

Київський університет імені Бориса Грінченка  
Інститут журналістики

.....  
Borys Grinchenko Kyiv University  
Institute of Journalism

**Інтегровані комунікації**  
.....  
**Integrated communications**

**Випуск 3**

.....  
**Issue 3**

**Київ  
2017**

# Інтегровані комунікації. Випуск 3. 2017

Засновник

Київський університет імені Бориса Грінченка

(Свідоцтво про державну реєстрацію: КВ № 21991-11891Р від 31. 03. 2016 р.)

Виходить двічі на рік

Рекомендовано Вченою радою Київського університету імені Бориса Грінченка  
(протокол № 9 від 05. 10. 2017 р.)

Усі права застережено. Посилання на матеріали видання під час їх цитування обов'язкові

## Редакційна колегія наукового видання

Голова редколегії:

Новохатько Л. М., д-р іст. наук, проф. Університету Грінченка (Київ, Україна)

Головний редактор:

Горбенко Г. В., канд. пед. наук, доц. Університету Грінченка (Київ, Україна)

Заступник головного редактора:

Вернигора Н. М., канд. наук із соц. комунік., доц. Університету Грінченка (Київ, Україна)

Відповідальний секретар:

Захарчук О. В., фахівець відділу документації та діловодства Інституту журналістики Університету Грінченка (Київ, Україна)

Редакційна колегія:

Кафтанджиев Х., д-р філол. наук, проф. Софійського ун-ту (Софія, Болгарія),

почесний проф. російсько-американської Академії авторизованої освіти, почесний член Гільдії російських маркетологів,  
Ворен Р., канд. наук з політології, проф. Державного ун-ту св. Іллі (Тбілісі, Грузія),

проф. Університету Вітаутаса Великого (Каунас, Литва),

Ковальчик Р. В., д-р габілітований, проф. Інституту історії Лодзького ун-ту (Лодзь, Польща),

Безчотнікова С. В., д-р філол. наук, проф. Маріупольського держ. ун-ту (Маріуполь, Україна),

Воскобойнікова-Гузєва О. В., д-р наук із соц. комунік., проф. Університету Грінченка (Київ, Україна),

Гоян О. Я., д-р філол. наук, проф. КНУ імені Тараса Шевченка (Київ, Україна),

Крайнікова Т. С., д-р наук із соц. комунік., проф. КНУ імені Тараса Шевченка (Київ, Україна),

Мітчук О. А., д-р наук із соц. комунік., проф. Міжнародного ун-ту «Рівненський економіко-гуманітарний ін-т»  
імені Степана Дем'янчука (Рівне, Україна),

Кравченко С. І., д-р наук із соц. комунік., проф. Східноєвропейського нац. ун-ту імені Лесі Українки (Луцьк, Україна),

Белофастова Т. Ю., канд. пед. наук, проф. Університету Грінченка (Київ, Україна),

Балабанова К. Є., канд. пед. наук, доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

Вернигора С. М., канд. наук із соц. комунік., доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

Гусак О. П., канд. наук із соц. комунік., доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

Курбан О. В., канд. наук із соц. комунік., доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

Макарова М. В., канд. культурології, доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

Масімова Л. Г., канд. наук із соц. комунік., доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

Нетребя М. М., канд. наук із соц. комунік., доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

Нестеряк Ю. В., канд. філол. наук, доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

Полковенко Т. В., канд. філол. наук, доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

Прокопенко Л. С., канд. іст. наук, доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

Сошинська В. Є., канд. наук із соц. комунік., доц. Університету Грінченка (Київ, Україна),

Ярошенко Р. В., канд. наук із соц. комунік., доц. Університету Грінченка (Київ, Україна)

**Інтегровані комунікації = Integrated communications** : науковий

І 73 журнал / голов. ред. Г. В. Горбенко ; Київський університет імені Бориса Грінченка. – Київ, 2017. – 102 с.

«Інтегровані комунікації» – науковий журнал Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка. У журналі публікуються оригінальні завершені статті та наукові повідомлення з досліджень у галузі журналістики, теорії та історії соціальних комунікацій, прикладних соціальнокомунікаційних технологій, реклами та зв'язків з громадськістю, видавничої справи та редагування, книгознавства, бібліотекознавства, бібліографознавства, документознавства, архівознавства.

Для науковців, студентів і фахівців соціальнокомунікаційної галузі.

© Київський університет імені Бориса Грінченка, 2017

© Автори публікацій, 2017

# ЗМІСТ

## РЕКЛАМА І ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Гузенко Т. А. Роль суспільних комунікацій у демократичному самоврядуванні: досвід столичного міста Варшави Республіки Польщі . . . . .	8
Курбан О. В. Специфіка створення алгоритмічної системи управління інформаційними процесами у соціальних онлайн-мережах . . . . .	16
Курбан С. О. Нейромаркетинг: історія, напрями та перспективи розвитку . . . . .	21
Куцай Т. І. Вплив гасел на поведінку людини як засіб маніпулювання свідомістю . . . . .	28

## ВИДАВНИЧА СПРАВА ТА РЕДАГУВАННЯ

Вернигора Н. М. Формування редакторських вмінь і навичок у майбутніх бібліотекарів під час вивчення дисципліни «Редагування художніх і дитячих видань» . . . . .	32
Єжижанська Т. С. PR-комунікації видавництва як об'єкт наукової рецепції . . . . .	35
Шпак В. І. Методологія дослідження історії видавничого підприємства . . . . .	44

## ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

Росінська О. А. Просторові контексти інформаційного простору як спосіб ментального картографування України . . . . .	48
Землякова Т. Види культурних воєн: формалізація, медіареальність, реакція аудиторії . . . . .	53

## ТЕРМІНОЛОГІЧНА КОНСУЛЬТАЦІЯ

Іващенко В. Л. Термін «плебсологія» в українській мові . . . . .	59
--	----

## РЕЦЕНЗІЇ, ВІДГУКИ, ПОКАЖЧИКИ ЗМІСТІВ

Білас Х. О. Проблеми суспільної безпеки в процесі розвитку соціальних мереж: монографія. Показчик змісту . . . . .	61
Женченко І. В. Навчальний посібник «Комп'ютерна графіка: Adobe Photoshop CC». Анотація . . . . .	63
Теремко В. І. Рецензія на інтерактивний навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів «Комп'ютерна графіка: Adobe Photoshop CC» (автори: Ігор Женченко, Марина Женченко. Київ: Жнець, 2017. 96 с.) . . . . .	65

## НАУКОВІ РОЗВІДКИ СТУДЕНТІВ

Данилюк Ю. М. Жанри наукового стилю: структура, лексика, синтаксис . . . . .	66
Коваль В. В. Ключовий сегмент цільової аудиторії в теорії та практиці брендингу міста . . . . .	70

**Онищенко О. М.** Збереження авторського стилю під час редагування літературного перекладу  
(на прикладі порівняльної характеристики трьох редакцій перекладу  
казки-притчі Антуана де Сент-Екзюпері «Маленький принц») . . . . . 77

**Петрина Л. В.** Методика проведення інтерв'ю у форматі соціального ток-шоу  
«Говорить Україна» . . . . . 84

**Повар А. В.** Редагування в період рукописної книги . . . . . 89

**НАУКОВО-ПРАКТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ІНСТИТУТУ ЖУРНАЛІСТИКИ**

---

**Горбенко Г. В.** Результати роботи Інституту журналістики  
Київського університету імені Бориса Грінченка за 2016–2017 навчальний рік . . . . . 92

Шпак В. І.,  
д-р іст. наук, доцент,  
Інститут журналістики  
Київського університету імені Бориса Грінченка

Shpak Victor,  
Doctor of Historical Sciences,  
Associate Professor, Institute of Journalism  
of Borys Grinchenko Kyiv University

УДК 007 : 001.8 (477)

## МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ІСТОРІЇ ВИДАВНИЧОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

## METHODOLOGY OF RESEARCH OF PUBLISHING BUSINESS HISTORY

**Анотація.** Стаття присвячена аналізу методології вивчення історії видавничого підприємництва. Зроблено спробу узагальнити методологічну основу досліджень, що спираються на основні принципи історизму та наукової об'єктивності, фундаментальні положення як вітчизняних, так і окремих закордонних історико-філософських, політичних концепцій стосовно закономірностей та певних специфічних особливостей становлення та розвитку видавничої справи. Зроблено висновок, що використання загальнонаукових і спеціальних методів та підходів дає можливість простежити основні етапи й тенденції розвитку видавничого бізнесу, з'ясувати його специфіку, роль та місце на різних етапах розвитку. Спираючись на емпіричні та теоретичні методи дослідження, можна реалізувати поставлені завдання щодо системного і комплексного аналізу стану малого видавничого підприємництва, його впливу на процеси розбудови громадянського суспільства через формування середнього класу та всебічну демократизацію суспільних і державних інституцій.

**Ключові слова:** аналіз, видавниче підприємництво, історія, книговидання, метод, методологія, синтез, статистика.

**Abstract.** This article is devoted to the analysis of modern methods and methodology of research of the history of publishing business. The study of the object of analysis is impossible without a digression into the past and clarifying its roots.

The author made an attempt to generalize the methodological basis of research based on the main principles of historicism and scientific objectivity, the fundamental provisions of both domestic and individual foreign historical, philosophical and political concepts on the laws and certain specific features of formation and development of publishing.

It is concluded that applying general scientific and special methods and approaches makes it possible to trace the main stages and trends in development of publishing business, to clarify its specificity, its role and place at different stages of its development. It is possible to carry out research tasks as to a systematic and complex analysis of the state of small publishing business, its impact on development of civil society through formation of middle class and comprehensive democratization of all state and state institutions based on empirical and theoretical methods of research.

**Keywords:** analysis, publishing business, history, book publishing, method, methodology, synthesis, statistics.

**Вступ.** Актуальність. Друковане слово має вирішальне значення у розбудові незалежної України. Воно формує суспільно-політичну думку, впливає на ментальність українського народу, його духовне життя та відродження історичних традицій, на розвиток економіки.

Перехід до сучасного інформаційного ладу і нової системи соціальних відносин є складним і суперечливим. Не так просто відмовитися від заідеологізованих нашарувань нещодавнього минулого і зберегти засадничі принципи в умовах боротьби за створення нової демократичної політичної культури.

Окремі аспекти зазначених проблем досліджували такі вітчизняні науковці: Ю. Алексєєв, О. Афонін, В. Бебик, Ю. Бондар, Б. Дурняк, В. Здоровега, В. Іванов, В. Карпенко, І. Крупський, С. Кульчицький, В. Лизанчук, І. Михайлин, А. Москаленко, Б. Петятиник, В. Різун, М. Романюк, Ф. Рудич, М. Сенченко, В. Теремко, М. Тимошик, А. Чічановський, В. Шкляр та ін.

Аналіз наявних досліджень дає підстави для основи для пошуку нових підходів і рішень у вивченні розвитку медійного середовища, книговидавничої справи, національного інформаційного простору.

Необхідність розробки обраної теми посилюється також через відсутність у вітчизняній науці спеціального дослідження, яке б містило комплексний системний аналіз видавничої справи, поєднувало всі взаємозалежні складові частини видавничого процесу. Такий висновок підтверджує і один із фундаторів науки про соціальні комунікації професор В. В. Різун: «...Історія становлення у нашій країні наук про соціальні комунікації (від постанови Кабміну [1]) передбачає створення своєї методології та теорії дослідження, а також починається історія цих наук. Взагалі стан української науки, що охоплює комунікаційну тематику, — особливий. За останнє двадцятиріччя з'явилося багато монографій, дисертацій, наукових статей, навчальних посібників та підручників, проведено багато наукових і науково-практичних конференцій з комунікаційної тематики, — відбулося накопичення досвіду і знань у вивченні комунікаційних питань. Однак наявність системного знання у цій галузі залишається під сумнівом» [2]. Відсутній комплексний системний аналіз і у видавничій галузі, що й обумовило тему, мету і завдання цієї статті.

**Методи дослідження.** Методологічною основою пропонованого дослідження є головні принципи історизму та наукової об'єктивності, основні методи науково-історичного пізнання, сучасні концептуальні підходи до вивчення феномена малого підприємництва в контексті видавничої діяльності. Йдеться про сукупність загальнонаукових і спеціальних методів та підходів, які можна поділити на три основні групи: методи отримання і накопичення інформації; методи узагальнення; методи, які дають змогу пояснити отримані результати та зробити висновки.

**Результати й обговорення.** Методологія досліджень охоплює чимало питань організації наукової діяльності у визначеній науковій галузі та науці загалом [3].

Говорячи про методологію дослідження, насамперед слід визначитись із змістовою сутністю самого поняття. Енциклопедичні словники містять таке визначення методу (від грец. «methodos» — шлях до чого-небудь): це певний спосіб досягнення конкретної мети або певний систематизований комплекс прийомів, процедур, які застосовує дослідник для досягнення поставленої мети. Під методом наукового дослідження розуміється спосіб пізнання явищ дійсності, їх взаємозв'язку і розвитку, спосіб отримання інформації про об'єкт і предмет дослідження [4]. За визначенням німецького філософа Іммануїла Канта методологія — це система способів, заходів і операцій, що застосовують у науці та інших сферах діяльності, та вчення про саму систему, теорія методу. Методологія — метанаукове дослідження, спрямоване не на

об'єкт, а на знання про об'єкт, тобто на методи і засоби, за допомогою яких воно здобує [5].

Методологія виконує такі функції:

- визначає способи здобуття наукових знань, які відображають динаміку процесів та явищ;
- передбачає особливий шлях, за допомогою якого може бути досягнута науково-дослідна мета;
- забезпечує всебічність отримання інформації щодо процесу чи явища, що вивчається;
- допомагає введенню нової інформації;
- забезпечує уточнення, збагачення, систематизацію термінів і понять у науці;
- створює систему наукової інформації, яка базується на об'єктивних явищах, і логіко-аналітичний інструмент наукового пізнання [6].

Вибір методологічного інструментарію зумовлений необхідністю комплексного аналізу предмета дослідження. Мале підприємництво видавничої галузі переживає низку економічних, соціальних, політичних, культурологічних проблем. Продукт його діяльності — не тільки товар для задоволення інформаційних, пізнавальних чи культурних потреб, але й важливий інструмент формування національного інформаційного простору — елемента безпеки держави. Крім того, книжка, газета, журнал є своєрідними фіксаторами своєї епохи, джерелом розуміння історико-культурної реальності.

Порушена тема є об'єктом вивчення як науковців-економістів, так і дослідників багатьох галузей гуманітарного напрямку. І кожен із них звертається до феномена малого підприємництва з позицій своїх вузькоспеціалізованих пізнавальних інтересів. Історична ж наука дає змогу інтегрувати ці підходи, розглянути всі процеси, що відбуваються в середовищі видавничого бізнесу, у взаємозв'язку всіх складових частин, які впливають на його розвиток. Крім того, використовуючи такий підхід, можна вписати історію національної видавничої справи в систему соціально-економічних і політичних реалій, показати її місце і роль у суспільстві. Інтеграція знань різних наук та їх методів для аналізу зазначеної проблематики дає змогу перейти від суб'єктивних вражень про різні аспекти видавничого підприємництва до точніших об'єктивних оцінок і висновків.

Джерелознавчий аналіз застосовується як універсальний емпіричний метод для вивчення фундаментальних положень як вітчизняних, так і окремих закордонних історико-філософських, економічних і політичних концепцій стосовно закономірностей та певних специфічних особливостей розвитку і становлення в умовах трансформації економіки як малого підприємництва загалом, так і видавничого бізнесу зокрема. Під час аналізу матеріалів із закордонних країн варто застосовувати метод аналогії.

Працюючи з масивами даних, основу яких становлять звітні дані Міністерства економіки України, Міністерства фінансів України, Державного комітету статистики України, Державної податкової адміністрації України, Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва, Державного комітету телебачення та радіомовлення, офіційні публікації Європейського Союзу, Світової організації торгівлі, Світового банку, законодавчі та нормативно-правові акти, що регулюють відносини власності в Україні, громадських організацій та підприємницьких структур тощо, використовуються методи математичної статистики. А під час аналізу виробництва і збуту видавничої продукції в її кількісному та якісному вимірах, тематичному і мовному аспектах науковці використовують статистичний метод.

Діалектичний і абстрактно-логічний методи застосовують під час дослідження сутності понять «підприємець», «підприємство», «малий бізнес», «мале підприємство», «підприємство», «фірма», «компанія», тим самим здійснюючи формалізацію термінів. Часто-густо корисним стає просте абстрагування шляхом усунення деяких реальних властивостей, ідеалізація, зокрема, таких об'єктів, як ринкова економіка, демократія, середній клас тощо. Допускається певна схематична аксіоматизація, наприклад, ринкова економіка – середній клас – демократія – заможне громадянське суспільство.

У разі вибудовування ланцюга залежності стану видавничої галузі від економічних, соціальних, політичних факторів у пригоді стане метод синтезу. Виокремлюючи економічні чинники впливу (під час дослідження умов формування підприємницького середовища та малого бізнесу), використовують науковий аналіз. Методи прямого аналізу та синтезу дають можливість отримати первинну інформацію у вигляді сукупності емпіричних тверджень, а також виявити тенденції та закономірності видавничої справи. Для вивчення сутності підприємництва у цій галузі використовується теоретичний аналіз і синтез. Окремі складові частини дослідження, наприклад, становлення та роль середнього класу, можна опрацювати методом структурно-генетичного аналізу і синтезу. З їх допомогою також доцільно поглиблено вивчити причинно-наслідкові зв'язки поведінки цієї частини суспільства, до якої, як правило, належать працівники видавничої галузі. А проблемно-хронологічний аналіз буде корисним під час реконструкції історії формування законодавчої бази видавничого бізнесу.

Системний метод передбачає, по-перше, розгляд малого підприємництва та видавничої галузі як системи, тобто як відокремленої множини взаємодіючих елементів; по-друге, визначення умов формування малого бізнесу, становлення та розвитку видавничого підприємства, його складу тощо як взаємопов'язаних елементів і частин системи; по-третє, виявлення зовнішніх зв'язків системи, таких

як вплив на розвиток економіки країни, на формування громадянського суспільства, підвищення добробуту соціуму та з'ясування основних чинників цих зв'язків; по-четверте, визначення функції системи малого підприємництва взагалі і видавничого бізнесу зокрема, а також її ролі та місця в суспільно-економічній структурі країни; по-п'яте, галузевий аналіз структури і функцій системи малого підприємництва видавничої галузі та виявлення її основних проблемних аспектів та шляхів їх усунення. Саме цей метод дає змогу дослідити еволюцію видавничої справи як складової частини малого підприємництва у вигляді цілісного процесу, що має історично-поступальний характер.

Елементи системно-структурного та типологічного методів можна використати для розкриття функцій організацій видавничої галузі: редакцій, пографічних підприємств, книгарень, та поділу їх певні тематико-типологічні групи.

Виявленню загальних закономірностей у підприємницькій діяльності видавничої галузі сприяє поєднання дедуктивного та індуктивного методів наукового пізнання, що здійснюється на основі аналізу емпіричних даних та узагальнених теоретичних висновків дослідників малого бізнесу, книговидавничих засобів масової інформації.

Не менш важливі загальноісторичні методи дослідження. Кожен елемент системи має розглядатися як такий, що у своєму розвитку проходить через певні етапи: становлення (виникнення), початок розвитку, стає функціонування, перехід в інший якісний стан. Наприклад, стан розвитку того чи того елемента сучасної видавничої системи бажано аналізувати з урахуванням ситуації, що склалася на початок 90-х років минулого століття, тобто за час СРСР. Історико-порівняльний метод слугує для порівняння характеристик різних елементів систем відповідними закордонними аналогами. Наприклад, розвиток малого бізнесу в Україні та США чи Європі середнього класу в Україні та розвинених країнах світу – система реалізації видавничої продукції на території України та в Канаді тощо.

Метод історичної герменевтики можна застосувати для реконструювання настроїв і оцінок різних суспільних груп щодо підприємницької діяльності у радянські часи, коли відбувалося протиставлення соціалістичної і капіталістичної моделей розвитку. Тоді спостерігалось повне неприйняття приватної власності, а підприємництво нерідко розглядалось як спекуляція.

Одночасно із загальноісторичними методами важливо застосовувати методи суміжних галузей, що зумовлено міждисциплінарною природою досліджуваного явища. За допомогою критико-конструктивного методу можна здійснити аналіз сучасних інтерпретацій взаємовпливу видавничої продукції та рівня демократизації суспільства. Завдяки м

ду причинних зв'язків – виявити залежність стану національної видавничої справи від демократичності суспільства, впливу внутрішніх та зовнішніх чинників, глобальних процесів.

Структурно-функціональний аналіз дає можливість поглибити розуміння зв'язку громадянського суспільства та засобів масової інформації, з'ясувати, взаємозалежність рівня демократії в суспільстві від наявності вільних і незалежних засобів масової інформації.

**Висновки.** Методологічною основою досліджень розвитку видавничого підприємництва є основні принципи історизму та наукової об'єктивності. Використання загальнонаукових і спеціальних методів та підходів дає можливість простежити основні етапи й тенденції розвитку видавничого бізнесу, з'ясувати його специфіку, роль та місце на різних етапах розвитку. Спираючись на емпіричні та теоретичні методи дослідження, можна виконати поставлені завдання досліджень щодо системного і комплексного аналізу стану малого видавничого бізнесу, його впливу на процеси розбудови громадянського суспільства через формування середнього класу та всебічну демократизацію суспільних і державних інституцій.

Крім того, комплексне застосування ретроспективного, ситуативного та перспективного підходів дає змогу простежити історично зумовлені загальні світові тенденції розвитку як книговидання та ЗМІ, так і видавничих підприємницьких структур, розглянути український інформаційний простір як складову частину національної безпеки країни.

#### Список літератури

1. Постанова Кабінету Міністрів України «Про допущення переліку галузей науки, з яких може бути присуджений науковий ступінь» № 1718 від 13.12.06 : за станом на 10 квіт. 2017 р. [Електронний ресурс] / Кабмін України. – Офіц. джерело : сайт ВР України. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1718-2006-p>.

2. Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій [Електронний ресурс] /

В. В. Різун // Психолінгвістика. – 2012. – Вип. 10. – С. 305–314. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling\\_2012\\_10\\_44](http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2012_10_44). – Дата звернення: 28.03.17.

3. Стеченко Д. М. Методологія наукових досліджень : підручник / Д. М. Стеченко, О. С. Чмир. – Київ : Знання, 2007. – 317 с.

4. Большой энциклопедический словарь [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vedu.ru/bigencdic/50144/>. – Дата звернення: 25.11.16.

5. Філософія : підручник [Електронний ресурс] / за заг. ред. М. І. Горлача, В. Г. Кременя. – Харків : Консум, 2001. – 672 с. – Режим доступу: <http://readbookz.com/book/179/6247.html>. – Дата звернення: 28.11.16.

6. Цехмістрова Г. С. Основи наукових досліджень : навч. посіб. [Електронний ресурс] / Г. С. Цехмістрова. – Київ : Видавничий Дім «Слово», 2003. – 240 с. – Режим доступу: <http://politics.ellib.org.ua/pages-1109.html>. – Дата звернення: 28.11.16.

#### Reference list

1. Cabinet of Ministers of Ukraine (2006), *Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "Concerning supplement a list of sciences for awarding a scientific degree"*, № 1718 from 13.12.06, available at: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1718-2006-p>.

2. Rizun, V. V. (2012), "Outlines to methodology of researches of social communications", *Psycholinguistics [Psycholinhvistyka]*, vol. 10, pp. 305–314, available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling\\_2012\\_10\\_44](http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2012_10_44). (accessed: 28.03.17).

3. Stechenko, D. M. & Chmyr, O. S. (2007), *Methodology of Scientific Research: a Textbook*, Znanntia, Kyiv, 317 p.

4. The Big Encyclopedical Dictionary (2016), "Entrepreneurship. Entrepreneurial activity", available at: <http://www.vedu.ru/bigencdic/50144/> (accessed: 25.11.16).

5. Horlach, V. H. & Kremen, V. H. (2001), *Philosophy: a Textbook*, Konsum, Kharkiv, 672 p.

6. Tsekhmistrova, H. S. (2003), *The Principles of Scientific Researches: a Textbook*, Vydavnychiy Dim "Slovo", 240 p.

Подано до редакції 15. 03. 2017 р.

Шпак В. И., д-р ист. наук, проф.,  
Институт журналистики  
Киевского университета имени Бориса Гринченко

### МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ИСТОРИИ ИЗДАТЕЛЬСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

**Аннотация.** Статья посвящена анализу методологии исследования истории издательского предпринимательства. Предпринятая попытка обобщить методологическую основу исследований, опирающихся на основные принципы историзма и научной объективности, фундаментальные положения как отечественных, так и отдельных зарубежных историко-философских, политических концепций относительно закономерностей и определенных специфических особенностей становления и развития издательского дела. Сделан вывод, что использование общенаучных и специальных методов и подходов дает возможность проследить основные этапы и тенденции развития издательского бизнеса, выявить его специфику, роль и место на разных этапах развития. Опираясь на эмпирические и теоретические методы исследования, можно реализовать поставленные задачи по системному и комплексному анализу состояния малого издательского предпринимательства, его влияния на процессы развития гражданского общества через формирование среднего класса и всестороннюю демократизацию общественных и государственных институтов.

**Ключевые слова:** анализ, издательское предпринимательство, история, книгоиздание, метод, методология, синтез, статистика.

Integrated communications, 2017