

DOI: 10.20535/2522-1078.2025.1(17).322234

ROR: 04748z305

УДК 007:304:659

Надходження до редакції: 14.04.2025

Прийняття до друку: 10.05.2025

Досенко А. К.

*канд. наук із соц. ком., доц., завідувачка
кафедри журналістики, Таврійський
національний університет
імені В. І. Вернадського, м. Київ, Україна
dosenko.anzhelika@tnu.edu.ua
ORCID: 0000-0002-5415-1299*

Dosenko A.

*Ph.D. of Sciences in Social Communications,
Associate Professor, Head of the Department
of Journalism of V.I. Vernadskyi Taurida
National University, Kyiv, Ukraine
dosenko.anzhelika@tnu.edu.ua
ORCID: 0000-0002-5415-1299*

КОМУНІКАЦІЙНІ ПЛАТФОРМИ: НАУКОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ПРАКТИКА

COMMUNICATION PLATFORMS: RESEARCH AND PRACTICE

Анотація. У статті здійснено спробу описати комунікаційні підходи з позиції теоретичного бачення та окреслено практичні підґрунтя, що з них випливають. Мета полягає в узагальненні й систематизації наукових досліджень та практичних підходів до вивчення комунікаційних платформ. Задля цього здійснено систематизацію наявних наукових точок зору відповідно до поставленої мети; базовим обрано пошуково-бібліографічний метод, а також проведено аналіз чинних нині практичних підходів функціонування комунікаційних платформ в інтернет-середовищі. Вперше здійснено опис характеристик (властивостей) комунікаційних платформ як відокремлених одиниць. Тут окреслено: списки завдань для платформ, можливості створення календаря і графіка, спілкування та інформаційного розповсюдження, змогу інтегруватися в інтернет-спільноти, генерувати суспільні настрої контентом та інші характеристики. На думку авторки, виокремлення цих властивостей сприятиме подальшому описові та вивченню комунікаційних платформ як базових одиниць формування суспільної свідомості, настроїв тощо в рамках сучасної інтернет-комунікативістики.

Сучасні дослідження в галузі прикладних соціально-комунікаційних технологій приділяють багато уваги інтернет-комунікаціям, що зумовило необхідність вивчення прикладних одиниць комунікативістики через узагальнення теорії та практики. Нині вбачається потреба в деталізації та описі окремих характеристик, функцій і значення комунікаційних платформ як фундаментальних прикладних одиниць, що й зумовлює не лише актуальність обраного вектора, а й диктує перспективу подальших наукових розвідок.

Ключові слова: комунікаційні платформи, комунікативістика як наука, платформінг, інтернет-комунікації, медіасередовище.

Abstract. The article attempts to describe communication approaches from the perspective of a theoretical vision and the practical foundations arising from them. The purpose of the article is to generalize and systematize scientific research and practical approaches to the study of communication platforms. The research methodology consisted of several methods: systematization of existing scientific points of view was carried out in accordance with the set goal; the search and bibliographic method was chosen; an analysis of existing practical approaches to the functioning of communication platforms in the Internet environment was carried out. First, an attempt was made to describe the characteristics (properties) of communication platforms as separate units. It outlines: task lists for platforms, the ability to create a calendar and schedule, the ability to communicate and disseminate information, the ability to integrate into online communities; generate social sentiment with content and other characteristics. According to the author, the identification of similar properties will contribute to the further description and study of communication platforms as the basic units of the formation of social consciousness, attitudes, etc. of modern Internet communication studies. Modern research in the field of applied social and communication technologies pays a lot of attention to Internet communications, which necessitated the study of applied units of communicative studies through the generalization of theory and practice. Now there is a need for detailing and description of characteristics. The functions and significance of communication platforms as fundamental application units, which determines not only the relevance of the chosen vector, but also dictates the perspective of further scientific research.

Keywords: communication platforms, communication studies as a science, platforming, Internet communications, media environment.

Постановка проблеми. Актуальність проблематики комунікаційних платформ нині беззаперечна, адже у галузі прикладних соціально-комунікаційних технологій та публічних комунікаціях зазначена царина є вільною для досліджень. У часи повномасштабного вторгнення РФ в Україну вивчення публічних комунікацій та механізмів інформаційного розповсюдження — а разом з тим і ведення інформаційної війни, пропаганди та уміння протистояти їм — вважаємо надважливим. Одним із таких аспектів є вивчення платформінгу: ведення комунікації на платформах, формування іміджу держави та нації (глобально, а не лише індивідуально для кожного користувача інтернету), впровадження політики пропаганди на підтримку України її громадянами, підтримка внутрішньо переміщених осіб (ВПО) в різних регіонах та багато інших сфер суспільного побутування. З огляду на перелічене авторка статті вважає актуальним вивчення комунікаційних платформ як провідних базових одиниць формування наскрізних інформаційно-комунікаційних процесів суспільства.

Огляд літератури. Наразі ще не так багато науковців в Україні готові визнати потребу уніфікувати свої погляди та підходи в стосунку до комунікаційних платформ. Утім, зазначена тема може досліджуватися в окремих напрямках комунікативістики як науки та дотичних до неї аспектів. Тут варто відзначити роботи Волошина М., Гриня Д., Досенко А., Кочубей Л., Різуна В., Борисенко О., Чернокалової К. Серед іноземних представників наукової спільноти, за працями яких опосередковано можна вивчати окреслене питання, є Маккуейл Д., Лазарсфельд П., Лассуел Г., Роджерс Е., Кастельс М.

Метою статті є узагальнення й систематизація наукових досліджень та окреслення на цій базі практичних підходів до вивчення комунікаційних платформ.

Методи дослідження: узагальнення наукових точок зору на існування комунікаційних платформ у медіазнавчій літературі як відокремлених одиниць; пошуково-бібліографічний метод — для огляду теоретичного підґрунтя; аналіз практичних аспектів існування комунікаційних платформ в інтернет-середовищі, що вони сприяли описові низки властивостей комунікаційних платформ.

Результати. Наразі питання інформаційних маніпуляцій в інтернеті стоїть дуже гостро, й через це сучасним медійникам буває подекуди важко спростовувати фейки чи інформаційні вкиди. На жаль, не всі месенджери (особливо telegram-канали) належно перевіряють джерела інформації, а отже й триває стрімке поширення фейків через брак редакційного контролю та швидке розповсюдження інформації. Не менш вагомою проблемою є й те, що контент у мережі швидко стає вірусним і «розлітається» на велику кількість платформ. Тому будь-яка організація має ставити собі чітку задачу та окреслити бажаний результат, перш як запошувати контент, — адже кожен матеріал у медіа несе не тільки інформативність, а й виконує певну функцію. Особливо це стосується офіційних медіа-установ (а не просто платформ чи мікроблогів). Вагоме значення тут має комунікація на державному рівні, а вона характеризується низкою специфічних функцій, як-от консервативна, координаційна, інтегрувальна, мобілізаційна, соціальна,

Першу функцію спрямовано на збереження статус-кво української державної системи, яка забезпечує існування соціального організму в соціумі; друга — націлена на координацію впливів різних видів владних суб'єктів певного рівня управління відповідно до чітко визначених категорій об'єкта управління, враховуючи динаміку змін; третя з названих

функцій впливає на окреслення специфічної державної політики, що мала б рахуватися з інтересами всіх верств суспільної системи, а також сприяла прийняттю узгоджених управлінських рішень; четверта функція має на меті впровадження та утримання чинного громадського порядку, що він буде підтримуватися суспільними верствами; п'ята функція корелює з висвітленням інформаційного обміну суспільства та держави на рівні соціально-політичних норм, а також сприяє покращенню політичної обізнаності населення в державі.

Із зазначеного випливає, що комунікаційні платформи так само, як і інші види масової комунікації, мають бути зосереджені коло дотримання державної політики, потреб підтримувати порядок у державі, протистояти ворожій пропаганді тощо. Отже, для якісного управління інформаційними потоками в державі має бути налагоджено мережу, яка матиме на меті забезпечити якісний зворотній зв'язок між державою (владою, медіа, журналістом, лідером думки тощо) та аудиторією з мінімальними спотвореннями. Тут належить говорити про виключення усіх можливих квазі-інформаційних процесів (хоча й звучить це нині утопічно).

Інформаційно-комунікаційні процеси є безперервними, а інколи й хаотичними, що спричиняє до швидкого розповсюдження фейків. Теоретики медіа, а саме класик теорії масової комунікації Д.Маккуейл, досліджуючи природу комунікаційних процесів, виокремив чотири підходи до зазначеного вище питання: соціологічний, нормативний, прикладний, а також «теорія здорового глузду», яка, на погляд авторки статті, є його окремим здобутком у контексті повномасштабного вторгнення та інформаційного перенасичення, тож нині видається надважливою. Соціологічний підхід акцентує увагу на потребі індивіда бути всередині соціуму (певних його груп та категорій), що дозволяє самореалізовуватися через призму комунікації. Це пояснює нині характер масового спілкування через платформінг, адже тут генератором контенту є будь-хто і кожен абсолютно безконтрольно має змогу публікувати та розповсюджувати інформаційні ресурси будь-якого характеру. Нормативні підходи, на думку Д.Маккуейла, мають здатність впливати на суспільство через медіа, підтримуючи певний політичний режим, а відтак і допомагаючи владній верхівці утримувати владу. У ХХІ столітті ми можемо пересвідчитися в тому на прикладі країни-агресора рф та її партнерів (КНР, Ірану), де існує жорстка цензура медіа-матеріалів, а на телебаченні працюють пропагандисти, які відповідають інтересам лідера.

Прикладні підходи, за Д. Маккуейлом, є принципово важливими, адже визначають вектор практичної галузі функціонування медіа, чим забезпечують, аби теорії не йшли всупереч практичним показникам. «Теорія здорового глузду» науковцем була накреслена так: «Ця назва відсилає нас до знань та ідей, що кожен з нас має, які пов'язані із загальним досвідом аудиторії. Кожний читач газети чи телеглядач має власні теорії про медіа у питанні, що це, чому це добре, наскільки це придатне для щоденного життя, як це повинне бути прочитане і як пов'язується з іншими аспектами соціального життя» [10]. Отримуючи знання про навколишній світ від медіа, індивід формує власну картину світу про все, що бачить або чує. Тож через медіа й легко управляти суспільством, яке не є свідомим. Тому, важливим у цій теорії, з огляду на реалії ХХІ століття, є те, що управління та інформування — лежать в одній площині, й для свідомого члена суспільства важливо бути медіаграмотним. Саме ця риса сприятиме опірності інформаційній пропаганді з-від ворога, запобігатиме швидкому розповсюдженню фейків та ІПСО. Важливо, щоб сучасна комунікативістика розвивалась у контексті формування медіаграмотного інформаційного суспільства, яке здатне відрізняти фейкові новини від правдивих.

З огляду на історичний розвиток комунікативістики як науки, науковці виокремлюють «три стадії розвитку комунікацій: міжособистісна комунікація (розмова, листи, телефон), медійна комунікація (газета, радіо, телебачення), інтернет-комунікація» [11, с. 17]. Перша із зазначених стадій — міжособистісна комунікація, яка нині реалізується у прикладних соціально-комунікаційних процесах в інтернеті крізь призму соціальних мереж, блогів та платформ. Саме міжособистісна комунікація забезпечує лівову частку комунікаційних процесів у мережі. Комунікаційні платформи (наприклад: gov.ua; decisiontele.com; tools.stepngo.in.ua) на практиці зробилися одним із базових інструментів управління масовими суспільними настроями та поглядами, а отже — інструментом управління соціумом. Через платформи чиновники різних рівнів можуть здійснювати комунікацію з населенням; лідери думок здатні формувати ставлення до подій; журналісти мають змогу оперативно висвітлювати факти та коментувати їх (і тут уже простежується фактор суб'єктивності) тощо. Отже, репост контенту, коментування його користувачами, лайки уподобайки коло постів у соціальних мережах — це не тільки соціологічні показники реакції суспільства на певний інформаційний складник, а й ефективна форма управління суспільною думкою.

Теоретик і класик масової комунікації П. Лазарсфельд констатував з цього приводу, що «...міжособистісна комунікація, поряд із впливом лідерів громадської думки, повинна бути опосередкована зв'язком між масою і медіа» [14]. Ця його давня думка тепер пасує розвиткові комунікаційних платформ на практиці, адже через постійну взаємодію з аудиторією лідери думок (і влада зокрема) формують ставлення українців до всіх галузей життя країни. Висвітлюючи події війни, соціальні проблеми, міжнародну ситуацію стосовно України через, наприклад, telegram-канали, влада формує бачення споживачів про стан, в якому перебуває країна. В цьому ж ключі варто згадати й теорію Г. Лассуелла та його лінійну модель. Її ключовими складниками були: 1) комунікатор (інстанція, що організовує і контролює процес масової комунікації); 2) повідомлення (контент-аналіз); 3) технічні засоби; 4) аудиторія (її кількісно описувані соціальні та соціально-психологічні характеристики); 5) результати (зміни у свідомості аудиторії) [14]. Ця класична модель повністю відповідає теперішнім потребам функціонування комунікаційних платформ, адже: вони є комунікаторами — транслюють та розповсюджують інформацію, а отже й автор контенту здійснює спробу контролю масово інформаційних процесів; наявні повідомлення та технічний складник; є аудиторія та зворотній зв'язок із нею.

Новітня епоха комунікацій стерла часово-просторові межі, звівши нанівець таке явище, як інформаційний голод. Науковці від початку ХХІ ст. почали описувати технологію вільного висловлювання — так виникає феномен комунікативної свободи. Традиційні медіа попередніх історичних розрізів медіасфери були позбавлені таких привілеїв, як говорити відверто про все і з усіма.

О. П. Борисенко та К. О. Чернокалова у статті «Комунікація як інструмент державного управління: сучасні тенденції» наводять класифікацію інтернет-спільнот від В. Дзюндзюка. З його подачі запропоноване таке бачення мережевих спільнот: — співдружності інтересів; — ігрові співдружності; — географічні співдружності; — співдружності взаємин, які сформовані навколо певного життєвого досвіду; — комерційні співдружності; — віртуальні держави [2, с. 61]. «Нові технології створюють нові можливості, розширюючи ступені свободи кожної окремої людини. Тому в межах сучасних теорій масової комунікації істотний дослідний акцент робиться на ролі нових засобів комунікації» [2, с. 61].

Сучасні прикладні соціальнокомунікаційні технології дають змогу кожному членові суспільства брати участь у його повсякденному житті ,

самостверджуватися, набувати соціальної ваги. «В Україні онлайн-технології набувають усе більшого визнання й поширення як ефективний метод політичних кампаній, інформаційного каналу влади і суспільства, а також як засіб політичної боротьби» [2, с. 61]. Традиційні медіа давно усвідомлюють перевагу роботи в інтернет-просторі: платформи моделюють суспільну поведінку, закладаючи фундамент масової реакції на подію. А інформативні ресурси інтернету є безмежні, й кожен індивід, не усвідомлюючи того, підпадає там інформаційному впливу, маніпуляціям. З практичної позиції наразі українське суспільство орієнтується на формування медіаграмотності не лише з позиції виховання її у медійників, а й стосовно до інших груп споживачів. Це сприятиме успіхам протистояння агресорові в інформаційній війні, посилить віру у владу та її дії, дасть поштовх до розвитку колективного критичного й аналітичного мислення. Тому комунікація в інтернеті також має бути контрольована першочергово самою інтернет-спільнотою та медіаграмотними споживачами.

Оскільки основна мета медіаплатформ — впливати контентом на аудиторію, спонукаючи її до дій, то можна констатувати факт, що прикладні комунікаційні платформи — це різновид інформаційно-комунікаційних технологій. Л. Кочубей зазначає: «...ІКТ можна визначити як комплекс дій, пов'язаних з обробкою, зберіганням та інтерпретацією інформації, внаслідок якого вона видозмінюється відповідно до потреб конкретного суб'єкта. У такому вигляді дані потрапляють у суспільний інформаційний потік, провокуючи певну (частіше за все, передбачену та сплановану) реакцію аудиторії впливу. ІКТ — це сукупність методів, засобів і прийомів, що використовуються для добору, опрацювання, зберігання, поширення інформації в інтересах її користувачів» [9, с. 47]. Вивчення питання інформаційно-комунікаційних технологій є важливим, адже через комунікаційні платформи. КІП сприяють соціальному поступу, генерують соціальні настрої та ставлення, формують демократичні інститути суспільства, сприяють розвитку цифрової гігієни користувачів. Інформаційно-комунікаційні технології, з огляду на їх практичний складник, спромоглися стати необхідним елементом існування нинішнього українського суспільства, й подальший розвиток їх залежить від зовнішніх факторів: економічних, політичних, технічних умов тощо. «Новітнє інформаційне поле, завдяки своїй обширності та глибокому насиченню, містить масу різноманітних способів передачі даних та, відповідно, пост-комунікаційних каналів, за допомогою яких

вони поширюються. Українські ІКТ еволюціонують та намагаються відповісти часу, доносячи до максимальної кількості аудиторії те чи інше повідомлення від певного комуніканта» [9, с. 48]. Сучасні теоретики медіа просувають твердження, що нові технології починають формувати й нові форми комунікації: культурної, міжособистісної, політичної, масової тощо. Комунікаційні платформи є наразі інструментом інтерактивної взаємодії між автором контенту, аудиторією та комп'ютером. Нині на цих платформах споживацька аудиторія інформує одне одного, комунікує, формує ставлення до соціальних процесів через взаємодію з сервісами. Відтак, з практичної точки зору, комунікативні платформи можуть мати й різне призначення: освітні портали, мікроблоги, інтернет-ігри, інтернет-магазини, новинні портали тощо.

Комунікативні платформи виконують низку функцій, властивості яких мають бути виокремлені. Серед них:

- списки завдань (якщо мова йде про освітні чи ігрові платформи);
- можливості створення календаря та графіка;
- можливість спілкування та інформаційного розповсюдження;
- можливість інтегруватися в інтернет-спільноти; генерувати суспільні настрої;
- побудова динаміки прогресу (у разі, коли до уваги беруться мікроблоги, інтернет-ігри, інтернет-магазини);
- наявність шаблонів для налаштування бекграунду;
- вбудований редактор тексту для підвищення грамотності (освітні та новинні платформи);
- конвергентність (можливість інтегруватися з іншими сервісами);
- можливість візуальної комунікації (для всіх різновидів платформ);
- спільна робота в режимі реального часу за умови, що на платформі працює декілька осіб одночасно;
- легкість та доступність до опублікованих проєктів;
- мультимедійність, поліформатність та політематичність;
- гнучкість, мобільність, синхронізація;
- аналітика, керування командами, звіти (комерційні платформи, новинні, освітні).

Запропонований перелік властивостей комунікаційних платформ не є, проте, вичерпним і може бути доповнюваний з огляду на постійний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та технічне удосконалення.

Комунікаційні платформи набули популярності через описані вище властивості, адже сприяють легкому спілкуванню, розширюють можливі обрії співпраці, надають змогу працювати, вчитися та отримувати необхідну інформацію про всі аспекти функціонування суспільства.

Висновки. Платформінг — це процес, що уможливив для сучасного медіаспоживача змогу отримувати широкий спектр інформації, посприям інтернет-взаємодії мережевих та розширення інформаційних можливостей мережевих угруповань. Авдиторія має нині нагоду обирати поміж різних платформ за власними інтересами чи потребами залежно від наявного спектру завдань та бажаних результатів. Розвиток комунікаційних платформ суттєво вплинули на розвиток комунікативістики як наукової галузі. Використання різного типу платформ сприяє новому баченню формування інформаційної культури. В українському науковому сегменті прикладних соціально-комунікаційних технологіях формується фундаментальне підґрунтя для вивчення не лише комунікативістики, а й соціокомунікаційної сфери як самостійної галузі. Вище зазначене потребує обґрунтування існуючих можливостей, що ґрунтується на певних прошарках: загальнофілософських, загальнопсихологічних, загальнокомунікативних.

Тому вбачаємо необхідність у подальших наукових дослідженнях заради з'ясування форм і взаємодій практичного функціонування комунікаційних платформ як базових одиниць сучасної інтернет-комунікативістики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2017 році». Київ : НІСД, 2017. 928 с.
2. Борисенко О. П., Чернокалова К. О. Комунікація як інструмент державного управління: сучасні тенденції. Механізми публічного управління: Публічне управління та митне адміністрування. 2020. № 2 (25). С. 58–62. URL: <http://customs-admin.umsf.in.ua/archive/2020/2/12.pdf>.
3. Взаємодія органів державної влади та громадянського суспільства : навч. посіб. / за ред. Ю. П. Сурміна, А. М. Михненка ; авт. кол.: Сурмін Ю. П., Михненко А. М., Крушельницька Т. П. та ін. Київ : НАДУ, 2011. 388 с.
4. Волошин М. Комунікативні платформи соціальних інтернет-мереж / М. Волошин. Історико-політичні проблеми сучасного світу. 2015. Т. 29–30. С. 269–276.

5. Гусаров В. Кремль розпочав нову інформаційну операцію проти України. 2014. URL: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/34281>.
6. Гринь Д. В. Соціальні чинники використання соціальних мереж в органах публічної влади. Актуальні проблеми європейської та євроатлантичної інтеграції України : матеріали 18-ї регіон. наук.-практ. конф. 13 трав. 2021 р., м. Дніпро /за заг.ред. Л. Л. Прокопенка. Дніпро : ДРІДУ НАДУ, 2021. С. 93–96.
7. Досенко А. Комунікаційні платформи: сучасне бачення. Соціальні комунікації: теорія і практика. 2021. № 12 (1). С. 101–110. URL: <https://doi.org/10.51423/2524-0471-2021-12-1-4>.
8. Кочубей Л. Особливості сучасних інформаційно-комунікативних технологій в Україні. Наукові записки ІПіЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України. Вип. 3(89). С. 44–70. URL : https://ipien.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/kochubei_osoblyvosti.pdf.
9. Кметик-Подубінська Х. Г. Типи комунікативних практик інформаційного суспільств. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2023. Вип. 2. С. 5–9.
10. Теорія масової комунікації Д. Маккуейла. URL : <http://politics.ellib.org.ua/pages-8960.html>.
11. Lazarsfeld P. On Social Research and Its Language / Lazarsfeld P. URL: https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=FIehGm2NzQ0C&oi=fnd&pg=PP9&dq=On+Social+Research+and+Its+Language&ots=puXbNFD5Tv&sig=I0auF2NcZvMl0yZa7sq2biqE4q0&redir_esc=y#v=onepage&q=On%20Social%20Research%20and%20Its%20Language&f=false.
12. Communication Theory. URL: <https://www.communicationtheory.org/lasswells-model/>.
13. Everett R. , and D. Lawrence Kincaid Communication Networks: Toward a New Paradigm for New York: Free Press. 1981. 386 p.

REFERENCES

1. Analytical report to the Annual Address of the President of Ukraine to the Verkhovna Rada of Ukraine "On the internal and external situation of Ukraine in 2017" [Analitichna dopovid do Shchorichnoho Poslannia Prezydenta Ukrainy do Verkhovnoi Rady Ukrainy "Pro vnutrishnie ta zovnishnie stanovyshe Ukrainy v 2017 rotsi"] (2017). Kyiv: NISD.
2. Borysenko, O. P., & Chernokalova, K. O. (2020). Communication as a tool of public administration: current trends [Komunikatsiia yak instrument

- derzhavnoho upravlinnia: suchasni tendentsii]. *Mekhanizmy publichnoho upravlinnia: Publichne upravlinnia ta mytne administruvannia*, (2)25, 58–62. <http://customs-admin.umsf.in.ua/archive/2020/2/12.pdf>
3. Surmin, Yu. P., Mykhnenko, A. M., & Krushelnytska, T. P. Interaction between public authorities and civil society (2011). [Vzaiemodiiia orhaniv derzhavnoi vlady ta hromadianskoho suspilstva]. Kyiv: NADU.
 4. Voloshyn, M. (2015). Communicative platforms of social internet networks [Komunikatyvni platformy sotsialnykh internet-merezh]. *Istoryko-politychni problemy suchasnoho svitu*, 29–30, 269–276.
 5. Husarov, V. (2014). The Kremlin has launched a new information operation against Ukraine [Kreml rozpochav novu informatsijnu operatsiiu proty Ukrainy]. <http://osvita.mediasapiens.ua/material/34281>
 6. Hryn, D. V., Prokopenko L. L. (2021). Social factors in the use of social networks in public authorities [Sotsialni chynnyky vykorystannia sotsialnykh merezh v orhanakh publichnoi vlady]. *Materialy rehionalnoi naukovo-praktychnoi konferentsii* (pp. 93–96). Dnipro: DRIDU NADU.
 7. Dosenko, A. (2021). Communication platforms: modern vision [Komunikatsiini platformy: suchasne bachennia]. *Sotsialni komunikatsii: teoriia i praktyka*, 12(1), 101–110. <https://doi.org/10.51423/2524-0471-2021-12-1-4>.
 8. Kochubei, L. (2018). Features of modern information and communication technologies in Ukraine [Osoblyvosti suchasnykh informatsiino-komunikatyvnykh tekhnolohii v Ukraini]. *Naukovi zapysky IPIEND im. I. F. Kurasa NAN Ukrainy*, 3(89), 44–70. https://ipien.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/kochubei_osoblyvosti.pdf
 9. Kmetyk-Podubinska, K. H. (2023). Types of communicative practices in the information society [Typy komunikatyvnykh praktyk informatsiinoho suspilstva]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*, (2), 5–9.
 10. McQuail, D. Theory of mass communication [Teoriia masovoi komunikatsii]. <http://politics.ellib.org.ua/pages-8960.html>
 11. Lazarsfeld, P. F. (1993). On social research and its language. University of Chicago Press. <https://books.google.com.ua/books?id=FIehGm2NzQ0C>
 12. Communication Theory. (n.d.). Lasswell's Model. <https://www.communicationtheory.org/lasswells-model/>
 13. Rogers, E. M., & Kincaid, D. L. (1981). *Communication networks: Toward a new paradigm for research*. New York: Free Press.