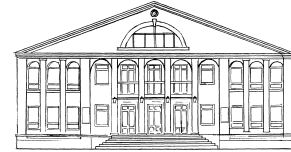


# Держава та регіони

ISSN 2219-8741

Серія: Соціальні комунікації  
2021, № 2 (46)



Науково-виробничий рецензований журнал

виходить щоквартально

## Головний редактор:

**А. К. Досенко,**

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

## Редакційна колегія:

### Соціальні комунікації

**Бессараб А. О.,** доктор наук із соціальних комунікацій,  
доцент (заступник головного редактора)

**Богуславський О. В.,** доктор наук із соціальних комунікацій,  
професор

**Гиріна Т. С.,** доктор наук із соціальних комунікацій, доцент  
**Женченко М. І.,** доктор наук із соціальних комунікацій,  
доцент

**Зелінська Н. В.,** доктор філологічних наук, професор

**Зикун Н. І.,** доктор наук із соціальних комунікацій, професор

**Ковпак В. А.,** доктор наук із соціальних комунікацій,  
доцент

**Лизанчук В. В.,** доктор філологічних наук, професор

**Пенчук І. Л.,** доктор наук із соціальних комунікацій,  
професор

**Пономаренко Л. Г.,** доктор наук із соціальних комунікацій,  
професор

**Поплавська Н. М.,** доктор філологічних наук, професор

**Теремко В. І.,** доктор наук із соціальних комунікацій, доцент

**Фінклер Ю. Е.,** доктор філологічних наук, професор

**Холод О. М.,** доктор філологічних наук, професор

**Бондаренко І. С.,** кандидат філологічних наук, доцент

**Кіца М. О.,** кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

**Козиряцька С. А.,** кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

**Мудра І. М.,** кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

**Полежаєв Ю. Г.,** кандидат наук із соціальних комунікацій,  
доцент

**Хітрова Т. В.,** кандидат філологічних наук, доцент

### Соціологія

**Зоська Я. В.,** доктор соціологічних наук, професор  
(заступник головного редактора)

**Гордієнко Н. М.,** доктор соціологічних наук, доцент

**Позднякова-Кирбят'єва Е. Г.,** доктор соціологічних  
наук, професор

### Іноземні члени редакційної колегії:

**В. Івченков,** доктор філологічних наук, професор  
(Республіка Білорусь)

**С. Харитоновна,** кандидат філологічних наук, доцент  
(Республіка Білорусь)

**О. Синовець,** доктор філософії в галузі соціології  
(Республіка Польща)

**Б. Плішка,** доктор філософії в галузі політології  
(Республіка Польща)

**Рагімлі Руслан Гігал огли,** кандидат історичних наук,  
доцент (Азербайджан)

DOI [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2021.2\(46\)](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2021.2(46))

Журнал включено до переліку  
наукових фахових видань України,  
в яких можуть публікуватися результати  
дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів  
доктора і кандидата наук із **соціальних комунікацій,**

**спеціальність 061**

(Наказ МОН України від 02.07.2020),

доктора і кандидата **соціологічних наук,**

**спеціальність 054**

(Наказ МОН України від 24.09.2020)

**Категорія Б**

## Засновник:

**Класичний приватний університет**

Свідоцтво Міністерства юстиції України  
про державну реєстрацію друкованого засобу  
масової інформації

Серія КВ № 16369-4841Р від 10.02.2010

## Видавець:

**Класичний приватний університет**

Свідоцтво Державного комітету телебачення  
та радіомовлення України

про внесення суб'єкта видавничої справи до  
Державного реєстру видавців, виготовників  
і розповсюджувачів видавничої продукції

Серія ДК № 3321 від 25.11.2008

Журнал ухвалено до друку вченою радою

Класичного приватного університету

**28 квітня 2021 р., протокол № 7**

Усі права захищені. Повний або частковий передрук  
і переклади дозволено лише за згодою автора  
і редакції. При передрукуванні посилання на журнал

“ДЕРЖАВА та РЕГІОНИ.

СЕРІЯ: СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ”

обов'язкове.

За повноту та достовірність  
викладених фактів і положень  
відповідальність несуть автори публікацій.

Редактор: А. О. Бессараб

Технічний редактор: Ю. В. Бабич

Дизайнер обкладинки: Я. В. Зоська

### Адреса редакції:

Класичний приватний університет  
69002, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 70Б  
Телефони/факс: (0612) 220-58-42, 63-99-73

Здано до набору 23.04.2021

Підписано до друку 30.04.2021

Формат 60×84/8. Ризографія. Тираж 300 пр. Замовлення № 1-21Ж.

Виготовлено на поліграфічній базі  
Класичного приватного університету

© Класичний приватний університет, 2021

## ЗМІСТ

### ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

<i>Г. В. Микитів</i> КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ СИМВОЛІЧНОГО ОБРАЗУ ДОНБАСУ В НОВИНИХ МЕДІАТЕКСТАХ.....	4
<i>Л. Г. Пономаренко</i> ЕКСПЛІКАЦІЯ АРХЕТИПІВ І СИМВОЛІВ У СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ХУДОЖНІХ ФІЛЬМАХ.....	8
<i>А. Трегуб</i> PRAGMATIC VALUE OF SERVICE-EXPERT PROGRAMS IN UKRAINIAN TELEVISION SPACE.....	15

### ТЕОРІЯ, ІСТОРІЯ ТА ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

<i>Т. Hirina</i> PROMOTION OF UKRAINIAN-LANGUAGE RADIO PROGRAMS IN THE INFORMATION SPACE OF THE USA (EXPERIENCE OF 1930–1932).....	22
<i>О. В. Гудошник</i> КОМЕМОРАТИВНІ МЕДІАПРАКТИКИ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ.....	29
<i>І. В. Зайцева</i> АВТОРСЬКА КОЛОНКА В ЖАНРОВІЙ ПАРАДИГМІ СУЧАСНИХ ЗМІ.....	35
<i>О. І. Зіненко</i> ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА У СФЕРІ ДИСКРИМІНАЦІЇ ТА РОБОТИ З ДІТЬМИ В УКРАЇНІ.....	43
<i>Б. В. Іваницька</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КІБЕРСПОРТИВНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В СЬОГОДНІШНЬОМУ МЕДІАПРОСТОРИ.....	50
<i>М. Kitsa</i> SPECIFICS OF CONVERGENT MEDIA CONTENT IN UKRAINE ON THE EXAMPLE OF RADIO LIBERTY.....	57
<i>Л. В. Темченко, І. С. Бучарська</i> СВІТОГЛЯДНА ПУБЛІЦИСТИКА: ВІД ЗБІРКИ «НЕРВИ ЛАНЦЮГА» (2003) ДО ZBRUC-ЕСЕЇСТИКИ.....	63
<i>А. А. Шелефонтьюк</i> СПЕЦИФІКА ДИДЖИТАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕГІОНАЛЬНИХ ГАЗЕТ.....	71

### ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

<i>Т. М. Білуцак, О. С. Стадник</i> ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЯХ СТОМАТОЛОГІЧНИХ КАБІНЕТІВ.....	81
<i>І. С. Бондаренко</i> СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ РАДЯНСЬКИХ ПРАКТИК СОЦІАЛЬНОГО ІНЖИНІРИНГУ: РЕГІОЗНАВЧІ СТУДІЇ.....	90
<i>В. В. Бравдов</i> ФОРМУВАННЯ МЕРЕЖЕВОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ (НА ПРИКЛАДІ АГРЕСІЇ РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ).....	96
<i>К. Horska</i> COLLABORATIVE JOURNALISM: WHY MEDIA UNITE FOR CO-PROJECTS ON DIGITAL PLATFORMS.....	104
<i>А. К. Досенко</i> МОБІЛЬНИЙ ДИСКУРС КОМУНІКАЦІЙНИХ ПЛАТФОРМ.....	112
<i>О. В. Лаба, Ю. Л. Романишин</i> ІНФОРМАЦІЙНЕ МОДЕЛЮВАННЯ В ПРОЦЕСАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	117
<i>І. М. Мудра</i> УКРАЇНСЬКІ СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ ЗМІ.....	124

<i>Н. Ф. Семен</i> ОСОБЛИВОСТІ ПОДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ПАНДЕМІЮ COVID-19 НА INSTAGRAM-АКАУНТАХ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА (НА ПРИКЛАДІ ПРОФІЛІВ ТЕЛЕКАНАЛІВ «НТА» ТА «УКРАЇНА 24»)	130
---	-----

### **МЕДІАОСВІТА**

<i>М. В. Бутиріна, М. П. Анікеєнко</i> КОМПЕТЕНТІСНА МОДЕЛЬ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ В ОЦІНЦІ СТЕЙКХОЛДЕРІВ	136
---	-----

<i>Г. А. Єрмолаєва</i> МУЛЬТИМЕДІЙНІ ЗАСОБИ В ПРОФОРІЄНТАЦІЙНІЙ РОБОТІ З МАЙБУТНІМИ АБИТУРІЄНТАМИ СФЕРИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	144
--	-----

### **СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ У ФОКУСІ СОЦІОЛОГІЇ**

<i>Я. В. Зоська, Д. А. Матюхін, А. Г. Стадник, О. Ф. Ванюшина</i> ВПЛИВ СОЦІАЛЬНО-ПРОСТОРОВИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ РЕГІОНУ НА ВІДТВОРЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРАКТИК МОЛОДІ	149
---	-----

<i>Г. В. Коваль, В. К. Смик</i> НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	158
--	-----

<i>О. М. Міщенко, Є. О. Сівакова</i> РЕІНТЕГРАЦІЯ ДІТЕЙ: КОНЦЕПЦІЯ І СУТНІСТЬ	164
--	-----

<i>Т. О. Серга, Т. Й. Мудрик</i> ПОНЯТТЯ «ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР» У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ	170
---	-----

<i>Г. В. Сухаревська</i> РОЛЬ ТА ФУНКЦІЇ ЗМІ В ПОЛІТИЧНІЙ СОЦІАЛІЗАЦІЇ АКТОРА	176
--	-----

**А. К. Досенко**

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент  
доцент кафедри слов'янської філології та журналістики  
e-mail: [Likalive@bigmir.net](mailto:Likalive@bigmir.net), [o.dosenko@kubg.edu.ua](mailto:o.dosenko@kubg.edu.ua), ORCID: 0000-0002-5415-1299  
Київський університет імені Бориса Грінченка  
вул. Маршала Тимошенка, 12-Б, м. Київ, Україна

## МОБІЛЬНИЙ ДИСКУРС КОМУНІКАЦІЙНИХ ПЛАТФОРМ

**Метою статті** є окреслення нового явища «мобільний дискурс комунікаційних платформ» та виокремлення рис, притаманних зазначеному типові дискурсу.

**Методологія дослідження.** Використано індуктивно-дедуктивний метод для формування теоретичних аспектів вивчення інтернет-дискурсу; описово-аналітичний – для визначення власного терміна «мобільний дискурс комунікаційних платформ» та його характеристик; соціологічне опитування – для з'ясування думки аудиторії щодо контенту. Соціологічним опитуванням охоплено 203 особи, серед яких 116 – жінки, 87 – чоловіки.

**Результати.** У часи інтернет-спілкування виникає потреба по-новому дивитися на склад типологічних одиниць. Формування феномену дискурсу та його типології нині є актуальним питанням. У статті запропоновано авторське бачення інтернет-дискурсу, описано основні підходи до тлумачення його існування.

**Новизна.** Запропоновано визначення мобільного дискурсу, що формується на комунікаційних платформах в умовах стрімкого розвитку мобільної журналістики.

**Практичне значення.** Ґрунтовно вивчено контент соціальних мереж та шляхи формування мобільного дискурсу як теоретичного явища. Результати роботи можуть бути використані для викладання в ЗВО навчальної дисципліни «Мобільна та інтернет-журналістика».

**Ключові слова:** мобільний дискурс, комунікаційні платформи, інтернет-комунікації, феномен дискурсу.

### I. Вступ

У часи пандемії COVID-19 світ дуже змінився. Щодо комунікації спостерігаються нові тенденції її розвитку. Виникли концептуально нові способи інтернет-спілкування та інформування. Реструктурується бачення певних уже сталих феноменів, таких як соціальні медіа, блоги. По-новому варто дивитися на дискурс цих явищ з погляду науки. Актуальність питання нині залежить від того, під яким кутом сучасні журналістикознавці будуть вивчати поняття інтернет-дискурсу з огляду на його мобільність. Новітнього «дихання» сьогодні набули такі галузі інтернет-журналістики, як: мобільна журналістика та крос-медійна журналістика. Однозначно, маючи свій інструментарій, названі галузі будуть формувати новітні підходи та бачення дискурсу як процесу існування в ньому механізмів та шляхів впливу на сучасну аудиторію. А відтак, виникає актуальне поле дослідження – вивчення мобільного дискурсу мережевих аматорських медіа. Загалом варто підкреслити, що такий тип дискурсу потрібно вивчати саме на прикладі комунікаційних платформ, особливо тих, які оптимізуються під різні смартфони. Нині в соціальних комунікаціях існує низка праць українських науковців, присвячених дискурсу як феномену, а саме: Ю. Кольцова «Онлайн дискурс як новітній тип дискурсу»; С. Потапенко «Мовна особистість у просторі медійного дискурсу (досвід лінгвокогнітивного аналізу)»; С. Шестакова «Ніконіми як особлива категорія інтернет-дискурсу»; І. Велика, О. ВТупахіна «Феномен “Інтернет-дискурс” у сучасній науковій парадигмі». Загалом інтернет-дискурс розглядають у різних галузях наук: від лінгвістики до журналістики. Зазначеному питанню приділено увагу в працях таких науковців, як: М. Кіца, О. Курбан, О. Онищенко, С. Паршуков, А. Турчин, О. Філіна, М. Химиця та ін. Серед іноземців варто відзначити Раяна Пеенгша, Сарішка Рене Рідл Бен Локман, Крістін Монтаґ, Марк Дю Гріфітсб Зольт Деметровіч, Неїлтс Бірбоумер.

### II. Постановка завдання та методи дослідження

Метою статті є окреслення нового явища «мобільний дискурс комунікаційних платформ» та виокремлення рис, притаманних зазначеному типові дискурсу.

Використано індуктивно-дедуктивний метод для формування теоретичних аспектів вивчення інтернет-дискурсу; описово-аналітичний – для визначення власного терміна «мобільний дискурс комунікаційних платформ» та його характеристик; соціологічне опитування – для з'ясування думки аудиторії щодо контенту. Соціологічним опитуванням охоплено 203 особи, серед яких 116 – жінки, 87 – чоловіки.

### III. Результати

Сучасна проблема вивчення дискурсу є надзвичайно актуальною, але разом з тим не існує єдиного уніфікованого погляду щодо нього. Разом зі стрімким розвитком інтернет-комунікативістики змінюється й погляд на дискурс як на процес. Тож, перш ніж говорити про мобільний дискурс, варто визначитися, чим саме є інтернет-дискурс. На думку М. Рижкова, під інтернет-дискурсом потрібно розуміти «...когнітивно-комунікативний простір Глобальної мережі, у якому інформація передається за допомогою електронного каналу передачі даних, а їх структуризація та маршрутизація відбуваються шляхом гіпертекстуального механізму. Комунікативна взаємодія суб'єктів характеризується заміною реального образу вигаданим, а засобом комунікації слугують вербальні або паралінгвальні засоби» [8]. На думку І. Великої та О. Тупахіної, таке формулювання є досить вдалим завдяки широкому функціональному спектру. Такий контекст існування наукового терміна дає змогу вивчення шляхів передачі інформації у мережі, а також підкреслює внутрішню взаємодію між джерелом інформації та аудиторією, наголошує на засобах спілкування, каналах, а також «...акцентує увагу на тому, що віртуальна особистість не є тотожною до особистості реальної» [2, с. 62]. Н. Ахренова пропонує своє бачення терміна «інтернет-дискурс», що описує як процес створення контенту, який буде ґрунтуватися на низці сучасних та актуальних параметрів, наприклад психологічних і соціокультурних. Із цього випливає, що феномен дискурсу в інтернет-комунікаціях варто розглядати не як вузький профіль проблеми, а досить широкий, такий, що буде мультиаспектним.

Мультиаспектність дискурсу комунікаційних платформ буде будуватися як на прямій, так і на опосередкованій взаємодії різних спектрів уже існуючого та сталого дискурсу мережевих медіа. Однозначно, тут будуть задіяні культурні, психологічні, інформаційні, комунікаційні, маніпулятивні, образні механізми, які впливають на сприйняття контенту комунікаційних платформ. Такий підхід визначає дискурс як феномен складний та багатограний. Відтак, ми пропонуємо вивчати інтернет-дискурс як процес створення медійного контенту на комунікаційних платформах (нехай часто й аматорського), що ґрунтується на різних факторах: від маніпулятивних до соціокультурних, а також з урахуванням комп'ютерно-опосередкованої комунікації. У своїх працях Є. Распіна підкреслює: «Комуніканти цієї системи мають можливість спілкуватись як один з одним, так і безпосередньо звертатись до Інтернет-простору» [9, с. 3].

На думку О. Кутишенко, «Інтернет-дискурс – це масив електронних, аудіо- та відеотекстів в сукупності з екстралінгвістичними факторами, пов'язаних між собою системою гіперпосилань, доступ до яких забезпечується входом в мережу Інтернет за допомогою комп'ютера чи альтернативних мультимедійних приладів» [4, с. 286]. Отже, ми говоримо про утворення дискурсу в межах інтернет-комунікацій як абсолютно унікального явища. Це тип дискурсу формується не лише за допомогою комунікації, інформаційного обміну в групі чи спільності, а й за допомогою візуалізації, мультимедійності, мультиконтентності, кросмедійності та зміцнення інформаційної значущості, залучення автора до власного інформаційно-комунікаційного виміру, власне авторської інтенції.

К. Калініна у своїх працях зазначає: «Онлайн-дискурс являє собою процес створення тексту в сукупності з прагматичними, соціокультурними, психологічними факторами, що включає взаємодію людей і механізми їхньої свідомості – когнітивні процеси» [11, с. 63]. Отже, тут загальну тенденцію потрібно визначати від необхідності вивчення віртуального дискурсу як прототипу мобільного. Перший потрібно окреслити як такий, що має низку специфічних ознак, до яких належать, по-перше, те, що віртуальний дискурс сучасних інтернет-медіа ґрунтується на відсутності вікових інформаційно-комунікаційних тематик; по-друге, усе менше порушується тема гендерності на комунікаційних платформах; по-третє, яскравішою стає соціальна тематика; по-четверте, він формується під впливом технологічних базисів та технологій. Загалом дискурс зумовлений ще й соціальними тенденціями. Наприклад, культурологічними, ментальними факторами тощо. «Онлайн-дискурс має складний характер, він складається з безлічі самостійних тематичних центрів (політика, економіка, спорт, культура, сільське господарство, медицина, розваги, музика, кулінарія, освіта тощо)» [3, с. 110]. Дискурс інтернету – поняття багатогранне, але, як і кожна теоретична одиниця, він має свої класифікаційні ознаки, що виокремлюють його з-поміж інших типів дискурсів.

Насамперед акцентуємо увагу на зворотних зв'язках та можливостях коментувати контент комунікаційних платформ. Важливим аспектом є мультимедійний формат, можливість обмінюватися файлами, формувати свій власний цифровий канал на будь-якому гаджеті. Цифровий сигнал та підключення до загальної мережі є обов'язковими складовими сучасного онлайн-дискурсу. Тут існує пряма залежність від формування контенту на платформі, адже сама платформа розглядається як інформаційний канал, що не лише має певне значення та виконує низку функцій, а й ґрунтується на віртуальних складових. Формується дистанційний простір, що виконує зобов'язання не лише медіа, а й інформаторів, друзів, розважальних майданчиків тощо. Відповідно, формування інтернет-дискурсу та його типологічного ряду залежить не лише від інформаційно-технологічної складової, а й від настроїв самої споживачької аудиторії.

На думку сучасного британського класика Девіда Крістала, варто виокремити такі складові онлайн-дискурсу:

- «– цифровий сигнал як канал спілкування;
- віртуальність (спілкування з уявним співрозмовником);

– дистантність, а саме розмежування в просторі і в часі;  
 – опосередкованість (здійснюється за допомогою технічного засобу);  
 – мережева структура – це принципова можливість учасників віртуального дискурсу з рівною легкістю спілкуватися один з одним, незалежно від будь-яких соціальних, економічних або політичних чинників;  
 – комбінація різних типів дискурсу;  
 – специфічна комп'ютерна етика (сукупність принципів і правил поведінки людей, що спілкуються в комп'ютерному середовищі)» [11, с. 14].

Як бачимо, науковець досить ґрунтовно підійшов до виокремлення типологічних ознак онлайн-дискурсу. Разом з тим для кожного типу дискурсу в мережі виникає потреба у виявленні притаманних саме їм унікальних ознак.

Сучасні наукові тенденції в соціальних комунікаціях потребують деталізації типології дискурсу як уже існуючого, так і новітніх підходів. Одним із таких нових векторів є мобільний дискурс, що сформувався в мережевій комунікації через розповсюдження мобільних технологій, становленні мобільної журналістики.

Мобільні технології принесли в комунікаційний простір стрими як форму контентотворення. Саме через них формуються інформаційні потоки на різних типах платформ та сервісів. Така тенденція не лишилася не поміченою для українських медіазнавців. Запропоновано термін «медіасервісний текст» Іриною Мирошніченко. Науковиця стверджує, що його варто визначати так: «Медійний текст із згорнутою структурою, створений для організації медійного континууму, зручності його сприймання споживачами інформації, атрактивності подання матеріалу, який виконує номінативно-репрезентативні, акцентуаційні, навігаційні або локаційні функції» [5, с. 3]. Отже, така тенденція засвідчує розвиток новітніх медійних одиниць, які знаходять свою нішу в інтернет-середовищі, формуючи кластери теоретичних одиниць. Медіадискурс варто сприймати як відокремлену самостійну категорію, а його види – як різновиди.

Мобільний дискурс, що нині перебуває на етапі формування в інтернет-середовищі, є таким. Йому вдається синтезувати інноваційні та інтегровані аспекти формування контенту. Такий осередок, на думку І. Мирошніченко, є «головним консолідуючим середовищем для соціуму» [5, с. 3]. Відтак, варто сформулювати характеристики, що притаманні мобільному дискурсові комунікаційних платформ таким чином:

- орієнтація на широку аудиторію;
- мультимедійність та мультиплатформність;
- інтегрованість контенту;
- динамічність та технологічність;
- комунікаційна дистанційність;
- мультимодальність інформаційного простору;
- трансформованість платформного середовища.

Загалом сучасний медіатекст має безпосередні текстові характеристики, притаманні традиційному тексту ЗМІ. Подібні категорії та характеристики дають змогу говорити про оновлення базових теоретичних понять у інтернет-журналістиці. Мобільний дискурс призводить до скорочення медіатексту як провідної комунікаційної одиниці. Використання мультимедійних, графічних, фотоелементів суттєво впливає на обсяг друкованого тексту. Разом з тим спостерігається тенденція скорочення друкованого контенту в соціальних мережах та платформах. Наприклад: твіттер, інстаграм мають обмеження – 1000 друкованих знаків. Більшість користувачів зазначених соціальних мереж не робить довгих підписів, часом не використовують навіть половини із запропонованих можливостей друкування тексту. Для вивчення цієї тенденції проведено опитування серед користувачів зазначених соціальних мереж. Загальна кількість респондентів – 203 особи, серед яких 116 – жінки, 87 – чоловіки.

Результати дослідження свідчать, що користувачі мереж віддають перевагу мультимедійним та аудіовізуальним складникам під час створення власного авторського контенту. Це підкреслює необхідність вивчення мультимедійних та інтерактивних складових комунікаційного процесу на платформах та соціальних мережах (табл. 1).

Таблиця 1

**Контент соціальних мереж Твіттер та Інстаграм, %**

№	Питання	Твіттер			Інстаграм		
		Так	Ні	Не знаю	Так	Ні	Не знаю
1	Чи робите Ви дописи на своїх сторінках обсягом 900–1000 друкованих знаків?	33	47	20	40	51	9
2	Чи вважаєте ви необхідним робити дописи великого обсягу на своїх сторінках?	26	55	19	39	55	6
3	Чи вважаєте Ви наповнення сторінок у соціальних мережах аудіовізуальним контентом важливішим, ніж друкованим	69	29	2	88	9	3

Мобільний дискурс контенту платформ призводить до «урізання інформаційної та мозаїчної змістово-композиційної структури, які зосереджують увагу реципієнта на головній інформації без

деталей» [5, с. 6]. Отже, мобільний дискурс за своєю природою є досить демократичним. Така тенденція закріпилась через інформаційну доступність та відсутність інформаційного голоду в споживацької аудиторії. Але демократичність мобільного дискурсу контентотворення платформ пов'язана не лише з технічними, а й з феноменальними можливостями XXI ст. створення власного авторського інформаційного наповнення пересічними громадянами. Можливість творити медіапростір на власний розсуд створила ілюзію потужнішої світової демократичності, власного слова, можливості говорити «відкрито», приховуючи обличчя, мати голос там, де буцімто раніше користувачів ніхто не чув. Така концепція однозначно є хибною, адже цензура та адміністративні ресурси, особливо за часів інформаційної війни, відслідковують контент та видаляють за порушення. Загалом сам процес комунікації в демократичному векторі стер кордони між державами, учасниками комунікаційних груп та спільнот.

З огляду на сказане варто здійснити спробу виведення визначення **мобільного дискурсу комунікаційних платформ** як типологічної одиниці сучасних прикладних комунікаційних технологій. На нашу думку, це інформаційна складова сучасного медійного поля інтернет-простору, побудова якого ґрунтується на демократичній складовій формування контенту, діалогічному, політематичному та мультимедійному, інноваційно-технологічному векторах, що орієнтовані на широкі маси.

#### IV. Висновки

Інтернет-дискурс у XXI ст. є самостійним кластером, що стрімко формує відгалуження та типологічні ряди. Виникає необхідність деталізації других, адже саме вони мають безпосередній вплив на формування комунікаційного простору, медійного середовища та впливають на формування масової свідомості й настроїв.

Сам феномен інтернет-дискурсу активно вивчають як вітчизняні, так і зарубіжні науковці, але не знайдено уніфікованого терміна. Класифікують та описують базові характеристики існуючих типів дискурсу. Одним із таких ми вважаємо мобільний дискурс комунікаційних платформ, що сьогодні набуває фази активного розвитку та є популярним завдяки потужному використанню мобільних технологій, розвитку мобільної журналістики.

Перспективою подальших наукових розвідок вважаємо необхідність детальнішого вивчення фундаментальних характеристики різних типів дискурсів сучасного комунікаційного середовища, зокрема комунікаційних платформ як основоположних одиниць.

#### Список використаної літератури

1. Бабелюк О., Лах Д., Коляса О. Сленгізми на позначення явищ COVID-19 в сучасному англomовному інтернет дискурсі. *Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності «Львівський філологічний часопис»*. 2020. № 8. С. 14–19.
2. Велика І., Тупахіна О. Феномен «Інтернет-дискурс» у сучасній науковій парадигмі. *Science and Education a New Dimension. Philology*. 2017. № 43. С. 61–64.
3. Кольцова Ю. Онлайн-дискурс як новітній тип дискурсу. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2019. Вип. 24. Т. 1. С. 108–113.
4. Кутишенко О. Інтернет-дискурс як нових тип комунікації: структура, жанрові форми. *Медіакартини світу: формування особистості під впливом медіа*. С. 286–289.
5. Мирошніченко І. Стилістичний текст в українському масмедійному дискурсі : дис. ... канд. філол. наук. Дніпро, 2020, 275 с.
6. Половинчак Ю. Мобілізаційний та маніпулятивний потенціал дискурсу соціальних медіа в умовах перехідного суспільств. *Центр досліджень соціальних комунікацій НБУВ*. URL: [http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=448:sotsialni-media-2&catid=64&Itemid=376](http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=448:sotsialni-media-2&catid=64&Itemid=376) (дата звернення: 15.01.2021).
7. Радченко О. Інтернет-комунікації як засіб формування демократичного політичного дискурсу: складові та особливості. *Актуальні проблеми політики*. 2012. Вип. 47. С. 114–122.
8. Рыжков М. С. Прецедентные персонажи синхронного интернет-дискурса. URL: <http://lse2010.narod.ru/lcseissue8/msrizhkov> (дата обращения: 21.01.2021).
9. Распопина Е. Ю. Стратегический аспект информационного жанра интернет-дискурса : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Иркутск, 2012. 21 с.
10. Crystal D. *Language and the Internet*. Cambridge University Press, 2001. 275 p.
11. Kalinina K. V. Peculiarities of Functioning of Computer Discourse. *Horizons of modern linguistics*. 2013. Vol. 4. P. 62–64.

#### References

1. Babeliuk, O., Lakh, D., & Koliasa, O. (2020). Slenhizmy na poznachennia yavysch COVID-19 v suchasnomu anhlomovnomu internet dyskursi [Slangisms to denote the phenomenon of COVID-19 in the modern English-language Internet discussion]. *Naukovyi zhurnal Lvivskoho derzhavnoho universytetu bezpeky zhyttiediiialnosti «Lvivskiy filolohichnyi chasopys»*, 8, 14–19 [in Ukrainian].
2. Velyka, I., & Tupakhina, O. (2017). Fenomen «Internet-dyskurs» u suchasni naukovii paradyhmi [The phenomenon of «Internet discourse» in the modern scientific paradigm]. *Science and Education a New Dimension. Philology*, 43, 61–64 [in Ukrainian].
3. Koltsova, Yu. (2019). Onlain-dyskurs yak novitnii typ dyskursu [Online discourse as a new type of discourse Current issues of the humanities]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*, 24, 1, 108–113 [in Ukrainian].

4. Kutyshenko, O. Internet-dyskurs yak novykh typ komunikatsii: struktura, zhanrovi formy [Internet discourse as a new type of communication: structure, genre forms]. *Mediakartyna svitu: formuvannia osobystosti pid vplyvom media* [in Ukrainian].
5. Myroshnychenko, I. (2020). Stylistychnyi tekst v ukrainskomu masmediinomu dyskursi, dysertatsiia na zdobuttia naukovoho stupenia kandydata filolohichnykh nauk [Ukrainian mass media discourse, dissertation for the degree of candidate of philological sciences]. Dnipro [in Ukrainian].
6. Polovynchak, Yu. Mobilizatsiinyi ta manipulyatyvnyi potentsial dyskursu sotsialnykh media v umovakh perekhidnoho suspilstv [Mobilization and manipulative potential of social media discourse in transitional societies]. *Tsentr doslidzhen sotsialnykh komunikatsii NBUV*. Retrieved from [http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=448:sotsialni-media-2&catid=64&Itemid=376](http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=448:sotsialni-media-2&catid=64&Itemid=376) [in Ukrainian].
7. Radchenko, O. (2012). Internet-komunikatsii yak zasib formuvannia demokratychnoho politychnoho dyskursu: skladovi ta osoblyvosti [Internet communication as a means of forming a democratic political discourse: components and features]. *Aktualni problemy polityky*, 47, 114–122 [in Ukrainian].
8. Rzhkhov, M. S. Precedentnye personazhi sinhronnogo internet-diskursa [Precedent characters of synchronous Internet discourse]. Retrieved from <http://lce2010.narod.ru/lcseissue8/msrzhkhov> [in Russian].
9. Raspopyna, E. (2012). *Stratehychesky aspekt ynformatsyonnoho zhanra yninternet-diskursa* [Strategic aspect of the information genre of Internet discourse]. (Extended abstract of candidate's thesis). Yrkutsk [in Russian].
10. Crystal, D. (2001). *Language and the Internet*. Cambridge University Press [in English].
11. Kalinina, K. V. (2013). Peculiarities of Functioning of Computer Discourse. *Horizons of modern linguistics*, 4, 62–64 [in Ukrainian].

*Стаття надійшла до редакції 09.03.2021.*

*Received 09.03.2021.*

#### **Dosenko A. Mobile Discourse of Communication Platforms**

*The aim of the article is to outline the new phenomenon of «mobile discourse of communication platforms» and highlight the features inherent in this type of discourse.*

*Research methodology. Inductive-deductive method was used for the formation of theoretical aspects of the study of Internet discourse; descriptive-analytical method – to derive the own «mobile discourse of communication platforms» concept and its characteristics; method of sociological survey was used to study the opinion of the audience on the content. A sociological survey method was used that сщмукує 203 people, including 116 women, 87 men.*

*Results. There is communication a need to look anew at the composition of existing typological units in the times of Internet. The formation of the phenomenon of discourse and its typology is now a relevant and necessary issue. The article offers the author's vision of Internet discourse, describes the main approaches to its existence.*

*Novelty. The author offers the definition of mobile discourse, which is formed on communication platforms in the conditions of rapid development of mobile journalism.*

*Practical significance. The author thoroughly studies the content in social networks and ways of forming mobile discourse as a theoretical phenomenon. The work results can be used to teach the «Mobile and Internet Journalism» course of higher education institutions.*

*Key words: mobile discourse, communication platforms, Internet communications, discourse phenomenon.*

#### **Досенко А. К. Мобильный дискурс коммуникационных платформ**

*Целью статьи является определение нового явления «мобильный дискурс коммуникационных платформ» и выделение черт, присущих указанному типу дискурса.*

*Методология исследования. Использован индуктивно-дедуктивный метод для формирования теоретических аспектов изучения интернет дискурса; описательно-аналитический – для определения термина «мобильный дискурс коммуникационных платформ» и их характеристик; социологический опрос – для изучения мнения аудитории по контенту. Социологическим опросом охвачено 203 человека (116 женщин, 87 мужчин).*

*Результаты. Во времена интернет-общения возникает потребность по-новому смотреть на состав существующих типологических единиц. Формирование феномена дискурса и его типологии сейчас является актуальным. В статье предложено авторское видение интернет-дискурса, описаны основные подходы к толкованию его существования.*

*Новизна. Предложено определение мобильного дискурса, формирующегося на коммуникационных платформах в условиях стремительного развития мобильной журналистики.*

*Практическое значение. Основательно изучены контент социальных сетей и пути формирования мобильной дискурса как теоретического явления. Результаты работы могут быть использованы для преподавания учебной дисциплины в ЗВО «Мобильная и интернет-журналистика».*

*Ключевые слова: мобильный дискурс, коммуникационные платформы, интернет-коммуникации, феномен дискурса.*