

conditions. Each stage has influenced the content and form of book activity, however difficult the times may be, the domestic book remains a distinctive cultural phenomenon that is in constant dynamics and meets the requirements of modern times. It should be borne in mind that the current reader is qualitatively different from previous generations, but his level of literacy, education, active life position also influence the development of the national book, which is extremely important for the formation of an educated, independent, self-sufficient nation.

Keywords: book, traditional book, book culture, book history

References

1. Andriichuk M. T. (2009). Z istorii vydavnychoi diialnosti v Naddniprianskii Ukraini (druga polovyna XIX — pochatok XX st.). *Tekhnolohiia i tekhnika druzarstva*, 3, pp. 132—149. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Titd_2009_3_24 [in Ukrainian].
2. Bosak O. I., Savchuk H. M. (2011). Drukarstvo na ukrainskykh zemliakh pered prybuttiem Ivana. *Polihrafiia i vydavnycha sprava*, 3, pp. 3—10. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pivs_2011_3_3 [in Ukrainian].
3. Fedotova O. (2015). Spalennia knih yak proiav tsenzurnoho kontroliu nad kulturoiu. *Visnyk Knyzhkovoї palaty*, 3, pp. 43—45. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2015_3_14 [in Ukrainian].
4. Horobets A. I. (2010). Ukrainski drukarni ta starodruky XVI—XVII st. — znachna vikha u rozvytku kultury ukrainskoho narodu. *Ukrainska pysemnist ta mova u manuskryptakh i druzarstvi: materials of science. conf. Kyiv, November 10—11, 2010*. Kyiv [in Ukrainian].
5. Hrynivskiy T. (2018). Ukrainska knyha yak zasib natsionalno-kulturnoho vidrozhennia 1917—1920 rr.: aspekt derzhavnoi pidtrymky. *Ukrainskyi informatsiinyi prostir*, 1, pp. 150—161. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ukrinfsp_2018_1_17 [in Ukrainian].
6. Isaievych Ya. (2002). Ukrainske knihovydannia: vytoky, rozvytok, problemy. Lviv [in Ukrainian].
7. Karakoz O. O. (2015). *Tsenzura v publichnykh bibliotekakh Ukrainy 1917—1939 rr.* Kyiv: Lira-K [in Ukrainian].
8. Kovalchuk S. P. (2013). Do pytannia pro osoblyvosti funktsionuvannia natsionalnoi knyhy v kulturi Ukrainy naprykintsi XX — pochatku XXI stolittia. *Visnyk Mariupolskoho derzhavnogo universytetu. Seria: Filosofiia, kulurolohiia, sotsiologiia*, 6, pp. 44—50. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vmdu_fks_2013_6_10 [in Ukrainian].
9. Murakhovskiy A. (2014). Ukrainske knihovydannia:adianska doba i sohodennia. *Visnyk Knyzhkovoї palaty*, 6, pp. 3—8 [in Ukrainian].
10. Nyzovy M. (2006). "Chy bulo knihodrukuvannia v Ukraini do Ivana Fedorova?" (Khto stavyt tse zapytanniai yak na noho vidpovidaiut). *Visnyk Knyzhkovoї palaty*, 9, pp. 32—37 [in Ukrainian].
11. On the State Program for the Development of the National Book Publishing and Press for the period up to 2000: ukaz Prezydenta Ukrainy vid 28.02.1995 № 158/95. *Verkhovna Rada Ukrainy*. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/158/95> [in Ukrainian].
12. Paliukh O. (2009). Ukrainska knyha u Lvovi na zlami XIX—XX st.: problemy kultury vydannia (Za materialamy "Zapysok Naukovoho Tovarystva imeny Shevchenka" ta "Literaturno-Naukovoho Vistnyka"). *Zbirnyk prats Naukovo-doslidnoho tsentru periodyky*, 1, pp. 210—245. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ZPNDZP_2009_1_17 [in Ukrainian].
13. Virchenko N. *Dokumenty pro zaboronu ukrainskoi movy (XVII—XX stolittia)*. Available at: <http://www.anvsu.org.ua/index.files/Articles/Virchenko1.htm> [in Ukrainian].
14. Yakovliev O. V. (2009). Osoblyvosti rozvytku knihovydavnychoi spravy v Ukraini v 20-kh rokakh XX st. *Rukopysna ta knyzhkova spadshchyna Ukrainy*, 13, pp. 355—361. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rks_2009_13_24 [in Ukrainian].

Надійшла до редакції 1 листопада 2019 року

УДК 002.1:33]:[028.4:82

DOI: 10.36273/2076-9555.2019.11(280).10-14

Тетяна Крайнікова,

доктор наук із соціальних комунікацій, доцент, професор кафедри
видавничої справи та редагування Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка,
e-mail: knu_kray@ukr.net

Концептуальні ознаки економічної книги як особливого різновиду літератури нон-фікшн

Дослідження присвячено концептуальним ознакам книг економічної тематики як особливого різновиду літератури нон-фікшн.

Розроблено авторську дефініцію, згідно з якою економічна книга є, по-перше, різновидом книжкових видань, що спеціалізований на проблематиці господарювання та бізнес-комунікацій; по-друге — конкретним неперіодичним друкованим чи електронним виданням із проблематики господарювання та бізнес-комунікацій, що належить до певного виду видань за характером інформації (монографія, підручник, посібник тощо). Тож поняття "економічна книга" має типологічний і продуктивний виміри.

Функціональне значення економічної книги полягає в пізнавальності та практичності: вона спонукає опанувати економічні знання, переймати найкращий діловий досвід, сприяє піднесенню рівня економічної культури й ініціативи населення, мотивації праці.

Класифікуючи економічну книгу, виокремлюємо такі різновиди: наукова економічна книга (висвітлює результати наукових економічних досліджень); навчальна економічна книга (підручники для шкіл і ЗВО, посібники, задачки, практикуми з економіки тощо); довідкова економічна книга (словники, енциклопедії, довідники економічного змісту, в котрих інформацію подано у формі коротких відомостей); ділова книга (бізнес-книга, що містить практичні настанови

щодо започаткування власної справи, менеджменту, маркетингу тощо); мотиваційна книга (ідейно спрямована на корегування поведінки людини — підвищення ділових якостей, ініціативності, відповідальності, готовності до дій, роботи над собою, саморозвитку).

Економічна книга є концептуально складним та неоднорідним сегментом книжкової продукції. Змістові та дизайнерські особливості її різновидів, а отже, конкретних проєктів, залежать від аудиторії та цільового призначення, медійної платформи тощо.

Ключові слова: *нон-фікшн, економічна книга, змістова концепція, дизайн-концепція, функціонування видавничого продукту*

Постановка проблеми. Основою сучасних розвинутих суспільств є середній клас, і в Україні цілковито усвідомлюють його важливість. У звіті соціологічного дослідження Центру Разумкова йдеться: "Формування середнього класу обумовлюється стабільними процесами, пов'язаними з економічним зростанням, сприянням розвитку малого та середнього бізнесу, підвищенням рівня та якості життя населення, зменшенням розриву між доходами та багатством високозабезпеченого та малозабезпеченого населення, тобто поляризації суспільства. Вагомим фактором постає і відповідний освітній та кваліфікаційний рівень населення загалом та середньої верстви зокрема" [3, с. 4]. Отже, щоб у країні сформувався середній клас, потрібно забезпечити стабільне зростання економіки, сприятливі умови для розвитку підприємництва, ефективні механізми соціального захисту та якісної освіти. "Відповідного освітнього та кваліфікаційного рівня" допомагає досягти видавнича продукція, зокрема література економічної тематики.

Значущість ділової книги давно усвідомили в Європі та США. Міжнародна щоденна газета Financial Times (FT) від 2005 р. присуджує премію Financial Times and Goldman Sachs Business Book of the Year Award найкращому бізнес-виданню (нагорода — 30 тис. фунтів стерлінгів). The Wall Street Journal видає практичні посібники з проблематики персональних фінансів, інвестування тощо. Відстежуючи літературні новинки, журнал Forbes формує списки рекомендованих до прочитання бізнес-книг.

Українське суспільство — транзитивне: у процесі становлення перебувають як прошарок населення, що може бути віднесений до середнього класу, так і ринок економічної книги, котра є для нього джерелом знань. Для теорії видавничої справи та редагування це становить комплексну проблему — і попиту, і пропозиції економічної книжки, і їх інтелектуальної рефлексії. Сукупність цих питань спонукає зробити огляд вітчизняного книгарства економічної тематики, зафіксувати й проаналізувати його фактичний стан і тенденції.

Аналіз попередніх досліджень і публікацій. У науковій літературі розглядаються різноманітні проблеми, що асоціюються з явищем економічної книги.

Оскільки цей сегмент видань належить до нехудожніх, зосередимося на дослідженнях жанру нон-фікшн. У теорії видавничої справи та редагування цікаву концепцію розробляє А. Зелінська, розпочинаючи з праці «Семантичні межі поняття "книга нон-фікшн"» (2015). У статті на сайті "Великої української енциклопедії" авторка зазначає: "Нон-фікшн — 1) у ширшому значенні — видання нехудожнього змісту; 2) у вузькому значенні — видання, засноване на подіях, інших реаліях, документах, біографічних фактах, викладених та

інтерпретованих автором із використанням художніх засобів, проте без спотворення правдивості оповіді". Вчена виділяє основні види літератури нон-фікшн у вузькому значенні: пізнавальна (інтелектуальна); ділова (бізнес-література); мотиваційна [2].

Одним із перших вітчизняних дослідників "філософсько-економічних вимірів буттєвості книги" став В. Теремко. Майже десятиліття тому він слушно зауважував: "Економічне мислення, яке пронизує всі сфери соціуму, вчить бачити книгу очима клієнта (покупця, споживача), ініціатора і суб'єкта оцінювання її, прийняття рішення про її функціональну значущість і доцільність придбання. Не менш важливо глянути на неї і в контексті змагань з виданнями-аналогами і виданнями-замінниками, побачити її ключові фактори успіху і конкурентні переваги, обравши на цій підставі стратегії поведінки, співмірні з її споживчим статусом і ринковою ситуацією" [5, с. 9]. Буттєвість економічної книги апіорі має такі "філософсько-економічні виміри", що спонукає до ринкових та продуктивних її розвідок.

У 2019 р. Інститут соціології НАН України оприлюднив результати щорічного моніторингу, які свідчать, що інтегральний індекс соціального самопочуття українського суспільства зріс [4]. Ці показники є підставою для висновку, що книга економічної тематики має потенційного читача — активне населення, яке, долаючи політичні, фінансово-економічні та інші кризи, продовжує будувати в Україні сучасне розвинене суспільство.

Результати пошуку та опрацювання джерел за темою свідчать, що проблематика економічної книги та її видавців наразі в теорії соціальних комунікацій, а також у теорії видавничої справи та редагування є малорозробленою.

Мета статті — визначення концептуальних ознак економічної книги як особливого різновиду літератури нон-фікшн.

Об'єкт дослідження — економічна книга, а **предмет** — концептуальні особливості економічної книги, що походять від її нехудожнього характеру, функціонування в інформаційному просторі, розгалуження на підвиди, змістових та дизайнерських трансформацій і варіантів.

Суть та обсяг поняття "економічна книга"

У медіадискурсі давно усталилися такі поняття, як "економічна література", "літературна газета", "спортивна газета" тощо. Аналогічно на ширшу термінологізацію заслуговує поняття "економічна книга", яке наразі вживається без пояснень. Пропонуємо авторське визначення: *Економічна книга — 1) різновид книжкових видань, спеціалізований на проблематиці господарювання та бізнес-комунікацій; 2) конкретне неперіодич-*

не друковане або електронне видання з проблематики господарювання та бізнес-комунікацій, що належить до певного виду книжкових видань (монографія, підручник, посібник тощо).

Отже, це поняття має два виміри — типологічний (економічна книга як один із різновидів видань) і продуктний (економічна книга як результат реалізації певного видавничого проекту). В обох значеннях поняття "економічна книга" має доволі високий пояснювальний потенціал для описування відповідного сегмента книжкового ринку.

Книги з економічної тематики доцільно розглядати в межах ширшого спектра ділових видань (окрім них, ще є економічні журнали й газети, візитівки, рекламні плакати й листівки тощо), навіть більше — у межах усієї медіапродукції економічного змісту (крім економічних видань, є ділові інформаційні агенції, бізнес-телеканали, бізнес-радіостанції, бізнес-подкасти тощо).

Економічна книга як видання нехудожнього змісту належить до нон-фікшн літератури. У ній немає домислів — натомість є факти й судження, покрокові інструкції, практичні поради. Вона охоплює проблематику організації та управління виробництвом, збуту й споживання, ризиків та інновацій, ефективного розподілу ресурсів й енергозощадження, кадрових підходів, відкриває доступ до знань і досвіду успішних підприємців, лідерів та фахівців різноманітних галузей.

На Франкфуртському книжковому ярмарку 2019 р. премію за найкращу книгу здобув британський економіст П. Коллієр (Paul Collier), який у праці "Соціальний капіталізм" (Sozialer Kapitalismus, видавництво Siedler) закликав впроваджувати нову етику для підприємництва та суспільства. Теми інших бізнес-книг, що ввійшли до десятки найкращих, різноманітні й доволі актуальні: економічне протистояння США та Китаю, звинувачення у валютних маніпуляціях у Китаї, суперечки щодо Brexit, конфлікт навколо Перської затоки тощо¹. Тож бізнес-книга тематизує економічні процеси на глобальному, національному та регіональному рівнях у політичних, соціальних і культурних контекстах.

Функціональне значення економічної книги полягає в пізнавальності та практичності. Ці видання, поперше, формують економічне мислення й культуру в суспільстві, роз'яснюють економічні ідеї та теорії, сутність економічних явищ і процесів, причини їх виникнення. По-друге, дають змогу читачеві пізнати корисні ділові принципи, зрозуміти, як працює економіка, що таке бізнес-середовище, вдосконалити свої продукти й послуги, випереджати конкурентів, будувати кар'єру, долати комплекси й досягати успіху.

Класифікація та змістові концепції книг економічної тематики

Видання економічної тематики розрізняють залежно від обсягу, мовних ознак, способу виготовлення, складу основного тексту, цільового призначення тощо. Вони потрібні читачам різного віку (дорослі й діти), різного соціального статусу і професій (учені,

викладачі, студенти, підприємці, службовці), забезпечуючи відповідні інформаційні потреби. Це спонукає класифікувати економічну книгу.

Згідно з ДСТУ 3017, за цільовим призначенням вирізняють такі книжкові видання: довідкові, навчальні, наукові, науково-популярні, виробничо-практичні та інші. Однак традиційна класифікація не дає змоги чітко описати сегменти економічної книги, тому візьмемо її лише за основу. Також апелюємо до наведеної системи А. Зелінської. Узагальнюючи, найбільш відповідною класифікацією економічної книги вважасмо таку:

- наукова економічна книга;
- навчальна економічна книга;
- довідкова економічна книга;
- ділова книга (бізнес-книга);
- мотиваційна книга.

Кожен із цих різновидів передбачає особливі принципи редагування та критерії якості видавничого продукту.

Наукова економічна книга — вид економічних книжкових видань, що висвітлюють результати наукових економічних досліджень (монографії науково-дослідних установ, докторські праці, окремо видані доповіді, збірники конференцій та інших наукових заходів). Поміж видавців — Інститут економіки та прогнозування НАН України, Національний інститут стратегічних досліджень, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана та інші.

Наприклад:

— Моделювання оцінки відповідності промислового виробництва критеріям смарт-індустріалізації: науково-аналітична доповідь / [Мадих А. А., Охтеня О. О., Дасів А. Ф.] ; НАН України, Інститут економіки промисловості. — Київ, 2019. — 31 с.: 3 табл., 9 рис.;

— Системна безпека сталого розвитку: інструментарій оцінки, резерви та стратегічні сценарії реалізації: монографія / Ю. М. Харазішвілі; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. — Київ, 2019. — 304 с.

Такі книги відбивають стан і тенденції економічної науки й слугують джерелом актуальних економічних знань. Їхній стиль відповідає стандартам наукового письма: дані + судження + аргументи + висновки. У контенті багато графіків, таблиць, діаграм та інших традиційних елементів аналітичного подання даних.

Навчальна економічна книга — вид економічних книжкових видань, що охоплює підручники для шкільних закладів та ЗВО, посібники, задачник, практикуми з економіки, асоційовані із затвердженими навчальними програмами відповідних дисциплін, навчальними планами, освітньо-професійними програмами (ОПП) спеціальностей економічного спрямування у ЗВО. Наприклад:

— Крупська Л. П. Економіка (профільний рівень): підруч. для 11 кл. закл. загал. серед. освіти / Л. П. Крупська, І. Є. Тимченко, Т. І. Чорна. — Харків: Вид-во "Ранок", 2019. — 256 с.: іл.;

— Робінс Стефан П. Основи менеджменту: підручник: пер. з англ. / Стефан П. Робінс, Девід А. ДеЧенцо. — Київ: Основи, 2002. — 671 с.

Навчальну економічну літературу зазвичай випускають університетські видавництва (чи видавничі

¹Diese zehn Wirtschaftsbücher sollten Sie unbedingt im Regal haben. Mode of access: https://www.handelsblatt.com/arts_und_style/literatur/wirtschaftsbuchpreis-2019-diese-zehn-wirtschaftsbuecher-sollten-sie-unbedingt-im-regal-haben/25142306.html. Title from de screen.

відділи ЗВО), видавці освітньої спеціалізації: "Знання", "Ранок", Видавництво Львівської політехніки, ВД "Києво-Могилянська академія", "Центр навчальної літератури" та інші.

Головним завданням у цьому сегменті літератури є потреба модернізувати класичну навчальну книгу, що зумовлено і процесом реформування вітчизняної системи освіти (розроблення нових ОПП, постійні зміни навчальних програм), і цифровізацією.

Ділова книга (бізнес-книга) — вид економічних книжкових видань, що розкривають проблематику менеджменту та маркетингу, фінансів і кредитів, банківської справи та інвестицій, економічного законодавства, основ ведення бізнесу, бухгалтерського обліку, оподаткування, підприємництва, сегментів економіки, макроекономічних процесів, стартапів, інноватики в економіці, мистецтва переговорів, створення успішної стратегії чи стартапу, продажів і логістики, споживання, роботи з клієнтами, бізнес-освіти тощо — їхній спектр надзвичайно широкий. Заглибленість у тему та складність викладу залежать від аудиторії, яку становлять і досвідчені бізнесмени та директори організацій, і новачки в бізнесі, й масовий читач.

Ділові книги мають виразну практичну користь, їх настанови доцільно використовувати у веденні бізнесу. Отже, під час підготовки цих видань вкрай важливо відстежувати зміни в законодавчо-нормативній базі господарської діяльності підприємств, аналітичні дані ринків тощо та інтегрувати їх в актуальні видання й перевидання. Крім того, певні ділові книги ґрунтуються на журналістських розслідуваннях, наприклад, "Приватна історія. Злет і падіння найбільшого приватного банку України" ("Брайт Стар Паблішинг", 2018) Г. Стека та А. Яницького.

Поміж вітчизняних видавництв, що продукують ділову книгу, — Balance Business Books, "Наш формат", "Основи", "Самміт-книга" та інші.

Мотиваційна література — вид економічних книжкових видань, котрі ідейно спрямовані на корегування поведінки людини: підвищення ділових якостей, ініціативності, відповідальності, готовності до дій, роботи над собою, саморозвитку. Ці видання є стимуляторами психофізіологічних процесів, адже урухомлюють й надихають, додають упевненості в собі. Наприклад, "Зроби себе сам" — таку назву має одна з книг Т. Сіліг, доктора наук, професора факультету управління та інженерії Стенфордського університету, фахівця із креативності.

Тематика мотиваційної книги пов'язана з різноманітними практиками та навичками: лідерство, тайм-менеджмент, селф-менеджмент, розвиток особистісних ділових якостей, уміння мислити й діяти нестандартно, комунікувати з різними людьми, відстоювати власну думку, результативно завершувати справи, успішно виховувати дітей тощо. Підсумкова ідея мотиваційної книги: людина має працювати з радістю та невпинно розвиватися.

В Україні мотиваційні книги видають Balance Business Books, "Видавництво Старого Лева", "Наш

формат", "Книжковий клуб "Клуб сімейного дозвілля", "Фоліо", Snowdrop, Yakaboo Publishing та інші.

Довідкова економічна книга — вид економічних книжкових видань, що містять комплекс коротких відомостей, упорядкований в алфавітному чи систематичному порядку. Йдеться про словники, енциклопедії, довідники економічного змісту, що акумулюють знання про історію економічної науки, економічні теорії та концепції, стисло й конкретно роз'яснюють поняття, явища, процеси господарювання, репрезентують провідні вітчизняні та закордонні підприємства та організації, надають довідки про персоналії зі сфери економічної науки та практики. Між різноманітними статтями є численні посилання, що сполучають їх у терміногнізда та єдиний гіпертекст.

Сегмент довідкової книги економічної тематики активно зростає наприкінці 1990-х — на початку 2000-х рр. Зокрема, помітною подією став вихід таких видань:

— Економічна енциклопедія у 3 т. ("Академія", Т. 1 — 2000 р., Т. 2 — 2001 р., Т. 3 — 2002 р.). Керівник проекту — Теремко В. І., голова редакційної ради — Гаврилишин Б. Г., відповідальний редактор — Мочерний С. В.;

— Економічний енциклопедичний словник у 2 т. за ред. С. В. Мочерного ("Світ", 2005).

За роки незалежності довідкові економічні книги також випускали видавництва "Кондор", "Центр навчальної літератури", Видавництво Львівської політехніки, "Ліра-К" та інші.

Особливості дизайну книг економічної тематики

Подібно до змісту доволі різноманітним є дизайн економічних книг, що залежить від цільового призначення та аудиторії видання.

Художнє оформлення наукових, навчальних, довідкових економічних книг переважно стримане та консервативне. Переліки в тексті, таблиці, графіки, діаграми, схеми, формули — типові елементи цього виду видань.

Натомість дизайн масової бізнес-літератури, економічних книг для дітей значно яскравіший, часто нестандартний. В оформленні обкладинок і палітурок використовують портретні фото, графіку; дизайнерським трендом є техніка колажу, а також інфографіка (зокрема, таймлайни). Цікаві концептуальні пошуки виразні в доступній та візуалізованій репрезентації складних економічних теорій у форматі коміксів (наприклад, серія "Бізнес в коміксах" від "Ексмо", аналогічні спільні проекти від "Азбуки" та "КоЛибри").

Чи не найбільш креативними є мотиваційні та пізнавальні книги з економічної проблематики для дитячої аудиторії. Зокрема, "Артбукс", "Видавництво Старого Лева", "Кристал Бук", "Ранок" створили низку виммельбухів, присвячених професіям та робочим інструментам, для найменших читачів, наприклад:

— Бугренкова О. Мій перший виммельбух. Професії / Олена Бугренкова. — Київ : Артбукс, 2018. — 10 с.;

— Перший виммельбух з багаторазовими наліпками. Ферма. Київ : Кристал Бук, 2019. — 4 с.

Видавці комбінують різноманітні поліграфічні оздоблювальні техніки та витратні матеріали, спонукаючи дитину до пізнання. У певних проєктах текст подано двома мовами — українською та англійською, що цілком відповідає вимогам сьогодення.

Ще одна важлива дизайнерська тенденція: в умовах цифровізації вже традиційним форматом економічної книги є електронний. Наприклад, у розділах "Бізнес, гроші, економіка" та "Саморозвиток. Мотивація" інтернет-книгарні Yakaboo репрезентовано чимало видань в обох версіях — друкованій та цифровій, завдяки чому читачі мають вільний споживчий вибір. Наступним кроком цифровізації економічної книги, припускаємо, стане активне залучення можливостей доповненої реальності, випуск аудіокниг, підготовка серій подкастів як промощійного контенту.

Висновки. Книга економічної тематики, з одного боку, — це окремий сегмент нон-фікшн (нехудожньої) літератури, з іншого — економічної медіапродукції (крім книг, є ще друковані та електронні газети й жур-

нали, радіо- і телепередачі, рекламні аркушеві видання цієї тематики). Поняття "економічна книга" доцільно вживати у двох значеннях — типологічному й продуктному.

Функціональне значення економічної літератури полягає в пізнавальності та практичності: вона спонукає опановувати економічні знання, переймати найкращий діловий досвід, сприяє піднесенню рівня економічної культури й ініціативи населення, мотивації праці — одного зі значущих соціально-економічних аспектів життєдіяльності суспільства.

Класифікуючи економічну книгу, виокремлюємо такі різновиди: наукова економічна книга; навчальна економічна книга; довідкова економічна книга; ділова книга (бізнес-книга); мотиваційна книга.

Економічна книга є концептуально складним та неоднорідним сегментом книжкової продукції. Змістові та дизайнерські особливості її різновидів, а отже конкретних проєктів, залежать від аудиторії та цільового призначення, медійної платформи тощо.

Список використаної літератури

1. *Інформація та документація. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять* : ДСТУ 3017:2015. — Київ : ДП "УкрНДНЦ", 2016. — 42 с.
2. *Зелінська А. А. Нон-фікшн* / А. А. Зелінська // Велика українська енциклопедія. — Режим доступу: <https://vue.gov.ua/Non-fikshn> (дата звернення: 08.11.2019). — Назва з екрана.
3. *Середній клас в Україні: уявлення і реалії*. — Режим доступу: http://razumkov.org.ua/uploads/article/2016_Seredn_klas.pdf (дата звернення: 07.11.2019). — Назва з екрана.
4. *Соціальне самопочуття українців покращилося*. — Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2605529-socialne-samopocutta-ukrainciv-pokrasilosa.html> (дата звернення: 07.11.2019). — Назва з екрана.
5. *Теремко В. І. Філософсько-економічні виміри буттєвості книги* / В. Теремко // Вісник Книжкової палати. — 2010. — № 9. — С. 9—10.

Tatiana Krainikova

Conceptual features of economic book as a special form of non-fiction literature

There search is devoted to the conceptual features of the economic book as a special kind of non-fiction literature.

It is the author's definiton according to which the economic book is, first of all, a type of book publications specialized in the field of business and business communications; secondly, a specifnon-periodical printed electronic publication on business and business communications, prepared in a specific book genre (monograph, textbook, manual, essaycollection, etc.). Therefore, the concept of "economic book" has a typological and productive dimension.

Functional importance of the economic book lies in cognition and practicality: it encourages to acquire economic knowledge, to adopt the best business experience, it leads to raising the level of economic culture and initiative of the population, motivation of work.

Classifying the economic book, the following varieties are distinguished: scientific economic book (highlights the results of scientific economic research); educational economic book (school and university text books, manuals, workshops on economics, etc.); reference book (dictionaries, encyclopedias, directories of economic content, in which information is provided in the form of summary information); business book (business book that gives practical guidance on starting your own business, management, marketing, etc.); motivational book (ideologically aimed at adjusting human behavior — enhancing business qualities, initiative, responsibility, willingness to act, work on yourself, self-development).

The economic book is a conceptually complex and heterogeneous literary array. The content and design features of its varieties, and therefore the specific projects, depend on the characteristics of the audience and purpose, media platform, etc.

Keywords: *non-fiction, economics book, content concept, design concept, functioning of the publishing product*

References

1. *Informaciya ta dokumentaciya. Vidannya. Osnovni vidi. Termini ta viznachennya ponyat* : DSTU 3017:2015, (2016). Kyiv: DP "UkrNDNC".
2. *Zelinska A. A. (2019). Non-fikshn. Velika ukrayinska enciklopediya*. Available at: <https://vue.gov.ua/Non-fikshn> [Accessed: 08.11.2019].
3. *Serednij klas v Ukrayini: uyavleniya i realiyi*, (2019). Available at: http://razumkov.org.ua/uploads/article/2016_Seredn_klas.pdf [Accessed: 07.11.2019].
4. *Socialne samopochuttya ukrayinciv pokrasilosya*, (2019). Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2605529-socialne-samopocutta-ukrainciv-pokrasilosa.html> [Accessed: 07.11.2019].
5. *Teremko V. I. (2010) Filsofsko-ekonomichni vimiri buttyevosti knigi. Visnik Knizhkovoyi palati*, 9, pp. 9—10.

Надійшла до редакції 15 листопада 2019 року