

SECTION 8. LANGUAGE AND COMMUNICATION MEDIA

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-404-7-44>

THE MAIN MECHANISMS OF MODERN CROSS-PLATFORMING

ОСНОВНІ МЕХАНІЗМИ СУЧАСНОГО КРОС-ПЛАТФОРМІНГУ

Dosenko A. K.

*Candidate of Science in Social
Communications, Associate Professor,
Head of the Department of Journalism
V. I. Vernadskyi Taurida National
University
Kyiv, Ukraine*

Досенко А.К.

*кандидат наук із соціальних
комунікацій, доцент,
завідувачка кафедри журналістики
Таврійський національний
університет імені В. І. Вернадського
м. Київ, Україна*

Вступ. В часи повномасштабної війни Україна стикнулась з необхідністю активнішого протистояння ворожій пропаганді в інформаційному просторі, побудові нових механізмів протистояння пропаганді зі сторони країни-агресора. Одним із інструментів протистояння в інформаційному полі стали крос-медійні платформи. Сьогодні багато науковців по всьому світу вивчають питання крос-медійності, багатоплатформності. Веб-платформності подекуди ототожнюючи ці поняття. Термін «Крос-медійний» означає здатність поширювати інформацію в переконливому, корисному і візуально привабливому вигляді за допомогою різних засобів комунікації [2, с. 76]. З цього випливає, що крос-медійне видання є таким, що конвертує інформацію в різні форми та формати задля висвітлення її в інших медіа.

Результати. Саме через такі можливості у XXI столітті сформувався процес крос-платформінгу як потужної технології функціонування сучасних медіа в інтернеті. В медіа середовищі злиття новітніх технологій стало неабиякою перевагою для роботи з аудиторією. Об'єднання раніше відокремлених медіа стало генерувати великі за кількістю групи користувачів, що не прив'язані локаційно, а знаходяться в різних місцях планети, й «різноманітні аудиторії отримують можливість одержувати однаковий інформаційний контент через різні канали доставки» [2, с. 11]. Це сприяло тому, що «під впливом перехресно-медійного синергізму остаточно формується глобальний інтегрований інформаційно-комунікаційний ринок, завдяки якому

комплексний вплив медійних засобів на споживачів інформації зростає в умовах подальшого удосконалення мультимедійної техніки та трансграничного маркетингу» [2, с. 77].

Крос-платформінг дав можливість публікувати мультимедійний контент з урахуванням думок, інтересів та побажань аудиторії, а з моменту повномасштабного вторгнення РФ та територію України, потужним осередком протистояння ворожій пропаганди.

Київський міжнародний інститут соціології українці вірять, що фейки не містяться в матеріалах, що мають конкретного автора (25% респондентів), а 60% опитаних як мінімум вдаються до аналітичних дій, для розрізнення правдивих інформативних ресурсів від фейкових. Що підтверджує високий рівень медіаграмотності українських споживачів. Разом з тим, науковці-соціологи, вбачають, що рівень пропаганди РФ в різних видах медіа відрізняється залежно від регіону.



Рис. 1 Індекс результативності російської пропаганди макрорегіонів України
(<https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=510>)

Як видно з результатів у Східному регіоні результати індексу є вищими аж у 4 рази, на відміну від Західного. Отже, це засвідчує, що населення Східних регіонів більше потрапляє під ворожу пропаганду й нині виникає проблема формування нових механізмів протистояння ворожому контенту в інтернеті.

Саме через це крос-платформінг стає ефективним механізмом протидії країні-агресора в інформаційному середовищі. Користувачі мережі мають змогу отримувати інформації з різних джерел, аналізувати ресурси, що належать різним власникам, орієнтовна кількість яких

становить понад 37% респондентів, пошук інформації у соціальних мережах та крос-платформах (понад 44% респондентів), а також, перевірка інформаційного ресурсу, що був висвітлений на сторінці лідера думок (36%), інформація, що висвітлилась у телеграм-каналі чи сторінці в соціальних мережах друга чи знайомого 26%.

Висновки. Враховуючи складну ситуацію для країни, сьогодні існує гостра необхідність формування механізмів протистояння ворожій пропаганді. Одним із таких інструментів сьогодні є крос-платформінг, що дозволяє висвітлювати контент різного формату та тематики. Крос-платформінг є ефективною технологією протистояння пропаганді країни-агресора, за рахунок технічних можливостей, кількості аудиторії, можливості бути поза простором та географічними приналежностями тощо.

Література:

1. Київський міжнародний інститут соціології Індекс результативності російської пропаганди URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=510>
2. Ліщинська О. А. Інформаційно-психологічна безпека: концепція соціокультурного імунітету : моногр. Івано-Франківськ : Богдан Кузів, 2013, 144 с.
3. Сарміна Г. Медіаконвергенція як фактор формування крос-медіа *Наукові записки Інституту журналістики*. Т1, № 66, С. 86–93.
4. Сарміна Г. Особливості функціонування мови ворожнечі в інтернет-просторі *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: Серія «Філологія»*. 7 (75), С. 27–30.