не пользуется большой популярностью в связи с удалённостью самого здания библиотеки.

– **Выставки на интерактивных площадках (вне библиотеки).** Такие выставки позволяют привлечь внимание потенциальных посетителей, сформировать интерес к библиотеке и потребность стать читателем. На такие выставки представляются максимально интересные экземпляры. Как правило, это ретро-выставки. Например, для краевого фестиваля-ярмарки «Амурфест. Лето» была подготовлена выставка «Счастье быть вместе», где были подобраны старинные журналы, подходящие для чтения всей семьёй («Семья и школа», «Мурзилка», «Крокодил», «Пионер», «Костёр»). Для летних площадок читальных залов в парке имени Муравьёва-Амурского подбирается максимально разнообразный репертуар по заявленной общественно-значимой тематике, включающий как новинки, так и ретро-издания. Также дополнительно готовятся викторины и мастер-классы для детей. Это позволяет привлечь на площадку семьи отдыхающих полным составом, что не только способствует пропаганде семейных ценностей, но и формирует позитивный имидж библиотеки.

– **Виртуальные книжные выставки.** Используются отделом для презентации новых поступлений журналов. Раз в месяц выставляются на сайте библиотеки в разделе «Новые поступления изданий», ссылки на них распространяются посредством соцсетей и мессенджеров сотрудников.

Все выездные выставочные мероприятия отдела сопровождаются пост-релизами с фотоотчётами, выкладываются на сайте день в день.

Несмотря на ряд сложностей, включающих особенности хранения, комплектования и вопросы сохранности фонда, не совсем удачное месторасположение, работа по продвижению периодических изданий ведётся постоянно, ищутся и пробуются новые формы. К примеру, в летний период был устроен читальный зал прямо перед зданием библиотеки на Проспекте 60-летия Октября, 164. Заметим, что летний читальный зал уже давно используется в работе библиотеки, но ранее он проводился только у центрального здания, расположенного в туристической зоне. За период летних выставок на проспекте выяснилось, что многим о существовании отдела периодической печати в отдельном здании, удалённом от центра, совершенно неизвестно. И пусть проходимость не такая большая, как на ул. Муравьёва-Амурского, внимание прохожих было привлечено, многие с удовольствием присаживались полистать книги и журналы, просто побеседовать с дежурным библиотекарем, узнать о составе фонда, возможности посещать библиотеку.

*Какие выводы можно сделать:* продвижение фондов включает в себя и усовершенствование хранения и размещения фондов, повышение доступности изданий и комфорта работы с ними. Информированность читателей о составе фонда, вариантов работы с ним и возможностях использования, способствует возникновению потребности посещать библиотеку чаще. Фонд периодических изданий ДВГНБ является уникальным и требует соблюдения баланса в стремлении удовлетворить информационные потребности общества и сохранить его для потомков, что зачастую сильно осложняет работу библиотекарей.

Пропагандируя свои фонды, учитывая требования современного пользователя к комфортности обслуживания, библиотеки смогут подтвердить свою жизнеспособность и необходимость обществу.

### **Список использованных источников**

1. ГОСТ Р 7.0.60-2020. Издания. Основные виды. Термины и определения : межгосударственный стандарт Российской Федерации : издание официальное : утверждён и введён в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 18 сентября 2020 г. N 655-ст : введен впервые : дата введения 2020-12-01 / Информационное телеграфное агентство России (ИТАР-ТАСС), филиал «Российская книжная палата», Российский книжный союз, Международная рекламная ассоциация. — Текст : электронный // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации : [сайт]. — 2021. — URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200175699> (дата обращения: 18.12.2024).
2. Григорьев, Ю. В. Организация журнальных фондов в библиотеках / Ю. В. Григорьев. — Москва : [б. и.], 1937. — 71 с.
3. Ивашко, К. С. Роль периодических научно-популярных изданий в мировом информационном пространстве / К. С. Ивашко // Sci-Article.ru. — 2018. — № 54. — С. 122–126. — Текст : электронный. — URL: <https://sci-article.ru/stat.php?i=1518604849> (дата обращения 12.12.2024).
4. Михайлов, А. И. Основы информатики / А. И. Михайлов, А. И. Чёрный, Р. С. Гиляревский. — Москва : Наука, 1968. — 756 с.
5. Морева, О. Н. Маркетинг-микс в продвижении библиотечного фонда потребителю / О. Н. Морева // Университетская книга. — 2015. — № 4. — 80 с.
6. Процек, В. П. Проблемы определения изданий журнального типа в документальном потоке ГПНТБ СО РАН / В. П. Процек, Г. М. Вихрева // Библиотека в системе коммуникативных каналов территории. — Новосибирск, 1999. — 126 с.
7. Шепелёв, В. В. О социальной значимости популяризации науки / В. В. Шепелёв // Наука и техника в Якутии. — 2022. — № 1 (42). — 120 с.