
ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

УДК 007:304:659

DOI 10.32840/cpu2219-8741/2025.1(61).1

А. К. Досенко

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент
завідувачка кафедри журналістики

e-mail: likadosenko@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5415-1299
Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського
вул. Джона Маккейна, 33, м. Київ, Україна, 01601

ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ПЛАТФОРМ У СИСТЕМІ КОМУНІКАЦІЙНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Мета дослідження полягає в огляді теоретико-концептуальних підходів до вивчення комунікаційних платформ як самостійних одиниць інтернет-комунікацій.

Методологія дослідження. У ході дослідження використано методи узагальнення та систематизації теоретико-концептуальних підходів до вивчення комунікаційних платформ; за допомогою історичного методу простежено історію розвитку прямого та опосередкованого бачення динаміки платформ як складових комунікативістики.

Результати. Здійснено огляд теоретико-концептуальних підходів до вивчення комунікаційних платформ у системі комунікативістики як окремої наукової сфери. Сучасні тенденції відокремлення комунікативістики від соціальних комунікацій та журналістики вимагають деталізації знань і нових наукових пошуків. Проаналізовано низку понять: соціальні комунікації, комунікативістика, комунікаційні платформи (КП), а також супутні фактори їх існування й функціонування. Узагальнено погляди науковців-теоретиків, таких як: В. Різун, О. Холод, В. Ільганаєва, В. Горовий, О. Дубас, Д. Кіслов та ін. Приділено увагу комунікативному просторові як фундаменту для осмислення комунікативних досліджень, які генерували нові погляди на комунікативістику крізь призму суміжних наук: філософії, культури, політології тощо.

Новизна отриманих результатів полягає в систематизації науково-методологічних підходів сучасників, що надає змогу узагальнено подивитися на український сегмент розвитку комунікативістики як наукової галузі й комунікаційні платформи як важливі одиниці.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути використані під час навчального процесу та опанування академічних дисциплін освітніх рівнів бакалавр та магістр ОП «Журналістика».

Ключові слова: комунікаційні платформи, комунікативістика, соціальні комунікації, комунікаційні технології, комунікаційні дослідження.

I. Вступ

Прикладні соціально-комунікаційні технології потребують деталізації теоретико-концептуальних підходів до вивчення комунікаційних платформ як одиниць формування освіти, національної свідомості, медіаграмотності, національного самоусвідомлення, історичної ідентичності та протистояння ворожій пропаганді. Важливим у такому концепті є вивчення наявних підходів, що даватимуть змогу не лише формувати бачення методологічної бази платформ як сегментованих одиниць, а й досліджувати певну складову комунікативістики як науки. «Соціокомунікаційні особливості сучасного суспільства широко обговорюються вченими, які опікуються теоретичними засадами соціальних комунікацій...» [3], розвивають науку та реалізують теоретико-методологічну складову.

Тема комунікацій, формування інформаційно-комунікаційного простору, технологій і всього, що із цим пов'язано, завжди турбувала науковців-теоретиків. Спектр праць, що прямо чи опосередковано торкаються зазначеного вище, – вагомий. Від моменту, коли соціальні комунікації були відокремлені від філології як самостійна унікальна галузь знань, напрацьовано величезну кількість праць, присвячених різним аспектам вивчення науки та описові її феноменів.

Комунікативістика (яка наразі проходить процес відокремлення) має ґрунтовну базу, отриману в спадок від журналістики, соціальних комунікацій, а також інших галузей науки: філософії, міжкультурних комунікацій, політології, історії тощо.

Величезний фундамент для досліджень українського сегмента тут становлять праці наших сучасників: С. Амонс, В. Бебика, В. Горового, О. Дубас, В. Іванова, В. Ільганаєвої, С. Кара-Мурзи, М. Кастельса, Д. Кісова, М. Кіци, О. Красяка, О. Курбана, Є. Макаренко, М. Маклюєна, О. Онищенко, В. Попика, Г. Почепцова, Д. Райана, В. Різуна, І. Тонкіх, А. Турчин, О. Філіна, Н. Химиці, О. Холода, В. Шевченко, О. Шиманова та інших, які здійснювали свою наукову діяльність, аналізуючи різноманітні проблеми розуміння ролі медіа й комунікації в глобалізованому інформаційному суспільстві, акцентували увагу на можливостях та інструментарії новітніх медіа; вивчали й описували розвиток різних типів комунікаційні в інтернеті, суспільстві; досліджували форми використання різних видів впливу. У межах цієї статті здійснено спробу конкретизувати наявні теоретико-концептуальні підходи, що допомагають описати комунікаційні платформи як відокремлені самостійні одиниці комунікативістики. Враховуючи, що комунікативістика стрімко відокремлюється від журналістики та соціальних комунікацій, варто звернути увагу на основні аспекти її функціонування, ризику та перспективи.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета дослідження – огляд теоретико-концептуальних підходів до вивчення комунікаційних платформ як самостійних одиниць інтернет-комунікацій.

У ході дослідження використано методи узагальнення та систематизації теоретико-концептуальних підходів до вивчення комунікаційних платформ; за допомогою історичного методу простежено історію розвитку прямого та опосередкованого бачення динаміки розвитку платформ як складових комунікативістики.

III. Результати

Класик соціальних комунікацій професор В. Різун під соціальними комунікаціями розуміє «...таку систему суспільної взаємодії, яка включає визначені шляхи, способи, засоби, принципи встановлення контактів на основі професійної технологічної діяльності, що спрямована на розробку, впровадження, організацію, удосконалення, модернізацію відносин у суспільстві, які складаються між різними соціальними інститутами... Ці комунікації є маркованими, бо передбачають взаємодію з соціально-визначеними групами людей» [9]. На думку В. Горового, цю галузь знань варто трактувати так: «...основною рисою комунікацій є “забезпечення здатності передачі в її структурі ресурсу, необхідного для існування системи та її розвитку”, а сама комунікація є “процесом усталених обмінів у складних системах і між однотипними системами, що забезпечує існування й розвиток даних систем» [2, с. 22].

Соціальні комунікації сприяли початку процесу відокремлення комунікативістики як науки, що стало фундаментом для комунікаційно-творчої, базової складової соціального процесу в інтернет-спілкуванні. Концептуально первинним тут стає бажання індивіда не тільки отримувати, але й віддавати інформацію, що здійснює задоволення комунікативних потреб особистості. «Вони виникають як результат невідповідності між наявним станом компетенції управлінця і знаннями, які він має одержати для розв'язання нового управлінського завдання. Тобто ці потреби відображають інформаційні очікування від комунікаційного процесу між комунікантом (особою, яка створює і (або) поширює інформацію) та реципієнтом – особою, яка одержує необхідну для виконання професійного завдання інформацію» [9].

Отже, можна говорити про критерії комунікативістики: потреби конкретизують перелік вимог, які визначають вектор інформаційно-комунікаційного обміну, окреслюють смислово-значеннєву основу, а саме категорію розв'язання певних соціальних проблем та завдань.

Дослідниця В. Ільганаєва у своїх працях розглядає «...комунікаційний простір у межах космосфери або медіасфери, тобто в межах просторів цілеспрямованої активності: абсолюту та сутностей, які приймають, наслідують, транслюють, інтерпретують цю активність і формують свої “завдання” відповідно до рівня своєї свідомості» [6, с. 261]. Із цього випливає, що одним із підходів до функціонування КП як одиниць комунікативістики є формування необхідного рівня свідомості споживацької аудиторії. Уміння мислити, аналізувати, шукати відповідні факти надають змогу формувати картину світу та бачення соціальних проблем у суспільстві, що приводить до високого рівня медіаграмотності й критичного мислення.

Комунікаційний простір нині варто описувати з позиції його функціонування як системи цілісної, тобто це система різнокатегоріальних зв'язків, які забезпечують безперервний процес комунікаційного обміну в інформаційно-комунікаційному середовищі, а не лише між окремими складовими комунікаційного процесу. Сьогодення вимагає формувати бачення нового розвитку КП як одиниць, що функціонують, зокрема, завдяки наявності соціальних груп в інтернеті (груп за інтересами, спільнот тощо). Систематичні інформаційні кампанії сприяють формуванню комунікаційних приводів, що генерують обговорення, а відтак і соціальні настрої, ставлення до подій у державі та поза нею. Тут до уваги беруть як вузькотематичну спрямованість, так і глобальну – світові події,

які цікавлять спільноту. Інтенсивність комунікаційних процесів у мережі приводить до виникнення нових платформ як майданчиків для спілкування, освіти, виховання, інформування тощо.

Феномен комунікаційного простору сучасники визначають по-різному. Зокрема, побутує думка, що це сфера, де реалізуються інформаційні процеси через комунікативні акти. Подібний підхід окреслює комунікаційні платформи з огляду виключно на інформативну складову, а такого бути не може, адже на сьогодні є низка категорій майданчиків, що виконують різні функції та мають різне призначення. Хоча, варто наголосити, що подібні наукові тенденції демонструють задіяння людського фактора не з позиції механічного використання, а з позиції соціокультурних підходів – самореалізацію користувача через його духовні цінності та продуковані точки зору, що знаходять відображення на сторінках платформ. Саме комунікація через платформи надає змогу реалізувати соціальні, культурні, духовні та інші тенденції.

Цікавою, на нашу думку, є позиція О. Дубас, яка деталізує поняття «інформаційно-комунікаційний простір» як певну форму функціонування низки інформаційних систем, що генерує швидкі інформаційні взаємодії медійників (лідерів думок) та їх споживачької аудиторії. Тобто одним із підходів є двостороння взаємодія між продуцентом інформаційного ресурсу та аудиторією. Контент створює автор – аудиторія сприймає, оцінює. Формується простір, що наповнюється як автором, так і аудиторією, де кожен споживач стає генератором думки чи тематики. Водночас В. Ільганаєва визначає простір як форму буття матерії, що характеризує її протяжність, структурність, співіснування та взаємодію елементів у всіх матеріальних системах [6, с. 134]. На думку В. Ільганаєвої, обмеження в інформаційному просторі «пов'язані з уявленнями про соціальний час та соціальний простір, який може існувати і незалежно від них». [6, с. 135]. Тобто із зазначеного випливає, що суспільні трансформації генерують новоутворення в різних аспектах існування суспільства: погляди, поведінкові елементи, реакції, дії тощо. Через зміни в інформаційно-комунікаційному процесі у XXI ст. сформувалась фундаментально нова концепція інформаційного простору – децентралізоване середовище комунікації, що безпосередньо залежить від національних концептів: культурних, політичних (а для України внаслідок повномасштабного вторгнення країни-агресора це є надактуально), ідеологічних, релігійних, соціальних. На думку О. Дубас, «таке інформаційне середовище з'являється як нова форма культури, в якій комунікація стає своєрідним способом існування людей. Тому останній заслуговує на спеціальне наукове дослідження» [4, с. 43]. Вивчаючи різноманітні аспекти інформаційно-комунікаційних відносин між автором та аудиторією, О. Дубас описує низку деструктивних проявів і форматів подолання маніпулятивних технологій (щоправда, з огляду на політичний сегмент), прояснює їх роль у системі відносин суспільства і влади, що є дуже актуальним сьогодні для України, не тільки для національної безпеки держави в інфопросторі, а й територіальної цілісності.

Згідно з позицією Д. Кіслова, «...комунікація – це процес обміну думками, ідеями, фактами, що має на меті взаєморозуміння між учасниками спілкування; ефективність комунікації визначається наявністю зворотного зв'язку від цільової аудиторії, на яку було спрямовано повідомлення певного формату через обраний канал комунікації» [7]. Тобто комунікативістика як наукова галузь стає основою формування, існування та побутування всіх соціальних процесів і систем, фіксуючи хроніку сучасності, тому що вона забезпечує зв'язок між аудиторією, сприяє накопиченню набутого соціального досвіду. Відтак, існують сформовані рівні комунікативістики. Занурившись у дослідження К. Ю. Богомаза, знаходимо чотири типи комунікації: матеріальну (транспортну, енергетичну, міграцію населення, епідемії); генетичну (біологічну, видову); психічну (внутрішньоособистісну, автокомунікації); соціальну (суспільну) [1, с. 34], що засвідчує безпосередню взаємодію суспільних суб'єктів.

Вивчаючи теоретико-методологічну базу комунікативістики, не можна оминати праці О. Холода, який деталізує не лише соціальні комунікації як феномен, а й напрями їх вивчення: соціоінженірний підхід; католицький підхід; метатеоретичний підхід; семіосоціопсихологічний (лінгвосоціопсихологічний) підхід; соціо-комунікаційний (масовокомунікаційний підхід); психологічний (психолого-педагогічний) підхід [10, с. 85]. Зазначені підходи відображають дослідження теоретико-концептуальних підходів до розвитку науки та прагнень науковців, бажання знайти особливості, притаманні саме соціальним комунікаціям, а пізніше й комунікативістиці, яка багато чого дістала в спадок від журналістики та соціальних комунікацій.

IV. Висновки

У вітчизняних прикладних соціально-комунікаційних технологіях формується підґрунтя для деталізації та вивчення соціокомунікаційного простору й комунікативістики як окремої галузі. Такі наукові підходи потребують обґрунтування низки можливостей, що базуються на загальнофілософських, загальнопсихологічних, загальнокомунікативних та інших категоріях, які передбачають комплексне вивчення комунікаційних платформ як одиниць комунікативістики.

Комунікативістика виокремлюється в самостійну галузь, починає посідати чільне місце в суспільстві та щоденній діяльності кожного члена соціуму. З нею безпосередньо пов'язані майже всі аспекти буття суспільства. Комунікаційні платформи, у свою чергу, забезпечують зв'язок між різними соціальними групами, висвітлюють принципово різні спектри побуту нації, генерують

спілкування між поколіннями, пишуть хроніки сучасного існування суспільства, забезпечують передачу соціального досвіду тощо. Саме вони виступають як майданчики для організації спілкування, забезпечують управління соціальними процесами, настроями та регулюють соціальні механізми.

Список використаної літератури

1. Богомаз К. Ю. Соціальні комунікації в управлінні : навч. посіб. Кам'янське : ДДТУ, 2018. 186 с.
2. Горовий В. М. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс : монографія. Київ, 2010. 230 с.
3. Добровольська В. Теоретико-методологічні засади дослідження соціокомунікаційного простору культури. *Бібліотечний вісник*. 2019. № 6. С. 10–17. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bv_2019_6_4 (дата звернення: 25.01.2025).
4. Дубас О. П. Інформаційно-комунікаційний простір: культурно-політичні детермінанти : монографія / за ред. О. Дубчак. Київ : Генеза, 2011. 255 с.
5. Дубас О. П. Інформаційно-комунікаційний простір: поняття, сутність, структура. *Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї*. 2010. № 19. С. 223–232.
6. Ільганаєва В. О. Інституалізація соціально-комунікаційної сфери суспільства. *Освіта регіону. Політологія. Психологія. Комунікації*. 2008. № 1. С. 148.
7. Кіслов Д. В. Термінологія комунікацій: теоретичний дискурс та його практичне використання. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2013. № 3. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=551> (дата звернення: 25.01.2025).
8. Красяк О., Амонс С. Соціальні комунікації: особливості їх запровадження в період війни. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2223> (дата звернення: 25.01.2025).
9. Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій. *Світ соціальних комунікацій*. 2011. Т. 1. С. 7–15.
10. Холод О. М. Соціальні комунікації: тенденції розвитку. Київ : Білий Тигр, 2018. 370 с.
11. Шавкун І. Н. Ділова комунікація: сутність та типологізація. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2009. № 38. С. 67–74. URL: https://old-zdia.znu.edu.ua/gazeta/VISNIK_38_7.pdf (дата звернення: 25.01.2025).

References

1. Bohomaz, K. Yu. (2018). *Sotsialni komunikatsii v upravlinni* [Social communications in management]. Kamianske: DDTU [in Ukrainian].
2. Horovyi, V. M. (2010). *Sotsialni informatsiini komunikatsii, yikh napovnennia i resurs* [Social information communications, their content and resource]. Kyiv [in Ukrainian].
3. Dobrovolska, V. (2019). Teoretyko-metodolohichni zasady doslidzhennia sotsiokomunikatsiinoho prostoru kultury [Theoretical and methodological foundations of the study of the socio-communication space of culture]. *Biblioteknyi visnyk*, 6, 10–17. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/bv_2019_6_4 [in Ukrainian].
4. Dubas, O. P. (2011). *Informatsiino-komunikatsiinyi prostir: kulturno-politychni determinant* [Information and communication space: Cultural and political determinants]. Kyiv: Heneza [in Ukrainian].
5. Dubas, O. P. (2010). Informatsiino-komunikatsiinyi prostir: poniattia, sutnist, struktura [Information and communication space: concept, essence, structure]. *Suchasna ukrainska polityka. Polityky i politolohy pro nei*, 19, 223–232 [in Ukrainian].
6. Ilhanaieva, V. O. (2008). Instytualizatsiia sotsialno-komunikatsiinoi sfery suspilstva [Institutionalization of the social and communication sphere of society]. *Osvita rehionu. Politolohiia. Psykholohiia. Komunikatsii*, 1, 148 [in Ukrainian].
7. Kislov, D. V. (2013). Terminolohiia komunikatsii: teoretychnyi dyskurs ta yoho praktychne vykorystannia [Communication terminology: Theoretical discourse and its practical use]. *Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok*, 3. Retrieved from <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=551> [in Ukrainian].
8. Krasiak, O., & Amons, S. (2023). Sotsialni komunikatsii: osoblyvosti yikh zaprovadzhennia v period viiny [Social communications: Features of their introduction during the war]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 48. Retrieved from <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2223> [in Ukrainian].
9. Rizun, V. V. (2011). Nacherky do metodolohii doslidzhen sotsialnykh komunikatsii [Outlines of social communication research methodology]. *Svit sotsialnykh komunikatsii*, 1, 7–15 [in Ukrainian].
10. Kholod, O. M. (2018). *Sotsialni komunikatsii: tendentsii rozvytku* [Social communications: Development trends]. Kyiv: Bilyi Tyhr [in Ukrainian].
11. Shavkun, I. N. (2009). Dilova komunikatsiia: sutnist ta typolohizatsiia [Business communication: Essence and typology]. *Humanitarnyi visnyk ZDIA*, 38, 67–74. Retrieved from https://old-zdia.znu.edu.ua/gazeta/VISNIK_38_7.pdf [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 02.02.2025.

Received 02.02.2025.

Dosenko A. Theoretical-Conceptual Approaches to the Study of Platforms in the System of Communication Research

The goal is to describe a number of theoretical and conceptual approaches to the study of communication platforms as independent units of Internet communications.

The research methodology. The research used methods of generalization and systematization of theoretical and conceptual approaches to the study of communication platforms; using the historical method, the history of the development of direct and indirect visions of the dynamics of platform development as components of communication studies was traced.

The results. The article attempts to study the theoretical and conceptual approaches to the study of communication platforms in the modern system of communication studies as a separate scientific field. Modern trends of separation of communicativistics from social communications and journalism require detailing of knowledge and new scientific research. A number of concepts are analyzed: social communication, communication studies, communication platforms (CP), as well as related factors of their existence and functioning. The work contains the scientific views of theoretical scientists, such as: V. Rizun, O. Kholod, V. Ilganayva, V. Horovoy, O. Dubas, D. Kislov and others.

Attention is paid to the communicative space as a foundation for the study of communicative research, which generated new views on communicative studies through the prism of related sciences: philosophy, culture, political science, etc.

The novelty of the obtained results lies in the systematization of the scientific and methodological approaches of contemporaries, which allows a general look at the Ukrainian segment of the development of communication studies as a scientific field, and at communication platforms – its important units.

Practical significance. The results of the research can be used during the educational process and mastering of academic disciplines at the bachelor's and master's degrees of the «Journalism» OP.

Key words: communication platforms, communication science, social communication, communication technologies, communication research.