

2. Ларіков В. Ю. Впровадження електронного документообігу в систему управління підприємством // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2015. – № 4. – С. 147–153.

3. Петров І. В. Обґрунтування вибору програмно-апаратних засобів архівів електронних документів довготермінового збереження // Реєстрація, зберігання і оброб. даних. – 2010. – Т. 12. – № 1. – С. 79–88.

4. Правове регулювання електронного документообігу в Україні // Кременчук, 2012. – 32 с.

5. Шевченко О. В. Визначення місця електронного документа в електронній комерції // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2015. – № 4. – С. 63–69.

Гирич Я.Є.

студентка,

Сумський державний університет

Науковий керівник: Подоляка Н.С.

старший викладач,

Сумський державний університет

СОЦІАЛЬНІ ПРАКТИКИ КРАУДФАНДИНГОВОЇ ПЛАТФОРМИ СПІЛЬНОКОШТ В РАМКАХ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА ЖУРНАЛІСТИКИ

Новому типу суспільства притаманні інтернет-технології. Одним із найуспішніших і найсучасніших видів маркетингових інтернет-комунікацій є крауд-технології. Краудфандинг – нове віяння у видавничому бізнесі. Термін «краудфандинг» (англ. Crowdfunding, від Crowd – натовп і Funding – фінансування) в перекладі означає «фінансування натовпом» і використовується в багатьох бізнес-сферах. У книжковій галузі та журналістиці краудфандинг – це механізм залучення читачів-спонсорів для створення, виробництва та реалізації видань [1].

Застосуванню крауд-технологій в маркетинговій діяльності підприємств присвячені поодинокі дослідження. Це, зокрема, наукові публікації К. Полторака [2], П. Осокіної [3], С. Пішковція [4], І. Шапатаєва [5]. У якості емпіричної бази досліджено офіційні сайти краудфандингових платформ, офіційні сторінки крауд-проектів в соціальних мережах та блоги проектів (Facebook, Twitter, Вконтакте), статті в електронних ЗМК.

Мета статті – проаналізувати успішні видавничі проекти сучасності, реалізовані за допомоги краудфандингової платформи Спільнокошт.

Краудфандинг здійснюється через Інтернет на спеціальних краудфандингових платформах. У 2009 р. в Україні був створений блог, де люди ділилися своїми ідеями, – платформа соціальних інновацій Big Idea (Велика Ідея) [6]. У березні 2012 р. «Велика Ідея» запустила на своєму сайті ще й краудфандингову платформу Спільнокошт. «Спільнокошт» на платформі «Велика Ідея» був першим і лишається найбільшим в Україні механізмом

колективного фінансування. Він допомагає особам чи організаціям знаходити матеріальну підтримку для власних проектів серед своїх колег та прихильників.

Перші проекти. Видання про культуру стало першим українським ЗМІ, профінансованим через краудфандинг. Онлайн-видання «Коридор» зібрало трохи більше 46 тис грн. Проект тривав 100 днів на сторінці «Спільнокошту» [7]. Двічі вдало збирало кошти на свою підтримку «Громадське радіо» [8].

Проекти 2015 року. За період січень-червень 2015 р. на Спільнокошті загальна сума внесків склала більше 150 000 грн. Автори кажуть, що успіх ідеї сильно залежить від активності її автора. Наприклад, один із проектів «Чисті перлини України» завдяки енергії авторки зібрав більш ніж потрібно (118%) [9].

На платформі Спільнокошт у 2015 р. було представлено сім журналістських та видавничих проектів [10]. Із них найбільшу кількість коштів зібрав проект «Книга Карика-Дурка» (345 000 грн). Це історія в малюнках, у яких фігурують добре знайомі обличчя: політики, історичні постаті українського державотворення, журналісти, світові зірки, музиканти, артисти і просто добрі і хоробрі люди у смішних шаржах. Крім того представлені карикатури. Цей альбом не просто зацікавлює, а й спонукає самотійно шукати відповіді на питання, що хвилюють.

Проект видання книги Д. Перріша про креативну економіку українською зібрав 115 750 грн. «Бібліотеку креативної економіки CHERNOZEM» започатковано для формування в українському суспільстві базових знань з принципів креативної економіки та практики, їх застосування, з метою подальшої розбудови України.

На платформі також була представлена книга-шкатулка «Вісім». Цей проект зібрав 98 000 грн. Книжка з фотографіями та віршованими текстами на відривних сторінках зі 100% переробленого паперу, з терпкою текстурою паперу. Наразі існує два прототипи книжки, протестовано технологію друку макулатурного картону з перфорацією, серцевинки внутрішніх сторінок зручно видаляються.

Проекти 2016 року. На книгу «Рідна Абетка – народжена вільно» було зібрано 17 600 грн. Це видання про те, що так цінують українці: козацтво, символіку, любов та родину [11].

Проект видання журналу «Harbuz» зібрав 46 600 грн. Це перше естетичне періодичне видання для дітей в Україні, спрямоване на розвиток щасливої та творчої особистості. У журналі підійматимуться теми, про які часто не розмовляють вдома чи в школі – як любити себе, як задати незручне запитання, чи як отримати на нього відповідь [12].

Проект видання журналу «STONE» зібрав 19 000 грн. Це перше україномовне видання про моду, красу, подорожі графічних дизайнерів та блогерів у мінімалістичній стилістиці. Кожен номер видання буде називатися певним видом каменю і буде відповідати його забарвленню. Перший номер присвячений білому кольору і буде називатися «Мармур». Білий – тому що перший. Розділ «Графічний дизайн» поєднає у собі різні підтеми такі як: каліграфія (леттерінг), брендинг, історія та витоки дизайну та інші [13].

На освітній проект «Казки рідного краю» від БФ «Майбутнє Херсонщини» було зібрано 5 100 грн. Фантастичні оповідання мають в ігровій формі донести до дітей ідею справжньої любові до рідного краю. Книга інтерактивна. У ній діти мають змогу самі стати учасниками різних історичних подій, потрапити у різні складні ситуації та вирішувати їх [14].

Молодіжний літературний журнал «INDIGO» зібрав 1100 грн. Журнал заснований в м. Луганськ у 2013 р. є соціальним проектом, спрямованим на розвиток та підтримку авторів-початківців. Через війну на Донбасі певний час не видавався. Вийшло всього чотири випуски. Має поширюватись безкоштовно в бібліотеках і книгарнях міста, розсилатись поштою всім бажаючим [15].

Наступний проект «Lustrum» зібрав 35 912 грн. і стосується пояснювальної журналістики. Створюється і видається зусиллями двох журналісток Дарини Шевченко та Ольги Руденко [16].

Отже, користувачів сайту Спільнокошт, насамперед, цікавлять проекти, пов'язані з питаннями патріотичного виховання молоді, книги, що містять практичні навички, розвивають творчі здібності. Привертають увагу книги з незвичайним дизайном, наприклад, книга-шкатулка «Вісім».

Список використаних джерел:

1. Краудфандинг: выбор за читателями [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <http://www.bookind.ru/categories/simpleabout/2452/>.
2. 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.
3. Осокина П. Краудфандинг: на что способны частные микроинвестиции / П. Осокина [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <http://digit.ru/business/20130709/403158833.html>
4. Пішковцій С. Краудфандинг: як зібрати кошти на реалізацію своєї ідеї / С. Пішковцій [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <http://inspired.com.ua/ideas/crowdfunding/>.
5. Игорь Шапатаев: Почему краудфандингу прочат «золотые горы» [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <http://fakty.ictv.ua/ru/index/read-blog/id/1514>
6. Спільнокошт – краудфандинг в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <https://biggggidea.com/>.
7. Онлайн-журнал Korydor [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <https://biggggidea.com/project/192/>.
8. «Громадське радіо» збрало 45 тис. грн за 10 днів на «Спільнокошті» [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – http://stv.detector.media/finansuvannya/finansy/gromadske_radio_zibralo_45_tis_grn_za_10_dniv_na_spilnokoshti/
9. Григораш А. Де просити гроші на науку і благодійність. Спільнокошт по-українськи / А. Григораш // Українська правда. – 2013. – 5 березня.
10. Корнієнко Н. 5 успішних книжкових проектів Спільнокошту / Н. Корнієнко [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <http://www.chytomo.com/news/5-uspishnix-knizhkovix-proektiv-spilnokoshtu>
11. «Рідна Абетка – народжена вільно» [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <https://biggggidea.com/project/ridna-abetka-narodzhenavilnoyu/>.
12. «harbuz»: проект першого естетичного журналу для дітей на Спільнокошті [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – http://bokmal.com.ua/events/harbuz_spilnokowt/.

13. STONE. Журнал про подорожі, стиль, блогерів і граф. дизайн [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <https://bigggidea.com/project/stonemagazineukraine/>.
14. «Казки рідного краю» стартують на Західній Україні! [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <https://bigggidea.com/project/kazki-hersonschini/blog/1488/>.
15. Молодіжний літературний журнал «INDIGO» [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <https://bigggidea.com/project/molodizhnij-literaturnij-zhurnal-indigo/>.
16. Незалежний проект пояснювальної журналістики збирає гроші на Спільнокошті [Електронний ресурс]. – Режим доступу. – <https://hromadskeradio.org/programs/rankova-hvylya/nezalezhnyy-proekt-poyasnyvalnoyi-zhurnalistyky-zbyraye-groshi-spilnokoshtom>

Киричок А.П.

асистент,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут

імені Ігоря Сікорського»

ВАЖЛИВІСТЬ ДОСЛІДЖЕННЯ КРИЗОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Існує досить велика кількість визначень поняттю криза [1]. Одні визначення беруть за основу помилки які допускає організація. Інші ж акцентують увагу на заходах з управління, які виходять за рамки звичайних або загальноприйнятих процесів. Деякі з них виділяють критичний стан ситуації та напруженість, інші – неналежний контроль, невизначеність, порушення законодавства або етичних норм та інші зловживання.

Однією з центральних тем в кризі є питання відповідальності, бажання та здатність організації відстоювати свій імідж. Сюди ми можемо віднести і правовий аспект діяльності компанії. Не достатньо сказати про те, що антикризова діяльність має попереджати цільові групи про можливий ризик і наближення кризи.

В ході наукової роботи було знайдено багато досліджень про те, як організація повинна комунікувати під час кризи. Деякі науковці стверджують, що більшість кризових досліджень акцентує увагу на кризі в окремії організації а не на тому, як криза впливає на громадськість [3].

Досить багато досліджень присвячено управлінській складовій під час кризи. Показовим є дослідження пов'язане із домагання в римсько-католицькій церкві [4].

В ході цього дослідження було проаналізовано антикризову риторичку католицької церкви США, постраждалих від сексуальних домагань та думку віруючих осіб.

Деякі вчені намагаються сегментувати антикризове планування на три етапи (передкризове, кризове та посткризове) і таким чином вивчають дослідження пов'язані з кожним сегментом [2]. Т. Кумбс з цього приводу говорить наступне: «те, наскільки добре ми розуміємо ці стадії як дискретні, але взаємозалежні події (пункти аналізу) та знаємо, що кожна вимагає (і