

*Досенко А. К.*

Київський університет імені Бориса Грінченка

## КОНВЕРГЕНТНИЙ КОНТЕНТ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПЛАТФОРМ

*У статті описуються особливості функціонування конвергентного контенту мережі на прикладі комунікаційних платформ. Подано теоретичний аналіз явищ ковергентних концепцій на прикладі протидії проганади рф в українському медіоному просторі. Висловлюється бачення, що комунікаційні платформи визначаються як інформаційне середовище в якому аудиторія шукає актуальну інформацію, ділитися матеріалами та саме генерує інформаційні ресурси.*

*Метою статті є дослідження комунікаційних платформ та їх контенту як методом протистояння дезінформації.*

*Увага акцентується на платформінгу, що характеризується конвергентними складовими та описуються конвергентні складові комунікаційних платформ. Розвиток платформінгу вбачається у низці факторів довіри до конвергентних медіа, серед яких виокремлюються: репутація, актуальність та оперативність. Увага приділена науковим поглядам сучасних медіазнавців.*

*Теоретичні концепти наукової розвідки, здійснені на прикладі декількох популярних платформ, серед яких: «Інтернет-війська України», «Україна онлайн», «Україна в шоці», «Країна інфо», «Срочно», «TopNews». Ці платформи розглядаються як ті, що висвітлюють військовий, антипропагандистський та патріотичний контент. Конвергентний контент комунікаційних платформ описується як потужним механізм протистояння у інформаційні війні з рф.*

*Конвергентність платформінгу призводить до виникнення поняття «конвергентна особистість», що сьогодні є мало дослідженим. У статті наводиться авторське визначення конвергентної особистості. Вивчення контенту, що генерується такою особистістю та носить міжнародний характер посилює здатність коментувати, публікувати, поширювати, ділитися сторісами продемонстрували.*

*Наголошується, що платформінг як процес функціонування комунікаційних платформ сприяє розслідувальним кампаніям, що висвітлюють злочинної діяльності рф. Це сприяє розвитку антипропагандистської діяльності та посиленню національної свідомості українців. Наведено три механізми націлені на посилення свідомості української нації.*

*Ключові слова:* платформінг, комунікаційні платформи, конвергентність медіа, контент, антипропагандистська діяльність.

**Постановка проблеми.** Ситуація у інформаційно-комунікаційному просторі України сьогодні досить важка адже інформаційна війна не припиняється між Україною та росією. Українці намагаються забезпечити свій інформаційний простір за допомогою сучасних комунікаційних технологій та механізмів протистояння. Ефективними майданчиками взаємодії між державою та людьми стають інформаційні платформи.

Інформаційні та комунікаційні платформи нині трактуються як інформаційне середовище де аудиторія може знаходити актуальну інформацію, робити репости новин, ділитися матеріалами (як новинного так і приватного характеру) шукати професійну допомогу (зокрема психологічну підтримку, поради фахівців, звертатися до волонтерів тощо). Наповнення подібних платформ може відбуватися як журналістами-практиками, так

і споживачами інформаційних ресурсів – аудиторією, військовими, волонтера тощо.

Контент, який викладається на подібних платформах може носити різних характер: від політичного до приватного, але після повномасштабного вторгнення рф на територію України переважна кількість українських платформ почали публікувати антипропагандистські матеріали та такі, що підтримують моральний дух нації. Тематика контенту досить різноманітна, але мета одна: протистояти навалі рашистів та підтримувати український медіа простір у інформаційній боротьбі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню формуванню, існуванню та впливу контенту сучасних медіа присвячена досить велика кількість праць українських та світових науковців. Серед них варто назвати В. Загороднюк, В. Макуха, Л. Масимова, О. Миронів, О. Пилип,

І. Соколова, В. Шевченко. Конвергентність медіа та контент у них досліджується у працях Л. Василик, А. Каверіної, О. Ситника, О. Новосьолова, В. Чуркіна, В. Федоренко, Є. Цимбаленко.

Серед світових науковців варто відзначити праці Р. Арона, Л. Бідона, Н. Больца, Т. Вульфа, С. Херрінга, Г. Дженкінса та багатьох інших.

При цьому виділити **невирішені частини загальної проблеми** виступають наступні нюанси:

- формування конвергентного користувача Інтернету;
- конвергенування комунікаційних платформ як складного процесу у соціальних комунікаціях;
- конвергентність комунікаційних платформ.

**Метою статті** є дослідження комунікаційних платформ та їх контенту як методам протистояння дезінформації.

**Завдання виступає** опис конвергентності комунікаційних платформ як новітнього способу протистояння дезінформації.

**Методики дослідження.** Методика здійснення окресленого дослідження полягав у використанні методів, що були застосовані для досягнення поставленого завдання. Перший був метод теоретичного аналізу наукових точок зору, що допоміг окреслити явище «контенту комунікаційних платформ» та конвергенції. Другий метод – компаративний, для порівняння існуючих наукових доробків та порівняти їх; це сприяло описові проблематики конвергентного контенту комунікаційної платформи. Третій метод – гіпотетичний, що дав можливість здійснити низку припущень, щодо механізмів, шляхів та чинників формування конвергентного контенту та існуванні конвергентної особистості.

**Виклад основного матеріалу.** Платформінг сьогодні окреслюється конвергентними складовими, але у свою чергу перевагу сьогодні віддають фото (особливо на територіях де відбуваються активні бойові дії; тимчасово окупованих територіях де глушать український зв'язок; тимчасово окупованому Криму), адже порівняно з відеоформатами вони вантажаться на гаджет швидше. Фотоконтент нині є пріоритетнішим ще й тому, що нині українці на вищезазначених територіях дізнаватися інформацію через VPN, адже у Криму вони піддаються постійним переслідуванням, тому треба щоб ресурси завантажувались швидко. Фотографія важить найменше тому очевидними є її переваги нині для візуалізації контенту в Україні.

Загалом на поняття конвергентного контенту сучасні медіазнавці дивляться по-різному.

Наприклад на думку Мудрак Л. вважає, що : «Конвергентний контент мережевих відеосервісів – потужних вебпорталів, що на своїх технічних ресурсах за власною ініціативою розміщують різноманітне відео, а також надають можливість інтернет-користувачам додавати свої відеоматеріали різного роду та характеру за їх ініціативою із наданням у подальшому доступу до такого згенерованого користувачами контенту як широкому загалу, так і обмеженому колу осіб, яке визначає сам користувач. Варто зауважити на таких підвидах зазначених відеосервісів» [4, с. 261]. Як бачимо авторка досить детально дає визначення конвергентному контенту як окремого феномену акцентуючи увагу як на масовому, так й індивідуальному підходах.

Ю. Половинчак спираючись на праці Варта-нової Е. та О.Горошко цитує, що: «...феномен конвергентних медіа може вважатися досить розробленим з точки зору проблематики становлення цифрової журналістики та ширше – в контексті теорії мас медіа [2, 6]; розробляються проблеми конвергентності і в галузі текстознавства [3]» [8]. Окреслене явище є досить широким, адже підґрунтям виступають трансформаційні процеси медіапростору. Важливо, що з огляду на розвиток платформінгу тут варто досліджувати фактори довіри до конвергентних медіа такі як репутація, актуальність та оперативність. На думку А. Каверіна наголошує на існуванні низки чинників, серед яких підкреслює, що існує: «...репутація масмедіа (тривалість існування масмедіа на медійному ринку, незалежність від спонсорів, власника або держави, відповідність масмедіа професійним та етичним стандартам), авторитетність журналіста (об'єктивність і неупередженість журналіста, рівень його професійних навичок), дотримання журналістських стандартів (достовірність інформації та її джерела, дотримання балансу думок, наявність експертної думки в інформаційних матеріалах), характеристика та поведінка цільової аудиторії (рівень медіаграмотності й інформаційної культури, демографічні показники, особистісні вподобання та переконання аудиторії тощо)» [3, с. 4]. Із зазначеного випливає, що для комунікаційних платформ підходить лише частина зазначених чинників, наприклад репутація масмедіа (або в нашому випадку платформи) та характеристика та поведінка цільової аудиторії. Чинник перший демонструє рівень довіри до платформи як до інформаційного джерела. Сьогодні існує досить пристойна кількість платформ, що висвітлюють військовий, антипропаган-

дистський та патріотичний контент. Тут можна відзначити «Інтернет-війська України», «Україна онлайн», «Україна в шоці», «Країна інфо», «Срочно», «TopNews» тощо. Кожна із зазначених платформ має досить широку аудиторію підписників, оновлюється до 20 разів на день висвітлюючи найактуальніші для України події. Другим чинником є характеристика та поведінка цільової аудиторії, яка у платформінгу проявляється через репости, коментарі та відгуки. Сьогодні кожна із зазначених платформ має високий рівень відвідуваності та коментарів: 8 із 10 постів відкриті для надання коментування читачів. Емоджі, або вподобайки, також, демонструють ставлення читачів до опублікованих матеріалів, демонструють рівень заглибленості аудиторію у певне питання та міру того, як близько аудиторія сприймає висвітлювану в пості проблему.

Чинники три та чотири, а саме: авторитетність журналіста й дотримання журналістських стандартів не зовсім підходять до платформ, адже контент тут створюють не завжди журналісти-професіонали, й тому дотримання журналістських стандартів на платформі, яка ведеться блогером чи лідером думки не буде актуальною. Але, на думку І. Новосельського «...якщо йдеться про нові медіа не у форматі засобів масової інформації, а як про соціальні медіа (соцмережі, телеграм-канали, відеохостинги, блогосферу), то тут статус «журналіст» надається лідерам громадської думки, популярним блогерам і оглядачам» [5, с. 62]. На нашу думку, таке зауваження є досить доцільним, адже лідери думки сьогодні є каталізаторами соціальних настроїв. Ставлення до певної проблематики навіть не маючи фахової освіти, але маючи високий рівень відвідуваності платформ. Також, на думку сучасних медіазнавців «Власне позиціонування нівелює звинувачення їх у недотриманні журналістських стандартів та професійної етики, адже такі стосовно конвергентних медіа ще не вироблені» [там само].

Загалом, вивчаючи думки сучасних медіазнавців [6; 7], ми можемо стверджувати, що феномен конвергенції платформ та формування цього контенту можна окреслити як процес еволюції, що ґрунтується на розвитку та функціонування інформаційно-комунікаційних технологій. Це підтверджує наші роздуми стосовно того, що сьогодні відбувається розширення дієвості та впливовості контенту комунікаційних платформ як фундаментального чинника формування інформаційного поля, поширення інформації та напрацювання постійної аудиторії зі зворотнім зв'язком.

Саме такий кут бачення існування комунікаційних платформ сьогодні підкреслює їх інтерактивність та поліфункціональність. Саме через можливості конвергенції платформінг здатен генерувати контент нового формату, позиціонувати себе як новітній потенціал сучасних комунікаційних процесів. «Через конвергентність комунікаційні платформи характеризують себе як потужні канали і значний потенціал для залучення аудиторії, що особливо актуально для політики, де широка аудиторія уособлює політичну підтримку і конвертується в можливість чинити вплив на вироблення й ухвалення владних рішень» [5, с. 62]. Новітні підходи до формування прикладних-комунікативних процесів сприяють розширенню спектру міжкультурних, міжнародних політичних та медійних комунікацій, диджиталізації інформаційно-комунікаційного простору. Але, медіазнавці по-різному дивляться на сильні та слабкі сторони конвергенції медіа, зазначаючи, що існують і вразливі сторони реалізації сучасних конвергентних ЗМІ. До них нині відносять відсутність регламентації та низку прописаних норм діяльності, що здатні негативно вплинути на сучасну кібербезпеку країни. До переваг: перспективи апробації розроблених механізмів та алгоритмів співпраці та спілкування з цільовою аудиторією, побудову нового демократичного електронного суспільства, нові перспективи розвитку інформаційно-комунікаційних процесів в сучасних соціальних комунікаціях.

Вивчаючи питання конвергенції Л. Василик описувала інтеграційні постулати комунікаційних технологічних платформ. Дослідниця акцентувала увагу, що через властивості «злиття» конвергенція виокремила власні аспекти існування, що здатні виокремити її з-поміж інших процесів функціонування мережі Інтернет. У своїй статті «Конвергенція та крос-медійність: дискурс термінологічної парадигми» Василик Л. виокремлює наступні позиції зазначеного процесу: «– злиття технологій; – злиття раніше роз'єднаних і віддалених один від одного традиційних засобів масової інформації (далі – ЗМІ) (періодична преса, радіомовлення і телебачення); – злиття ринків – створюється новий інтегрований ринок, на якому компанії, що раніше конкурували, об'єднуються з метою зниження фінансових ризиків; – злиття власне інформаційного продукту: текст, графіка, звук, відео інтегруються в єдиний інформаційний продукт, який позначають терміном «мультимедіа»; – уможливлення керувати мультимедійним інформаційним потоком з єдиного центру» [1]. Із зазначеного випливає, що сутність сучасних

конвергентних платформ має здатність поєднувати різні формати інформаційних ресурсів та здійснювати постійний вплив на медіаконвергенцію в Інтернеті. Новосельський І. зазначає: «... сутність конвергентних ЗМІ, або нових медіа, є досить усталеною й означає засоби масової інформації, які комбінують (через те саме поняття злиття) формати подання інформації, то трактування процесу медіаконвергенції потребує постійного уточнення» [5, с. 59.]. Тобто, сьогодні мова йде про можливе розширення параметрів існування комунікаційних платформ для формування та просування різних видів мультимедійного контенту. «Мережа Інтернет, яка синтезує всі види контенту (аудіо, відео, текст, графіка), уможливила диверсифікацію медійної галузі і, як наслідок, закріпилася інструментально і функціонально в соціальній системі, зокрема й у політичній складовій частині. На практиці конвергенція медіа проявилася в повсюдному створенні інтернет-версій традиційних ЗМІ, згодом – у розбудові інтернет-телебачення» [5, с. 59].

Платформінг як процес формування нових комунікаційних площин формує потужний вплив на формати існування осередку спілкування з урахуванням особливостей ХХІ століття. Зазначений процес формує не лише електронні площини, але й конвергентну особистість, яка здатна аналізувати, висвітлювати, генерувати інформаційні ресурси різної складності. На нашу думку, конвергентна особистість це індивід, який здатен формувати новітні мисленнєві процеси, створювати механізми самореалізації в Інтернеті, генерувати комунікаційні процеси самостійно, з урахуванням сучасних медійних концепцій, актуальної суспільної проблематики. «Конвергентна особистість як ознака постіндустріального суспільства надає пріоритет постматеріальним потребам, цінностям та ідеалам, власній самореалізації. Безумовно, інформаційне середовище для такої людини має характеризуватися плюралізмом думок, наявністю різних джерел інформації, вільного доступу до неї» [5, с.60]. Виникнення і розвиток конвергентної особистості процес логічний та тривкий, адже бере свій початок від розвитку комунікаційних процесів через електронну пошту, а пізніше – через блогінг. Саме через здатність самостійно створювати контент юзер відчуває свою значимість, впливовість, виражає небайдужість до соціальної проблематики.

Сучасний конвергентний контент комунікаційних платформ став потужним механізмом протистояння у інформаційній війні з РФ. Дослідження

контенту міжнародного середовища, публікації у медіа, спілкування користувачів Інтернету по всьому світу: здатність коментувати, публікувати, поширювати, ділитися сторісами продемонстрували, що нині конвергентний контент має здатність виступати антидотом брехливої пропаганди ворога.

Платформінг сприяє веденню потужних розслідувальних кампаній злочинної діяльності РФ, що стимулює розвиток антипропагандистської діяльності та посиленню національної свідомості українців. До таких механізмів варто віднести наступні:

Перше, ведення активної розслідувальної діяльності злочинів РФ. Можливість стрімити, публікувати кадри з фронту чи з деокупованих територій, репостити та віднаходити через соціальні мережі та платформи сприяють посиленню механізмів протидії фейкам та неправдивим інформаційним ресурсам. Друге, протистояння стереотипам та розвінчування міфів, що активно нав'язуються ворогом у інформаційному середовищі. Сьогодні українці більш свідомі, здатні розрізняти фейки від правди, готові активно боронити свій інформаційний простір шляхом формування та просування комунікаційних платформ з різними типами конвергентного контенту, що всебічно висвітлює злочинну діяльність РФ. Третє, ініціювання співпраці зі світовими медіа, інформаційними та розслідувальними кампаніями, що висвітлюють діяльність ворога на території України, продовжують акцентувати увагу на жакливіх подіях та не дає світовій спільноті можливості забути про вчинені звірства, запрошують до співпраці журналістів з різних країн, пропонують власний контент для іноземних медіа та платформ, формують і підтримують сильний та позитивний імідж Збройних Сил України.

Ведення політики інформаційного протистояння для України стало відносно новим трендом, адже свідомість та бачення ворога до українців прийшло лише з повномасштабним вторгненням РФ. Бажання захищатися на усіх рівнях сприяло зміцненню не тільки міжособистісних зв'язків всередині української нації, але у світовій спільноті.

**Висновки.** Комунікаційні платформи сьогодні є не достатньо вивченими у прикладних соціально-комунікаційних технологіях, хоча набувають досить потужного розвитку. Середовищем існування зазначених одиниць виступає інтернет, де уже починає створюватися окремий процес – платформінг.

Платформінг варто визначати як формування та функціонування інформаційних та комунікаційних платформ, що сьогодні класифікуються на типологічні ряди.

Саме комунікаційні платформи сьогодні виступають потужним інструментом протистояння пропаганди у інформаційній війні України з агресором. Публікуючи конвергентний контент на сторінках своїх майданчиків комунікаційні платформи піднімають висвітлюють розслідувальні кампанії злочинної діяльності рф, що стимулює ведення антипропагандистської діяльності та посиленню

національної свідомості українців. Було визначено три основних механізми: ведення активної розслідувальної діяльності злочинів рф; протистояння стереотипам та розвінчування міфів, що активно нав'язуються ворогом у інформаційному середовищі; ініціювання співпраці зі світовими медіа.

Перспективами подальших наукових розвідок вбачаємо необхідність глибокого вивчення не тільки конвергентного контенту комунікаційних платформ, але й конвергентної особистості, що нині займає активну позицію у створенні мультимедійного контенту.

#### Список літератури:

1. Василик Л. Конвергенція та крос-медійність: дискурс термінологічної парадигми. Теорія і практика журналістики. 2017. URL: [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/43008/2/2017n883\\_Vasylyk\\_L-Convergence\\_and\\_cross\\_media\\_3-10.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/43008/2/2017n883_Vasylyk_L-Convergence_and_cross_media_3-10.pdf)
2. Діджиталізація нині у тренді. Урядовий кур'єр : газета Кабінету Міністрів України. 2019. URL: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/didzhitalizaciya-niniu-trendi/>
3. Каверіна А. Довіра до конвергентних медіа в Україні : автореф. дис. ... докт. філос: 22.00.04. Харків, 2017. 23 с.
4. Мудрак Л. Конвергентні медіа як наукова категорія та суб'єкт інформаційного простору. Вісник Національної академії державного управління URL: [file:///D:/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D0%B8%20%D0%BD%D0%B0%202018%20-%20%D0%B2%D0%B5%D0%B1/2023/%D1%82%D0%BD%D1%83%20%D0%B4%D0%BE%2031.10/Vnadu\\_2013\\_2\\_34.pdf](file:///D:/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D0%B8%20%D0%BD%D0%B0%202018%20-%20%D0%B2%D0%B5%D0%B1/2023/%D1%82%D0%BD%D1%83%20%D0%B4%D0%BE%2031.10/Vnadu_2013_2_34.pdf)
5. Новосельський І. Конвергенція медіа як чинник розвитку інформаційного простору України: політологічний аспект. Політикус, № 3, 2020 С. 58–64.
6. Проценко Д. Огляд підходів до регулювання нових конвергентних аудіовізуальних засобів масової інформації: міжнародний досвід. К., 2012. С. 13–16.
7. Цимбаленко Є. Конвергенція масмедіа і медіакомунікацій. Освіта регіону. Політологія психологія комунікації. 2013. № 3. С. 81–85.
8. Половинчак Ю. Конвергентні процеси в сучасному інфопросторі: трансформації текстів, практик, ієрархій URL: [http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3067:konvergentniprotsesi-v-suchasnomu-infoprostor-i-transformatsiji-tekstiv-praktik-ierarkhij&catid=81&Itemid=415](http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3067:konvergentniprotsesi-v-suchasnomu-infoprostor-i-transformatsiji-tekstiv-praktik-ierarkhij&catid=81&Itemid=415)

#### Dosenko A. K. CONVERGENT CONTENT OF COMMUNICATION PLATFORMS

*The article describes the features of the functioning of convergent network content on the example of communication platforms. A theoretical analysis of the phenomena of convergent concepts is presented on the example of countering the propaganda of the Russian Federation in the Ukrainian copper space. It expresses the vision that communication platforms are defined as an information environment in which the audience searches for relevant information, shares materials and generates information resources.*

*The aim of the article is studying of communication platforms and content as methods of countering disinformation.*

*Attention is focused on platforming, characterized by convergent components, and convergent components of communication platforms are described. The development of platforming can be seen in a number of factors of trust in convergent media, among which stand out: reputation, relevance and efficiency. Attention is paid to the scientific views of modern media experts.*

*The convergence of platforming leads to the emergence of the concept of «convergent personality», which is little researched today. The article provides the author's definition of a convergent personality. Studying the content generated by such an individual and having an international character strengthens the ability to comment, publish, distribute, share stories demonstrated.*

*It is emphasized that platforming as a process of functioning of communication platforms contributes to investigative campaigns highlighting the criminal activities of the Russian Federation. This contributes to the development of anti-propaganda activities and the strengthening of the national consciousness of Ukrainians. There are three mechanisms aimed at strengthening the consciousness of the Ukrainian nation.*

**Key words:** *platforming, communication platforms, media convergence, content, anti-propaganda activity.*