

КРАУДФАНДИНГ У ЖУРНАЛІСТИЦІ ТА ВИДАВНИЧІЙ СПРАВІ: ДЖЕРЕЛОЗНАВЧИЙ АСПЕКТ

ПОДОЛЯКА Надія,

канд. наук із соц. комунік.,

Сумський державний університет, вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007, Україна, e-mail: nadechdasum@gmail.com

У статті розглянуто питання застосування технології краудфандингу в журналістиці та видавничій справі України. Виокремлено групи джерел та охарактеризовано особливості підходів у процесі їх відбору та аналізу. Розширено уявлення про використання крауд-практик у Європі, Америці, Росії та Україні, показано перспективи запровадження інноваційної технології краудфандингу в Україні. У результаті зроблено висновок: невеликий термін впровадження інноваційної технології у видавничу справу та журналістику, низька поінформованість наукових кіл зменшує кількість публікацій українських дослідників. Порівняно більшу кількість публікацій із досвіду впровадження краудфандингу подають закордонні джерела.

Ключові слова: крауд-технології, краудфандинг, краудсорсинг, видавнича справа, журналістика.

Вступ. Краудфандинг – відносно нова інноваційна технологія, особливістю якої є те, що партнером та інвестором проектів виступає не організація, а група осіб, ніяк не пов'язаних між собою, тобто відбувається так зване «народне фінансування».

Ідея видавничого краудфандингу прийшла із Європи, де вже сьогодні діють не лише краудфандингові платформи, а цілі видавництва, до яких може прийти автор та запропонувати будь-який проект. Такі видавництва займаються пошуком інвесторів та рекламою майбутнього продукту. На сьогодні у світі активно працюють більше 400 краудфандингових платформ. Серед лідерів: Kickstarter, Pubslush, Pentian, Planeta.ru, інші. Поступово набувають розвитку й українські Спільнокошт та Komubook, які у більшості використовують власний досвід, оскільки практично немає описаних науковцями всіх можливих форм взаємодії в структурі «автор – народні кошти – видавець – готовий продукт – реалізація».

Краудфандинг у видавничій справі та журналістиці майже не досліджувався вченими, які працюють в галузі соціальних комунікацій. Головним чином науковці акцентують увагу на інноваціях як таких, не порушуючи при цьому питання краудфандингових практик. *Мета дослідження* – виявити й охарактеризувати існуючі праці, присвячені застосуванню крауд-технологій у журналістиці та видавничій справі. *Об'єктом дослідження* виступає краудфандинг як явище та нова інноваційна технологія. *Предметом* – наукові публікації, що розкривають питання суспільних процесів розвитку інноваційних технологій у журналістиці, видавничій справі та краудфандингу зокрема.

Наукова новизна полягає в тому, що в ній визначено основні джерела, присвячені застосуванню крауд-технологій у журналістиці та видавничій справі, розширено уявлення про використання крауд-практик в Європі, Америці, Росії та Україні, показано перспективи запровадження інноваційної технології краудфандингу в Україні.

Методи дослідження. Для вивчення сутності досліджуваного процесу використовувались загальнонаукові методи аналізу, синтезу, узагальнення; для виявлення джерел і пошуку соціально значущої інформації – метод бібліографічної евристики; існуючі публікації класифіковано в групи.

Результати й обговорення. Аналіз джерелознавчої літератури з теми дозволив виділити три групи робіт: 1) праці, присвячені застосуванню крауд-технологій у маркетинговій діяльності підприємств; 2) дослідження інноваційних технологій галузі;

3) статті, що розкривають досвід реалізації краудфандингових проектів у журналістиці та видавничій справі.

Вивчення процесу краудфандингу та його інструментарію нині знаходиться на етапі накопичення інформації, аналізу та узагальнення соціальних практик. Зокрема, в публікації І. Косулі проаналізовано смисл та значення понять «краудсорсинг» та «краудфандинг» [1]. Моделі комунікаційного впливу крауд-технологій на споживача в середовищі Інтернет розглядаються у публікаціях К. Полторак [2; 3]. Акцентують увагу на питанні функціонування крауд-технології, відзначенні їх плюсів та мінусів дослідники П. Осокіна [4], С. Пішковцй [5], І. Шапатаєв [6]. Зарубіжний досвід використання крауд-технологій розглянуто у статті В. Чугреєва [7].

У розвитку інноваційної діяльності важливим аспектом стає питання фінансування проектів. Про крауд-фінансування як джерело залучення капіталу в інноваційну діяльність – дослідження Є. Бондаренка [8] та С. Кушнір [9].

Питання соціально-економічних умов розвитку краудфандингу в Україні та його проблем розкрито в публікації О. Марченко [10].

Фундаментальним явищем у розвитку будь-якої галузі є інноваційні технології. Теоретичні засади інноваційної діяльності висвітлено у посібнику «Економіка і організація інноваційної діяльності» [11]. Видавнича інноватика стала предметом розгляду в працях В. Теремка [12] та С. Водолазької [13; 14].

Практично відсутні наукові публікації українських дослідників, які б зосередили увагу на видавничих та журналістських проектах на платформах Спільнокошт та Comibook. Розробка цього питання тільки розпочалася [15; 16]. Частково із запропонованих за два останні роки на сайтах проектів вибрано та проаналізовано успішні видавничі та журналістські. Такими стали онлайн-видання «Коридор», «Громадське радіо», проект «Книга Карика-Дурка», видання книги Д. Перріша «Бібліотека креативної економіки CHERNOZEM», проект журналу для дітей в Україні «Harbuz», ін.

Порівняно більшу кількість публікацій із досвіду впровадження краудфандингу у книжковій сфері подає російська платформа «Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU». Зокрема, у дослідженні А. Сумської описаний досвід апробації технології та реалізації проектів майбутніми фахівцями мас-медіа [17]. Науковець зазначає, що одним із перших російських медіа технологію краудфандингу на платформі Planeta.ru засвоїв інтернет-журнал «Сиб. фм», присвячений життю у Сибірському краї. Ефективним був і проект народного фінансування дизайну сайту інтернет-видання про місто Челябинськ та його культурний простір.

У публікації Х. Яремик розглянуто особливості видавничого бізнесу на краудфандингових платформах порівняно з іншими видами діяльності [18]. Інноваційні процеси на російському книжковому ринку стали предметом наукового дослідження А. Іонова [19]. Найбільш значимі складові проблеми книжкового краудфандингу, які варто враховувати видавцям, аналізуються у публікаціях С. Сапожникової [20] та Н. Семки [21].

Сутність видавничого краудфандингу як закономірного еволюційного етапу розвитку сучасної книжкової справи розкрито в статті А. Ковальчук [22]. Дослідниця зосереджує увагу на російських краудфандингових платформах Boomstarter, Planeta.ru, Русини, «Сбор-ник». Остання є спеціалізованим видавничим майданчиком, створеним Вадимом Нестеровим у березні 2015 р. На цій платформі кожен письменник-початківець може опублікувати перші сторінки свого майбутнього видання і оголосити збір коштів для подальшої роботи. А. Ковальчук позитивно оцінює динаміку розвитку краудфандингу в російському видавничому бізнесі. Як приклади вдалих втілень проектів наводить досвід видавництва «Фантаверсум», яке випустило трилогію Анни Семироль «Игрушки дома Баллантайн» та книгу «Мартин не плачет» авторства Лінора Горалик, а також проект книжкової мережі Dodo Magic Bookroom – «Диковинные диалоги в книжных магазинах».

У статті А. Крижанівської та В. Трофимова аналізуються вдалі видавничі проекти російських краудфандингових платформ [23]. Автори зауважують, що за умови збереження існуючих темпів розвитку цього напрямку концепція краудфандингу найближчим часом виглядатиме так: «читач – ідея нової книги – автор/видавець». При цьому читач стане не тільки спонсором, але й тим, хто стверджує моду на читання.

Успішні журналістські проекти на російських краудфандингових платформах також аналізуються у статті Ю. Кузнецової [24]. Дослідниця зосереджує увагу на незалежному телепроекті «Експедиция ТВ-2». Своєрідність програми полягає в екстремальності умов, у яких працювали журналісти та ексклюзивності зібраних матеріалів. Після закриття телекомпанії учасники «Експедиції» вирішили збирати кошти на Planeta.ru. Досвід виявився вдалим.

Не менш актуальним питанням є реалізація проектів фотожурналістів на краудфандингових платформах. Саме цій проблемі присвячено публікацію О. Бакуліна [25]. Автор зазначає, що можливості краудфандингових інтернет-платформ можуть ефективно використовуватись для створення документальних фотографічних проектів соціального спрямування.

Із публікацій закордонних авторів варто виокремити праці дослідниці Т. Айтмурто [26; 27]. У них аналізується краудфандингова платформа Spot.Us. На Spot.Us журналіст може запропонувати тему для розслідування чи репортажів. Читачі за допомогою грошових внесків вирішують, цікаво це їм чи ні. Якщо необхідна сума збирається, журналісти беруться за тему. Після публікації матеріалу традиційні медіа можуть передрукувати цю історію, тоді авторам ідеї виплачуються гроші. Користувачі також можуть зробити свій внесок, надавши фотографії, необхідну інформацію або просто допомігши порадою. У квітні 2010 р. розмір середньої пожертви складав 60 \$, понад 800 осіб профінансували більше 60 історій, повідомляє авторка.

Ознайомити читача із практиками застосування краудфандингу в проектах альтернативних та громадських ЗМІ Африки вдалося Крістін Скаре Оргрет [28]. Проведено аналітичний огляд проектів на краудфандингових платформах Beacon Reader, Contributoria та Kickstarter. Мета статті – довести наявні демократичні зміни, виявити новий потенціал контенту в журналістиці. За допомогою відеороликів та журналістських матеріалів, поданих на одній із краудфандингових платформ, зокрема було вирішено питання з розвитку однієї із громад у сільській місцевості в Уганді. Редактору сайту Алану Русбріджеру вдалося згуртувати близько 15 млн читачів у допомозі угандійцям. Інший вдалий проект – «Loud Silence Media», завдяки якому група журналістів отримала можливість висвітлювати місцеві історії жителів Гани. У цілому 18 проектів у галузі журналістики про Африку, або 44 % від загальної кількості на Kickstarter, були вдалими.

Краудфандингові моделі для видання художньої та наукової літератури стали предметом розгляду Христини Капанової [29]. Загалом проаналізовано 4743 проекти на платформі Kickstarter. 38% проектів (1822 за кількістю) виявилися вдалими. Авторка робить висновок про те, що технологічні інновації у напрямку видавничої справи є перспективними.

Цікаві факти наводить дослідник Фернандо Соареш. Краудфандинг як інструмент фінансування журналістики Бразилії – тема публікацій науковця [30; 31]. Розглянуто проекти 2011–2015 рр. на бразильських краудфандингових платформах Catarse и Kickante.

Мотиви пожертвувань на журналістські проекти зарубіжних краудфандингових платформ аналізує японська дослідниця Йен Чін [32]. У цілому розглянуто 9 мотивів: альтруїзм, веселощі, вільність викладу змісту, соціальна проблемність, громадські питання, сім'я, самооцінка, розуміння, світогляд. На основі проведених опитувань виявилось: свободолюбство і альтруїзм – найсильніші мотиви у фінансуванні проектів, а от веселощі та підтримка сімейних та дружніх відносин стали явними предикаторами у визначенні рівня внесків.

Адаптація моделі краудфандингу у якості механізму брендингу в журналістиці розглянуто у статті Анни Шопи [33].

Висновки та перспективи. Зарубіжний досвід використання краудфандингових платформ в журналістиці та видавничій справі знайшов відображення у публікаціях учених багатьох країн світу. Аспекти досліджень різнопланові: успішні проекти, мотиви фінансування проектів, соціальні журналістські проекти, краудфандингові моделі для видання художньої та наукової літератури, інше. Публікацій, які б аналізували сучасні крауд-технології, не достатньо. Основну інформацію про краудфандинг в журналістиці та видавничій справі містять інтернет-ресурси.

Необхідність досліджень краудфандингу є нагальною потребою часу, адже за фінансуванням ідей за допомогою інноваційних інтернет-технологій майбутнє.

1. *Косуля І. Ю.* Краудсорсинг та краудфандинг: нові поняття чи нові феномени? / І. Ю. Косуля // *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*. – 2014. – Вип. 20. – С. 267–271.

2. *Полторак К. А.* Управління маркетинговими комунікаціями в епоху крауд-технологій / К. А. Полторак // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. – 2015. – № 3. – С. 66–75.

3. *Полторак К. А.* Застосування крауд-технологій в маркетинговій діяльності підприємств / К. А. Полторак, О. В. Зозульов // *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. – 2014. – № 11. – С. 422–429.

4. *Осокіна П.* Краудфандинг: на что способны частные микроинвестиции / П. Осокіна [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <http://digit.ru/business/20130709/403158833.html>.

5. *Пішковцій С.* Краудфандинг: як зібрати кошти на реалізацію своєї ідеї / С. Пішковцій [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <http://inspired.com.ua/ideas/crowdfunding/>.

6. *Шапатаєв Ігорь:* Почему краудфандингу прочат «золотые горы» [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <http://fakty.ictv.ua/ru/index/read-blog/id/1514>.

7. *Чугреєв В. Л.* Краудфандинг – соціальна технологія колективного фінансування / В. Л. Чугреєв [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – https://vk.com/doc200264526_442381023?hash=aa70a49b6dc9e9fcff&dl=cf6b6db1e1db2275f7.

8. *Бондаренко Е. В.* Крауд-финансирование как источник привлечения капитала в инновационную деятельность. Опыт России / Е. В. Бондаренко, К. В. Манелова [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – http://iupr.ru/domains_data/files/zurnal_15/Bondarenko27.pdf.

9. *Кушнір С.* Краудфандинг як одна із реальних можливостей фінансування стартапів та перспективи його розвитку в Україні / С. Кушнір [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_13/117.pdf.

10. *Марченко О. С.* Соціально-економічні умови та проблеми розвитку краудфандингу в Україні / О. С. Марченко // *Економічна теорія та право*. – 2014. – № 2. – С. 37–46.

11. *Йохна М. А.* Економіка і організація інноваційної діяльності: навч. посіб. / М. А. Йохна, В. В. Стадник. – К.: Академвидав, 2005. – 400 с.

12. *Теремко В. І.* Предметні виміри видавничої інноватики / В. І. Теремко // *Українське журналістикознавство*. – 2013. – Вип. 14. – С. 9–14.

13. *Водолазька С.* Інновації у видавничій галузі: функціональні особливості / С. Водолазька // *Освіта регіону*. – 2014. – № 1–2. – С. 91.

14. *Водолазька С. А.* Інновації у видавничому бізнесі як об'єкт наукової рецепції / С. А. Водолазька // *Українське журналістикознавство*. – 2013. – Вип. 14. – С. 31–34.

15. *Подолька Н. С.* Краудфандинг в українській журналістиці та видавничій справі як інноваційна технологія видавничого бізнесу / Н. С. Подолька // *Соціальні комунікації: теорія і практика* : наук. журн. – 2016. – Т. 3. – С. 19–23.

16. *Подолька Н.* Видавничі та журналістські проекти представлені на російських та українських краудфандингових платформах у 2015 році: порівняльний аналіз / Н. Подолька, Я. Гирич // XII Міжнародна науково-практична конференція «Журналістська освіта на Сумщині: світові професійні стандарти». – Суми, 2016. – С. 28–32.

17. *Сумська А. С.* Опыт реализации краудфандинговых проектов специалистами масс-медиа / А. С. Сумська [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – https://vk.com/doc200264526_442381010?hash=89926423d647206a55&dl=93df0e7927589c9782.

18. *Яремик Я.* Економічні особливості видавничого бізнесу / Я. Яремик [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – https://vk.com/doc200264526_442380875?hash=5babe3245883e831a1&dl=671289eb77d24942d9.

19. *Ионов А. Б.* Инновационные процессы на российском книжном рынке / А. Б. Ионов // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2013. – № 8 (83). – С. 94–97.
20. *Сапожникова Е. С.* Краудфандинг: новые возможности книгоиздания / Е. С. Сапожникова // Книжное дело: достижения, проблемы, перспективы. Вып. V: сборник материалов Международ. науч. конференции, 23 апреля – 23 мая 2015 г., Екатеринбург. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. – С. 32–38.
21. *Семка Н. В.* Краудфандинг в издательском деле: проблемы и перспективы / Н. В. Семка // Наследие Ю.И. Селезнева и актуальные проблемы журналистики, критики, литературоведения, истории. – М., 2016. – С. 171–173.
22. *Ковальчук А. Е.* Краудфандинг как эволюционный этап развития книжного дела / А. Е. Ковальчук // Человек. Общество. Инклюзия. – 2016. – № 3–2 (27). – С. 93–99.
23. *Крыжановская В. А.* Краудфандинг как инновационный проект в российском книжном деле / В. А. Крыжановская, А. А. Трофимова // Via scientiarum – Дорога знаний. – 2015. – № 1. – С. 116–121.
24. *Кузнецова Ю. С.* Финансирование независимых телепроектов средствами краудфандинга (опыт народной поддержки программы «Экспедиция ТВ-2») / Ю. С. Кузнецова // Журналистский ежегодник. – 2015. – № 4. – С. 189–190.
25. *Бакулин О. А.* Краудфандинг для фотожурналистов: новые возможности творческой реализации / О. А. Бакулин // МедиаАльманах. – 2014. – № 3. – С. 22–29.
26. *Aitamurto Tanja* Role of Crowdfunding as a Business Model in Journalism: A Five-layered Model of Value Creation / Tanja Aitamurto [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – https://www.academia.edu/13033366/Role_of_Crowdfunding_as_a_Business_Model_in_Journalism_A_Five-layered_Model_of_Value_Creation.
27. *Aitamurto Tanja* The Impact of Crowdfunding on Journalism / Tanja Aitamurto [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – https://www.academia.edu/963658/The_Impact_of_Crowdfunding_on_Journalism.
28. *Kristin Skare Orgeret* Crowdfunding: A Harambee for African Journalism / Kristin Skare Orgeret [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – https://www.academia.edu/27707911/Crowdfunding_A_Harambee_for_African_Journalism.
29. *Kapanova Kristina* Crowdfunding as a book-publishing model for fiction and nonfiction. A snapshot of Kickstarter publishing projects / Kristina Kapanova [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – https://www.academia.edu/3644299/Crowdfunding_as_a_book-publishing_model_for_fiction_and_nonfiction_A_snapshot_of_Kickstarter_publishing_projects.
30. *Fernando Soares* El crowdfunding como herramienta de financiación en el periodismo brasileño / Fernando Soares. – BELLATERRA, JUNIO DE, 2016. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – https://www.academia.edu/29309033/El_crowdfunding_como_herramienta_de_financiación_en_el_periodismo_brasileño
31. *Fernando Soares* O crowdfunding no jornalismo brasileiro um panorama sobre o uso de uma nova fonte de financiamento / Fernando Soares [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – https://www.academia.edu/31646495/O_crowdfunding_no_jornalismo_brasileiro_um_panorama_sobre_o_uso_de_uma_nova_fonte_de_financiamento
32. *Jieun Shin* Motivations Behind Donors' Contributions to Crowdfunded Journalism / Jieun Shin [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – https://www.academia.edu/31666612/Motivations_Behind_Donors_Contributions_to_Crowdfunded_Journalism.
33. *Anna Szopa* Subscription crowdfunding model as a branding mechanism in journalism / Anna Szopa [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – <http://www.media-management.eu/wp-content/uploads/Szopa-2016-subscription-crowdfunding-model-as-a-branding-mechanism-in-journalism.pdf>.

UDC 007: 304: 070.3 (477)

Crowdfunding journalism and publishing: source aspect

Podolyaka Nadia, PhD (Social Communications),

Sumy State University, 2, Rymtsky-Korsakov St., Sumy, 40007, Ukraine, e-mail: nadechdasum@gmail.com

The article deals with the application of technology crowdfunding journalism and publishing in Ukraine. Examined groups of sources and approaches described features in the process of selection and analysis. Enhanced understanding of the use crowdpractices in Europe, America, Russia and Ukraine, shows prospects of introduction of innovative technologies crowdfunding in Ukraine. As a

result, concluded: short period of introduction of innovative technologies in publishing and journalism, academia low awareness reduces the number of publications Ukrainian researchers. Relatively more posts from the implementation experience of serving overseas crowdfunding sources.

Key words: crowd-technology, crowdfunding, crowdsourcing, publishing, journalism.

Краудфандинг в журналістиці та видавничому секторі: інформаційно-науковий аспект Подолька Надія

В статті розглянуті питання застосування технологій краудфандингу в журналістиці та видавничому секторі України. Виділено групи джерел та охарактеризовано особливості підходів в процесі їх вибору та аналізу. Розширено представлення про використання крауд-практик в Європі, Америці, Росії та Україні, показано перспективи впровадження інноваційної технології краудфандингу в Україні. В результаті зроблено висновок: недовгий термін впровадження інноваційної технології в видавничу справу та журналістику, низька проінформованість наукових кіл зменшує кількість публікацій українських дослідників. Порівняно більше кількість публікацій з досвіду впровадження краудфандингу дають зарубіжні джерела.

Ключові слова: крауд-технології, краудфандинг, краудсорсинг, видавничу справу, журналістика.

1. Kosulya I. YU. Kraudsorsynh ta kraudfandynh: novi ponyattya chy novi fenomeny? / I. YU. Kosulya // Metodolohiya, teoriya ta praktyka sotsiolohichnoho analizu suchasnoho suspilstva. – 2014. – Vyp. 20. – S. 267–271.
2. Poltorak K. A. Upravlinnya marketynhovymy komunikatsiyamy v epokhu kraud-tekhnohiiy / K. A. Poltorak // Marketynh i menedzhment innovatsiy. – 2015. – № 3. – S. 66–75.
3. Poltorak K. A. Zastosuvannya kraud-tekhnohiiy v marketynhoviy diyal'nosti pidpryyemstv / K. A. Poltorak, O. V. Zozul'ov // Ekonomichnyy visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu Ukrayiny «Kyivskyy politekhnichnyy instytut». – 2014. – № 11. – S. 422–429.
4. Osokyna P. Kraudfandynh: na chto sposobny chastnye mykroynvestytsyy / P. Osokyna [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu. – <http://digit.ru/business/20130709/403158833.html>.
5. Pishkovtsiy S. Kraudfandynh: yak zibraty koshty na realizatsiyu svoeyi ideyi / S. Pishkovtsiy [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu. – <http://inspired.com.ua/ideas/crowdfunding/>.
6. Yhor' Shapataev: Pochemu kraudfandynhu prochat «zolotyie hory» [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu. – <http://fakty.ictv.ua/ru/index/read-blog/id/1514>.
7. Chuhreyev V. L. Kraudfandynh – sotsial'na tekhnolohiya kolektivnoho finansuvannya / V. L. Chuhreyev [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu. – https://vk.com/doc200264526_442381023?hash=aa70a49b6dc9e9fcff&dl=cf6b6db1e1db2275f7.
8. Bondarenko E. V. Kraud-fynansyrovanye kak ystochnyk pryvlechenyya kapytala v ynnovatsionnyu deyatel'nost'. Opyt Rossyy / E. V. Bondarenko, K. V. Manelova [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu. – http://iupr.ru/domains_data/files/zurnal_15/Bondarenko27.pdf.
9. Kushnir S. Kraudfandynh yak odna iz real'nykh mozhlyvostey finansuvannya startapiv ta perspektyvy yoho rozvytku v Ukrayini / S. Kushnir [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu. – http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_13/117.pdf.
10. Marchenko O. Sotsial'no-ekonomichni umovy ta problemy rozvytku kraudfandynhu v Ukrayini / O. Marchenko // Visnyk NU «Yurydychna akademiya Ukrayiny imeni Yaroslava Mudroho». Seriya: Ekonomichna teoriya ta pravo. – 2014. – № 2. – S. 37–46.
11. Yokhna M. A. Ekonomika i orhanizatsiya innovatsiynoyi diyal'nosti: navch. posib. / M. A. Yokhna, V. V. Stadnyk. – K.: Akademyvdav, 2005. – 400 s.
12. Teremko V. I. Predmetni vymiry vydavnychoyi innovatyky / V. I. Teremko // Ukrayins'ke zhurnalistykoznavstvo. – 2013. – Vyp. 14. – S. 9–14.
13. Vodolaz'ka S. Innovatsiyi u vydavnychiy haluzi: funktsional'ni osoblyvosti / S. Vodolaz'ka // Osvita rehionu. – 2014. – № 1–2. – S. 91.
14. Vodolaz'ka S. A. Innovatsiyi u vydavnychomu biznesi yak ob'yekt naukovoyi retseptsiyi / S. A. Vodolaz'ka // Ukrayins'ke zhurnalistykoznavstvo. – 2013. – Vyp. 14. – S. 31–34.
15. Podolyaka N. S. Kraudfandynh v ukrayins'kiy zhurnalistytsi ta vydavnychiy spravi yak innovatsiyna tekhnolohiya vydavnychoho biznesu / N. S. Podolyaka // Sotsial'ni komunikatsiyi: teoriya i praktyka : nauk. zhurn. – T. 3. – K., 2016. – S. 19–23.
16. Podolyaka N. Vydavnychi ta zhurnalistycki proekty predstavleni na rosiys'kykh ta ukrayins'kykh kraudfandynhovyykh platformakh u 2015 rotsi: porivnyal'nyy analiz / N. Podolyaka,

YA. Hyrych // KHII Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiya «Zhurnalyst-s'ka osvita na Sumshchyni: svitovi profesiyni standarty». – Sumy, 2016. – S. 28–32.

17. Sums'ka A. S. Opyt realizatsyy kraudfandynhovykh proektov spetsyalystamy mass-medya / A. S. Sums'ka [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu. – https://vk.com/doc200264526_442381010?hash=89926423d647206a55&dl=93df0e7927589c9782.

18. Yaremyk YA. Ekonomichni osoblyvosti vydavnychoho biznesu / YA. Yaremyk [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu. – https://vk.com/doc200264526_442380875?hash=5babe3245883e831a1&dl=671289eb77d24942d9.

19. Yonov A. B. Ynnovatsyonnye protsessy na rossiyskom knyzhnom rynke / A. B. Yonov // Yzvestyia Volhogradskoho hosudarstvennogo pedahohycheskoho unyversyteta. – 2013. – № 8 (83). – S. 94–97.

20. Sapozhnykova E. S. Kraudfandynh: novye vozmozhnosti knyhozdanyia / E. S. Sapozhnykova // Knyzhnoe delo: dostyzenyia, problemy, perspektyvy. Vyp. V: sbornyk materyalov Mezhdunarod. nauch. konferentsyy, 23 aprelya – 23 maya 2015 h., Ekaterynburh. – Ekaterynburh: Yzd-vo Ural. un-ta, 2015. – S. 32–38.

21. Semka N. V. Kraudfandynh v yzdatel'skom dele: problemy y perspektyvy / N. V. Semka // Nasledye YU.Y. Selezneva y aktual'nye problemy zhurnalystyky, krytyky, lyteraturovedenyia, ystoryy. – M., 2016. – S. 171–173.

22. Koval'chuk A. E. Kraudfandynh kak évolutsyonnyy étap razvytyia knyzhnoho dela / A. E. Koval'chuk // Chelovek. Obshchestvo. Ynklyuzyya. – 2016. – № 3–2 (27). – S. 93–99.

23. Kryzhanovskaya V. A. Kraudfandynh kak ynnovatsyonnyy proekt v rossiyskom knyzhnom dele / V. A. Kryzhanovskaya, A. A. Trofymova // Via scientiarum – Doroha znanyy. – 2015. – № 1. – S. 116–121.

24. Kuznetsova YU. S. Fynansyrovanye nezavysymykh teleproektov sredstvamy kraudfandynha (opyt narodnoy podderzhky prohrammy «Ékspedytsyia TV-2») / YU. S. Kuznetsova // Zhurnalyst'skyy ezhehodnyk. – 2015. – № 4. – S. 189–190.

25. Bakulyn O. A. Kraudfandynh dlya fotozhurnalystov: novye vozmozhnosti tvorcheskoy realizatsyy / O. A. Bakulyn // MedyaAl'manakh. – 2014. – № 3. – S. 22–29.

26. Aitamurto Tanja Role of Crowdfunding as a Business Model in Journalism: A Five-layered Model of Value Creation / Tanja Aitamurto [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu. – https://www.academia.edu/13033366/Role_of_Crowdfunding_as_a_Business_Model_in_Journalism_A_Five-layered_Model_of_Value_Creation.

27. Aitamurto Tanja The Impact of Crowdfunding on Journalism / Tanja Aitamurto [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu. – https://www.academia.edu/963658/The_Impact_of_Crowdfunding_on_Journalism.

28. Kristin Skare Orgeret Crowdfunding: A Harambee for African Journalism / Kristin Skare Orgeret [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu. – https://www.academia.edu/27707911/Crowdfunding_A_Harambee_for_African_Journalism.

29. Kapanova Kristina Crowdfunding as a book-publishing model for fiction and nonfiction. A snapshot of Kickstarter publishing projects / Kapanova Kristina [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu. – https://www.academia.edu/3644299/Crowdfunding_as_a_book-publishing_model_for_fiction_and_nonfiction._A_snapshot_of_Kickstarter_publishing_projects.

30. Fernando Soares El crowdfunding como herramienta de financiaci en el periodismo brasile / Fernando Soares. – BELLATERRA, JUNIO DE, 2016. – [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu. – https://www.academia.edu/29309033/El_crowdfunding_como_herramienta_de_financiaci%20B3n_en_el_periodismo_brasile%20B1o.

31. Fernando Soares O crowdfunding no jornalismo brasileiro um panorama sobre o uso de uma nova fonte de financiamento / Fernando Soares [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu. – https://www.academia.edu/31646495/O_crowdfunding_no_jornalismo_brasileiro_um_panorama_sobre_o_uso_de_uma_nova_fonte_de_financiamento.

32. Jieun Shin Motivations Behind Donors' Contributions to Crowdfunded Journalism / Jieun Shin [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu. – https://www.academia.edu/31666612/Motivations_Behind_Donors_Contributions_to_Crowdfunded_Journalism.

33. Anna Szopa Subscription crowdfunding model as a branding mechanism in journalism / Anna Szopa [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu. – <http://www.media-management.eu/wp-content/uploads/Szopa-2016-subscription-crowdfunding-model-as-a-branding-mechanism-in-journalism.pdf>.

Стаття надійшла до редакції 25.06.2017