

типу, процес роботи яких відбувається на рівні природної мови, що значно підвищує повноту та точність знайденої текстової інформації.

Анотація. В дослідженні розглянута тема інформаційного пошуку. Увага приділяється інформаційно-пошуковим мовним системам і їх типам. В статті також розглянуті відомі пошукові мовні системи і засоби їх реалізації. Освітлені переваги і недоліки побудови системи кожної інформаційно-пошукової мови.

Ключові слова: інформаційний пошук, інформаційно-пошуковий мовний, класифікаційний інформаційно-пошуковий мовний, описовий інформаційно-пошуковий мовний, інформаційно-пошуковий тезаурус.

Abstract. The topic of this study is the information retrieval. Attention is focused on information retrieval languages and their types. The article also presents the most famous systems of retrieval languages and the means of their implementation. The advantages and disadvantages of constructing the system of each information retrieval language are highlighted.

Key words: information retrieval, information retrieval language, classification information retrieval language, descriptive information retrieval language, information retrieval thesaurus.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Матвійчук Т. Методи інформаційного пошуку. VIII Всеукраїнська студентська науково-технічна конференція «Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання». С. 116–117.
2. Сухий О. Л., Міленін В. М., Тарадайнік В. М. Алгоритми пошуку в інформаційних системах: методичні рекомендації. К., 2015.
3. Шокин Ю. И., Федотов А. М., Барахнин В. Б. Проблемы поиска информации. Новосибирск: Наука, 2010. 220 с.
4. Максимов Н. В., Голицына О. Л., Тихомиров Г. В., Храмов П. Б. Информационные ресурсы и поисковые системы. Учебное пособие. Москва: МИФИ, 2008.
5. Chowdhury G. G. Information Retrieval, 3rd edition. London: Facet Publishing, 2010. 488 p.
6. Гендина Н. И. Информационно-поисковые тезаурусы: структура, назначение и порядок разработки. – 14 с. URL: <https://nsu.ru/xmlui/bitstream/handle/nsu/8962/IPT.pdf>

УДК 364-64.6:070.1(100)

КРАУДФАНДИНГ У СВІТОВОМУ МЕДІАПРОСТОРИ

Т. В. Щегловська, О. І. Кокорська

Анотація. У даному дослідженні проаналізовано тенденції розвитку краудфандингу для реалізації медіапроектів, вивчені питання ролі медіа-краудфандингу для запуску нових медіа-проектів. Методологічною основою роботи є системний підхід, принцип наукової об'єктивності, критичного та структурно-системного підходу. Специфіка досліджуваної теми передбачає застосування комплексного аналізу практики використання краудфандингу для фінансування медіапроектів в світі, розміщених на спеціалізованих інтернет-платформах.

Ключові слова: краудфандинг, краудсорсинг, медіа, медіапроекти.

Технологія збору коштів на проект за допомогою народних засобів – давно відомий спосіб фінансування. У ХХІ столітті із застосуванням сучасних технологічних можливостей цей спосіб отримав не тільки новий виток свого розвитку, перейшовши в мережу Інтернет, а й освічену від двох англійських слів (*crowd* – натовп, *funding* – фінансування) нову назву – краудфандинг. Широко поширена за кордоном, ця технологія перетворилася в цілу індустрію, в якій крутиться вже мільярди доларів. Ключовим фактором актуальності у вивченні краудфандингу є те, що на сьогоднішній день цей інструмент широко використовується авторами медіапроектів і серед проведених краудфандингових кампаній є успішні кампанії, що зібрали значні суми на заявлені медіа-проекти.

Дослідженнями краудфандингу займався ряд вчених, серед яких: Васильчук І. П. [1], Макарович В. К. [2], Огородник В. О. [3], Петрушенко Ю. М. та Дудкін О. В. [4] та інші. Але їхні праці висвітлюють лише окремі аспекти краудфандингу.

Мета статті: здійснити комплексний аналіз практики використання краудфандингу для фінансування медіапроектів в світі, розміщених на спеціалізованих інтернет-платформах.

Завданням статті є проведення дослідження практик краудфандингу в медіапросторі з метою виявлення його особливостей і принципів функціонування.

Поняття краудфандингу на сьогодні не досить широко досліджено. Проведений аналіз поняття «краудфандингу» дає змогу визначити, що під цим терміном розуміється новий спосіб фінансування різного напрямлення проектів та ідей, котрий базується на зборі фінансових ресурсів через Інтернет від великої кількості людей. Краудфандинг, разом із краудсорсингом, є різновидами крауд-технологій, завдання яких – вирішення завдань бізнесу [5].

Для початку збору коштів обов'язково повинна бути задекларована мета, визначена ціна її досягнення, а обрахунок усіх витрат і процес збору мають бути відкриті для публіки у вільному доступі [6].

Група осіб чи окрема людина звертається до краудфандингової компанії з певною ідеєю. Краудфандингова компанія проводить перевірку ідеї на правомірність, актуальність, можливість реалізації. Прораховує усі можливі ризики. Після схвалення ідеї на базі краудфандингової платформи створюється проект та оголошується сума, яку необхідно зібрати для його реалізації, і строки збору.

Також оголошується винагорода, яку можуть отримати майбутні інвестори. Автор проекту разом з краудфандинговою компанією починає рекламу проекту через соціальні мережі, засоби масової інформації, рекламно-ознайомчі заходи і акції, ресурси краудфандингової компанії. Інвестори починають вкладати кошти у проект. При цьому мінімальний вклад може складати, наприклад, 5 доларів США, що робить інвестування доступним для багатьох верств населення. Гроші акумулюються на транзитному рахунку краудфандингової компанії.

Крім того, автор проекту оговорює з краудфандинговою компанією, за якої умови він отримує кошти. Виділяють шість видів варіантів таких умов:

1) «все або нічого» – кошти переводяться на рахунок автора проекту лише при досягненні заявленої у проекті суми. Якщо необхідна сума не набирається, то гроші в повному обсязі повертаються вкладникам;

2) «залишити все» – зібрані кошти передаються автору проекту у будь-якому разі;

3) «підписка» – кошти перераховуються від вкладника відразу на рахунок автора проекту. Така модель найбільш використовується у благодійних проектах;

4) «вільна ціна» – вкладники особисто вирішують, скільки потрібно для фінансування ідеї. Автор отримує зібрані кошти;

5) «постійне фінансування» – постійно діюча модель, при якій фінансування переходить в етап фактичного фінансування діяльності, попередніх замовлень і залучення клієнтів;

б) «переломний момент» – кошти перераховуються автору проекту у разі досягнення суми, меншої за оголошену вартість проекту, якщо автор впевнений, що цих коштів мінімально має вистачити для реалізації ідеї.

Отже, акумульовані гроші за певних умов перераховуються автору проекту або повертаються вкладникам у повному розмірі. Практично до кожної краудфандингової платформи прикріплено колекторське агентство, яке при виникненні певних проблем займається поверненням коштів вкладникам.

Слід зауважити, що краудфандинг – відносно новий механізм залучення коштів, який з'явився менше десяти років тому і використовувався поодинокими особами для збору коштів через Інтернет на реалізацію культурних проектів. Перші професійні краудфандингові компанії Kickstarter і IndieGoGo були створені тільки в 2008–2009 роках [6].

Тепер таких компаній вже десятки. За даними журналу «Forbes» та європейського інтернет-ресурсу «Crowdsourcingweek», до найбільш відомих та розвинутих краудфандингових платформ у світі можна віднести наступні: Kickstarter (США), Crowdfunde (США), RocketHub (США), Fundrazr (Канада), Ulule (Франція), FundedByMe (Швеція), MyMicroinvest (Бельгія), Symbid (Нідерланди) та багато інших.

Слід зазначити, що спеціалізація платформ згодом призвела до появи ресурсів, які приймають виключно технологічні проекти: Technofunding (Великобританія, 2013), Innobus (Росія, 2013). Багато подібних платформ були запуснені недавно і мають у своєму розпорядженні досить скромний набір проектів. Однак найбільш великими гравцями залишаються універсальні платформи, за допомогою яких в основному і фінансуються технічні проекти.

Взагалі, світовий ринок краудфандингу активно розвивається, а особливо, починаючи з 2013 року. Якщо ще у 2012 році його обсяг становив 2,7 млрд долл. США, то вже в наступному році він збільшився майже у 2,3 рази й досяг відмітки у 6,1 млрд долл. США. В 2015 році обсяг ринку склав вже 34,4 млрд долл. США [7].

За прогнозами Світового банку, до 2025 року обсяг ринку краудфандингу у світі досягне 96 млрд долл. США [6]. Але загальна тенденція свідчить про те, що це станеться набагато раніше. Крім того, за даними Світового банку, лише третина проектів, що фінансується за допомогою краудфандингу носить некомерційний характер. Це свідчить про те, що «публічне інвестування» дійсно стало дієвим засобом фінансування бізнес-проектів, серед яких серйозну частку займають саме інноваційні проекти.

Аналіз діяльності світових краудфандингових майданчиків дозволив виявити, що найуспішнішою платформою є американський проект Kickstarter. Kickstarter - це інтернет-сайт, створений 2009 року для залучення грошових коштів на реалізацію творчих, наукових і виробничих проектів за схемою краудфандингу. Характерною особливістю збору коштів на краудфандинговій платформі Kickstarter є принцип «все або нічого»: якщо проект не зібрав 100% від запланованої на його реалізацію суми, то всі зібрані кошти повертаються, а проект оголошується нереалізованим. Якщо творцям проекту вдалося зібрати більше запланованої суми, зібрані гроші залишаються у них. За даними, наведеними на офіційному сайті Kickstarter станом на початок 2016 року, на майданчику було розміщено 333 832 проектів на загальну суму 2,82 млрд доларів. З них 118 183 проектів або 35,40 % було успішно профінансовано на загальну суму 2,48 млрд доларів. Фінансування здійснювало 12 264 817 осіб, з них 3 902 59 (31,82 %) повторно [9].

Механізм краудфандингу більш відкритий і доступний для розуміння та використання пересічними громадянами, ніж інші можливі варіанти залучення коштів. Можливість вкладати мізерні суми та простота процесу вкладення істотно збільшує кількість потенційних інвесторів.

Можна виділити певні риси краудфандингу, що роблять його ефективним способом фінансування інноваційних проектів.

По-перше, результати збору коштів на краудфандинговій платформі є певним показником для підприємця щодо подальшої долі проекту. Адже чим більше коштів було залучено за допомогою даного способу фінансування, тим більше людей уже ознайомилось і повірило в перспективу проекту.

По-друге, є помітне зниження трансакційних витрат на організацію фінансування проектів завдяки зменшенню кількості посередників.

По-третє, колективні способи фінансування проектів істотно розширюють перелік способів традиційного інвестування. Підтвердженням цього є те, що у США (які є лідером краудфандингової діяльності) у 2012 році відбулися зміни у законодавстві, що підвищили обсяг інвестицій, які можуть залучатись організаціями за допомогою колективного фінансування без відповідної емісії цінних паперів до суми 1 млн дол.

По-четверте, краудфандингова модель фінансування має значні переваги для інвестування інноваційних проектів, оскільки знімає ряд істотних обмежень традиційних способів фінансування [6].

В той же час краудфандинг має також і декілька значних недоліків. Він не підходить для великих проектів, що вимагають істотних вкладень, бо такому фінансуванню залишаються обмеження в розмірі зазначеної суми інвестицій. Мінусом є також відсіювання потенційно сильних проектів зі слабкою маркетинговою та рекламною складовою, тобто проект може бути корисним та мати всі шанси на успіх, але без належного його освітлення, без гарної презентації він має мало шансів зібрати необхідні кошти.

В Україні краудфандинг практично не розвинутий. Цією діяльністю на теренах України займаються лише дві компанії. У 2012 році з'явилася перша вітчизняна краудфандингова платформа «Спільнокошт». За перші два роки «Спільнокошт» допоміг зібрати своїм користувачам 3,8 млн грн. [7]. Здебільшого на базі цієї платформи організовувалося фінансування соціальних, культурних та екологічних проектів. Тільки нещодавно ця компанія почала організовувати збір коштів для реалізації технологічних новинок.

На початку 2013 року почала свою роботу друга в Україні краудфандингова компанія «Nastarte». За її сприяння збираються кошти на фінансування проектів у сфері культури, спорту, комп'ютерних ігор та новітніх технологій. Ця платформа має більш комерційне спрямування, ніж «Спільнокошт». Майже 90% усіх розміщених на базі «Nastarte» проектів - комерційні [7].

Медіа-краудфандинг і медіа-краудсорсинг. За їх допомогою збираються кошти на запуск нових медіа-проектів (ми уже вище згадували про «Громадське» як радіо- та телепроекти). Наприклад, на платформі Kickstarter російський редактор В. Яковлев зібрав понад 50 тис. дол. на фінансування нового медіа-проекту з числа незалежних експертів.

Ще один, Beason, розпочатий у 2013 році в якості платформи краудфандинг-журналістики, заснованої на моделі підписки, наразі більше уваги приділяє партнерствам і спільному фінансуванню. Кілька інших вузькоспрямованих краудфандингових платформ, присвячених журналістиці, з'являлися і зникали протягом останніх кількох років, у тому числі Spot.us для журналістики, яка фінансується громадою, Contributoria і Indie Voices для незалежних засобів масової інформації, Emphas.is для фотожурналістики та Yourho для відеожурналістики. Аналіз того, що відбувається у Kickstarter та які результати показує низка інших можливих платформ для краудфандингу журналістики є ефективним способом оцінити стан і динаміку цієї нової арили.

Для реалізації даного проекту дослідники проаналізували загальнодоступні дані 2975 запропонованих проектів з категорії «журналістика» на Kickstarter у період з 28 квітня 2009 по 15 вересня 2015 року, з детальним оглядом 658 журналістських проектів, які отримали повне (або навіть більше як повне) фінансування. 658 фінансованих проектів були вручну закодовані за рядом певних елементів, які не відносяться до публічно доступних даних, у тому числі, аналізують хто запропонував їх, які конкретні види журналістської діяльності були представлені потенційним донорам, географічна орієнтація, стан проекту – нова ініціатива, чи продовження (розширення) вже діючого проекту.

Прикладом вітчизняного медійного громадсько-політичного проекту, який використовує краудфандинговий механізм фінансування є VoxUkraine (<http://voxukraine.org/uk/>), який виник на початку 2014 року. Ця інтелектуальна платформа на основі співпраці інтелектуалів і підтримки добровольців для забезпечення різноманітних проектів, наприклад: Індекс моніторингу реформ (iMoRe), перевірка тверджень політиків (VoxCheck), моніторинг уряду (рейтинг міністерств), моніторинг голосувань в Верховній Раді України (RadaCheck), створення якісних даних про політичний процес в Україні (VoxData) та ін. VoxCheck вважається першим фактчекінговим (англ. fact checking – перевірка достовірності інформації) проектом в Україні. Незалежна команда експертів перевіряє публічні заяви топ-політиків на достовірність і популізм, створює публічний

краудсорсинг уможлиблює генерування ідей виборців щодо найактуальніших проблем спільноти.

Висновки. У сучасній світовій економіці краудфандинг став доволі ефективним інструментом інвестування. Він є простим, доступним та дієвим як для підприємств, так і для потенційних інвесторів із числа пересічних громадян. Більшість краудфандингових проектів у розвинутих країнах направлені на фінансування інноваційних проектів. Недоліками краудфандингу є те, що він не підходить для великих проектів, що вимагають істотних вкладень, та відсіювання проектів зі слабкою маркетинговою та рекламною складовою. Проте, аналіз динаміки використання краудфандингових платформ для реалізації медіапроектів вказує на те, що краудфандинг, як технологія збору коштів, розвиватиметься, як за кордоном, так і в Україні.

Анотація. В данном исследовании проанализированы тенденции развития краудфандинга для реализации медиапроектов, исследованы вопросы роли медиа-краудфандинга и медиа-краудсорсинга для запуска новых медиа-проектов. Методологической основой работы является системный подход, принцип научной объективности, критического и структурно-системного подхода. Специфика исследованной темы предусматривает применение комплексного анализа практики использования краудфандинга для финансирования медиапроектов в мире, размещенных на специализированных интернет-платформах.

Ключевые слова: краудфандинг, краудсорсинг, медиа, медиапроекты.

Abstract: In this study, the trends in the development of crowdfunding for the implementation of media projects have been analyzed. The issues about the role of media crowdfunding and media crowdsourcing for launching new media projects have been investigated. Methodological basis of work is a systematic approach, the principle of scientific objectivity, a critical and structural-system approach. Specificity of researched studied provides for the use of a comprehensive analysis of the practice of using crowdfunding to finance media projects in the world, located on specialized Internet platforms.

Key words: crowdfunding, crowdsourcing, media, media projects.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Васильчук І. П. Краудфандинг як феномен постіндустріальної економіки. *Ефективна економіка*. 2013. № 11. С. 20–25.
2. Макарович В. К., Огородник В. О. Краудфандинг: механізм привлечення необхідних ресурсів. *Научний диспут: вопросы экономики и финансов: сборник тезисов научных работ II Международной научно-практической конференции* (Киев – Будапешт – Вена, 31 марта 2015 г.). 73 с.
3. Огородник В. О. Краудфандинг як інноваційний інструмент модернізації національної фінансово-інвестиційної системи. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2014. № 3 (44). С. 103–105.
4. Петрушенко Ю. М., Дудкін О. В. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2014. № 1. С. 172–182.
5. Молибог М. А., Івашова Н. В. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів. *Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції імені проф. Балацького О. Ф.*, (м. Суми, 27 травня 2015 р.). За заг. ред.: О. В. Прокопенко, М. М. Петрушенка. Суми : СумДУ, 2015. С. 252–253.
6. Швидка О. П., Лисенко І. Краудфандинг як сучасний інструмент інвестування інноваційних підприємств. *Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку*. Зб. матеріалів I Всеукр. наук.-практ. конф., 29–30 берез. 2016 р. М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». Електрон. текст. дані. Київ : КНЕУ, 2016. С. 33–34.
7. Васильєв О. В., Матющенко С. С. Краудфандинг – сучасний інструмент фінансування розвитку інтелектуального капіталу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 18. С. 36–40.
8. Massolution/Crowdsourcing.org 2015CF Crowdfunding Industry Report. URL: <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/>.
9. Kickstarter Stats. URL: // <https://www.kickstarter.com/help/stats>.