

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА  
СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
Катедра медіакомунікацій

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
(ІННОВАЦІЙНИЙ МАГІСТЕРСЬКИЙ ПРОЄКТ)

**КОМУНІКАТИВНІ БАР'ЄРИ У ПОШИРЕННІ МЕДІАКОНТЕНТУ  
ІМ-ПЛАТФОРМ НА ПРИКЛАДІ TELEGRAM**

Виконав:

студент 2 курсу групи СК-61  
денної форми навчання  
другого (магістерського) рівня  
спеціальності 061 Журналістика  
освітньо-професійної програми  
“Аудіовізуальні медіа  
та цифрова журналістика  
Максим КРАСНИКОВ

Наукова керівниця:

докторка філософії  
з соціальних комунікацій та медіа,  
старша викладачка  
Олена ЗІНЕНКО

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Факультет соціологічний

Катедра медіакомунікацій

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Спеціальність 061 Журналістика

освітньо-професійна програма “Аудіовізуальні медіа та цифрова журналістика”

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**В. о. завідувача катедри**

\_\_\_\_\_ Л. В. СТАРОДУБЦЕВА

**З А В Д А Н Н Я**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ (ІННОВАЦІЙНИЙ МАГІСТЕРСЬКИЙ ПРОЄКТ)**  
**КРАСНИКОВА МАКСИМА АНДРІЙОВИЧА**

1 Тема проєкту: “Комунікативні бар'єри у поширенні медіаконтенту ІМ-платформ на прикладі Telegram”.

керівниця проєкту: ЗІНЕНКО Олена Дмитрівна, старша викладачка.

затверджені наказом по університету від “\_\_\_” \_\_\_\_\_ 2024 року № \_\_\_

2 Строк подання студентом проєкту: 22 листопада 2024 року

3 Перелік питань, які потрібно розробити:

- обґрунтувати актуальність теми дослідження;
- визначити мету, завдання, об'єкт, предмет, методи, теоретичну та емпіричну основу проєкту;
- окреслити наукову новизну і практичне значення роботи;
- проаналізувати досліджуваний феномен;
- виконати емпірико-практичну частину проєкту;
- зробити висновки до проведеного дослідження;
- оформити текст і список використаних джерел у відповідності до існуючих вимог.

#### 4 План роботи над проєктом

| № з/п | Назви етапів роботи                                                                                                                                         |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | Визначення структури кваліфікаційного магістерського проєкту                                                                                                |
| 2     | Збір матеріалу, добір літератури з теми                                                                                                                     |
| 3     | Робота над текстом кваліфікаційного магістерського проєкту, підготовка першого варіанту тексту у чорновій редакції, обговорення тексту з керівником проєкту |
| 4     | Доробка тексту з урахуванням пропозицій керівника проєкту                                                                                                   |
| 5     | Робота над емпірико-практичною частиною кваліфікаційного магістерського проєкту                                                                             |
| 6     | Підготовка й оформлення списку використаних джерел, рисунків, таблиць, додатків                                                                             |
| 7     | Узгодження остаточного варіанту тексту та опису емпірико-практичної частини кваліфікаційного магістерського проєкту з керівником                            |
| 8     | Підготовка анотацій до проєкту                                                                                                                              |
| 9     | Одержання висновку керівника проєкту і рецензії зовнішнього експерта на кваліфікаційний магістерський проєкт                                                |

5 Дата видачі завдання: 25 жовтня 2023 року

Студент

М. А. КРАСНИКОВ

Керівниця проєкту

О. Д. ЗІНЕНКО

## ЗМІСТ

|                                                                                                                                     |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| ВСТУП.....                                                                                                                          | 3   |
| РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ<br>ПОШИРЕННЯ МЕДІАКОНТЕНТУ В ІНТЕРНЕТІ.....                                        | 11  |
| 1.1 Поняття медіаконтенту: підходи до розуміння.....                                                                                | 11  |
| 1.2 Вектори розвитку цифрового медіаконтенту.....                                                                                   | 15  |
| Висновки до розділу 1.....                                                                                                          | 18  |
| РОЗДІЛ 2 ІМ-ПЛАТФОРМИ У ЦИФРОВОМУ МЕДІАСЕРЕДОВИЩІ.....                                                                              | 21  |
| 2.1 Поняття ІМ-платформ: виникнення та становлення.....                                                                             | 21  |
| 2.2 Комунікативний процес систем обміну миттєвими повідомленнями:<br>принципи передачі інформації та концепт “шуму”.....            | 27  |
| Висновки до розділу 2.....                                                                                                          | 41  |
| РОЗДІЛ 3 ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ БАР’ЄРІВ У<br>ПОШИРЕННІ МЕДІАКОНТЕНТУ СЕРВІСУ TELEGRAM: СУТНІСТЬ ТА<br>СТРАТЕГІЇ ПОДОЛАННЯ..... | 45  |
| 3.1 Технічні обмеження месенджера.....                                                                                              | 45  |
| 3.1.1 Перенавантаження оперативної пам’яті.....                                                                                     | 46  |
| 3.1.2 Енергоємність.....                                                                                                            | 51  |
| 3.1.3 Недосконала система пошуку.....                                                                                               | 56  |
| 3.1.4 Безконтрольний обмін цифровими файлами.....                                                                                   | 63  |
| 3.1.5 Непрозоре висвітлення оновлень та інструкцій.....                                                                             | 66  |
| 3.1.6 Розбіжності клієнтських програм.....                                                                                          | 69  |
| 3.2 Психологічні бар’єри у комунікативній взаємодії.....                                                                            | 76  |
| 3.2.1 Порухення конфіденційності даних.....                                                                                         | 77  |
| 3.2.2 Загальнодоступне відстеження цифрових слідів.....                                                                             | 81  |
| 3.2.3 Невідповідність медіаконтенту професійним стандартам.....                                                                     | 86  |
| 3.2.4 Розрив контексту комунікації.....                                                                                             | 95  |
| 3.2.5 Вибірковий контроль медіаконтенту та соціальної взаємодії.....                                                                | 99  |
| 3.2.6 Інформаційне перенавантаження.....                                                                                            | 115 |
| 3.2.7 Ненадійність інформаційного вмісту.....                                                                                       | 123 |
| 3.3 Соціокультурні перешкоди обміну інформацією.....                                                                                | 130 |
| 3.3.1 Деперсоніфікація комунікації.....                                                                                             | 131 |
| 3.3.2 Мовні розбіжності.....                                                                                                        | 141 |
| 3.3.3 Політична цензура.....                                                                                                        | 146 |
| 3.4 Фізичні перепони при поширенні й споживанні медіаконтенту.....                                                                  | 150 |
| Висновки до розділу 3.....                                                                                                          | 160 |
| ВИСНОВКИ.....                                                                                                                       | 164 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....                                                                                                     | 172 |



## ВСТУП

**Обґрунтування вибору теми дослідження.** Стрімкий розвиток цифровізації суспільства призвів до фундаментальних зрушень як у міжособистісній, так і масовій комунікації, витіснивши процес обміну інформації до віртуального простору й надавши йому абсолютно нових форм та особливостей. З огляду на подібну динаміку й функціональну специфіку трансформації процесу обміну інформацією, свою популярність змогли здобути ІМ-сервіси, котрі стали одним з ключових інструментів цифрової комунікації. Їхній вплив став відчутним не лише для особистого та професійного середовища, а також для ринку нових медіа й суспільно-політичного життя країни.

Провідною системою миттєвого обміну повідомленнями для України став Telegram, що визнаний основним джерелом інформації для 73% населення, а також пріоритетним засобом комунікації серед 81% громадян, про це стверджують дані дослідження медіаспоживання центру Internews Network. Попри свою сумнівну славу, месенджер продовжує завойовувати вітчизняне інформаційне середовище, нав'язуючи конкуренцію соціальним мережам та масмедіа у боротьбі за увагу користувача. Платформа є наймолодшою серед ІМ-сервісів на теренах Європи, що не завадило їй перехопити лідерство серед інших представників ринку й задати власні тренди у розвитку процесу створення й поширення медіаконтенту.

І як ми знаємо, будь-яке впровадження інновацій неминуче зіштовхується з викликами, месенджери створили унікальний простір для миттєвого обміну даними, однак й сформували нові складнощі для комунікації, пов'язані як з суто технічними недоліками засобу, так і психологічними й соціокультурними аспектами соціальної взаємодії у віртуальному просторі. Поява нових специфічних бар'єрів комунікації, що мають суттєві відмінності від тих, які були характерні для традиційних

засобів масової та міжособистісної комунікації, заслуговує на широкий дослідницький інтерес.

*Ступінь вивченості теми.* Наше дослідження спирається на праці, присвячені концепції сучасного цифрового простору комунікації, таких вітчизняних вчених як А. Бахметьєва, І. Бучарська, К. Горська, О. Гудошник, В. Демченко, А. Досенко, Д. Каплунов, С. Катаєв, О. Кирилова, Л. Темченко, В. Шевченко. Особливого значення в межах нашого проєкта набули дослідження специфіки дистрибуції медіаконтенту з допомогою ІМ-платформ авторства українських вчених М. Бірюкової, М. Бутиріної, Н. Данилюка, В. Жугая й Т. Кузнецової, О. Кухарської та І. Мудрої, Н. Наталіної, Н. Стебліної, І. Тонкіх, Л. Чернявської. Серед закордонних дослідників свою увагу вивченню теорії масової комунікації приділяли С. Барен та Д. Девіс, Б. Жонг, Р. Кемпбелл, Д. Ліпшульц, Р. Мунді, Р. Хансон, Д. Шендлер та ін. Дослідженнями у сфері цифрового контенту та соціальних медіа займалися вчені К. Ейхорн, Г. Кавасакі, Б. Кайє, Ф. Клемпітт, Д. Мідоф, П. Фітцпатрік. Цінними стали наукові розробки в галузі дистрибуції медіаконтенту за посередництва месенджерів від таких дослідників як Д. Ву, Х. Гонзалес, С. Левіс, А. Мей, А. Монгардіні, М. Морджия, Д. Морено, М. Ріяді, Д. Стіван, А. Суброто, Т. Сутікхо, Б. Фабос, Л. Хандаяні.

Огляд джерел за обраною темою засвідчив, що на сучасному етапі розвитку медіатеорії процес поширення медіаконтенту через ІМ-платформи не має достатнього ступеня висвітлення у науковій літературі, зокрема у вітчизняному дискурсі. Відсутні чіткі теоретичні моделі, які б враховували специфіку процесу комунікації за посередництва ІМ-сервісів та супутніх до нього проблем – характеристика функціональних особливостей створення та перешкод на шляху поширення медіаконтенту через месенджери є внеском у глибше розуміння місця даної технології серед масмедіа та її ролі у розвитку комунікаційних процесів. Вивчення специфіки обміну інформації ІМ-платформ й бар'єрів, котрі супроводжують даний процес, на прикладі Telegram не лише відкриває нові межі у розумінні сутності цифрової

комунікації, а й дозволяє дізнатись більше про можливості та загрози системи для українського інформаційного простору. Месенджер має неабиякий вплив на привабливість для бізнесу та визначні для державного сектору сегменти аудиторії, подібне визнання задає передумови ретельного дослідження сервісу. Наш проєкт закладе основи оптимізації процесу дистрибуції медіаконтенту з допомогою ІМ-технологій та визначить ключові стратегії у боротьбі з тими загрозами, котрі несе в собі Telegram для системи медіакомунікацій.

**Мета та завдання дослідження.** *Мета даної роботи* – схарактеризувати комунікативні бар'єри ІМ-платформи Telegram у процесі дистрибуції медіаконтенту та розробити ефективні стратегії, спрямовані на подолання перешкод чи обмеження їхнього впливу на ефективність комунікації. З огляду на поставлену мету нами був сформульований відповідний перелік необхідних *завдань*:

- визначити поняття “медіаконтент” у системі медіакомунікацій, окреслити вектори його розвитку як ключової частини сучасних комунікативних практик;
- розкрити сутність ІМ-платформ та специфіку процесу дистрибуції медіаконтенту за їх участі;
- охарактеризувати прояви комунікативних бар'єрів за посередництва систем миттєвого обміну повідомленнями у сервісі Telegram;
- розробити стратегії обмеження негативного впливу перешкод цифрової комунікації;

В якості *об'єкта* нашого дослідження виступає процес поширення медіаконтенту за посередництва ІМ-платформ, а *предметом* – властиві системі миттєвого обміну повідомленнями Telegram комунікативні бар'єри у дистрибуції медіаконтенту.

**Методи дослідження.** Методологію нашого проєкту представлено комплексом загальнонаукових і спеціально-наукових методів дослідження, що спираються на такі сфери гуманітарного знання як медіатеорія, соціальна

психологія, інтернет-маркетинг, інформаційні технології та кібербезпека, теорія комунікації, реклама і зв'язки з громадськістю тощо.

Серед загальнонаукових методів у нашому дослідженні застосовано структурно-функціональний та системний аналіз, синтез, опис, порівняння, типологізація та узагальнення.

Серед спеціально-наукових методів проєкту ми використовуємо такі:

- метааналіз (для систематизації та узагальнення концепцій, що слугують теоретичним підґрунтям дослідження системи миттєвого обміну повідомленнями);
- спостереження (для виконання емпірико-практичної складової нашого дослідження);
- кейс-стаді (для проведення комплексного розгляду конкретних прикладів комунікативних бар'єрів та формування стратегій подолання).

*Теоретична основа* роботи закладена теорією трансформації медіаконтенту цифрової доби дослідниці Катерини Горської, концепцією Telegram-каналів як кросмедійної платформи теоретикині Ірини Тонкіх, розвідками у галузі теорії масової комунікації британських дослідників Стенлі Барена (*J. S. Baran*) та Деніса Девіса (*K. D. Davis*), а також концепцією сучасної медіакультури за участі ІМ-платформ американських вчених Беттіни Фабос (*B. Fabos*) та Сінтії Левіс (*C. Lewis*). Ключовою для нашої роботи стала класична технократична теорія дослідження комунікації дослідників Клода Шеннона (*C. E. Shannon*) та Воррена Вівера (*W. Weaver*).

*Емпірична основа* роботи сформована такими цифровими продуктами оператора послуг Telegram FZ LLC:

- *Telegram* (створений 20 жовтня 2013 для мобільних пристроїв з операційною системою Android 4.1-15);
- *Telegram Messenger* (створений 14 серпня 2013 для мобільних пристроїв з операційними системами iOS 9-18, iPadOS 13-18 або Windows Phone 8.1-10);

- *Telegram X* (створений 22 січня 2018 для мобільних пристроїв з операційними системами iOS 8-18 або Android 4.1-15);
- *Telegram Desktop* (створений 3 квітня 2017 для стаціонарних пристроїв з операційними системами Windows 7-11 або Linux);
- *Telegram* (створений 3 квітня 2017 для стаціонарних пристроїв з операційною системою macOS 10.11-14.6.1);
- *Telegram WebK & WebA* (створений 15 червня 2021 для інтернет-браузерів Chrome, Safari, Firefox, UC, Opera, Edge та ін.).

Серед емпіричних джерел у роботі використано також й офіційний блог розробників Telegram, а також присвячені платформі користувацькі інтернет-ресурси, що висвітлюють специфіку процесів створення та поширення медіаконтенту з допомогою ІМ-технологій: інформаційні канали та дописи у Telegram, журналістські статті, а також відеоматеріали з мережі YouTube.

**Наукова новизна дослідження** розкривається у комплексному підході до вивчення бар'єрів цифрової комунікації за посередництва ІМ-технологій, що ґрунтується на актуалізації наукових підходів до розгляду практики поширення медіаконтенту, ідентифікації бар'єрів даного процесу та проведенні якісного аналізу їх проявів у межах середовища інформаційного обміну. У той час коли попередні дослідження спираються на технічні аспекти функціонування систем миттєвого обміну повідомленнями або ж обмежуються загальними принципами комунікації віртуального простору, сучасний науковий дискурс вимагає глибшого розуміння специфіки комунікативних бар'єрів, що супроводжують процес створення й поширення медіаконтенту месенджерів. У цьому питанні принципово новим було вивчення інформаційного обміну ІМ-сервісів як унікальної системи, де традиційні бар'єри спілкування зазнали трансформації та набули особливих рис. Осягнуто вплив специфічного функціонального забезпечення месенджерів як на формування комунікативних перешкод, так і їх подолання. Задля цього ми розробили власну типологію бар'єрів обміну інформації у

цифровому просторі. У межах нашої роботи свого переосмислення в контексті долучення ІМ-платформ до комунікації набула математична модель зв'язку Шеннона-Вівера. Результати дослідження не обмежились описовим характером, ми прагнули не лише виявити та категоризувати бар'єри, а й розробити ефективні, доступні для користувачів засоби зниження їхнього негативного впливу з оцінкою супутніх ризиків. Сформований комплекс заходів для подолання перешкод комунікації здобув оцінку супутніх до них ризиків – все задля того аби попередити появу нових бар'єрів. Ми створили цілісну теоретико-методологічну базу для розуміння специфіки цифрової комунікації із залученням ІМ-технологій. Подібне дослідження не лише розширило наукове розуміння сучасних комунікативних практик, а й заклало основу для прикладного вдосконалення систем миттєвого обміну повідомленнями та соціальних медіа.

**Практичне значення одержаних результатів.** Дослідження бар'єрів інформаційного обміну за участі ІМ-платформ, зокрема на прикладі Telegram, є значущим внеском у розуміння сучасних процесів медіакомунікацій, адже наразі вони відіграють вирішальну роль у формуванні українського інформаційного простору. Автори медіаконтенту разом з його споживачами здобудуть можливість оптимізації як приватної, так і масової комунікації, незалежно від сфери її реалізації, й разом з тим отримають вагомі інструменти боротьби із загрозами, котрі приховує у собі сервіс Telegram.

Ми вбачаємо у цьому досить цінний внесок у розвиток медіаграмотності користувачів, що допоможе не лише сформувати усвідомлене ставлення до цифрової комунікації разом з тими ризиками, котрі супроводжують її, а й запустити побічний процес з пошуку власних рішень щодо використання ІМ-технологій у повсякденному житті. Подібна оптимізація знайде свого відображення в координації командної роботи, діловій взаємодії, налагодженні ефективної роботи медіа, кращій взаємодії з аудиторією та вирішенню конфліктних ситуацій тощо. Журналісти, представники бізнесу та державної влади, громадські організації – кожна з

цих груп здатна суттєво повпливати на якість своєї взаємодії з інформаційним простором. Неодмінно, виявлені перешкоди та сформовані механізми їхнього подолання стануть в нагоді й для розробників месенджерів у їхній роботі, спрямованій на вдосконалення функціонального забезпечення платформ та покращення досвіду користувача. Розуміння природи комунікативних бар'єрів сприятиме розвитку культури спілкування у віртуальному просторі, що важливо для створення інклюзивного та комфортного середовища інформаційного обміну, де кожен учасник здатен ефективно доносити свої думки.

Дана робота має стати теоретичним фундаментом для подальшого дослідження місця ІМ-технологій серед засобів масової комунікації, а разом з тим й актуалізувати характеристику комунікативних властивостей систем обміну миттєвими повідомленнями та їхніх можливостей у практиці розповсюдження медіаконтенту. Безперечно, месенджери володіють власною специфікою реалізації масової комунікації та вирізняються серед інших соціальних медіа. Розуміння даної специфіки дозволить підвищити ефективність використання їхніх інструментів в процесах створення, поширення та збереження медіаконтенту.

Результати нашого дослідження можуть бути використані у професійній діяльності:

- фахівців із рекламних та маркетингових комунікацій (зادля оптимізації стратегій медіапланування, розуміння особливостей споживчої поведінки аудиторії месенджерів і врахування специфіки комунікативного процесу ІМ-технологій у розробці інформаційних кампаній);

- PR-спеціалістів (для адаптації медіаконтенту під модель споживання інформації месенджерів і вивчення функціональних можливостей взаємодії з цільовою аудиторією);

- журналістів та блогерів (для аналізу тенденцій у поширенні новинного медіаконтенту через месенджери та побудови ефективної роботи власного медіа за посередництва ІМ-платформ);

- розробників програмного забезпечення месенджерів (для розуміння досвіду користувача при взаємодії з медіаконтентом);
- дослідників сфери медіакомунікацій (для інтеграції нових знань в систему досліджень ІМ-технологій, поповнення наукової бази з обраної теми);
- представників освітньої спільноти (для підвищення ефективності залучення ІМ-технологій до організації навчального процесу в дистанційному або ж і очному форматі).

**Апробація результатів проєкту.** Ключові для магістерського проєкту тези було представлено в межах V Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених “Традиції та новації у розвитку сучасної соціологічної науки: дослідження молодих вчених” (Київ, КНЕУ імені Вадима Гетьмана, 22 лютого 2024 року) на дискусійній платформі щодо впливу соціальних та медіакомунікацій на життєдіяльність соціуму.

**Структура та обсяг дослідження.** Магістерський проєкт містить вступну частину та три розділи (у т. ч. вісім підрозділів – відповідно два у першому розділі, два у другому та чотири в третьому). Узагальнюється виклад наукового матеріалу висновками. Список використаних джерел містить 135 найменувань, з них 61 – іноземними мовами, 92 – досліджувані аудіовізуальні джерела. Робота проілюстрована 69 рисунками й однією таблицею. Сумарним обсягом роботи є 183 сторінок, з яких 161 припадає на основну частину.



## РОЗДІЛ 1

# ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ПОШИРЕННЯ МЕДІАКОНТЕНТУ В ІНТЕРНЕТІ

### 1.1 Поняття медіаконтенту: підходи до розуміння

Епоха глобалізації та науково-технічного прогресу характеризується широким впливом медіа на всі галузі людського життя. Активно змінюється соціум, а з ним великих змін зазнає і сфера комунікацій, що є однією з основ існування суспільства та має найбільшу чутливість до модернізації та вдосконалення. Класична модель комунікації модифікується – видозмінюється характер джерел інформації, функціональні та технічні можливості каналів, їх різноманіття, символіка та семіологія кодів передачі інформації, можливості адресатів. Даний тренд відзначений у науковому полі й не проходить повз уваги представників медіатеорії, викликаючи активний дослідницький інтерес [29]. У центрі вказаних змін провідне місце належить повідомленню, як основі процесу комунікації. Розгляд трансформації компонентів моделі комунікації неможливий без теоретичного осмислення технологічних, змістовних та структурних змін поняття “медіаконтент”, що передбачає характеристику його категоріальних та термінологічних особливостей, принципів створення та існування у цифровому середовищі.

Система термінів сфери медіакомунікацій гнучка і розширюється відповідно до технічних змін за рахунок запозичень категорій та понять з інших сфер соціогуманітарного напрямку, зокрема лінгвістики, культурології, економіки, соціології та філософії тощо. Українська вчена у галузі соціальних та масових комунікацій, медіадослідниця Катерина Афанасьєва зазначає, що попри тривалу практику акумулювання досвіду та знань у вивченні понять масової комунікації, їх систематизація та організація на рівні категоріально-понятійного апарату є нерозв’язаною до нині проблемою [1]. Проведений нами аналіз літератури засвідчив, що поняття “медіаконтент” популярне у науковому дискурсі та знаходиться у фокусі уваги значної

когорти дослідників, а разом з цим має міждисциплінарний характер, що забезпечує йому багатогранність у визначенні та трактуванні. Лексичне значення терміну приховане за двома частинами слова: “медіа” (з латини “medium”) – посередник, середнє або те, що знаходиться поміж чимось, та “контент” (з англійської “content”) – зміст. Варто розглянути ці частини окремо, аби наблизитись до істинної суті поняття і відмежувати їх від інших сфер.

На основі аналізу двох протилежних підходів до визначення медіа – як простору [23] та інструменту [25] інтерпретацію слова “медіа” нами умовно було зведено до основних трьох значень:

- медіа як інструмент або засіб вираження думок та реалізації процесу комунікації;
- медіа як вузол, що допомагає підтримувати зв’язок між певними вимірами соціальної реальності;
- медіа як простір, що об’єднує явища, процеси та суспільство у єдину систему.

Підкреслимо, що варіація визначень поняття вражає різноманіттями, підходів багато, а тому пропоную узагальнену модель, де я виділю найближчі до теми мого дослідження. Першою є концепція, за якої “медіа” розглядають в якості засобів поширення повідомлення. Вагомий внесок у цьому напрямку належить фахівцю з вивчення впливу медіа на аудиторію, саме в ролі інструментів комунікації – Герберту Маклуену, що послуговувався поняттям “медіа” для означення різних інструментів обміну інформацією [27]. Саме він започаткував технологічний підхід у сфері медіакомунікацій, для якого медіа узагальнюються як всі можливі засоби поширення інформації, представлені різними форматами й пристроями, цілісними системами масової комунікації – паперові видання та журнали, радіо і телебачення, а згодом і web-сайти, ігри та соціальні мережі, про що свідчать більшість сучасних тлумачень цього поняття [32]. Даний підхід вдало відображений у медіаосвітньому словнику термінів: “Медіа або мас медіа – технічні інструменти створення,

розповсюдження, запису, сприйняття та зберігання інформації з метою обміну між суб'єктом – автором повідомлення, та об'єктом комунікації – аудиторією” [6]. Однак це визначення на наш погляд не досягло бажаного рівня універсальності.

Поширена ситуація, коли “медіа” вживається як семантичний маркер, що свідчить про належність іншого поєднуваного поняття до медіасередовища, як і у випадку з контентом, аби відмежувати від інших галузей. Тобто, поняття “медіа” використовують у співвідношенні з просторовим поняттям – медіасередовище, у якому функціонує поняття “контент” як щось, що стосується суто інформаційного виміру. Такий підхід до сприйняття був закладений постмодерністами, зокрема французьким філософом Роланом Бартом та семіотиком Крістіаном Метцом, що визначали “медіа” як: “реальність, що створена технологіями та слугує для представлення Всесвіту” [34]. Соціолог і культуролог Жан Бодріяр дещо доповнив це розуміння, визначивши медіа як форму сприйняття реальності: “Всеосяжне середовище, котре є відзеркаленням людських знань та досвіду” [28]. Саме цю інтерпретацію ми й обираємо як ключову систему концептуальних координат для нашого дослідження.

Що стосується другого елементу поняття “медіаконтент” – контент, або зміст, воно серед дослідників широко використовується у значенні “інформація” та розповсюджується на все, що може бути подане аудиторії у візуальній або письмовій, аудіо-формі. Міждисциплінарний характер поняття унеможливорює наявність єдиного визначення. Однак хочу зазначити, що медіасфера конкретизує це поняття, не зводячи його до абсолюту відомостей щодо будь-якої події чи особи. Фахівці у галузі медіакомунікацій звужують цю категорію до новини або повідомлення, що має свою мету та аудиторію, тобто до продукту професійної діяльності того, хто працює над створенням та/або поширенням інформації [6]. І тут варто зосередити увагу на теорії інформації Карла Шапіро та Гела Варіана, де “медіаконтентом” називається все, що може бути перенесеним до цифрового простору. У словнику

медіатермінів вони запропонували таке визначення: “Кожний твір аудіовізуального характеру або інформація подана у формі зображення чи тексту, відео або аудіо, доступного для публічного перегляду” [22]. Не дивлячись на те, що це визначення надано декілька десятиліть тому, воно досі не втрачає актуальності.

Над розкриттям значення поняття “медіаконтент” працювали такі вчені як соціолог Вальтер Бендікс, який розглядав цю категорію у контексті культурної парадигми як систему знаків, що зрозуміла для всіх сторін комунікації й слугує для матеріалізації інформації [25], та німецький філософ Фрідріх Шлеєрмахер, який ототожнював це поняття з текстом і намагався розкрити його в рамках герменевтики, визначаючи “медіаконтент” як результат комунікації [23]. Більш сучасним є підхід теоретика засобів масової інформації Фрідріха Кіттлера, який вперше розглянув цифрову природу цього поняття. Ден Гілмор – американський дослідник цифрових медіа продемонстрував соціальний підхід до тлумачення, відомою є його теза “світ є медіа” або ж “ми є медіа” [27]. Німецький філософ Ніклас Луман визначає продуктом мас медіа (медіаконтент) все, що акумулює знання про соціальну реальність і віддзеркалює її, тим самим підкреслюючи той факт, що медіа є не лише посередником між певними сферами реальності, а й також конструюють її [33]. Класична медіатеорія в епоху діджитал-революції переживає значну метаморфозу і не може надати узгодженого та актуального визначення поняттю “медіаконтент”. В умовах регулярного оновлення цифрових технологій та мережевих платформ, концепція “медіаконтенту” вимагає нового, уніфікованого й адаптованого розуміння, а не різнотлумачення, що панує у системі термінології наразі.

Тож у контексті нашого дослідження ми пропонуємо розглядати медіаконтент як сукупність мультимедійних елементів (текст, зображення, відео й аудіо), що виконує комунікативну, комерційно-промоційну та розважальну функції та слугує інформаційним вмістом медіаресурсу, створеного або адаптованого для поширення засобами масової комунікації.

Уніфікована дефініція поняття “медіаконтент” є основою для подальшого вивчення взаємозв’язку цієї категорії з інструментами її поширення, зокрема ІМ-сервісів. Існує взаємовплив між медіаконтентом, як інформаційним вмістом, та засобами його дистрибуції – зміни одного поняття відгукується у розвитку іншого.

## **1.2 Вектори розвитку цифрового медіаконтенту**

Питання еволюції та співвідношення медіаконтенту із засобами його існування та поширення вже тривалий час складають основу для теоретичного пізнання серед дослідників. У сучасному світі інформаційних технологій, розвиток медіаконтенту в онлайн-середовищі визначається численними факторами як інноваціями у технічній складовій процесу його поширення, так змінами у суспільстві, споживацьких звичках та потребах аудиторії, вподобання якої постійно змінюються, і за якими контенту треба встигати [6]. Відповідно, вдаючись до аналізу окресленого тренду, можна виокремити три напрямки у фундаментальних змінах, яких зазнає медіаконтент під впливом цифрової епохи:

- 1) трансформація сутності медіаконтенту як продукту людської діяльності (форматів та жанрів, якісних та кількісних характеристик, властивостей інформації);
- 2) перетворення у координації процесу виробництва та дистрибуції медіаконтенту;
- 3) технологічні модифікації, оновлення та зміна функціоналу засобів масової комунікації.

Сутнісні зміни у медіаконтенті, на думку Марії Бутиріної, пов’язані з явищем глибокої персоналізації медіаконтенту – переходу до глобальної комунікації, де вся необхідна користувачу інформація міститься в межах однієї медіаплатформи. Засоби масової інформації збирають інформацію про своїх користувачів та надають можливість авторам контенту адаптувати його

під споживача, зробити індивідуальним, врахувати потреби та особливості онлайн-публіки. Відмітимо, що медіаконтент створюється під впливом низки факторів, які визначають настрої суспільства – культурні, соціальні, економічні, політичні аспекти [5]. Відповідно, медіаконтент є відображенням соціальної реальності, що представлена як авторською групою, так і аудиторією, а тому створення інформаційного вмісту є певним компромісом, з урахуванням і поєднанням ціннісних орієнтацій та поглядів на реальність обох сторін цього процесу. Можна впевнено заявити, що персоніфікація медіаконтенту, як феномен онлайн-середовища, пов'язана з бажанням аудиторії мати вплив на ту інформацію, яку вони споживають, мати свободу вибору. Це призводить до виникнення феномену “користувацького контенту” суть якого у залученні аудиторії до вироблення та поширення інформаційного вмісту. Ключовими аспектами цієї хвилі змін стала популяризація блогів, стрімінгових платформ та ІМ-технологій, які надавали інструментарій для генерації й поширення такого роду контенту [10]. Зауважимо, що цей тренд призводить до різноманіття і згаданої персоналізації контенту, і змушує бренди та медіаорганізації співпрацювати зі спільнотами та користувачами задля покращення контенту.

У випадку, коли споживач стає генератором контенту, популярності зазнають сервіси, що полегшують та роблять створення контенту доступнішим, зокрема системи штучного інтелекту. Дані платформи автоматизують і спрощують створення інформації, долають бар'єр непрофесійності аудиторії. Серед виразних змін у контенті дослідники виокремлюють паралельне споживання, коли аудиторія вдається до одночасного поєднання кількох медіа в отриманні інформації, як приклад – гортання новин у телеграмі під час перегляду футбольного матчу на ноутбучі [43]. Це спонукає творців контенту орієнтуватись не лише на візуальній складовій, а й на аудіальному сприйнятті контенту. Через жваві зміни у споживанні контенту він зазнає трансформації, урізноманітнюється та стає індивідуальним, інтерактивним.

Технологічні зміни медіаконтенту пов'язують із взаємозв'язком інформаційного вмісту з розвитком засобів його передачі, інноваціями. З тенденцій Катерина Горська виділяє підвищення рівня доступності створення контенту та його поширення, тренд демонополізації знаходить своє відображення у виникненні значної кількості медіаплатформ, що спрощують дистрибуцію принаймні цифрового контенту [6]. На думку українського фахівця з електронної реклами Д. Каплунова, медіаконтент намагаються адаптувати одночасно для телебачення, web-сайтів, соціальних мереж, мобільних додатків тощо, що вимагає від фахівців не лише розуміння принципів роботи медіаплатформ, а й здатність забезпечити їх взаємодію та сумісність [10]. День-у-день засоби масової комунікації пропонують аудиторії нові оновлення та модифікації, що полегшують процес роботи з медіаконтентом через урізноманітнення та спрощення інструментарію, зміни каналів поширення та надання змоги створювати власні майданчики для ведення медіадіяльності.

Напрямок розвитку медіаконтенту, пов'язаний з технологічними змінами, надає дослідникам можливість охарактеризувати низку особливих якостей його інформаційному вмісту. Серед них традиційно виділяють:

- мультимедійність, що розкривається через комбінацію систем знаків, доступних для інтерпретації аудиторією;
- інтерактивність, котра відображена широким функціоналом взаємодії автора або ж власника медіаконтенту з аудиторією;
- безперервність, що проявляється в можливості постійного доступу до необхідного контенту;
- фрагментованість, яка реалізується через розбиття медіаконтенту в мережі на блок/частини за різним критерієм;
- гіпертекстуальність, технічна здатність до поглиблення і розширення медіаконтенту через створення системи взаємопов'язаних текстових або мультимедійних елементів з можливістю переходу нею;

– модернізація через появу та застосування нових технічних інструментів створення і поширення контенту [43].

Координаційні зміни українські вчені Л. Чернявська та Н. Данилюк пов'язують з такими явищами й процесами як мультиплатформність та конвергенція, що перетворили медіаконтент у промисловий продукт, а його створення та поширення – в бізнес-діяльність, де інформація стає ресурсом, що зазнає обробки, пакування та відправки до свого споживача, збір відгуків та отримання доходу, оптимізація виробництва, доєднались маркетингові стратегії [21]. Як наслідок, ми можемо побачити, що медіасфера активно переходить до дистанційного та віртуального формату роботи, створення контенту спрощується, зменшується штат працівників, площі офісів.

Отже, з урізноманітненням медіаплатформ, перед фахівцями постала задача узгодження медіаконтенту між різними форматами й каналами розповсюдження, кожен з яких має власні вимоги та стандарти. Кожен з означених векторів змін закладає основу розуміння тенденцій розвитку поняття “медіаконтент” і визначає напрямки розвитку медіаплатформ, що є середовищем існування інформації.

## **Висновки до розділу 1**

Спираючись на аналіз, проведений у даному розділі роботи, можемо стверджувати, що поняття “медіаконтент”, котре є центральним для сучасної теорії медіа, перебуває у стані динамічної еволюції, спричиненої цифровізацією та глобалізацією. Розкриття його сутності, переосмислення в контексті сучасного стану технологічного розвитку людства та надання уніфікованого визначення є необхідною умовою для розуміння актуального стану комунікаційного простору в межах нашого проєкту. Дослідження медіаконтенту як ключової ланки процесу обміну інформацією враховує питання взаємовпливу засобів його створення та поширення, а отже є важливим для вивчення медіаплатформ, що надають ці засоби авторам і



користувачам. Панівні тренди, котрі охоплюють основний елемент будь-якого інформаційного обміну, встановлюють свої умови засобам зв'язку, що надають простір для його реалізації. Відповідно високі темпи розвитку технічно-функціональної складової існуючих медіаплатформ диктують необхідність регулярного переосмислення як поняття медіаконтенту, так і засобів його поширення.

Даний взаємовплив між технологічним оновленням засобів створення медіаконтенту та зміною форми вмісту є вирішальним для всіх складових процесу цифрової комунікації, зокрема її результату для учасників цієї взаємодії. Проведений нами аналіз актуальних напрямів розвитку технологій створення медіаконтенту є ключем до розуміння сутності медіаплатформ і процесів технологічних змін, що розгортаються у цих сервісах. Оволодівши цими знаннями ми зможемо розкласти процес комунікації за певними категоріями й відслідкувати чинники, котрі так чи інакше впливають на її ефективність якості. Це дозволить нам визначити оптимальні шляхи для вдосконалення засобів розповсюдження та адаптації інформаційного вмісту до умов мінливого цифрового середовища. Провідною тенденцією виступає персоналізація медіаконтенту, де традиційна модель комунікації поступається інтерактивній взаємодії між його автором та споживачем. Вміст більше не є уніфікованим продуктом, він є складовою динамічної системи, що постійно адаптується під індивідуальні потреби користувача. Відбувається перерозподіл ролей, де аудиторія переходить від пасивного реципієнта до активного співучасника творення інформаційного середовища, визначаючи характеристики кінцевого продукту. Цей факт вимагає від нас залучення актуального досвіду користувача до оптимізації процесу комунікації, зокрема урахування потреб аудиторії та її поведінкових моделей. Ми вимушені розглядати інформаційний обмін не лише з погляду комуніканта, як це було у випадку з традиційними масмедіа, а й зі сторони реципієнта.

Варто розуміти, що технологічні трансформації медіаконтенту демонструють системну еволюцію його характеристик. Згадані нами

мультимедійність, інтерактивність, безперервність та гіпертекстуальність – ці риси стають не просто додатковими властивостями, це фундаментальні принципи сучасного інформаційного вмісту, що формують образ нових медіа. Важливим також є перетворення медіаконтенту на специфічний промисловий продукт. Окреслені вектори розвитку вмісту визначають також і нову економічну модель виробництва інформації, де знання та зміст комунікації стають товарами з особливою системою дистрибуції. Медіа трансформуються у своєрідні підприємства, з власними технологіями виробництва інформаційних матеріалів, стандартами якості та засобами розповсюдження. Суттєвого значення набуває технологічний аспект, поява широкого різноманіття інструментів зі створення медіаконтенту, зокрема інтеграції до його виробництва штучного інтелекту та автоматизованих систем, що докорінно змінюють уявлення як щодо професійної журналістики, так і медіавиробництва в цілому. Бар'єри входу й залучення до цих процесів стрімко знижуються, сучасний стан розвитку інформаційного простору вимагає від медіа його демонополізації та надання більших можливостей комунікації, розширення ролі її учасників.

Загалом, схарактеризований нами взаємовплив між змінами у понятті медіаконтенту та розвитком онлайн-середовища його існування вказує на те, що медіасфера перебуває в стані постійної трансформації, де критерії ефективності та успіху напряду залежать від вміння адаптуватись до нових умов, врахувати останні технологічні інновації та споживчі потреби. Зазначені вектори розвитку медіаконтенту зумовлюють сутність сучасних засобів масової комунікації, ідеальний образ, до якого вони вимушені прагнути аби відповідати потребам аудиторії. Озброївшись розумінням актуальних тенденцій, можна виявити недоліки медіа, які негативно впливають на ефективність інформаційного обміну.

## РОЗДІЛ 2

### ІМ-ПЛАТФОРМИ У ЦИФРОВОМУ МЕДІАСЕРЕДОВИЩІ

#### 2.1 Поняття ІМ-платформ: виникнення та становлення

У світі постійних технологічних інновацій і зміни споживчої поведінки аудиторії щодо медіаконтенту, сучасна теорія медіакомунікацій активно проявляє інтерес до вивчення нових інструментів поширення інформації. Одними з таких перспективних засобів масмедійної комунікації є ІМ-платформи або спрощено – месенджери, що поступово стають невіддільною частиною повсякденного життя людини. “Instant messenger” технологія відома людству давно, однак досі не знайшла свого повноцінного висвітлення у науковій літературі в якості інструменту масової комунікації та джерела інформації. Наразі месенджери переживають другу хвилю популярності, яку здобули завдяки переосмисленню поняття “медіаконтент” і врахуванню змін у потребах аудиторії, що відобразилось у технологічному та функціональному забезпеченні сервісів. Попри це, дослідницький інтерес зі сторони медіатеорії до ІМ-платформ обмежений та слабкий [15]. Питання обґрунтування поняття “ІМ-технології” у системі медіакомунікацій науковою спільнотою не розкрито, що вимагає від нас вирішення цього завдання в межах нашого дослідження.

Серед дослідників нових медіа не існує уніфікованої дефініції месенджера, кожен виробник власного програмного забезпечення мав власне розуміння власного цифрового продукту. Етимологічно, слово “месенджер” походить з англійської мови “instant messenger” (IM) – дослівно перекладається як “миттєвий вісник” [2]. Дослідники з центру “Search Unified Communications” узагальнили поняття процесом обміну повідомленнями в режимі реального часу через Інтернет, з допомогою програмного забезпечення [13]. На нашу думку, дана дефініція не відповідає актуальному стану технічного розвитку ІМ-платформ, не враховує їх особливостей та взаємозв’язку з поняттям “медіаконтент” і потребує уточнення. В межах

нашого дослідження будемо послуговуватись власним визначенням: ІМ-технологія – це технологічний засіб електронного обміну інформаційного вмісту, що забезпечує миттєву мультимедійну комунікацію між групою користувачів за допомогою чату, дозволяючи користувачу зберігати й поширювати медіаконтент за посередництва Інтернет-мережі та цифрового пристрою. Відповідно, під системами миттєвого обміну повідомленнями або ІМ-платформами будемо розуміти програмне забезпечення комунікаційного характеру, в основу якого закладені “instant messaging” технології. Відмінність месенджерів від соціальних мереж ми вбачаємо у функціональному забезпеченні, моделі споживання медіаконтенту, стилі комунікації та технічній реалізації медіаплатформи.

Наразі в медіапросторі ІМ-технологія представлена такими сервісами як *Discord* (250 млн користувачів), *WeChat* (1,3 млрд користувачів), *WhatsApp* (2 млрд користувачів), *Viber* (250 млн користувачів), *Telegram* (950 млн користувачів), *Skype* (300 млн користувачів), *Signal* (100 млн користувачів), *Facebook Messenger* (937 млн користувачів), *Message* (1,3 млрд користувачів) (наведені вище дані актуальні станом на 16 листопада 2024 року [100]).

Спираючись на власний аналіз окреслених цифрових продуктів, можна виділити такі особливості сервісів миттєвого обміну повідомленнями у комунікаційному просторі:

- *Домінування текстового формату.* У месенджерах основна увага приділяється текстовому медіаконтенту та швидкому його обміну у формі повідомлень. Подібна форма комунікації є базовою, первинною для ІМ-технологій, вона забезпечує простоту та оперативність інформаційного обміну, однак не виключає залучення мультимедійних елементів.

- *Приватність листування.* Платформи дозволяють вести приватну розмову з користувачами без залучення сервера, тобто повідомлення залишаються суто між комунікантами. Це важливий аспект конфіденційності, що забезпечується як технічним шифруванням листувань, так і створенням повідомлень з обмеженим терміном дії.

– *Інтерактивна комунікація у режимі реального часу.* Платформи надають своїм користувачам опції з аудіо- та відеовикликів, дозволяють створювати групові або приватні конференції, надають такі функції як опитування, реакції та розіграші призів.

– *Інформаційні канали та чати.* Комунікація месенджерів реалізована через відправку текстових повідомлень в межах чату. Подібне листування може бути як міжособистісним, так і груповим, з необмеженою кількістю учасників. Масова комунікація відбувається не через тематичні віртуальні спільноти з окремою стрічкою медіаконтенту, а інформаційні канали, що мають форму блогу. На відміну від інших соціальних медіа, месенджери створювались як засіб, що зорієнтований на приватне, а не публічне спілкування. Через що вони й обмежуються функцією чату з регулюванням кількості долучених до нього осіб, в той момент, коли соціальні мережі розбудовують простір для публічної комунікації.

– *Ігрова складова й розважальні елементи.* У якості додаткового мультимедійного формату ІМ-сервіси містять у собі різні за жанром міні-ігри – казуальний тетрис та змійка, шахи й карти, пінбол тощо. Дана особливість нових медіа на думку американських дослідників Guy Kawasaki та Peg Fitzpatrick не є дивиною, це зародження тренду зі втримання уваги аудиторії, що стане визначальним для наступного етапу розвитку соціальних мереж [30]. Номенклатура ігор не обмежується власними розробками та адаптацією класичних продуктів, представлені й культові представники гейм індустрії.

– *Фінансові операції та платежі.* Залучення до процесу комунікації посередника у вигляді месенджера відкриває для користувачів функціональне забезпечення з використання цифрової валюти, зокрема для оплати товарів та послуг.

– *Автономність у процесах з обробки інформації.* Месенджери дозволяють авторам медіаконтенту без залучення сторонніх програм реалізовувати процеси з обробки інформації – редагувати текстові повідомлення та медіафайли, перевіряти інформацію на помилки, проявляти,

обробляти та кадрувати зображення, накладати візуальні фільтри, малювати на них тощо.

– *Компенсування невербальної комунікації.* ІМ-платформи надають можливість доповнювати систему невербальної комунікації сервісів, представленої візуальними елементами, власними файлами – стікерами, гіфками та емодзі. Месенджери забезпечують своїх користувачів можливістю створювати й обмінюватись відео- та голосовими повідомленнями.

– *Інтеграція автоматизованих сервісів та ботів.* Технічна специфіка роботи месенджерів передбачає модифікацію процесу комунікації не лише з боку розробників платформи, а й користувачів сервісу. За наявності необхідних знань та навичок зі створення програмного забезпечення, будь-яка людина може розробити та інтегрувати до месенджера власний додаток, представлений набором алгоритмів або штучною інтелектуальною машиною. Подібна програма буде діяти у межах ІМ-платформи на правах звичайного облікового запису, використовуючи для виконання власних функцій та алгоритмів її текстовий інтерфейс. Створений віртуальний робот зможе займатись автоматичною обробкою цифрових даних того середовища, до якого він був залучений, а також виконанням заданих йому інструкцій – забезпечувати посередництво між ними та сторонніми для месенджера сервісами, автоматизувати процеси надання послуг чи пошуку інформації. Наприклад, популярними серед аудиторії є аудіо- та відеоботи, що дозволяють прямо у месенджері слухати улюблену музику або дивитись фільми, попри те, що розробники не передбачали цієї функції.

– *Обмеження рекламної комунікації.* У той час, коли соціальні мережі мають розвинену цифрову інфраструктуру для реалізацій маркетингових кампаній, серед месенджерів реклама або відсутня як така, або ж скута в можливості пошуку своєї цільової аудиторії.

– *Спрощена система пошуку інформаційного вмісту.* Соціальні мережі зберігають увесь обсяг створених публікацій та надають користувачам легкий доступ до сформованого архіву через профіль користувача. Подібне сховище

публічне й підкріплене системою глобального пошуку з широким різноманіттям параметрів та фільтрів. Для месенджерів така система не притаманна, вони надають користувачам базовий інструмент пошуку, що допоможе орієнтуватись лише у власному медіаконтенті.

– *Деперсоніфікація спілкування.* Системи миттєвого обміну повідомленнями не вимагають від користувача публічності при вступі в процес комунікації, всю особисту інформацію можна приховати або не розголошувати. Сервіси не мають базових для соціальних мереж профілів користувача, котрі б розкривали ці дані, їх замінили обліковими записами, що відносно інших медіа мають обмежені можливості з репрезентації свого власника. Це робить комунікацію анонімною, позбавленою індивідуальних особливостей та емоційного контексту.

– *Обмін цифровими файлами.* Месенджери забезпечують підтримку більшості доступних цифровій комунікації форматів медіафайлів. Розробники не обмежують користувачів у інформаційному обміні щодо типу даних – від звичних зображень, відео та аудіофайлів до 3D-об'єктів, схем, баз даних й архівів.

– *Відсутність системи формування інформаційного простору.* На відміну від соціальних мереж, месенджери не забезпечені алгоритмічним контролем наповнення інформаційного вмісту, вони не мають єдиної стрічки медіаконтенту. Дана особливість є визначною для систем миттєвого обміну повідомленнями на думку дослідників, оскільки позбавляє їх від сталих для медіаринку моделей формування інформаційного простору. Користувачі самотужки контролюють те, який медіаконтент вони бачать та споживають, формуючи власний набір підписок на бажані джерела інформації, без втручання з боку сервісу [26]. Ця характеристика є ключовою для систем миттєвого обміну повідомленнями, у подальшому певно ми зможемо побачити як цей тренд охопить й інші соціальні медіа.

Дані особливості ІМ-сервісів закладають широкий потенціал до розвитку і роблять їх ефективним інструментом поширення інформації та

конкурентом для звичних нам соціальних мереж. Узагальнюючи скромну серію досліджень, присвячених ІМ-технології, можна стверджувати, що месенджери не є інновацією ХХІ століття, а мають тривалу історію та навіть передували Інтернет-мережі. Вперше світ почув про них у 1961 році, завдяки Массачусетському технологічному інституту та вченому Мюррею Туроффу, в якості учбової програми обміну повідомленнями між студентами. Платформа CTSS (*Compatible Time-Sharing System*) дозволяла створювати “чати” на 30 осіб і розширювала можливості листування, представлена вона була комутованим терміналом. У 1970-х роках система набула державного значення й отримала продовження в якості програми з назвою “EMISARI”, що об’єднала урядові та військові установи США, задля попередження і швидкого реагування під час надзвичайних ситуацій [31]. Користувачі системи мали змогу отримати доступ до неї через спеціальні плазмові термінали, що під’єднувались до центрального комп’ютера. З можливостей був невеликий текстовий чат, що вмщував п’ять рядків тексту і статус користувачів.

З часом функціональне забезпечення розширювалось, у 1986 році додалась візуальна частина та відеозв’язок, телефонні конференції, на початку 1990 років ІМ-платформи вийшли до широкого загалу і стали комерційним програмним забезпеченням, на той час припав і пік їх популярності, коли Інтернет зазнав широкого поширення у суспільстві [31]. Ми пам’ятаємо, як у 2009 році ІМ-платформи поступились соціальним мережам, досягнувши планки у функціональному забезпеченні та не витримавши конкуренції. Системи обміну миттєвими повідомленнями відродились у 2014 році, завдяки переходу на мобільні пристрої, чого собі ще не могли дозволити інші соціальні мережі.

Протягом останніх років можемо спостерігати значний прогрес серед месенджерів, що визначається зміною їх положення у системі комунікацій. ІМ-сервіси перестали бути суто засобом передачі інформації та альтернативою SMS та email спілкування, а стали повноцінним джерелом її



розповсюдження. Фахівці галузі нових медіа, зокрема Norman J. Medoff та Barbara K. Kaye, відмічають розширення функціоналу месенджерів та мультимедійних можливостей, перехід до кросплатформеності [34]. ІМ-платформи адаптувались до моделі споживання інформації споживачами та трендів у зміні медіаконтенту, врахувавши недоліки соціальних мереж та надавши користувачам можливість персоналізації сервісу під власні потреби, через інтеграцію з іншими сервісами та боти. На наш погляд, становлення ІМ-технології визначає нову сутність світового медіапростору та форми комунікації, що колись починалось як простий обмін текстовими повідомленнями, сьогодні перетворилось у системний та мультимедійний підхід до комунікації та роботи з аудиторією. Їм вдалось відродитись в якості нових медіа й запропонувати аудиторії вийняткові можливості для роботи з медіаконтентом, запровадивши активну роботу над вдосконаленням власного функціонального забезпечення.

## **2.2 Комунікативний процес систем обміну миттєвими повідомленнями: принципи передачі інформації та концепт “шуму”**

Вивчення унікального для теорії комунікації середовища обміну інформацією, створеного “instant messaging” технологіями, потребує від дослідника застосування специфічних методологічних прийомів, що нададуть змогу здійснити повноцінний опис процесу інформаційного обміну й розкрити нові, характерні йому особливості. У своєму аналізі ми звернемося до технократичної теорії дослідження процесу обміну інформацією, обравши в якості концептуального засобу класичну структурну модель комунікації Шеннона-Вівера. Наш вибір обумовлений опосередкованістю зв'язку цифровим пристроєм, цей крок дозволить не лише розкласти комунікацію на ключові елементи, а й застосувати особливо цінний для нас концепт “шуму” – сукупності чинників, що впливають на ефективність її реалізації у віртуальному середовищі. Технократичний підхід хоч і не дає змоги нам пояснити всю сукупність вираження комунікативної діяльності без

врівноваження інтеракційною теорією, однак дозволяє послідовно та комплексно розкрити роль інструменту зв'язку для обміну, зокрема виявити технічні особливості його перебігу та джерела можливих перешкод цифрового середовища.

Модель комунікації Шеннона-Вівера була розроблена у 1948 році й представлена в межах статті “A Mathematical Theory of Communication” технічного журналу Bell System Technical Journal американським математиком та засновником теорії інформації Клодом Елвудом Шенноном у співавторстві з комп'ютерним лінгвістом Ворреном Вівером. Дана теорія стала результатом їхньої спільної роботи у корпорації “Bell Laboratories”, дослідники ставили перед собою значно більші цілі аніж елементарна систематизація основ процесу передачі інформації між її джерелом та одержувачем, першочерговим наміром було зниження рівня спотворень й підвищення якості комунікації – насамперед телефонного зв'язку. Це заклало практичну зорієнтованість моделі й подальшу можливість її використання в ідентифікації факторів впливу на характеристики комунікації [24]. У 1949 році Шеннон та Вівер доопрацювали її, застосувавши концепцію до інших опосередкованих як масових, так і міжособистісних форм обміну, й представили її в однойменній до статті книзі – “The Mathematical Theory of Communication”.

Концепція дослідників відображає шість функціональних чинників комунікативної взаємодії, першим виступає джерело інформації, уособлене у її відправникові – особі, що створює інформаційний вміст, обирає технологічний канал передачі й здійснює надсилання повідомлення (рис. 2.1) [39]. Воно може набувати різної форми, чи то певна сукупність тексту, чи зображень або звуку, віртуальний простір надає широке різноманіття форматів передачі вмісту. У цьому контексті важливо нагадати, що саме на джерело інформації теорія комунікації покладає відповідальність за результат інформаційного успіху. Відправнику підконтрольна більша кількість параметрів організації процесу комунікації – від кодування

повідомлення до вибору адекватного його змісту та аудиторії каналу передачі. Протилежною стороною, що є пунктом призначення повідомлення є одержувач – особа, що декодує вміст та інтерпретує його, забезпечує зворотний зв'язок.

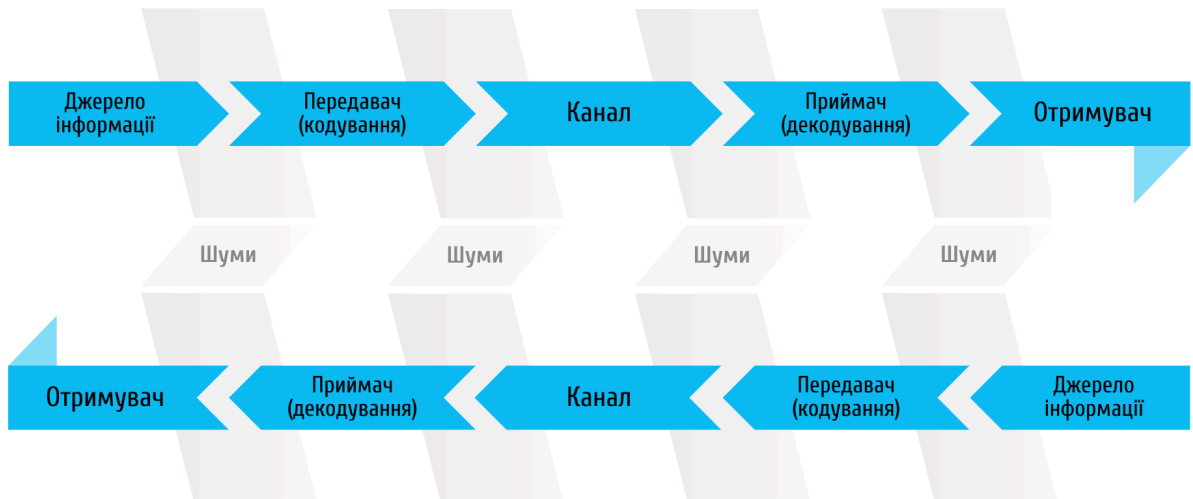


Рис. 2.1 Авторська візуалізація моделі комунікації Шеннона-Вівера

За перетворення повідомлення у певний код, зрозумілий цифровому середовищу, відповідають такі технічні посередники комунікації як передавач з боку відправника та приймач зі сторони одержувача. Обидва чинники представлені машинним засобом – відповідно перший перетворює інформаційний вміст на електронний сигнал, адаптуючи його до каналу зв'язку, а другий забезпечує зворотний процес трансформації коду в зрозумілу одержувачу форму. Серед сучасних прикладів подібних технічних посередників можемо згадати настільний комп'ютер або ж мобільний телефон, ці пристрої не лише надають людині доступ до цифрового середовища, а й забезпечують її сукупністю засобів, необхідних для взаємодії з ним й перетворення людської мови в електронні дані.

Згаданий дослідниками канал передачі є технічним засобом, що пов'язує передавач відправника та приймач одержувача у єдину систему, котра виступає середовищем існування для повідомлення та його доставки

між пристроями [39]. Прикладом подібної системи може бути як телефона чи телевізійна мережа, так і соціальні мережі Інтернет-простору, зокрема й ІМ-сервіси. Це поняття стало відомим комунікації саме завдяки математичній теорії зв'язку й спробам дослідити вплив технічних пристроїв на інформаційних обмін. Традиційно, канали комунікації поділяли на дві великі групи – засоби масової й міжособистісної комунікації. Однак, ІМ-технології зробили вирішальний внесок для того, щоб поєднати їх в межах одного засобу. Зворотний зв'язок з огляду на концепцію комунікації Шеннона-Вівера реалізується через зміну ролей відправника та одержувача при подальшому відтворенні процесу. Через що модель втрачає свій лінійний характер та набуває циклічності, подібне доопрацювання з врахуванням механізму зворотного зв'язку наблизило їх теорію до реальних процесів людського обміну інформацією.

Окремої уваги заслуговує останній чинник, який Шеннон та Вівер визначили як “шум” – бар'єри комунікації, що спричиняють спотворення повідомлення, порушують цілісність його змісту та можливість ефективного сприйняття з боку одержувача [39]. Подібні порушення дослідники розділяли на три рівні проблем, перший з них охоплював технічні недоліки обраного засобу комунікації, що визначав кількість та характер шумів. Другий спирався на семантичні складнощі, пов'язані з тим, наскільки точно передані одержувачу знаки й символи виражають бажане для відправника значення. Третій рівень розглядав проблеми ефективності повідомлення, наскільки результативно воно впливає на систему поглядів та модель поведінки одержувача відносно намірів відправника [24]. Відповідно до мети дослідження та власне наукових інтересів вчених, основних зусиль було докладено до вивчення технічного рівня проблем, розв'язання яких було пріоритетним завданням. Інші рівні залишились поза увагою й були розкриті надалі їхніми послідовниками.

Якщо ми розглянемо крізь призму даної теорії процес комунікації ІМ-платформ, ми зможемо розрізнити чинники організованого ними зв'язку й

об'єктивно наблизитись до джерел шумів, які вони спричиняють. Месенджери об'єднують суб'єктів комунікації в межах єдиної категорії – цифрового облікового запису користувача, надаючи їм широкі можливості зі створення, поширення та споживання медіаконтенту. Все задля того аби надати їм рівні права та спростити перехід між комунікативними ролями, будь-яка особа завдяки ІМ-платформі може спробувати себе як в статусі комуніканта, так і адресата. Суб'єкти комунікації можуть реалізувати себе як споживача медіаконтенту – підписника одного з інформаційних каналів, учасника цифрового чату, або ж як автора інформаційного вмісту – власника чи творця одного зі згаданих вже інформаційних каналів чи чату, який передбачає динамічну зміну ролей. Однак масова комунікація за посередництва ІМ-платформ передбачає розділення користувачів у правах відповідно до набутих ними ролей. Власники інформаційних каналів та чатів, котрі створили їх, мають ширший інструментарій реалізації комунікації – платформи залишають за ними право модерації обміну інформацією й налаштування створених каналів. Саме автор медіаконтенту визначає який вміст будуть споживати його підписники та за яких умов, яким аудиторія вимушена буде коритись. Щодо способів формування й передачі повідомлення ми поговоримо згодом, в межах огляду специфіки каналів комунікації. Обидва згадані канали зв'язку можуть бути залучені не лише до масової комунікації, а й до міжособистісної, приватної – за таких умов нерівність у правах та доступі до специфічного функціонального забезпечення месенджера, необхідного для створення та модерування інформаційного вмісту, буде помітно меншою. Приватна комунікація передбачає соціальну взаємодію зі знайомими користувачами, контактами – друзями, сім'єю, колегами та іншими категоріями з якими перебіг комунікації визначається через усні норми та правила.

У межах дослідження ІМ-технологій контактом ми будемо йменувати будь-яку особу, наділену обліковим записом сервісу, пов'язаного соціальною взаємодією з вами. Це може бути представник родини або друзів, колеги з

роботи чи співробітники, користувачі з чатів та інформаційних каналів, пересічні знайомі з Інтернет-мережі. Дана категорія напряду пов'язана з міжособистісним спілкуванням, контакти можуть у будь-який час надіслати вам приватне повідомлення, доступне лише для вас або ж ініціювати груповий чат за вашої участі. Контакт у системі ІМ-технологій є не просто технічним записом у базі даних сервісу, а потенційним каналом комунікації, який може бути як активним, так і пасивним. Ми зупинились на найпоширенішому серед дослідників підходу до визначення цього суб'єкта комунікації [42]. У більшості сучасних месенджерів контакту можна присвоїти певний статус, визначити рівень приватності та налаштувати параметри сповіщень. Це дозволяє ефективно керувати комунікаційною мережею та контролювати потік вхідної інформації, значно посилюючи вплив адресата на перебіг процесу комунікації. Важливо буде відмітити, що поняття контакту може різнитися залежно від конкретного сервісу, у випадку з Telegram контактом є особа з телефонної книги облікового запису, тоді як в соціальних мережах – це буквально будь-який користувач, що встановив з вами віртуальний зв'язок.

Важливо окрему увагу приділити ще одному суб'єкту комунікації, представленому серед ІМ-платформ – штучний інтелект. Унікальна категорія, представлена вже згаданими у межах проєкту інтегрованими до платформ автоматизованими сервісами та ботами. Будь-який набір алгоритмів, вміщений в безособовий обліковий запис користувача, здатен до завчасно визначеного своїм автором процесу комунікації. Бот може реалізовувати власну інформаційну розсилку повідомлень, спираючись на закріплену за собою базу даних, так і сприймати й обробляти запити від людей, надаючи змістовні відповіді. Сучасні боти здатні виконувати широке різноманіття завдань, від простих довідкових функцій до складних операцій з обробки та генерування інформації. На відміну від людей вони здатні працювати цілодобово, забезпечуючи миттєву реакцію на запити користувачів, а разом з тим одночасно обслуговувати велику кількість осіб, не втрачаючи якості

комунікації та персоналізований підхід. Інформаційний обмін стає можливим завдяки інтеграції природної обробки мови, що дозволяє програмному забезпеченню розуміти контекст повідомлень, адекватно інтерпретувати їх та надавати релевантні відповіді. Дослідники відзначають, що завдяки подібним інструментам, ІМ-платформи сприяють формуванню нових комунікаційних практик, недоступних іншим новим медіа [7]. Дана особливість систем миттєвого обміну повідомленнями поповнить перелік трендів, що в ближчому майбутньому охоплять соціальні медіа.

Наступні чинники процесу комунікації – передавач та приймач, сучасна епоха комунікації дозволяє нам розглянути у парі, оскільки між ними відсутня принципова різниця. Один й той самий цифровий засіб може слугувати як передавач, так і приймач, а роль власника засобу в процесі комунікації визначається намірами учасників та контекстом. Месенджери задають інформаційного обміну такої динаміки, за якої користувачі вимушені одночасно поєднувати статус комунікатора з адресатом, зокрема у групових чатах, що вимагає від цифрових засобів відповідного функціонального забезпечення та універсальності. Різноманіття доступної користувачу для реалізації комунікації техніки підкріплюється з боку систем миттєвого обміну повідомленнями кросплатформністю. Кожен з сервісів зорієнтований на власну присутність серед якомога більшої кількості цифрових пристроїв для комунікації аби забезпечити своїми послугами ширшу аудиторію.

Під кожен пристрій ІМ-платформа розробляє зручний мультимедійний інтерфейс, покликаний спростити взаємодію користувача із сервісом та забезпечити його комфортними засобами з кодування та декодування повідомлення. Наукова спільнота визначає інтерфейс необхідною основою, що дозволяє нам створювати текстові, візуальні та аудіоповідомлення, кодувати їх за допомогою зручної нам знакової системи, набору емодзі, наліпок та анімацій тощо [8]. Разом з тим, месенджери адаптують свій інструментарій під кожен тип цифрового пристрою, створюючи для кожного окремий програмний клієнт, що допомагає нашим технічним засобам

створювати та поширювати медіаконтент. Широке видове та форматне різноманіття інформаційного вмісту месенджерів визначає відповідне функціональне забезпечення сервісів для роботи з текстовими повідомленнями, аудіофайлами, відеоматеріалами та зображеннями. Кожен з месенджерів пропонує своїй аудиторії власний текстовий редактор, що дозволяє здійснювати базові операції з редагування та форматування інформаційного вмісту. Для роботи з аудіофайлами та відеоматеріалом сервіси надають нашим цифровим пристроям власний графічний редактор, програвач та меню керування файлом. Це дозволяє користувачам здійснювати базову обробку мультимедійного медіаконтенту в межах месенджера без потреби встановлення додаткового програмного забезпечення та відтворювати будь-який з медіафайлів. Окрім того, будь-який аудіо- та відеофайл, можна за згоди вивантажити на власний пристрій або завантажити у сервіс власний матеріал і поширювати його у приватних повідомленнях спільнотах чи групових чатах.

Окрім відтворення даних форматів, сервіси доповнюють наші приймачі та передавачі інструментами створення медіаконтенту – вбудований у платформу диктофон, що зорієнтований на вбудований у пристрій мікрофон, дозволяє записувати голосові повідомлення, музикальні композиції, робити дублікати аудіофайлів з мережі. Є можливість запису відеоповідомлень, для цього сервіс використовує вбудовану у пристрій відеокамеру. За винятком запису обмежених в тривалості відео- чи аудіоповідомлень, дослідники відмічають неабияку перевагу, ІМ-платформа забезпечує свою аудиторію можливістю організовувати приватні та групові відео- або ж аудіоконференції [9]. Представлені вони у форматі звичних для мобільних пристроїв, дзвінків, котрі можна зробити публічними й розширити в аудиторії, здійснити її рольовий поділ на слухачів та спікера/-ів. Будь-яка аудіо- чи відеоконференція проводиться наживо, у формі прямого етеру, що може збирати аудиторію, доєднану до каналу, в межах якого етер відбувається. Згадані формати вдало співіснують в межах платформи зі



звичними відео- та аудіодзінками. Даний функціонал задає месенджеру широкий потенціал для використання його в освітньому та корпоративному середовищах, оскільки забезпечує користувачів вищим рівнем комунікації.

Окремої уваги при розгляді інструментів для роботи з контентом як на наш погляд, так і фахівців з медіакомунікацій, заслуговує додаткове програмне забезпечення, інтегроване до платформи. Боти надають нам інтерфейс роботи зі стороннім до месенджерів програмним забезпеченням або інтегрованим до нього. Чат з ботом слугує засобом для введення функціонального запиту, текстовим інтерфейсом – користувач не просто обмінюється з програмою повідомленнями, а дає йому команду для виконання. Боти обробляють та надсилають його до стороннього сервісу, який вони представляють в месенджері – запит виконується, бот отримує відповідь й надсилає її користувачу. Тобто дане програмне забезпечення буквально є посередником одного із хмарних сервісів на ІМ-платформі – подібного роду додаткове програмне забезпечення стирає межі у функціональному забезпеченні систем миттєвого обміну повідомленнями. Користувач, не покидаючи однієї платформи, може скористатись функціями сотні онлайн-сервісів – чи то пошук музики, фільмів, ігор чи редагування фотографій, створення контент-плану, генерація зображень нейромережею тощо [31]. Ця унікальна властивість ІМ-технологій вирізняє їх серед усіх соціальних медіа, залучення додаткового програмного забезпечення стало провідним вектором розвитку месенджерів та зробило неоціненний внесок у їх рівень популярності серед користувачів.

Наступний чинник комунікації – канал зв'язку, який серед систем миттєвого обміну повідомленнями реалізується виключно завдяки створеному ними окремому цифровому простору. Він підтримується за рахунок серверної інфраструктури розробників залученої до Інтернет-мережі та підключенню користувача до неї. Саме ці складові у купі з мультимедійним інтерфейсом визначають специфіку комунікації та умови її втілення у життя. Цифровий простір не є цілісним, ІМ-платформи надають

користувачам можливість розділити його та обрати середовище взаємодії, що представлене інформаційними каналами та чатами, автокомунікацією, офіційними ресурсами.

Кожна з доступних користувачам месенджера форм комунікації має власну специфіку, пропонуємо розглянути їх детальніше:

*Інформаційний канал та чат.* При огляді цієї комунікативної категорії ми послуговуватимемось класичним для досліджень ІМ-платформ визначенням, що описує її як групу людей, об'єднану спільними інтересами, цілями або темою. Такі утворення реалізують функцію обміну інформацією, створення платформи для обговорення та дискусій, організації подій та проєктів, формування спільноти навколо ідеї [15]. Канал або ж чат може бути створений як одним автором, що генерує медіаконтент – блогером, фахівцем з певної галузі, публічною особою, так і групою авторів – медійна компанія або видання, група ентузіастів, компанія чи бренд. Важливо зазначити, що взаємодія з інформаційними каналами та чатами може бути як закритою, наприклад у випадку з чатом обмеженим за кількістю учасників, так і публічною – в межах масового тематичного каналу або чату. Канали та чати поділяються за рівнем доступу, вони бувають як загальнодоступними, відкритими кожному для попереднього перегляду та долучення, так і закритими, відділеними від інформаційного простору штучним бар'єром доступу, який надається за рішенням власника.

Канали та чати, що є аналогом віртуальних спільнот соціальних мереж, представники ІМ-платформ, зокрема і Telegram, часто поділяють за на види за векторністю взаємодії між користувачами, залученими до них. Нами їх було умовно розділено на такі категорії як “чат”, “форум” та “канал”, оскільки кожен з месенджерів має власне позначення для них. Чат є багатовекторною формою, де кожен користувач у рівній мірі залучений до процесу комунікації через текстовий, голосовий або відео-чат. Цю категорію у роботах, присвячених месенджерам, традиційно сприймають саме за формою взаємодії – чат є простором для інформаційного обміну безмежної кількості

людей в реальному часі. Форуми ідентичні за формою взаємодії та своїми комунікативними властивостями, однак вирізняються способом організації процесу комунікації. Вони дають можливість своєму власнику поділити загальний чат на окремі частини, за тематичним спрямуванням. Такі чати всередині одного великого чату відомі користувачам як “гілки обговорення” – кожна з них присвячена окремій темі єдиної бесіди [38]. Базовою формою для месенджерів є одновекторний інформаційний канал, де є джерело інформації – власник або власники каналу та аудиторія, що її споживає. Медіаконтент подається у формі розсилки публікацій, поєднаних в єдину стрічку. Аудиторії, за рішенням власника, надається можливість реагувати на інформацію через коментарі або символічні реакції, які імітують невербальну комунікацію. Технічно функція генерації контенту у первісних каналах залишається за власником, однак не виключена можливість долучення аудиторії. Подібна форма комунікації, на наш погляд, надає джерелу інформації повний контроль над процесом її реалізації.

*Офіційні канали зв'язку.* Зазвичай ІМ-платформа залишає за собою право сформувати приватні канали зв'язку з кожним користувачем, як для власного користування, так і для надання зовнішнім агентам, наприклад, державним органам. Подібні канали використовуються у якості інформаційної розсилки соціально значущої інформації – щодо оновлень сервісу, важливі опитування про зміни на платформі, отримання зворотного зв'язку, дослідження користувацького досвіду, попередження про збої чи загрозу, повідомлення щодо підтвердження входу чи підозрілу активність облікового запису тощо.

*Автокомунікація.* Однією з новинок ІМ-платформ, що активно обговорюється серед дослідників, є надання користувачам власного сховища для зберігання медіаконтенту. Будь-яке повідомлення, створене для певної віртуальної спільноти або ж самим користувачем, та має цінність для нього – може бути збереженим у спеціальному чаті, де єдиним учасником є власник облікового запису [3]. За допомогою такого сховища користувач може набути

статусу джерела інформації та адресата одночасно, залишаючи собі нотатки або нагадування, зберігати важливі для себе повідомлення та посилання, вести особистий щоденник або планувати майбутні події. Більшість сервісів дозволяє створювати додаткові чати подібного типу й штучно обмежувати коло учасників на собі, використовувати їх як сховище.

Кожне з цих середовищ підтримується широким тематичним та жанровим різноманіттям, доступним для цифрових медіа. Як і в інших засобах масової комунікації, роль повідомлення у межах інформаційного обміну відіграє медіаконтент, який зазнав значних змін та переорієнтування, відійшовши від початкових обмежень суто текстовим форматом повідомлень. Теоретики відзначають, що месенджери виступали альтернативою SMS та email-комунікації, однак за останні роки конкуренти змінились, а разом з ними змінився і підхід до комунікації [1]. Розробники намагались охопити всі доступні соціальним мережам формати контенту – від текстових постів та аудіодзвінків до довгочитів та ігор.

Проаналізувавши актуальні цифрові продукти, що використовують ІМ-технологію, ми виділили п'ять категорій медіаконтенту за форматом:

- *текстовий* (публічні дописи для інформаційних каналів та чатів, а також особисті повідомлення, коментарі, мережа гіперпосилань, текстові історії (stories), рекламні оголошення, опитування чи інтегровані документи);
- *відео* (історії, відеоповідомлення, демонстрації, GIF-повідомлення та анімації, відеоконференції, запозичений або власного авторства відеоматеріал – фільми, серіали, кліпи тощо);
- *аудіо* (голосові повідомлення, виклики та аудіоконференції, сторонні або власного авторства аудіофайли – подкасти, музикальні композиції, інтерв'ю, записи голосу та звуків);
- *зображення* (історії, стікери та емодзі, фотографії, QR-коди, скріншоти, ілюстрації та графічні матеріали, колажі, архіви з фотоматеріалами тощо);

– *мультимедіа* (вікторини, квести та опитування, довгочити, міні-ігри й прямі трансляції).

Стандартне для месенджерів повідомлення містить принаймні один зі згаданих нами форматів, який за потреби може бути доповнений іншими категоріями. Окреслені зміни у форматах інформаційного вмісту відображають тенденції розвитку поняття “медіаконтент” й нові потреби аудиторії, що прагнуть до різноманіття.

Останнім й найбільш важливим для нас серед елементів комунікації, визначених Шенноном та Вівером в межах їхньої математичної концепції, є чинник так званих “шумів” – специфічних бар’єрів комунікації, котрі перешкоджають ефективному інформаційному обміну у віртуальному просторі [39]. Завдяки цифровій природі зв’язку та широкому різноманіттю функціонального забезпечення, даний концепт у контексті ІМ-платформ набуває багатовимірного характеру. Аналізуючи комунікативні бар’єри систем миттєвого обміну повідомленнями, ми зосередимось на виявленні опосередкованих засобом зв’язку перешкод та формуванні дієвих технологій обмеження їхнього впливу. Вдамося до наслідування прикладу американських вчених й обмежимося технічним рівнем проблеми, задля встановлення адекватних та відповідних завданню меж дослідження. Втім, це не означає, що при аналізі слід зупинятись суто на технічних аспектах комунікації – ми зосередимось на всіх загрозах, обумовлених особливостями засобу зв’язку. Аби виявити, впорядкувати та надати комплексну характеристику комунікативним бар’єрам ІМ-платформ ми розробили для них власну типологію. Заради її створення ми узагальнили власний досвід користувача, здобутий нами за шість з половиною років активного використання месенджерів як для міжособистісної, так і масової комунікації. Нам вдалось виокремити чотири основні типи бар’єрів інформаційного обміну цифрового середовища за участі ІМ-платформ – технічні недоліки, психологічні й соціокультурні перешкоди, а також фізичний вплив зовнішнього середовища та комунікатора (рис. 2.2).



Рис. 2.2 Авторська типологія бар'єрів цифрової комунікації

Дана типологія відіграє надважливу роль для нашого дослідження, вона допоможе виокремити конкретні приклади прояву бар'єрів комунікації для кейс-стаді й стане в нагоді при систематизації здобутих знань. При відборі випадків ми спираємось як на реальні, так і гіпотетичні ситуації, однак кожен з кейсів зберігатиме релевантність відносно обраної теми та встановлених цілей. Збір даних щодо обраних ситуацій не обмежиться ІМ-платформою Telegram, у нагоді стануть дотичні до даного сервісу інформаційні ресурси, що збирають та публікують дані відносно специфіки комунікації за посередництва цифрових продуктів компанії Telegram FZ LLC. Якісний аналіз зібраних даних передбачає ідентифікацію та вторинну номінацію перешкод інформаційного обміну, подальшу інтерпретацію – розкриття сутності явища у природних для нього умовах. Український дослідник соціальних комунікацій та методист Костянтин Богомаз відзначає, що це обов'язкова умова для виявлення глибинних причин бар'єрів комунікації та початку розробки ефективних стратегій їхнього подолання в умовах інформаційного суспільства [4]. Ми створюємо підґрунтя для формування комплексного підходу до оптимізації інформаційного обміну та підвищення ефективності його перебігу. Розроблені стратегії супроводжуватимуться оцінкою ризиків впровадження запропонованих заходів – все задля того, щоб запобігти виникненню нових перешкод. Особлива увага буде приділена адаптивності запропонованих рішень як щодо інших ІМ-платформ, так і досліджуваного комунікативного середовища, це дозволить швидко реагувати

на будь-які зміни обміну інформацією та коригувати стратегії відносно нових викликів.

Процедура проведення дослідження перешкод у поширенні медіаконтенту за посередництва сервісу Telegram вимагає від нас операціоналізації ключового для нашої роботи поняття “бар’єр комунікації”. Нам би хотілось уточнити визначення, сформульоване Клодом Шенноном та Ворреном Вівером в межах їх математичної концепції у 40-х роках ХХ століття та оновити його до вимог цифрової епохи зв’язку. Ми розглядатимемо комунікативні бар’єри як чинники, що перешкоджають процесу ефективної передачі та сприйняття медіаконтенту між комунікатором та реципієнтом. Наслідки їхнього впливу на комунікацію ми вбачаємо у спотворенні або втраті змісту повідомлення, порушенні зворотного зв’язку та взаєморозуміння між учасниками комунікації, зниженні ефективності досягнення комунікативних цілей, виникненні нерівності у відносинах між комунікатором та реципієнтом, а також підвищенні рівня емоційного напруження зі зниженням рівня довіри до джерела повідомлення.

Отже, від цього моменту ми маємо все для того, щоб зосередитись на вивченні конкретних проявів бар’єрів комунікації у віртуальному середовищі, створеному з допомогою “instant messaging” технологій. Наш вибір припав на сервіс Telegram, що обумовлено його популярністю серед українського сегмента аудиторії. Відтепер ми маємо виявити перешкоди й упорядкувати їх згідно із затвердженою типологією, підкріпивши наочною демонстрацією їхнього прояву в процесі комунікації за природних умов.

## **Висновки до розділу 2**

Даний розділ ми присвятили розкриттю поняття ІМ-платформ у контексті системи медіакомунікацій, що дало нам змогу окреслити межі об’єкта дослідження та доповнити методологічну основу дослідження, зокрема виокремити ключові риси систем миттєвого обміну повідомленнями,

що визначають специфіку комунікації. Узагальнивши теоретичні підходи до вивчення “instant messaging” технологій, ми дійшли висновку щодо необхідності уточнення поняття “месенджер” з огляду на сучасні реалії розвитку цифрових комунікацій. Ми пропонуємо визначити месенджер як технологічний засіб електронного обміну інформаційного вмісту, що забезпечує миттєву мультимедійну комунікацію між групою користувачів за допомогою чату, дозволяючи користувачу зберігати й поширювати медіаконтент за посередництва Інтернет-мережі та цифрового пристрою. Подібна дефініція стала результатом нашого прагнення сформулювати теоретичне підґрунтя подальшого аналізу інформаційного обміну з допомогою ІМ-технологій та зацентрувати на специфічній природі цифрової комунікації месенджерів.

Аналіз типових з огляду на широке визнання та популярність представників систем миттєвого обміну повідомленнями, зокрема таких сервісів як WhatsApp, Facebook Messenger, Viber, Telegram, Discord тощо, допоміг виявити ключові функціональні особливості месенджерів. Серед характерних рис шифрування приватного спілкування, домінування текстового формату з механізмами компенсування невербальної комунікації, опції з проведення фінансових операцій та обміну цифровими файлами, деперсоніфікація комунікації, відсутність системи формування інформаційного простору. Особливо цікавою стала інтеграція штучного інтелекту та сторонніх сервісів до платформи й автономність процесу створення, обробки медіаконтенту. Кожна з виокремлених рис знайде свого подальшого розгляду у ході нашого дослідження при розкритті їхнього впливу на ефективність реалізації комунікативної взаємодії.

У межах розділу ми здійснили змістовний огляд історії виникнення та становлення ІМ-платформ серед засобів масової комунікації задля систематизації знань щодо процесу їхнього розвитку. Месенджери знаходяться у стані перманентної метаморфози, що як у технічному, так і в комунікаційному вимірі є прагненням цифрових платформ до



самоактуалізації та вдосконалення. Вони надають сфері комунікацій інноваційні інструменти комунікації в процесі модернізації та переосмислює саму суть поняття “систем миттєвого обміну повідомленнями”. Одним із вимірів даного процесу є розгалуження інструментарію, призначеного для створення, поширення та збереження медіаконтенту. Широке різноманіття функціонального забезпечення, яким представлений Telegram на даному етапі свого розвитку дає можливість здобути доступ до широких мас аудиторії й реалізовувати професійну інформаційну діяльність, відповідну сучасним вимогам до масмедіа. Однак подібний стрімкий розвиток неможливий без породження нових проблем для комунікативного середовища та загострення сталих труднощів. Детальне вивчення посталих загроз та розробка ефективної стратегії з мінімізації їхнього впливу є ключовим завданням для нашого проєкту.

Звернувшись до структурної моделі комунікації американських дослідників Клода Шеннона та Воррена Вівера, ми змогли здійснити комплексний опис процесу цифрової комунікації й розкрити нові, характерні йому особливості. Зокрема, виділити функціональні чинники інформаційного обміну за посередництва ІМ-технологій, що визначають сутність даного процесу – суб’єктів взаємодії, представлених джерелом інформації та її отримувачем, передавач та приймач як технічні засоби реалізації, а також основу у вигляді каналу зв’язку. Дана модель надала нам можливість не лише структурувати процес передачі інформації, а й зрозуміти, як різноманітні елементи комунікації можуть сприяти або ж навпаки – ускладнювати процес передачі медіаконтенту через ІМ-платформи. Особливо цінним став запропонований теорією концепт “шуму”, що допоміг нам сформулювати власну дефініцію поняття “бар’єр комунікації” та розробити типологію перешкод інформаційного обміну в межах віртуального простору ІМ-платформ. Задля їхнього подальшого дослідження методом кейс-стаді, нами було виділено чотири типи перепон – технічні обмеження месенджера, психічні та соціокультурні бар’єри, а також фізичний вплив зовнішнього середовища та

комунікатора. Сукупно, ми завершили підготовку до емпіричного дослідження перешкод інформаційного обміну месенджерів, визначившись з межами та операціоналізацією понять.

## **РОЗДІЛ 3**

# **ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ БАР'ЄРІВ У ПОШИРЕННІ МЕДІАКОНТЕНТУ СЕРВІСУ TELEGRAM: СУТНІСТЬ ТА СТРАТЕГІЇ ПОДОЛАННЯ**

### **3.1 Технічні обмеження месенджера**

У даному підрозділі ми проаналізуємо шість бар'єрів комунікації зумовлених технічними недоліками та збоями месенджера Telegram як обраного засобу зв'язку. До зазначених бар'єрів комунікації належать чинники, безпосередньо пов'язані з функціональним забезпеченням, програмними обмеженнями та специфікою технічних характеристик засобу реалізації процесу комунікації. Технічні бар'єри здійснюють негативний вплив на ефективність обміну інформацією незалежно від поведінки чи емоційного стану його учасників, змісту повідомлення або впливу навколишнього середовища. Їхній прояв помітний на етапах залучення до комунікації цифрових засобів – від початку процесу із перетворення інформації, вираженої механізмами природної мови у цифровий набір умовних символів та її трансляції у вигляді електронного сигналу технічною мережею до зворотної операції з розшифрування інформаційного вмісту в зрозумілу адресату форму. У межах підрозділу ми визначимо вплив обсягу оперативної пам'яті та об'єму акумулятора цифрового пристрою на процеси створення й передачі медіаконтенту, занутившись глибше у проблему ресурсного забезпечення технічного апарату комунікації та месенджера Telegram. Розглянемо дефекти ІМ-платформи у процесах впорядкування інформаційного вмісту та орієнтування у цифровому просторі. Окремої уваги здобудуть вразливості інформаційної політики Telegram щодо свободи обміну медіафайлами та непрозорого висвітлення для користувачів оновлень й інструкцій платформи. Разом з тим, окреслимо шкідливу роль асинхронності виходу згаданих нових версій програм серед паралельно існуючих

клієнтських програм. Рухатимемось у зазначеному порядку відповідно до плану проведення дослідження.

*3.1.1 Перенавантаження оперативної пам'яті.* Активне використання Telegram для інформаційного обміну призводить до швидкого накопичення медіаконтенту в цифровому сховищі пристрою, що переповнюється й уповільнює подальшу роботу месенджера (рис. 3.1). Чому це відбувається? Медіаконтент ІМ-платформ є обсягом цифрових даних, що вимагає від електронного пристрою певних ресурсів для роботи з ним. За технічною довідкою ці потужності мають назву “оперативна пам'ять” – засіб швидкісного виконання поточних задач зі збереження та обробки цифрових даних, зокрема відповідає за миттєве відтворення медіафайлів та технічну роботу програмного забезпечення [64]. Їх можна розглядати як ресурс, необхідний для комфортної роботи електронного пристрою.

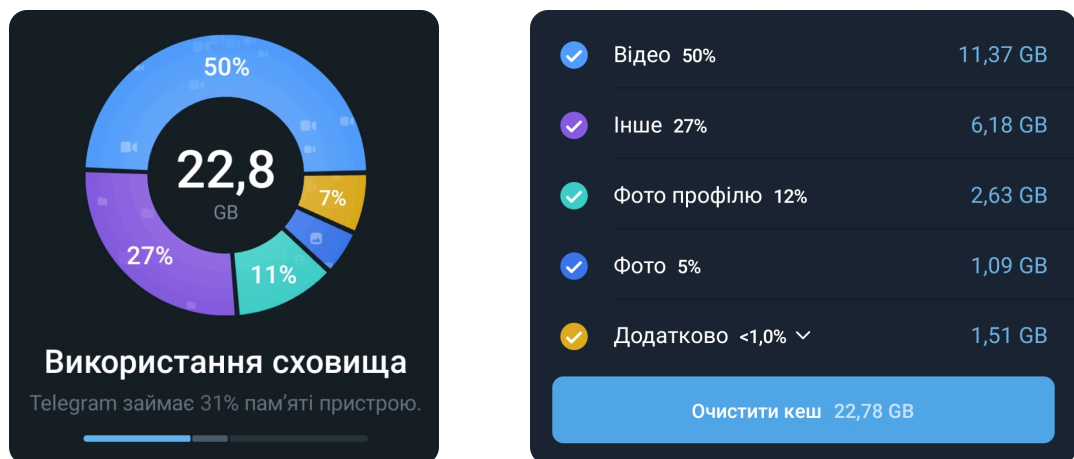


Рис. 3.1 Критичне заповнення цифрового сховища вмістом Telegram [120]

Вона забезпечує швидкий доступ до інформації, що активно використовується програмами та операційною системою під час роботи цифрового пристрою. Оперативна пам'ять обмежена у своєму обсязі й не здатна містити у собі значну кількість інформації та працювати з великою кількістю програм та додатків. Розробники заявляють, що переповнення оперативної пам'яті призводить до уповільнення або повного блокування процесів обробки та зчитування медіафайлів та текстових повідомлень –

подовжитися або зупиниться час їхнього завантаження, знизиться якість відтворення аудіовізуальних матеріалів, а разом з тим і уповільниться загальна робота месенджера (рис. 3.2, рис. 3.3) [91]. До перенавантаження оперативної пам'яті призводить надмірне споживання медіаконтенту – насиченість інформаційного обміну великими за обсягом аудіовізуальними матеріалами, надлишкова кількість інформаційних каналів та спільнот, залучення до роботи великої кількості додатків або ж наявність значної кількості тривалих чатів.

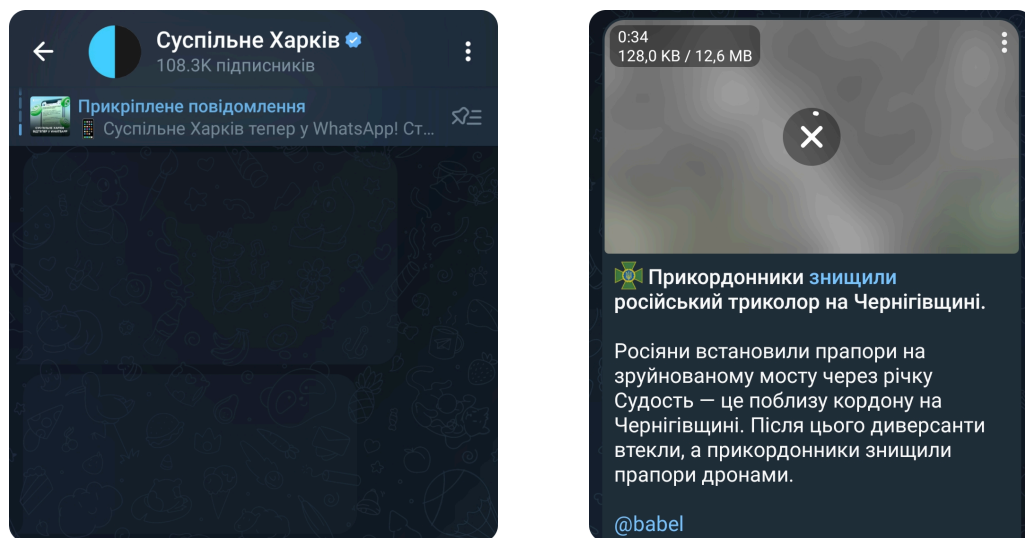


Рис. 3.2 Скриншоти проявів уповільнення завантаження вмісту Telegram [119]

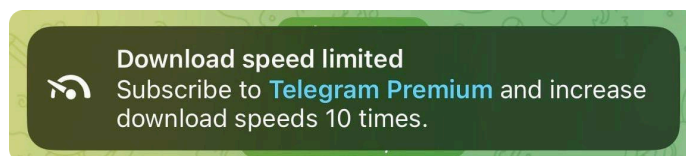


Рис. 3.3 Скриншот оповіщення про гальмування роботи Telegram [120]

Звісно ж, оперативна пам'ять має здатність до очищення, адже вона призначена саме для тимчасового зберігання даних, однак проблема полягає в тому, що за умов інтенсивної роботи з цифровими даними, сховище може не встигати очиститись до переповнення. Інтенсивною роботою її забезпечує технічна специфіка Telegram – месенджер дозволяє користувачу використовувати для власного функціонування майже необмежений обсяг

інформації. Розробники вказують, що зумовлено це широким функціоналом платформи та свободою користувача щодо медіаконтенту [107]. Сервіс дозволяє зберігати в оперативній пам'яті необмежену кількість повідомлень від інших користувачів та до 1 мільйона повідомлень з інформаційних каналів – дописів, світлин, відео тощо. Разом з цим, за даними TgInfoMe, месенджер дає змогу одночасно бути підписаним на 500 каналів або спільнот [59]. Це неймовірна кількість медіа та генерованого контенту, який осідає в оперативній пам'яті, завантажуючись для попереднього перегляду та швидкого доступу. Telegram дозволяє користувачам оперувати великими за обсягом файлами (до 2 ГБ) і навіть власними сховищами GIF-файлів та анімованих наліпок [59]. І це лише незначна частина функціоналу та меж, встановлених для користувачів, перелік можна продовжити. Платформа вимоглива до обсягу оперативної пам'яті цифрового пристрою та Інтернет-трафіку, однак натомість вона надає значних можливостей у поширенні та споживанні медіаконтенту. Ускладнює проблему її прихований від очей користувача характер, цифровий пристрій у більшості випадків не оповіщує про переповнення сховища.

Уникнути проблеми можна шляхом оптимізації управління оперативною пам'яттю та раціоналізації споживання медіаконтенту. Типовим для Telegram є невтручання у розподіл потужностей цифрового пристрою – вся відповідальність за взаємодію сервісу з ним лягає на плечі користувача, що мусить вручну організувати цей процес. За управління оперативною пам'яттю відповідає вкладка “Дані та сховище”, задля оптимізації її використання та встановлення для неї прийнятних обмежень, користувачу слід повністю відімкнути автозавантаження медіа. Можна вдатись до менш радикальних дій та вручну встановити обмеження з автозавантаження таких форматів як фото, відео, медіафайли та історії. Користувачу доступний вибір того, з яких джерел інформації медіаконтент буде завантажуватись завчасно до перегляду, а з яких ні (рис. 3.4). Дана дія унеможливить виконання операцій Telegram щодо завантаження медіаконтенту тих чатів та

інформаційних каналів, що безпосередньо не залучені до інформаційного обміну в момент використання сервісу.

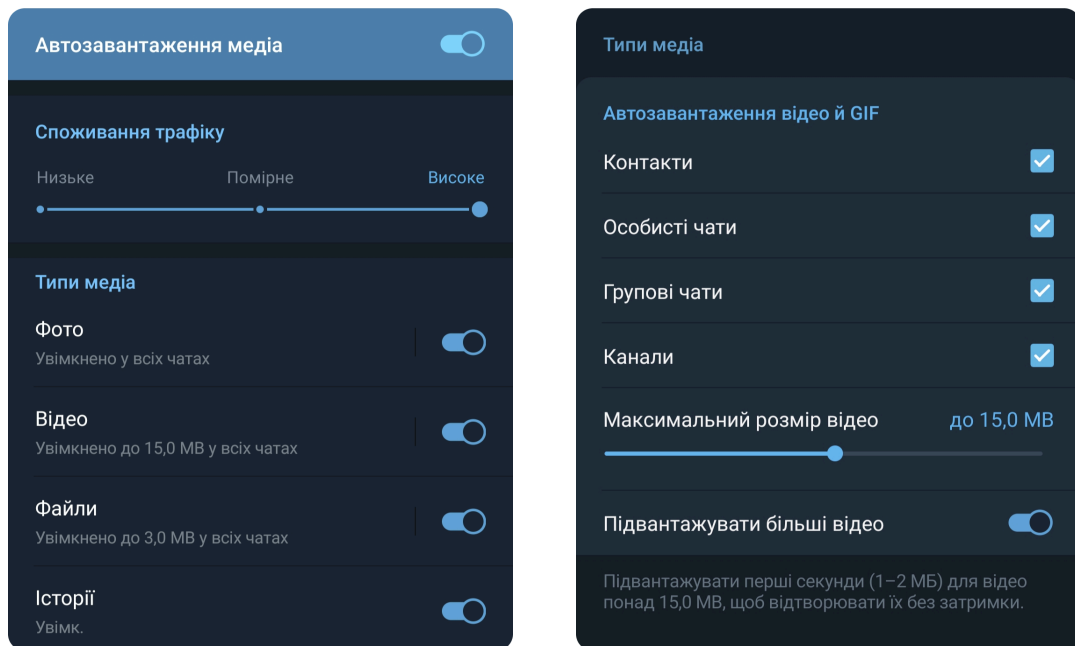


Рис. 3.4 Скриншот з налаштувань обмеження автозавантаження медіа [120]

Це означає, що платформа перестане неконтрольовано завантажувати та зберігати інформаційний вміст всього списку підписок користувача до оперативної пам'яті – користувач сам буде обирати, який медіаконтент йому потрібен в певний момент. ІМ-платформа робила це для того, аби миттєво надати актуальну частину інформаційного вмісту з будь-якого каналу чи чату, куди б не завітав користувач. Ці непотрібні користувачу медіафайли та повідомлення перестануть завантажуватись без його волі. Перехід до ручного управління медіафайлами знизить рівень комфорту користувача та уповільнить споживання аудіо, зображень та відео – слід буде зачекати певний час доки вони завантажаться за запитом користувача до оперативної пам'яті, такою є ціна за економію ресурсів цифрового пристрою.

Наступний крок доступний через вкладку “Використання сховища” – вона відображає скільки наразі Telegram використовує цифрової пам'яті пристрою. З доступних нам рішень є налаштування автовидалення медіа з

оперативної пам'яті – для усіх джерел має бути встановлений термін не більший за 1 добу (рис. 3.5).

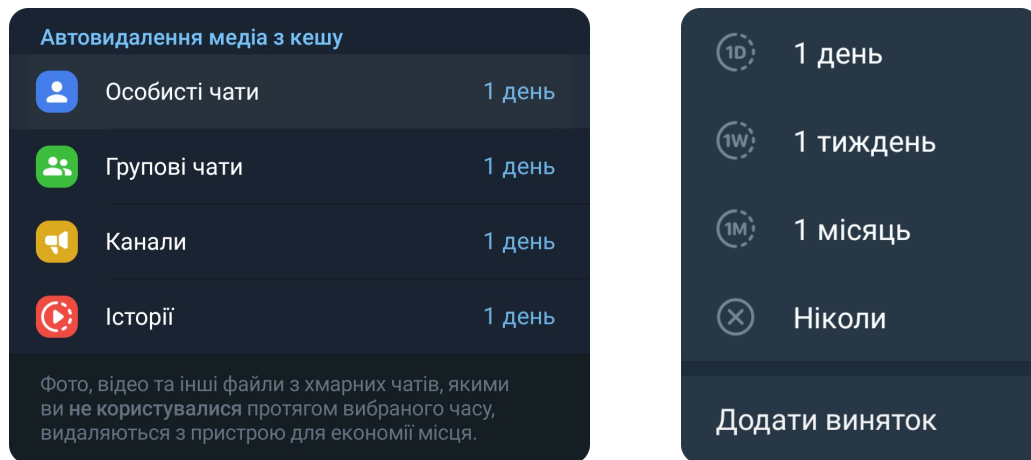


Рис. 3.5 Скриншот налаштувань з очищення оперативної пам'яті Telegram [120]

Даний крок зменшить ризики переповнення оперативної пам'яті до моменту її самоочищення та уповільнення роботи Telegram. Варто звернути увагу на можливість встановити винятки для окремих джерел інформації, що містять часто відтворюваний вміст. Це допоможе дещо підвищити рівень комфорту у пошуку балансу з навантаження цифрової пам'яті сервісу. Наданий комплекс рішень пришвидшить стандартний термін очищення пам'яті та позбавить користувача інформаційного вмісту, яким він не користується. Доповнити попередні інструкції можна впорядкуванням медіаконтенту. Telegram надає доступ до величезної кількості та різноманіття інформації, однак будь-який користувач спроможний сам визначити свою міру. Аби не перенавантажувати оперативну пам'ять – слід не перенавантажувати самого себе, задати норму в споживанні медіаконтенту, обмежитись певною кількістю джерел інформації, позбавивши себе її надлишків. Від обсягів зайвої інформації залежать обсяги звільненої оперативної пам'яті – чим менше непотрібного буде до неї надходити, тим повільніше вона буде переповнюватись і відповідно ймовірніше встигатиме очиститись.



*3.1.2 Енергоємність.* Будь-який мобільний пристрій обмежений зарядом вбудованого акумулятора, що визначає час та потужність його роботи. Згаданий вище інтенсивний інформаційний обмін негативно впливає не лише на оперативну пам'ять, а й призводить до значних витрат енергії – другого типу ресурсу, котрий необхідний для роботи з обсягом даних. Широкий набір функціонального забезпечення та доступних користувачу форматів медіаконтенту, насиченість комунікації великими за обсягом медіафайлами – усе це вимагає від цифрового пристрою більших ресурсів.

Робота Telegram реалізується через виконання великої кількості непомітних для користувача фонових процесів – операцій з актуалізації змісту інформаційних каналів, завчасне завантаження медіаконтенту, перевірка наявності нових повідомлень, оновлення статусу користувачів тощо. Реалізація цього комплексу операцій потребує від пристрою значної кількості енергетичних ресурсів. Для своєї роботи Telegram вимагає постійного під'єднання до віддалених серверів, все задля миттєвого отримання повідомлень та оновлення інформаційного вмісту – підтримка цього під'єднання також виснажує акумулятор [111]. Значна частка витрат енергії пов'язана з тривалою роботою “дисплею” або ж екрану – засобу для відтворення візуальної та текстової інформації.

Його постійна робота та виконання операцій з відображення великої кількості текстових повідомлень, фото- та відеоконтенту, все це вимагає додаткових витрат. Ми дозволили собі провести невеликий, однак показовий експеримент, витративши по одній годині на активне використання випадкової соціальної мережі за добу й поглянули скільки кожна з них спожила енергії за годину від загального об'єму акумулятора. Це допомогло нам продемонструвати співвідношення рівнів енергоспоживання додатків й підтвердити проблему відсутності оптимізації витрат у Telegram відносно інших сервісів (рис. 3.6).

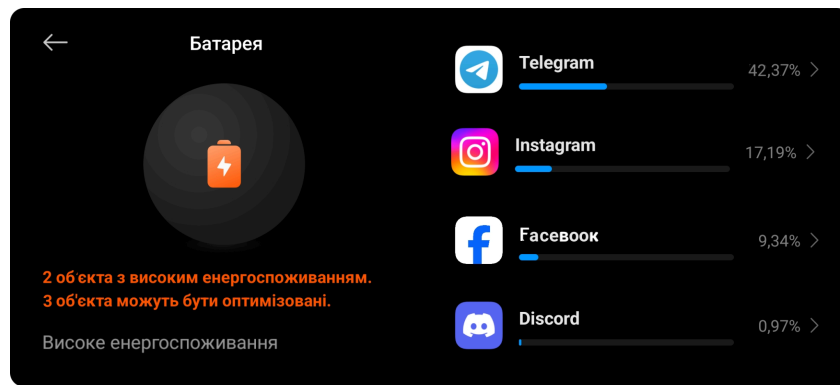


Рис. 3.6 Скриншот витрат батареї смартфона на соціальні мережі за одну добу

Очевидно, що негативний вплив месенджера на акумулятори мобільних пристроїв проявляється у швидкому розряджанні, чим спричиняє потребу в частій зарядці засобу й обмежує його мобільність та роботу. Разом з тим, через активну експлуатацію акумулятора скорочується його термін служби. Задля збереження заряду батареї, телефон відповідає месенджеру зниженням продуктивності його роботи через стримання виділених для нього ресурсів [111]. Відповідно, так само як і у випадку з перенавантаженням оперативної пам'яті, уповільнюються процеси обробки та зчитування медіафайлів, текстових повідомлень – подовжиться час їхнього завантаження, знизиться якість відтворення аудіовізуальних матеріалів (рис. 3.2, рис. 3.7).

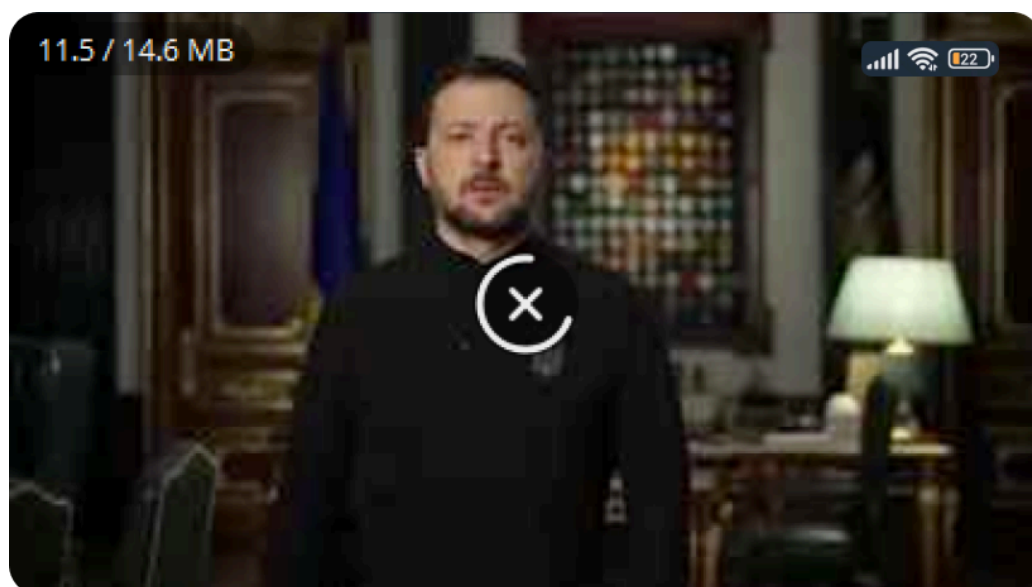


Рис. 3.7 Прояв уповільнення відтворення відео та погіршення якості при низькому заряді батареї [119]

Комплекс засобів для подолання даної проблеми наслідуює інструкції усунення попереднього бар'єра, оскільки їх причини подібні між собою. Перенавантаження оперативної пам'яті, що зумовлене активною роботою Telegram та інтенсивним інформаційним обміном, має негативний вплив на заряд батареї. Через що, оптимізація управління оперативною пам'яттю та раціоналізація споживання медіаконтенту є важливим засобом для збереження енергії. Доповнити комплекс можливих рішень можна втрутившись в роботу Telegram – за замовчуванням він не встановлює жодних обмежень для себе на використання ресурсів мобільного пристрою. виправити це можна відкривши в налаштуваннях вкладку “Економія енергії” та увімкнувши відповідний режим (рис. 3.8).

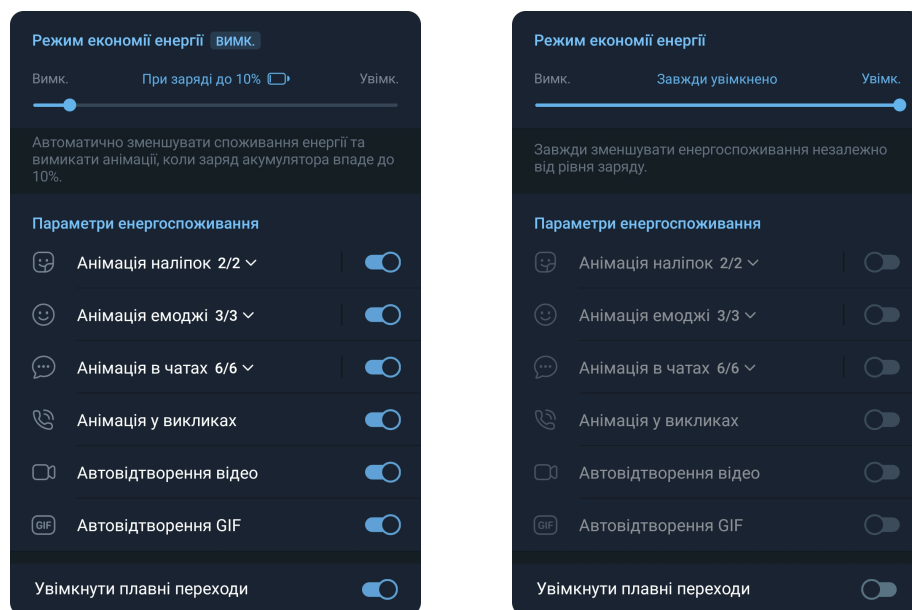


Рис. 3.8 Скриншоти налаштувань обмежень енергоспоживання Telegram [120]

Технічна довідка вказує, що це призведе до відключення автовідтворення анімацій наліпок, емоджі, викликів та функцій чатів – обертання віртуальних шпалер, бокового меню в гілках, анімований ефект спойлерів, розмиття в нічній темі, анімацію масштабування та видалення, разом з цим, відключить автовідтворення відео та GIF-файлів [111]. Задля збереження заряду пристрою, користувач може вдатись до самообмежень у

використанні тих чи інших функцій Telegram, утримавшись від процесів та операцій, що вимагають значних обсягів енергоресурсів – завантаження та перегляд великих медіафайлів або вимогливих щодо обсягу пам'яті матеріалів, скорочення часу споживання медіаконтенту загалом. Втручання ж в налаштування роботи ІМ-платформи стане вагомим допоміжним засобом, що обмежить частину фонових процесів, котрі безпосередньо впливають на заряд пристрою й позбавлять його користувача від зайвого медіаконтенту. Відповідно, ціною за дані дії буде зниження рівня комфорту роботи ІМ-платформи, котре проявиться в уповільненні процесів обробки та відтворення інформації.

У прагненні технічно обмежити енерговитрати месенджера без відмови від його інтенсивної роботи користувач може звернутись до застосунку “Telegram X” – однієї з маловідомих, альтернативних офіційних версій звичної ІМ-платформи. Це подібна до звичного месенджера програма, котра зорієнтована на менш потужні цифрові пристрої [127]. Концепція альтернативи полягає у пошуку балансу між продуктивністю роботи застосунку та комфортом, розробники прагнуть економити енерговитрати на кожній дрібниці, урізаючи ефекти й анімації, незначні функції, кольори, основні відмінності у наступному:

- Telegram X споживає значно менше обсягу цифрової пам'яті пристрою задля власної роботи й завантаження – 45 МБ порівняно з 65 МБ у Telegram;

- Альтернативна версія додатка не має анімацій інтерфейсу користувача, насичених кольорів та зайвих візуальних елементів чи ефектів, а тому і працює швидше, і витрачає заряду менше (рис. 3.9);

- Даний застосунок доступніший ширшому колу цифрових пристроїв й менш вибагливий до технічних потужностей. Він здатен запуститись й забезпечити стабільною роботою застарілі та непродуктивні комп'ютери, мобільні телефони чи планшети;

– Telegram X відстає в актуальних оновленнях від основної версії, вони асинхронні у своїй роботі, через що мають різний функціонал. Окрім цього, деякі функції не передбачені взагалі – впорядкування медіаконтенту через теки, повідомлення та публікації обмеженого терміну існування, відсутні розіграші. З цим пов'язані основні ризики застосування даної версії.

– Альтернатива пропонує користувачам унікальні функції, що недоступні у жодній іншій версії – попередній перегляд приватного чату. Можна прочитати повідомлення від будь-якого користувача непомітно для нього, відправнику вони будуть відображені як непрочитані.

– Застосунок вдається до самообмежень у фонових процесах задля економії акумулятора. Розробники кажуть, що програма не просто скорочує кількість операцій з обробки інформації, а й робить їх інтервальними [127]. Фонові процеси перестають бути постійними й реалізуються через певні проміжки.

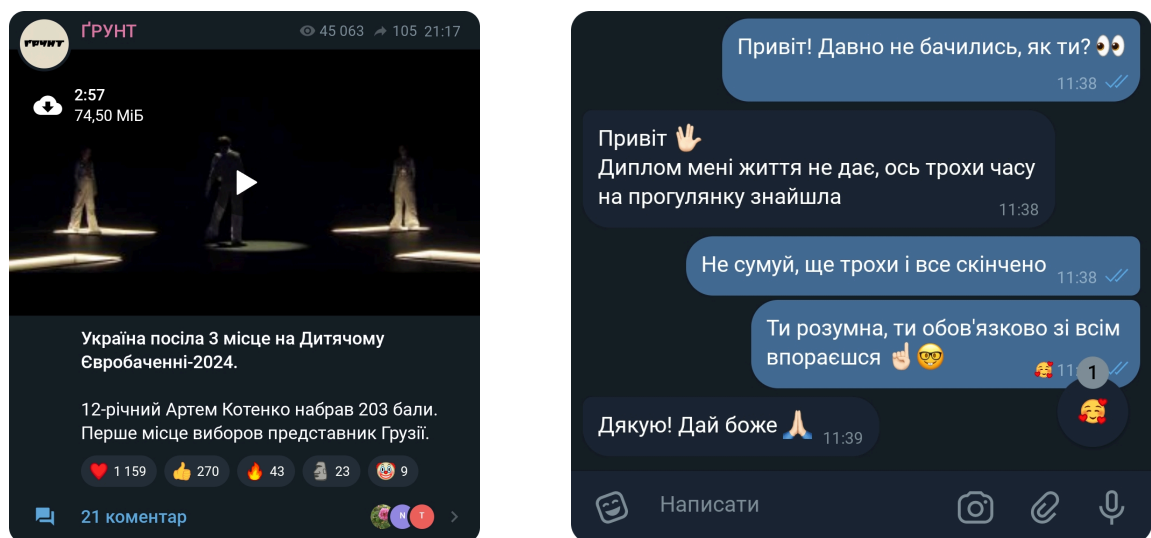


Рис. 3.9 Скриншоти спрощення елементів інтерфейсу клієнта Telegram X [126]

Telegram X знаходиться у вільному доступі та є офіційним програмним забезпеченням. Це гарантує користувачу ту ж політику конфіденційності та подібне функціональне забезпечення, яке має звичний Telegram. Вони схожі, вся різниця прихована у технічних аспектах, які будуть відображені на заряді

акумулятора та цифровій пам'яті. Обираючи альтернативу, користувач хоч і отримає менший рівень витрат, однак й відчутно втратить у комфорті використання сервісу, це варто усвідомлювати й робити зважений, обміркований вибір, адекватний до потреб.

*3.1.3 Недосконала система пошуку.* Telegram забезпечує своїх користувачів величезними обсягами найрізноманітнішого медіаконтенту – від звичних текстових дописів та фотографій до подкастів, фільмів і навіть ігор. Для роботи з цим масивом даних, що об'єднує інформаційний вміст сотень тисяч каналів та чатів, користувачу необхідні інструменти його впорядкування та розпізнавання. Ці засоби необхідні користувачу аби орієнтуватись в хаотичних потоках медіафайлів та текстових повідомлень, чатів і віртуальних спільнот, а також зберігати важливі для себе матеріали, мати змогу швидко виокремити та знайти необхідну інформацію. ІМ-платформа надає користувачам дворівневу систему пошуку – перший рівень, локальний, обмежується сховищем медіаконтенту одного обраного чату або інформаційного каналу, а другий рівень, глобальний, реалізує загальний процес пошуку всією мережею Telegram.

На локальному рівні система зорієнтована на пошук подібного до запиту результату, за ключовими словами. Користувачу для того, щоб знайти бажаний медіаконтент в обраному інформаційному каналі, варто згадати формулювання або ж слово, яке було використане у повідомленні (рис. 3.10).

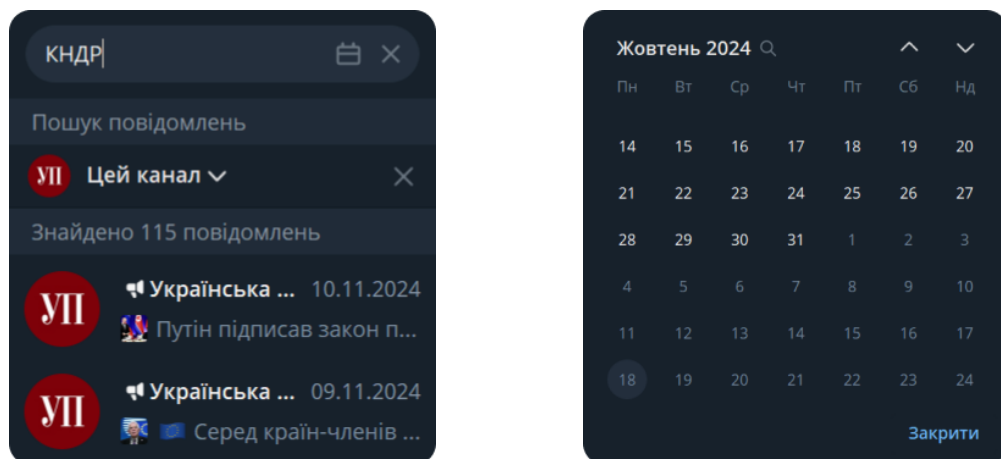


Рис. 3.10 Скриншоти системи пошуку інформаційного каналу [119]

У блозі розробників заявляється, що пошукова система врахує можливі неточності запиту, пов'язані з граматичними помилками, відмінюванням слів, неповнотою написання та видасть усі результати, де було згадане щось подібне до запиту за набором символів та їхнім порядком [116]. Відзначимо, що система однакова для всіх клієнтських програм. Пошук за ключовими словами розкривається через серію запитів, кожен з яких складається лише з одного слова – того, яке з найбільшою ймовірністю було використане при формуванні повідомлення. Відповідно, зведення такого пошуку до серії допомагає перевірити декілька подібних слів. Застосування лише одного слова допоможе не звужувати запит – додавання ще одного або пари слів, вимагатиме від системи пошуку повідомлення, де ці слова стоять поруч, у такій самій послідовності, запевняють розробники у технічній довідці [116]. Доповнює систему опція пошуку за датою публікації повідомлення – якщо користувач не пам'ятає жодного слова, то може скористуватись спеціальним календарем і спробувати вгадати день поширення необхідної йому інформації.

На глобальному рівні система суворіша до користувача і зорієнтована на повну відповідність запиту до результату пошуку – вона не допускає жодних помилок, неточностей формулювання або недомовок. Результат пошуку повністю відповідний тому, що було у запиті. Це вимагає від користувача ідеальних знань відносно об'єкту свого пошуку, чим часто унеможлиблює роботу з медіаконтентом, оскільки знайти бажану віртуальну спільноту або допис можна лише за умов вказівки у запиті повної назви групи чи речення без жодних помилок (рис. 3.11).

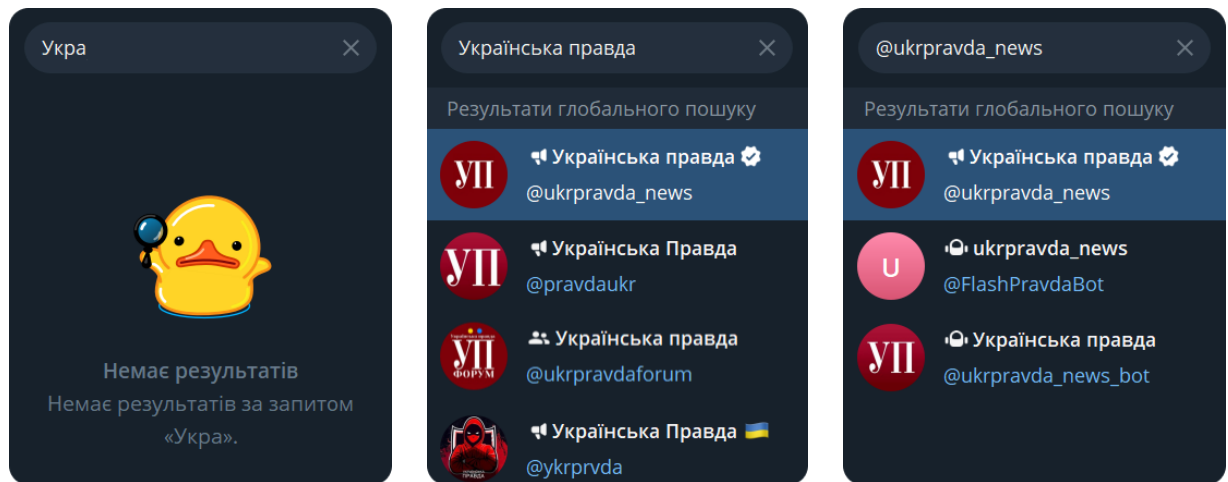


Рис. 3.11 Скриншоти глобальної системи пошуку [119]

При спробі пошуку за ключовими словами на глобальному рівні, система робить запит локальним – шукає згадку цих слів лише в тих спільнотах та чатах, на які користувач підписаний [116]. Так відбувається через те, що у мережі всіх наявних інформаційних каналів та медіаконтенту, ключові слова втраять свою унікальність і Telegram зможе знайти неосяжну кількість повідомлень, які будуть містити слово із запиту. Відсутня також й опція пошуку за датою публікації повідомлення, що доступна в інформаційних каналах. Варто зазначити, що пошук здійснюється лише серед публічних контактів, каналів та публікацій, а сортування результатів пошуку відбувається за актуальністю.

І це все, чим забезпечує користувача Telegram, відсутні фільтри за типом контенту – фото, відео, користувачі, чати або інформаційні канали, неможливо обрати часовий проміжок для пошуку, виокремити тематичні категорії. Відсутні параметри пошуку за географічним розташуванням каналу або мовою контенту, розширений режим пошуку з логічними операторами (and, or, not тощо) й автодоповнення при введенні запиту. Такі необхідні та звичні для інших соціальних мереж опції недоступні в Telegram (рис. 3.12). Спрощеність системи пошуку позбавляє користувача значних об’ємів інформаційного вмісту та дезорієнтує його у величезній мережі каналів



месенджера, а вимогливість щодо запиту заважає виявленню необхідного контенту.

Рис. 3.12 Параметри альтернативної системи пошуку Google [75]

Аудиторії доступні неформальні засоби для того аби компенсувати недоліки пошукової системи та підвищити ефективність її роботи власноруч. На локальному рівні ключ до успішного пошуку серед невідсортованої стрічки медіаконтенту лежить у покращенні механізму використання ключових слів. Оскільки він спирається на виокремлення користувачем набору слів, які з найбільшою ймовірністю були використані у бажаній для нього публікації, автори та власники інформаційних каналів можуть допомогти звужити або чітко окреслити цей набір. Для цього необхідно маркувати кожен з дописів спеціальною міткою – тегом (англ. Tag – іменована позначка). Створення даних міток є загальнодоступною функцією для всіх користувачів чату та авторів контенту інформаційних каналів. Для того аби створити тег необхідно при створенні повідомлення прописати символ тегу – “#”, після чого без використання пробілів задати йому ім’я. Типові приклади – #НовиниЕкономіки, #ВибориСША, #Україна, #Нейромережі, #Інтерв’юДня, або ж більш особисті для особистих чатів – #СімейніФото, #ДомашнєЗавдання, #Вакансія тощо (рис. 3.13).

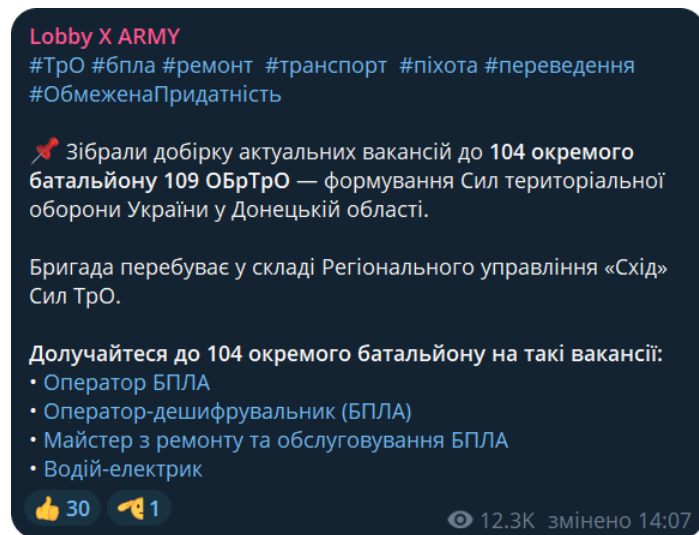


Рис. 3.13 Скриншот тегів інформаційного каналу “Lobby X ARMY” [53]

Подібні мітки можуть стати для каналу як і звичайним рубрикатором, що впорядковує контент за темами, так і авторським набором ключових слів, що розкриває суть допису і намагається передбачити варіанти запиту, за яким аудиторія прагнула б знайти цей допис за необхідності. Для особистих чатів мітки можуть стати можливістю впорядкувати нескінченну стрічку повідомлень у певне сховище медіаконтенту. Призначення тегів буде однаковим для обох випадків – спростити орієнтування у великих обсягах медіаконтенту. У блозі розробників вказано, що місце розташування тегів всередині повідомлення нерегламентоване, автор може закласти їх в будь-якому місці. Використані в межах інформаційного каналу або чату мітки, можна проявити набравши у текстовому полі для повідомлень символ теги (#) – Telegram відобразить користувачу перелік всіх тегів, що існують [109]. Обмежень для назв міток не існує, все визначається фантазією автора повідомлення. Чим більше міток, тим більше шанс передбачити потенційний запит аудиторії та допомогти їй у пошуку. Мітки мають бути прописані у початковій формі слова, щоб позбавити користувача шансу на зайву помилку при написанні запиту. Важливо аби авторський набір міток не дублював ті слова, які вже згадані в публікації. Використання системи міток пов’язане і з певними ризиками, оскільки за даними TgInfoMe, об’єм публікації в Telegram обмежений 4096 знаками та символами, залучення значної кількості

міток обмежує обсяги змісту повідомлення [59]. У випадку, коли автор захоче створити велику публікацію, що буде наближена до вказаного ліміту, він буде вимушений пожертвувати частиною повідомлення заради вміщення системи тегів. Разом з тим, розгалужений та об'ємний перелік міток може призводити до певного дискомфорту в сприйнятті інформації, загромождаючи повідомлення.

На глобальному рівні уникнути проблем з пошуком бажаної інформації допоможе вихід за межі алгоритмів Telegram. Забезпечити користувача необхідним, як не дивно, зможуть пошукові системи глобальної WEB-мережі – всім відомі Google, Bing та Yahoo. Всі пошукові запити призначені для ІМ-платформи мають бути спрямовані до браузерів з додаванням до запиту примітки “Telegram”. Оскільки месенджер доступний для використання у WEB-версії, абсолютно весь його інформаційний вміст дублюється до загальної Інтернет-мережі та відкритий для її пошукових систем (рис. 3.14).

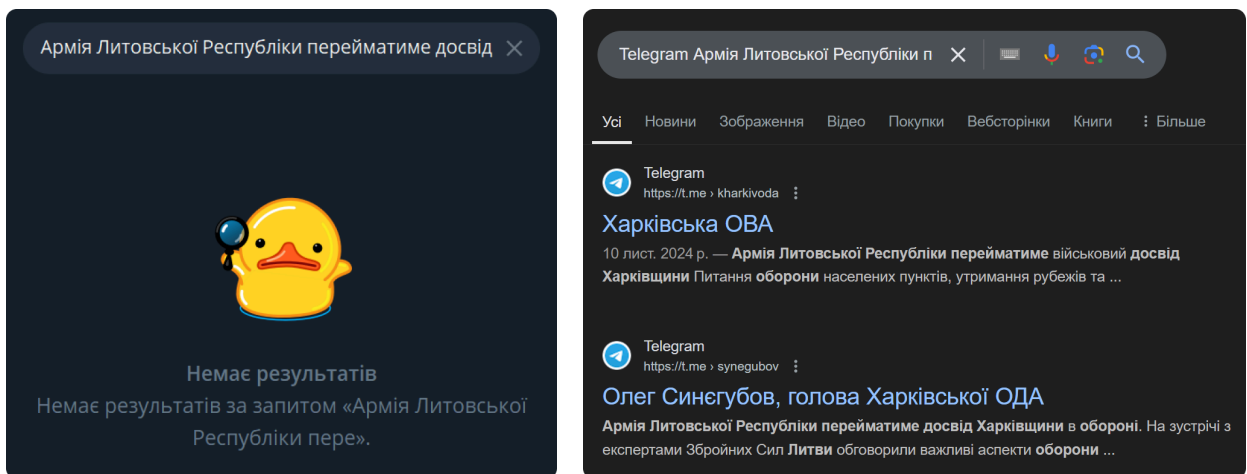


Рис. 3.14 Порівняння можливостей пошуку Telegram та Google [119]

Вони надають значно більше параметрів пошуку і здатні компенсувати відсутність тих чи інших опцій Telegram, а примітка гарантуватиме спрямовування пошуку саме у WEB-версію месенджера. Головна перевага WEB-пошукачів у лояльності до запитів користувача – вони не вимагають від нього точної відповідності запиту до результату пошуку і володіють алгоритмами інтерпретації запиту. Довідка від Google вказує, що система

буквально намагається зрозуміти запит, підібрати подібні до нього варіанти й надати все різноманіття результатів пошуку [94]. Виправляє помилки запиту, враховує можливі неточності та не обмежує результати пошуку через недоводки, не зважає на точність порядку слів у запиті.

Пошукові системи браузерів здатні працювати з ключовими словами та формулюваннями на глобальному рівні, й навіть допускають їх множину в запиті – результатом стануть всі джерела де була згадана задана множина. Доступні до використання й інші логічні оператори – користувач може прописати у запиті між ключовими словами команду “or” і пошукова система знайде будь-яке з них, це дозволить уникнути серії запитів, вмістити всі здогадки в одну спробу. Якщо треба виключити з результатів пошуку певні джерела інформації, публікації, типи файлів або згадки певних слів, програмні інженери радять використати інший логічний оператор – прописати перед небажаними ключовими словами позначку “-” без пробілу (наприклад “-Wikipedia”, “-пасіонарій”, “-pdf”). Можливо навіть створити запит з вказівкою бажаного типу файлу, прописавши його – png, exe, mp3 тощо [71]. За бажанням можна зробити суворішим, визначити повну відповідність результатів пошуку до запиту, для цього треба взяти ключове слово або фразу в лапки – “бажаний текст” (рис. 3.12).

Пошукові системи браузерів дозволяють аудиторії задати будь-які часові рамки пошуку, обрати мову джерела або публікації, встановити регіон пошуку, обравши бажану державу, реалізувати пошук за окремим форматом медіаконтенту, а також проранжувати результати за актуальністю. Усі логічні оператори та згадані параметри доступні не тільки через використання спеціальних знаків, а й через режим “Розширеного пошуку”, що наявний в усіх системах. Зауважимо, що на відміну від пошукача Telegram, браузери надають хоч і поверхневу, але все ж інформацію щодо приватних каналів – їхній опис, банер, назву та можливість подати заявку на вступ. Важливою перевагою WEB-сервісів пошуку є відображення у результатах не лише інформаційного вмісту Telegram, а й додаткових неофіційних сервісів, що

містять дані про певні віртуальні спільноти та чати, зокрема моніторинги та агрегатори медіаконтенту.

Найбільшою загрозою при використанні WEB-систем для пошуку в якості альтернативи до Telegram, є високий ризик наявності серед результатів сайтів зі шкідливим програмним забезпеченням або збором конфіденційної інформації. Вони можуть мімікувати під офіційні ресурси ІМ-платформи, копіюючи її інтерфейс та використовуючи подібну адресу, що ускладнює їх відокремлення. Варто врахувати й наявність цензури у WEB-системах – вони будуть приховувати з результатів пошуку всі публікації або джерела, які порушують їхні правила, через це користувач не може бути впевнений, що здобув всю бажану інформацію.

*3.1.4 Безконтрольний обмін цифровими файлами.* Однією з заявлених ключових особливостей Telegram є доповнення процесу комунікації обміном файлів. Месенджер дозволяє закріплювати за приватними повідомленнями та публікаціями будь-якого типу файл, дозволено все – від звичних аудиторії jpeg, mp4 та gif до специфічних doc, xls й навіть zip архівів [112]. Telegram зберігає цілісність файлів та не піддає їх жодній перевірці з боку автоматичних систем (рис. 3.15).

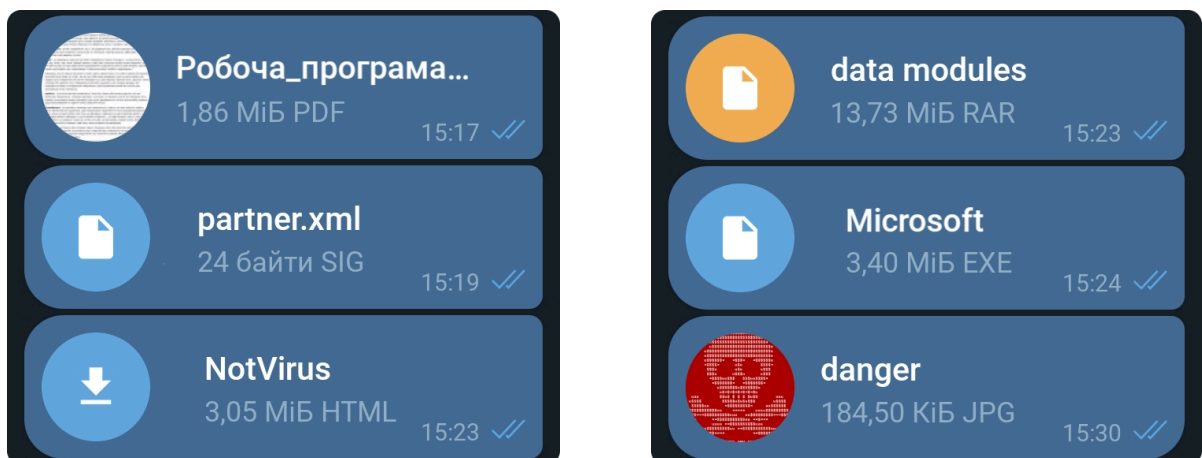


Рис. 3.15 Скриншот набору різних за форматом файлів надісланих через Telegram X [126]

Це мало б забезпечити користувачів гнучкістю передачі інформації й зробити ІМ-платформу придатною для професійних і ділових взаємодій.

Однак в умовах анонімності, неконтрольованим обігом файлів можна ефективно скористатись задля розповсюдження незаконного контенту. Екстремістські матеріали, дитяча порнографія та вкрадені інформаційні матеріали, що порушують авторське право, секретні чи персональні дані – лише незначна частка того, на що можна натрапити у Telegram (рис. 3.16). Окрім того, фахівці з кібербезпеки застерігають, що відсутність антивірусної автоматичної перевірки та різноманіття доступних для обміну файлів дозволяє замаскувати шкідливе програмне забезпечення під будь-який з них [52]. Особливу загрозу, на їх думку, становить дозвіл на розповсюдження “виконувальних файлів” – спеціальних інструкцій для комп’ютера, що активуються при завантаженні на цифровий пристрій та автоматично виконують задані своїм творцем дії. Наприклад, викрадають дані користувача, блокують роботу гаджета або видаляють частину інформації жертви [88]. Telegram не вдалось втримати баланс між зручністю та безпекою, прагнення надати свободу своїй аудиторії обернулось загрозою її захисту та роботі сервісу загалом.

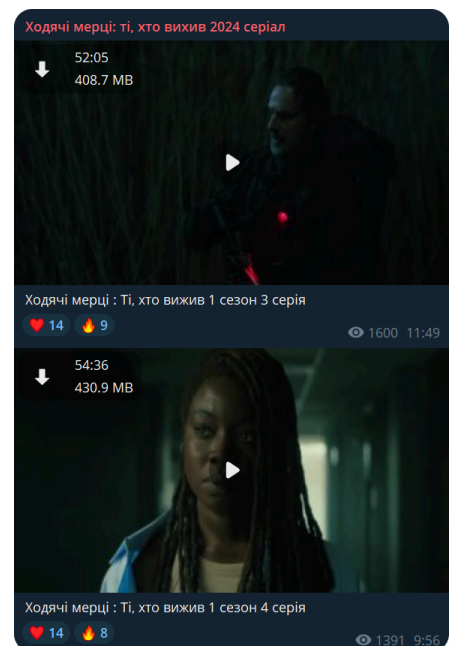


Рис. 3.16 Скриншоти з прикладом крадіжки серіалу через Telegram [119]

Для того, щоб не стати жертвою невідомих файлів та їх потенційно шкідливого вмісту, ми пропонуємо обмежити коло осіб, що здатні надіслати повідомлення користувачу. Для цього необхідно звернутись до налаштувань, перейти до вкладки “Приватність і безпека” й обрати у пункті “Повідомлення” варіант “Контакти” (рис. 3.17).

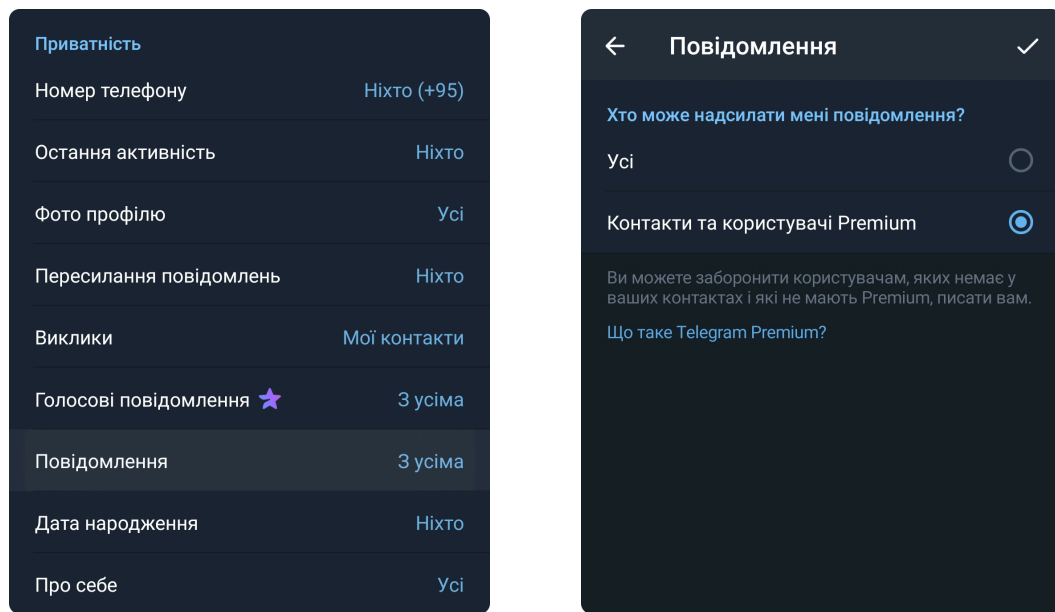


Рис. 3.17 Скриншоти налаштувань з обмежень повідомлень від незнайомців [120]

У цей спосіб користувач зможе уникнути повідомлень від незнайомців в міжособистісному спілкуванні, лише знайомі зможуть надсилати файли, що знизить ризики отримати шкідливе програмне забезпечення та стати учасником розповсюдження нелегального медіаконтенту. Важливо усвідомити, що обов’язковим додатковим сервісом при використанні Telegram має стати надійне антивірусне програмне забезпечення, котре б компенсувало відсутність перевірок файлів в самому месенджері. Це дасть змогу нівелювати негативний вплив від можливих шкідливих файлів принаймні через вчасне оповіщення про загрозу. Користувач має розуміти ризики свого перебування в межах даної ІМ-платформи, це перший крок до того аби не стати жертвою такого обміну. Саме це розуміння закладає певні основи медіаграмотності – слід бути обачнішим щодо того контенту, який

споживаєш, та утримуватись від підозрілих медіафайлів, у найкращому варіанті, обмежитись від використання медіафайлів через Telegram взагалі. Варто користуватись лише тими джерелами інформації, які послуговуються довірою серед широкої аудиторії. Подібні рішення можуть значно обмежити інформаційний обмін користувача, однак саме на його плечах досягнення балансу між безпекою та зручністю, доведеться жертвувати частиною інформації заради власного захисту. Окремих ризиків може завдати використання ненадійного, маловідомого антивірусного програмного забезпечення – слід бути обачним при його виборі й обирати ефективні варіанти, визнані спільнотою.

*3.1.5 Непрозоре висвітлення оновлень та інструкцій.* Telegram пропонує своїй аудиторії широкий набір функцій, призначених для реалізації комунікації. Месенджер має різні рівні віртуальних спільнот й інструменти їхнього адміністрування, власні текстові та аудіовізуальні редактори для обробки найпоширеніших форматів інформації й навіть інтеграцію сторонніх сервісів через користувацьке програмне забезпечення – Telegram-ботів. Присутня система емодзі та наліпок задля компенсації невербальної комунікації, відео- й аудіоконференції, сховище медіафайлів, мініігри – як популярні опції, так і експериментальні розробки [63]. Перелік функцій у процесі регулярних оновлень доповнюється, ускладнюється та зазнає істотних змін – все задля актуалізації інструментів створення та поширення медіаконтенту, виправлення недоліків й врахування тенденцій розвитку інформаційного вмісту та потреб аудиторії (рис. 3.18). Однак усе це згадане різноманіття функцій та стрімкий процес їхнього розвитку не підкріплено інформаційною довідкою – немає ані системи навчання, яка б ознайомила користувача з технічною специфікою ІМ-платформи, ані вказівок щодо змісту нововведень і їхнього призначення.



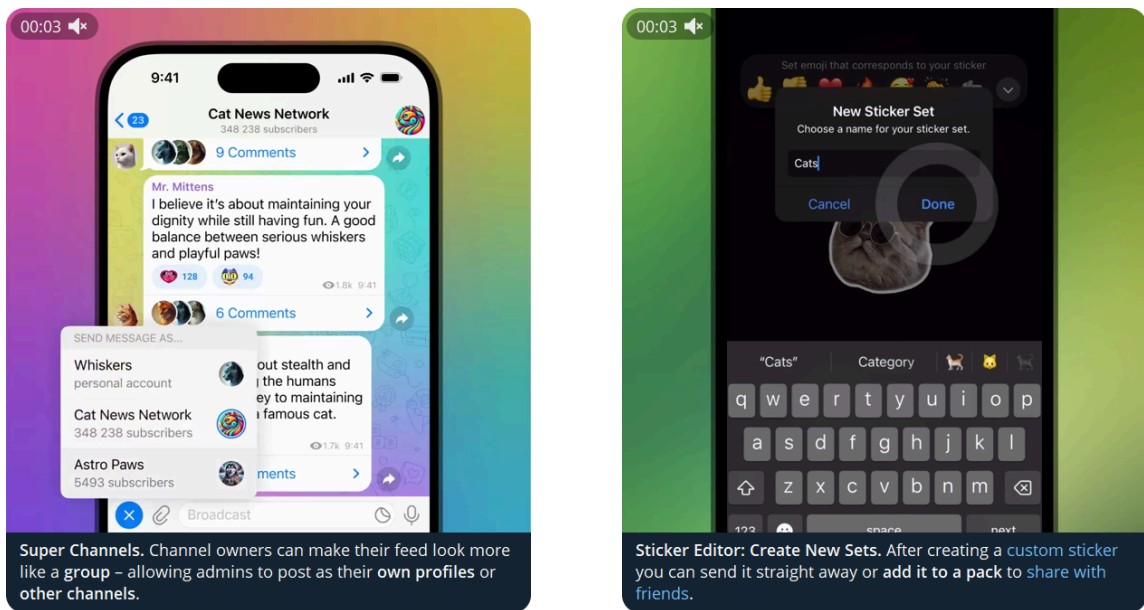


Рис. 3.18 Скриншоти показу оновлень месенджера Telegram [130, 123]

Telegram залишає користувача на самоті у процесах дослідження інтерфейсу та вивчення можливостей сервісу, що перешкоджає ефективному використанню месенджера. Відповідно, аудиторія обмежена у доступних функціях результатами власного навчання, що звужує потенціал платформи, призводить до некоректного використання її засобів та порушень у сприйнятті медіаконтенту. Разом з тим, складність процесу опанування месенджера може задати високий поріг входу для нових користувачів та відвернути їх у бік простіших та зрозуміліших сервісів.

Даний бар'єр є парадоксальним, оскільки Telegram має для нього формальні рішення, які за замовчуванням приховані від користувача. Мова про такі інформаційні канали як "Telegram News" та "Telegram Tips" – офіційні ресурси розробників месенджера. Відповідно перший з них присвячений висвітленню нововведень ІМ-платформи та публікації щоденників команди розробників з детальним описом сутності змін. Другий канал розкриває на конкретних прикладах практичні аспекти застосування тих чи інших інструментів Telegram для комунікації та технічну специфіку їхньої роботи (рис. 3.19).

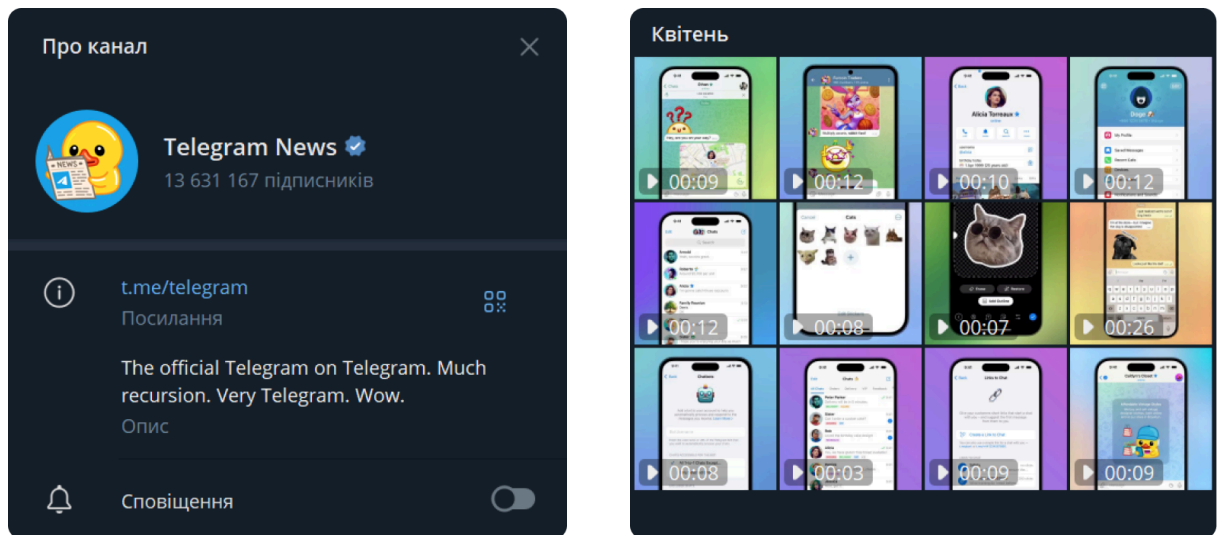


Рис. 3.19 Скриншоти з офіційних каналів Telegram News та Telegram Tips [130, 123]

Проблема в тому, що дані ресурси не відображені користувачу за замовчуванням, вони стають доступними лише, якщо він сам звернеться до них у результаті пошуку. Аби їх відшукати необхідно опанувати пошукову систему месенджера й володіти знаннями хоча б про сам факт існування подібних каналів, відповідного змісту та їхньої коректної назви. Наголошуємо, що обидва інформаційні канали мають стати для користувача обов'язковими супутниками при його взаємодії з месенджером – вони здатні забезпечити актуальною та критично важливою інформацією щодо технічної специфіки роботи сервісу. Скориставшись пошуком за ключовими словами або ж і просто слідуючи стрічкою публікацій, можна ознайомитись з бажаними інструментами, знайти способи усунення тих чи інших помилок, а також здобути нові ідеї у роботі з медіаконтентом.

Ключем до компенсування недоліків ІМ-платформи може стати користувацький контент. Великого значення в умовах відсутності інструкцій та прихованості офіційних каналів набувають неофіційні віртуальні спільноти та їхні автори. Вони можуть заповнити цю порожнечу та стати додатковим або ж і основним джерелом знань щодо Telegram. Користувач знаходиться у постійній взаємодії з віртуальним оточенням, наповнює свій акаунт найрізноманітнішими джерелами інформації – і не може не помітити вплив

нововведень на той медіаконтент, який він споживає, появу нових інструментів й оновлення вже відомих функцій. Авторам доступна просвітницька функція, вони так само можуть знайомити свою аудиторію з новинками, вчити користуватись платформою та досліджувати її гуртом. Будь-яка віртуальна спільнота може стати осередком певного досвіду, об'єднувати досвідчених користувачів з новачками, сприяти нагромадженню знань та їх обміну серед мас. Telegram вимагає від нас допитливості – активно взаємодійте з іншими, долучайтесь до дискусії в коментарях, ставте запитання та пізнавайте платформу. Не варто нехтувати цим, автори контенту та адміністратори каналів мають усвідомити свій вплив на аудиторію і спрямувати його у формування цифрової грамотності серед української спільноти.

Якщо ми говоримо про офіційні ресурси платформи, вони мають суттєвий недолік – обидва канали ведуться англійською мовою, а тому користувач ризикує втратити значну частину інформації через мовний бар'єр або ж непорозуміння. Термінологія, що охоплює технічні аспекти роботи Telegram, може бути складною для розуміння мовою оригіналу, недоступною при перекладі або викривлюватись у значенні. Що не дасть повноцінно ознайомитись з нововведеннями та забезпечити їхнє коректне застосування. Звернення ж до неофіційних ресурсів не гарантує здобуття необхідного або ж може забезпечити хибною і навіть шкідливою інформацією. Не завжди спільнота зацікавлена в тому, щоб поділитись досвідом або допомогти розв'язати якесь питання. Слід бути готовим до перевірки інформації та роботи з паралельними джерелами – опанувати будь-яке програмне забезпечення самотужки задача не з легких.

*3.1.6 Розбіжності клієнтських програм.* Характерною ознакою месенджера Telegram є його кросплатформність, що проявляється у спроможності сервісу до роботи на різних типах електронних пристроїв та операційних комп'ютерних систем. Для кожної з них ІМ-платформа має власну клієнтську програму – окрему версію спеціалізованого програмного

забезпечення, адаптованого до технічної специфіки конкретної операційної комп'ютерної системи, що забезпечує доступ до функцій платформи обміну миттєвими повідомленнями, їх список поданий у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

## Перелік клієнтських програм месенджера Telegram [54]

| Походження     | Тип цифрового пристрою | Назва клієнта      | Операційна система                                      |
|----------------|------------------------|--------------------|---------------------------------------------------------|
| Офіційні       | Мобільні               | Telegram           | Android 4.1-15                                          |
|                |                        | Telegram Messenger | iOS 9-18                                                |
|                |                        |                    | iPadOS 13-18                                            |
|                |                        |                    | Windows Phone 8.1-10                                    |
|                |                        | Telegram X         | iOS 8-18                                                |
|                |                        |                    | Android 4.1-15                                          |
|                | Настільні              | Telegram Desktop   | Windows 7-11                                            |
|                |                        |                    | Linux                                                   |
|                |                        | Telegram           | macOS 10.11-14.6.1                                      |
|                | WEB                    | Telegram Web A     | Chrome, Safari, Firefox, UC, Opera, Edge, IE, AOSP etc. |
|                |                        | Telegram Web K     |                                                         |
| Telegram React |                        |                    |                                                         |
| Неофіційні     | Мобільні               | Unigram            | Windows Phone 10                                        |
|                | Настільні              |                    | Windows 10                                              |
|                |                        | Telegram CLI       | macOS 10.11 – 14.6.1                                    |
|                |                        |                    | Linux                                                   |
|                |                        |                    | FreeBSD                                                 |
|                |                        | MadelineProto      | Linux                                                   |

Усе це різноманіття клієнтських програм створено для забезпечення широкодоступності месенджера для користувачів будь-яких платформ, незалежно від операційної системи чи типу пристрою. Всі вони вільно можуть брати участь у спільному інформаційному обміні – для них існує єдине віртуальне середовище. У межах одного чату можна власників як ноутбука, так і смартфона, користувача популярної системи Android або ж рідкісної Windows Phone, навіть якщо у них збігається пристрій та система, вони можуть користуватись Telegram через зовсім різні застосунки, про це розробники наголосили у своєму офіційному блозі [129]. Ключова проблема полягає в існуванні серйозних відмінностей між клієнтськими програмами, що проявляються у доступних функціях та їхній актуальності.

Настільні клієнти та WEB-версії Telegram обмежені у протоколах наскрізного шифрування даних – при їх використанні для користувача заблокований режим “секретного чату”. Неможливо ані створити новий чат, ані скористуватись чинними, створеними через мобільні пристрої. Дана функція та активні чати, що використовують наскрізне шифрування, будуть приховані від користувача. Разом з цим, оператори настільних та WEB-клієнтів не зможуть скористатись повідомленнями обмеженого терміну дії – зображеннями та відео з таймером знищення, голосовими з обмеженою кількістю прослуховувань (рис. 3.20, рис. 3.21).

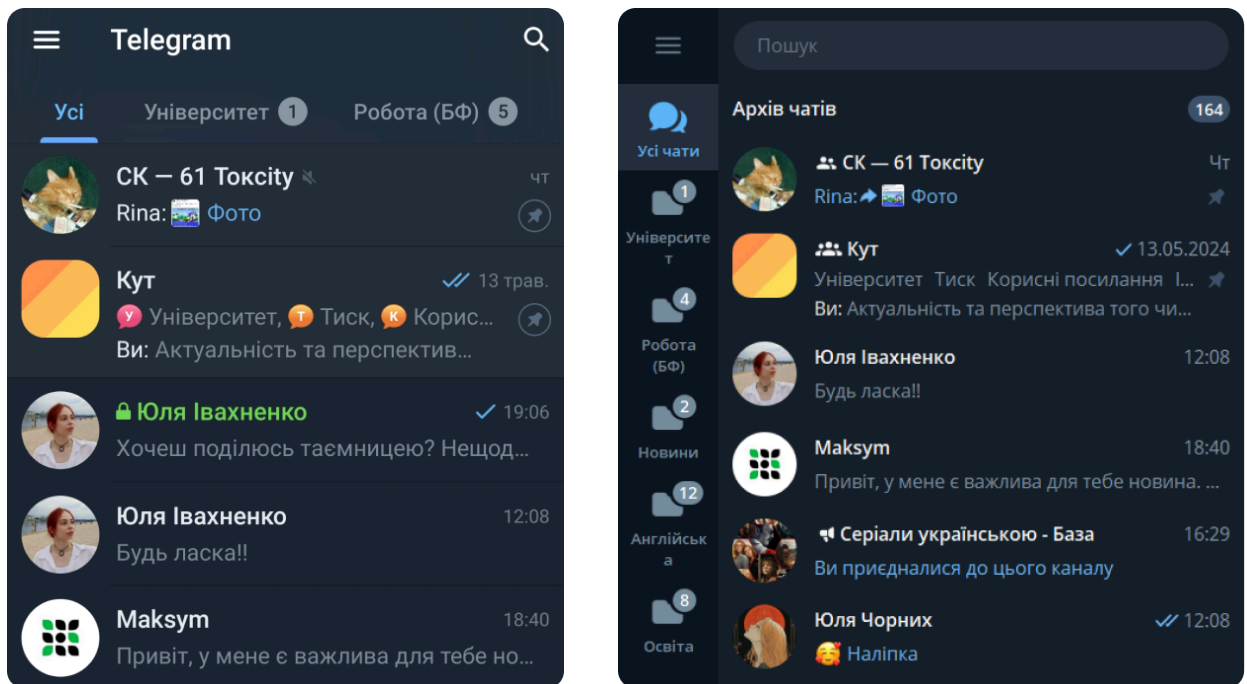


Рис. 3.20 Порівняння клієнтів Telegram Messenger та Telegram Desktop відповідно щодо відображення секретного чату [122, 119]

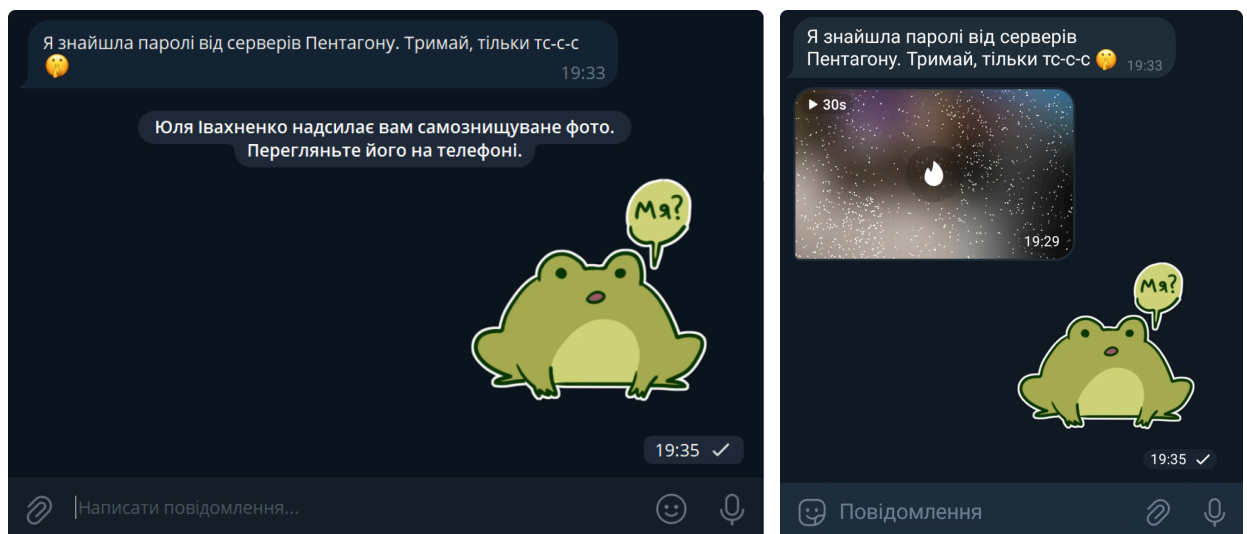


Рис. 3.21 Порівняння клієнтів Telegram Desktop та Telegram Messenger відповідно щодо відображення медіаконтенту обмеженого терміну дії [119, 122]

Вони не зможуть відтворити подібний медіаконтент від сторонніх осіб, й самі його створити та відправити. Суттєвими є обмеження у роботі графічного редактора, користувачі Інтернет-браузерів, ноутбуків та комп'ютерів не зможуть скористатись вбудованим програмним

забезпеченням, призначеним для роботи з відеофайлами. Недоступними є обрізка й кадрування відео, конвертація до формату GIF, додавання тексту та використання пензлів, зміна якості картинки та покращення, а також корекція експозиції, кольорів, контрасту. При роботі із цифровими зображеннями функції користувачів звужені до пензлів малювання, кадрування та віддзеркалення картинки. З технічної довідки сервісу відомо, що недоступною для настільних пристроїв та WEB-версій є однойменна функція перегляду статистики інформаційного каналу через панель керування віртуальною спільнотою, що ускладнює аналіз ефективності комунікації для власників масових каналів [124, 125]. У цьому мобільні пристрої знову мають перевагу, там ця функція доступна в повному об'ємі.

Користувачі, що застосовують настільні пристрої, можуть стикнутись з певними обмеженнями при створенні миттєвих відеоповідомлень та голосових повідомлень, а також повноформатних відео та зображень. За замовчуванням, мобільні пристрої наділені як відеокамерою, так і внутрішнім мікрофоном – пристроями, що забезпечують втілення згаданих функцій. Для настільних пристроїв ці засоби є аксесуарами, що не завжди йдуть в комплекті. Відповідно, високою є ймовірність, що користувач не зможе скористатись даними форматами медіаконтенту без залучення додаткового обладнання. Існують проблеми й з відображенням подібних повідомлень, зокрема відео – вони не адаптовані за розміром для комп'ютерів та ноутбуків. При використанні чату розробники нам демонструють, що на мобільних пристроях відеоповідомлення відтворюються за шириною екрана, а на настільних пристроях – маленьким віртуальним віконцем, яке неможливо розширити [119]. Це дещо ускладнює сприйняття візуальної інформації, особливо для користувачів з порушеннями зору.

Є обмеження, що стосуються суто WEB-версій – вони урізані в продуктивності та потужності відносно інших клієнтів. Все пов'язано зі специфікою їхньої роботи, оскільки вони засновані на Інтернет-браузерах, то підкорюються незмінному ліміту на використання оперативної пам'яті й

енергоресурсів цифрового пристрою. Через що розробники власноруч знизили ефективність та швидкість роботи власного WEB-клієнта, все аби вписатись в продиктовані межі та забезпечити доступність месенджера для відповідних користувачів. Важливо зауважити, що використання WEB-версії можливе лише за паралельної наявності Telegram на мобільному пристрої або настільному комп'ютері. Інакше користувач просто не зможе авторизуватись у власному акаунті та перейти до його застосування, про це сервіс опосередковано заявляє через надсилання коду на другий, додатковий пристрій [124, 125]. При наявності одного зі згаданих технічних засобів, доцільність використання WEB-версії стає досить сумнівною.

Між клієнтськими програмами, окрім функціонального розриву, існує й інша критична різниця, що пов'язана зі швидкістю оновлення Telegram та його актуалізації до останніх версій. Розробники регулярно та систематично працюють над змінами месенджера, виправляють його помилки та додають нових функцій. Результати їхньої роботи втілюються у нововведеннях, що асинхронно впроваджуються на клієнтських програмах, про це можна дізнатись ознайомившись зі щоденником оновлень [129]. Першими їх отримують користувачі офіційних платформ для настільних пристроїв, вони завантажуються автоматично, напряду від розробників. Далі на черзі власники мобільних засобів зв'язку, які змушені отримувати оновлення із певною затримкою, що пов'язана з перевіркою дистриб'юторів цифрових додатків (Play Market, AppStore, Windows Phone Store). Вони перевіряють зміст оновлень на відповідність до власних вимог щодо роботи сервісів та наявність шкідливого програмного забезпечення. Потім оновлення доходять до неофіційних платформ мобільних та настільних пристроїв, оскільки їхнім розробникам необхідний певний час на копіювання змісту нововведень та адаптації до власних сервісів. Останньою отримує оновлення аудиторія WEB-клієнтів, яка має дочекатись адаптації нововведень до технічної специфіки роботи Інтернет-браузерів. Звісно ж, відмінний час втілення нововведень між операційними системами – macOS, iPadOS, iOS та Windows



Phone яких обслуговує AppStore та Windows Phone Store відповідно, мають значно довший час перевірки оновлень відносно Android. Розриви між користувачами різних пристроїв та операційних систем не мають сталого часового виміру, це лише загальна картина, що відображає сутність проблеми. Ця різниця призводить до ситуації, коли в межах однієї віртуальної спільноти, можуть зустрітись користувачі з кількома різними версіями Telegram – вони не зможуть рівноцінно взаємодіяти між собою через відсутність однакового набору функцій.

Для того, щоб використовувати месенджер на повну рекомендуємо використовувати офіційні застосунки Telegram для мобільних пристроїв. Порівняно з іншими клієнтськими програмами вони мають найширше функціональне забезпечення й мінімальну кількість обмежень, а темпи актуалізації достатні для того аби не відчувати на собі розриву між клієнтами. До того ж використання мобільних пристроїв гарантує користувачу безпеку та працездатність оновлень ІМ-платформи за рахунок їхньої незалежної модерації. Серед значущих ризиків – шанс зіштовхнутись з цензурою дистриб'юторів цифрових застосунків. Вони можуть відхилити будь-яке з оновлень та спричинити відставання користувача від інших платформ. Не виключено й повне блокування месенджера через виключення його зі списку доступних до завантаження в межах магазину програмного забезпечення. Дистриб'ютори суворо дотримуються законодавство тих держав, в межах яких вони здійснюють свою діяльність. За запитом будь-якої з них вони здатні обмежити сервіс в оновленнях та припинити його підтримку. Звісно ж, використання мобільних пристроїв обмежує користувача в енергоресурсах. Telegram в активному режимі роботи потребує для себе значної кількості заряду акумулятора, що може призвести до певних незручностей його використання у випадку відсутності джерел живлення. Однак дані ризики відсутні для офіційних клієнтських програм настільних пристроїв, котрі не мають посередників у вигляді дистриб'юторів. Якщо користувач готовий

змиритись з деякими обмеженнями, він може використовувати ноутбук або комп'ютер для роботи з Telegram.

Для користувачів настільних засобів, які не можуть змиритись з відсутністю зашифрованих чатів, існує альтернативний спосіб використання месенджера – через залучення “емулятора”. Це спеціалізована програма, що допомагає відтворити на пристрої клієнт, який технічно не призначений для нього. Його можна схарактеризувати як електронний адаптер, що нівелює технічну різницю між цифровими пристроями. У нашому випадку він допоможе відкрити мобільний застосунок, на якому доступна функція секретних чатів, на комп'ютері. Серед відомих нам – NOX App Player, MEMu Play, KoPlayer, LDPlayer, Android Studio та BlueStacks. Особливих інструкцій дані застосунки не потребують, користувачу лише варто авторизуватись в них та завантажити Telegram. Однак слід бути готовим до можливих проблем – використання посередника у роботі ІМ-платформи може негативно позначитись на продуктивності її роботи. Може сповільнитись як робота інтерфейсу сервісу, так і його функціонального забезпечення. Головним ризиком є порушення конфіденційності – застосування неліцензованих та маловідомих емуляторів може посприяти сторонньому впливу на роботу месенджера. Програми, що не мають довіри до себе або завантажені з невідомих і підозрілих джерел, можуть містити шкідливі віруси або шляхи доступу невідомим особам до приватної інформації користувача.

### **3.2 Психологічні бар'єри у комунікативній взаємодії**

У цій частині роботи ми зосередимось на аналізі семи бар'єрів комунікації, пов'язаних зі специфікою людської розумової діяльності при взаємодії із системами миттєвого обміну повідомленнями. Психологічні перешкоди обумовлені індивідуальними особливостями когнітивних процесів, емоційного здоров'я та стану психіки учасників комунікації, котрі можуть призвести до спотворення чи неправильної інтерпретації інформації, або ж взагалі унеможливити інформаційний обмін. Прояв психологічних

бар'єрів помічений на межі контакту суб'єктів комунікації із цифровими пристроями та засобом зв'язку. У межах підрозділу ми заглибимось в суперечливу політику конфіденційності даних месенджера Telegram, що відлякує частину потенційної аудиторії, зокрема згадаємо про відсутність наскрізного шифрування інформаційного обміну та можливість моніторингу цифрових слідів користувачів. Детально розглянемо проблему низької якості медіаконтенту ІМ-платформи, що стала наслідком відсутності сталих стандартів у процесах створення та розповсюдження інформаційного вмісту. Уваги заслуговують результати політики Telegram щодо контролю інформаційного потоку платформи та соціальної взаємодії, котра розгортається в її межах. На завершення проаналізуємо вплив сформованого сервісом простору на психічне здоров'я користувачів та завдану шкоду наявною системою модерації вмісту.

*3.2.1 Порушення конфіденційності даних.* Алгоритми платформи Telegram не піддають шифруванню той інформаційний вміст, який проходить свою обробку через сервери месенджера у процесі свого поширення публічними чатами та приватним листуванням. Месенджер зберігає більшість повідомлень на своєму сервері у їх первинному вигляді, доступному для перегляду й ознайомлення. Будь-яка особа, що має доступ до серверів Telegram, може ознайомитись зі змістом повідомлень. Долається бар'єр шляхом переведення міжособистісного спілкування в режим "секретного чату". Типово Telegram реалізує всю міжособистісну та публічну комунікацію через канали з транспортним шифруванням повідомлень – інформаційний вміст шифрується лише при передачі на офіційні сервери, аби він не зазнав зовнішнього впливу чи перехоплення (рис. 3.22).

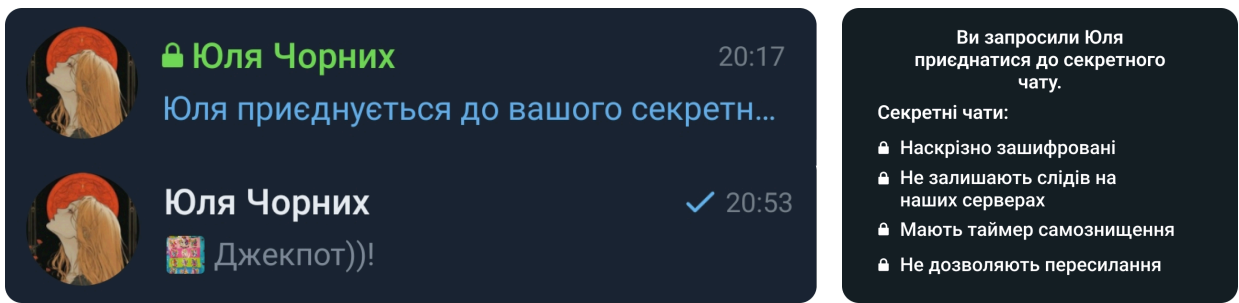


Рис. 3.22 Скриншоти чату Telegram з наскрізним та транспортним шифруванням відповідно [119]

За умов такого типу шифрування даних, при надходженні повідомлень на сервер для збереження, інформаційний вміст розшифровується до свого первісного стану, доступного для ознайомлення особами з доступом до серверів. Транспортне шифрування обмежує в доступі до повідомлень постачальників послуг зв'язку або ж провайдери мережевої інфраструктури, котрі своєю чергою можуть зазнати впливу з боку правоохоронних органів, спеціальних служб чи навіть зловмисників з несанкціонованим доступом до техніки, яка забезпечує передачу повідомлень на сервер. Без ключа шифрування, агент зовнішнього впливу не зможе розкрити зміст повідомлень – для нього він буде доступний у вигляді хаотичного набору знаків та символів.

Режим “секретного чату” змінює цифрові протоколи шифрування комунікації з “транспортних” до “наскрізних”. Застосування наскрізного шифрування вилучає офіційні сервери Telegram з процесу комунікації. Цифрові пристрої учасників комунікації стають самодостатніми серверами для передачі та збереження повідомлень, створюючи власний ключ шифрування інформаційного вмісту, недоступний для розкриття сторонніми особами, у тому числі й співробітниками месенджера. Активується режим “секретного чату” за бажанням користувача, вручну та існує паралельно до звичного, типового чату з транспортним шифруванням, про це відомо з блогу розробників, однак не від сервісу (рис. 3.22) [117]. Вони відрізняються між собою візуально та за набором функцій. Секретні чати унеможливають

пересилання повідомлень за межі листування та обмежують користувачів у можливості зробити знімок або запис екрана, редагувати повідомлення після відправки та користуватись реакціями. Альтернативний режим листування дозволяє встановити термін існування медіафайлів та текстових повідомлень – від 1 секунди до 1 тижня, ІМ-платформа повідомляє про терміни, а також обмежити учасників комунікації в здатності зберігати медіафайли на свій пристрій [134]. За кожним повідомленням встановлюється визначений таймер, який активується після перегляду повідомлення. Варто зазначити, що секретні чати доступні лише для користувачів мобільних телефонів – власники стаціонарних пристроїв не зможуть скористатись режимом.

Використовуючи для міжособистісної комунікації режим “секретного чату”, користувачі ризикують втратити поширений інформаційний вміст – чи то буденні розмови, чи то важливі дані з унікальним медіаконтентом. Медіафайли та текстові повідомлення з обмеженим терміном існування буде неможливо відновити задля повторного використання. Через це, користувачі не матимуть історію листування, що може призвести до розриву контексту спілкування або ж виникнення непорозумінь, неузгодженості повідомлень між собою. Не виключені й звичні казуси, коли користувач відкрив повідомлення і не встиг ознайомитись з ним за встановлений таймером час. У випадку, якщо користувач видалить секретний чат або покине його, увесь зміст буде стерто з пристрою. Разом з тим, користувач втрачає доступ до наявних “секретних чатів” у разі зміни цифрового пристрою, оскільки чат з унікальним ключем шифрування прив’язується не до акаунту, а конкретного пристрою зі своїм серійним номером. Використання “секретних чатів” не передбачає синхронізації листування при переході на інший цифровий пристрій, бо за цей процес відповідають сервери Telegram, які при наскрізному шифруванні не беруть участі в комунікації, розробники неодноразово про це наголошують в межах свого блогу [117]. Користувач оновлює смартфон, завантажує на нього Telegram і авторизується у своєму акаунті, однак “секретні чати” залишаються доступними лише на старому

пристрої. Дана ситуація буде знайомою для користувачів таких месенджерів як WhatsApp, Signal та Viber, де наскрізне шифрування примусово встановлюється для всіх чатів від початку листування (рис. 3.23).

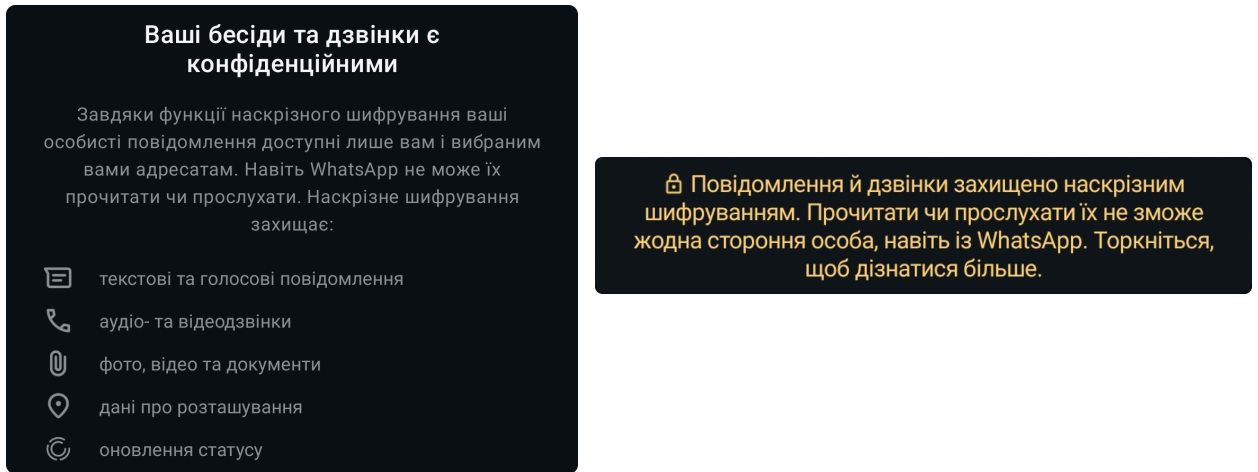


Рис. 3.23 Скриншоти оповіщення месенджера WhatsApp щодо обов’язкового наскрізного шифрування всіх чатів та каналів в межах платформи [135]

Зауважимо, що використання альтернативного шифрованого режиму комунікації може викликати хибне почуття безпеки, адже не виключено, що будь-яке обмеження у функціях, наприклад, заборона створення знімка екрана, може бути усунута за допомогою сторонніх засобів, на які Telegram не зможе накласти обмеження. Як варіант, використання для запису екрана стороннього цифрового пристрою, що дасть змогу таємно зберегти той чи інший медіафайл, хоч і в гіршій якості. Подібні обхідні шляхи чисельні й реалізуються поза тим пристроєм, який працює в режимі “секретного чату”. Telegram не може гарантувати дотримання окремих умов, про які він оголошує при початку листування в “секретному чаті”, що робить можливою недоброчесну поведінку від одного з учасників комунікації.

З незначних недоліків можна відмітити часову затримку при відправленні або отриманні текстових повідомлень та медіафайлів. Користувачам доведеться почекати доки їх лист дійде до адресата, це відбувається не миттєво, як при звичному листуванні, а займає пару секунд. Окрім затримки відправки та передачі повідомлення, присутня затримка і

завантаження для перегляду й користування тих медіафайлів, які користувачі додають до своїх листів. Уповільнення листування пов'язане з обмеженими ресурсами цифрових пристроїв учасників комунікації, які значно менші порівняно з серверами Telegram, котрі ми примусово вилучаємо при переході в альтернативний режим комунікації.

*3.2.2 Загальнодоступне відстеження цифрових слідів.* У цифрову епоху, існування людини в межах віртуального середовища не залишається непоміченим. Використання користувачем соціальних мереж, незалежно від цілей та намірів, призводить до накопичення значних об'ємів “цифрових слідів” – сукупності інформації щодо дій користувача під час перебування в мережі, подібний феномен широко відображений у технічних статтях фахівців з кібербезпеки [93]. Люди активно взаємодіють з повідомленням та каналами його поширення – коментують дописи й відповідають на повідомлення, беруть участь в обговореннях, залишають реакції, оновлюють свої підписки на канали інформації, діляться медіафайлами, геолокацією та статусом тощо.

Усі ці дані є невіддільною частиною величезного та хаотичного віртуального простору сповненого медіаконтентом, який ми споживаємо. І доки ця інформація розрізнена та неупорядкована, вона не становить жодної загрози користувачу, не має цінності та лише займає зайве місце на серверах. Однак недоліки політики конфіденційності Telegram надають можливість будь-якій зацікавленій особі з допомогою неофіційного програмного забезпечення (прик. чат-боти “glazboga”, “TeleSINT”, “ProBitBot”) зібрати цифрові сліди, встановити їх приналежність до конкретної особи та систематизувати за необхідними параметрами (рис. 3.24) [65].

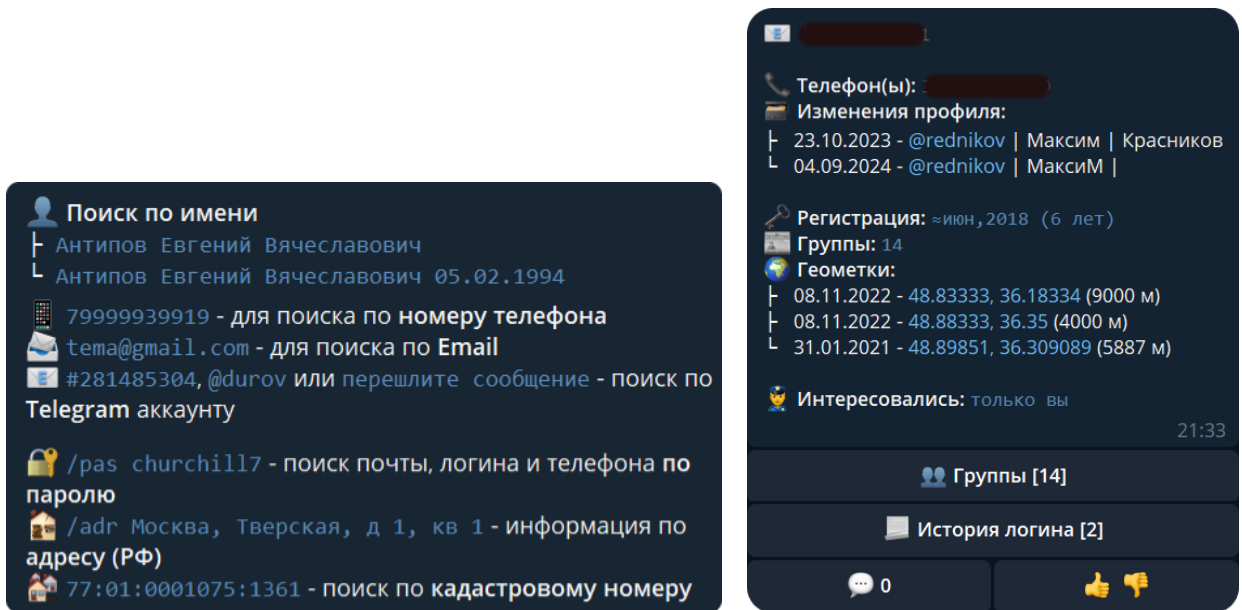


Рис. 3.24 Скриншоти переліку доступних функцій російського Telegram-бота з відстеження цифрових слідів “glazboga” й результату запиту на інформацію від нього [84]

Це породжує пряму загрозу безпеці користувача та робить можливим шпигунство за обраним акаунтом. Абсолютно будь-хто зможе переглянути історію й зміст вашого публічного листування, представленого коментарями, ознайомитись з тривалістю вашої активності в мережі, переглянути перелік каналів, де була помічена присутність того чи іншого акаунту, а також сформувати зведення ваших підписок (рис. 3.25). І це лише за умов проведення поверхневого аналізу зібраних даних, програмне забезпечення розвивається і надає все більше можливостей для дослідження “цифрових слідів” користувачів. Активний моніторинг та експлуатація цифрових слідів стали можливими завдяки технічній специфіці Telegram. При реєстрації ІМ-платформа закріплює за кожним акаунтом унікальний обліковий номер, що складається з “хештегу” (англ. hashtag, #) та 9-значного числового коду (рис. 3.24). Даний ідентифікатор (ID), як нам заявляють розробники, необхідний для коректного збереження на сервері Telegram усіх дій, пов’язаних з певним акаунтом [108]. За цим числовим кодом прив’язуються всі дії користувача у публічному віртуальному просторі.



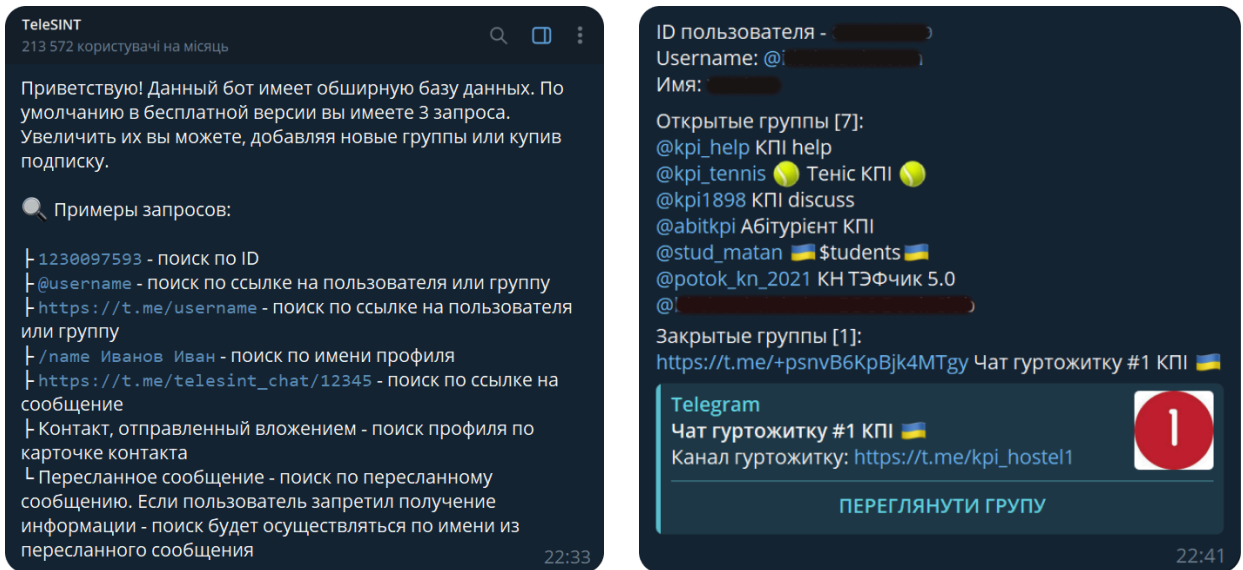


Рис. 3.25 Скриншоти переліку доступних функцій російського Telegram-бота з відстеження цифрових слідів “TeleSINT” й результату запиту на інформацію від нього [128]

Отримавши інформацію щодо ID-номера певного користувача, будь-яка особа без особливих зусиль зможе через спеціальні додатки зібрати та впорядкувати усю відкриту інформацію, яка закріплена за цим номером, вказавши його в запиті. Додатки, що обробляють запит на інформацію, здійснюють машинний пошук у програмному коді Telegram й ідентифікують всі цифрові сліди, пов’язані із заданим ID-кодом, обробляють їх і надають у вигляді звіту. Зібрані дані можуть дати зловмисникам інструменти для маніпулятивного впливу, зокрема шантажу, психологічного тиску або фізичної розправи, обману тощо. Програмні інженери попереджують, що боти збирають інформацію навіть щодо геолокації, якою користувач міг необережно поділитись з мережею, випадково увімкнувши її під час використання месенджера [65]. Для військових в умовах війни витік подібної інформації критично небезпечний. Однак слід зауважити, що подібне шпигунство може використовуватись й на користь – наприклад, правоохоронними органами у боротьбі зі злочинною діяльністю або ж авторами контенту в дослідженні власної аудиторії.

До моменту, поки адміністрація Telegram не анонсує змін у політиці конфіденційності, ми можемо запропонувати неформальний спосіб убезпечити себе від моніторингу цифрових слідів. Повною мірою проблему можна подолати замаскувавши ідентифікатор користувача – він хоч і невидимий для користувачів через звичний інтерфейс месенджера, однак є складником програмного коду Telegram. Відтворити ІМ-платформу у вигляді згаданого набору знаків та команд, й виокремити звідти бажаний ID-код зломисникам допомагає спеціальне програмне забезпечення. Цей числовий код закріплений за іменем користувача (англ. username) у месенджері і проявляється при його згадці – в особистому профілі, вказівці “юзернейму” в якості відмітки у чаті або ж при використанні функцій “Переслати повідомлення” чи “Відповісти на повідомлення” відносно повідомлення створеного користувачем. Саме при виконанні однієї з цих умов, запевняють фахівці з кібербезпеки, в програмному коді месенджера Telegram відтворюється ідентифікатор того користувача, повідомлення чи облікове ім’я якого згадують [95]. Відповідно, аби приховати свій ID-код від алгоритмів ІМ-платформи та людей, що мають до них доступ, треба унеможливити виконання всіх цих умов і не допустити проявлення ім’я користувача.

Telegram не надає подібних інструкцій, однак зробити це може кожен з користувачів – для початку слід відредагувати ім’я користувача у налаштуваннях особистого профілю, повністю стерши його. Після чого підтвердити зміни та зберегти за собою порожнє поле вводу (рис. 3.26).

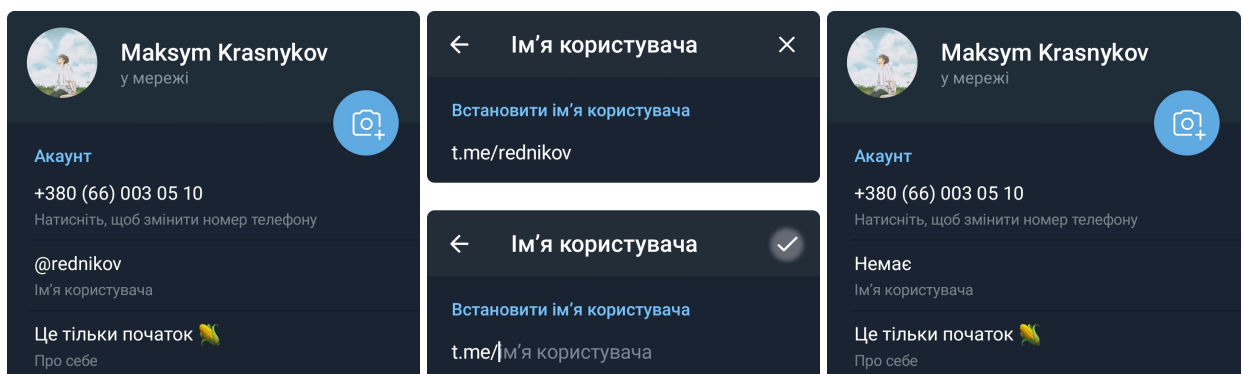


Рис. 3.26 Скриншоти налаштувань з приховування імені користувача [120]

Даний крок позбавить інших користувачів можливості дізнатись ім'я користувача з профілю та відмітити його у чаті, при згадці в повідомленні. Після цих змін Telegram почне використовувати при згадках підпис, під яким ми записані у контактній книзі того, хто буде відмічати нас в повідомленні, не розкриваючи ID-код. Відповідно, можемо запевнити, що це не вплине негативно на роботу Telegram – месенджер продовжить розпізнавати користувача, однак буде робити це в інший спосіб, технічно складніший для себе, однак безпечніший для власника акаунта. Наступний крок реалізується через налаштування розділу “Приватність” – платформа надає користувачу право заборонити іншим пересилати його повідомлення або відповідати на них через відповідну функцію. Щоб скористатись наданим на те правом, слід у пункті налаштувань “Пересилання повідомлень” обрати варіант “Ніхто” або задати винятки, вказавши тих осіб, які мають довіру до себе (рис. 3.27).

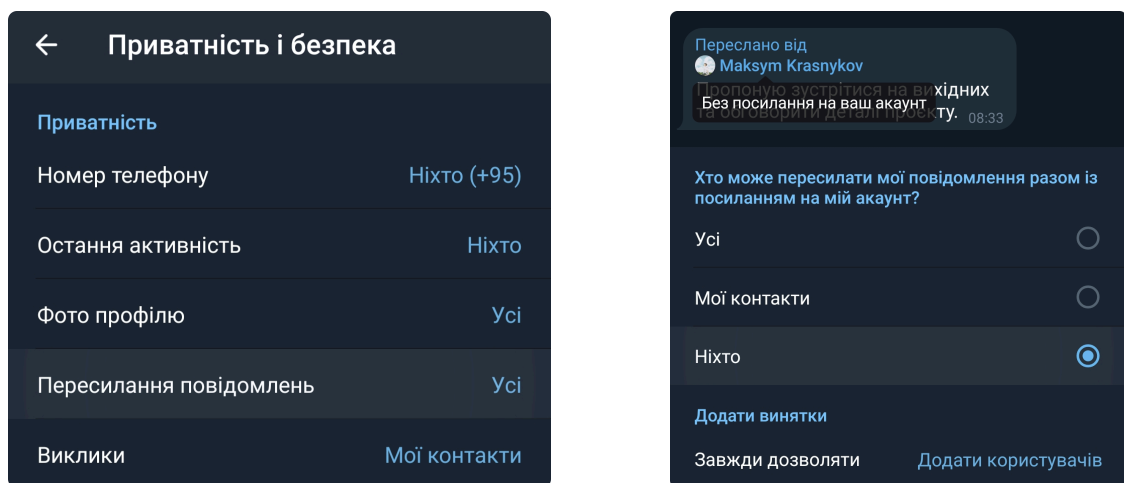


Рис. 3.27 Скриншоти налаштувань з обмежень на пересилання повідомлень

[120]

У результаті, люди все ж зможуть пересилати повідомлення користувача та відповідати на них, однак відтепер Telegram буде приховувати їхнє авторство у програмному коді й не відтворюватиме ім'я користувача в інтерфейсі платформи. Від моменту втілення даної інструкції жоден з

користувачів не зможе здобути ідентифікатор особи, яка позбулась імені користувача. Однак варто розуміти, що дані дії не мають жодного сенсу, якщо зломисники встигли отримати ID-код до того – ідентифікатор має незмінне значення від створення акаунту до його знищення, через що його маскування може бути запізнілим, до цього висновку можна дійти ознайомившись з текстом відповідного оновлення облікового запису від розробників [108]. Аби інструкція дала бажаний результат – її слід реалізовувати на новому акаунті, ID-код якого не встиг потрапити до публічного простору. Користувачі, які давно використовують свій акаунт, будуть вимушені видалити його і створити новий обліковий запис, з новим ідентифікатором, виконавши інструкцію. У цьому і полягає основний ризик даного способу – доведеться пожертвувати старим акаунтом разом з певним обсягом інформації. Якщо перелік каналів, на які підписаний користувач, та контакти можна легко відновити на новому акаунті, то зберегти згенерований обсяг текстових повідомлень та поширених медіафайлів завдання, яке потребує значних витрат часу, зусиль та вільного місця на пам'яті цифрового носія. Разом з тим, приховування імені користувача обмежує у соціальній взаємодії, жодна людина більше не зможе реалізувати пошук за юзернеймом, додати вас до списку контактів та написати повідомлення. Знайти обліковий запис з прихованим іменем користувача зможуть тільки контакти або ж учасники чату, де подібний профіль залишає повідомлення. При подібній зміні налаштувань вагома частка ініціативи у комунікації покладається на користувача, котрий позбавляє себе потенційно корисних знайомств.

### *3.2.3 Невідповідність медіаконтенту професійним стандартам.*

Базовим елементом комунікації в Telegram є текстове повідомлення – сукупність знаків та символів, закодована у зрозумілу для адресата семіотичну систему та послідовність. Невимогливий до користувача формат передачі інформації, що існує поза регламентом та дозволяє вільний виклад думки. Текстові повідомлення зародились разом з Telegram і були призначені для міжособистісного спілкування, однак дослідники ІМ-технологій

відзначають, що месенджер давно подолав ці межі й став повноцінним засобом масової комунікації [5]. Наразі ІМ-платформа нав'язала серйозну конкуренцію традиційним масовим медіа, ставши одним з найпопулярніших та впливових джерел інформації для українців. Віртуальні спільноти месенджера можуть не поступатись у розмірах аудиторії таким медіа як телебачення, радіо або преса, аналіз споживання медіа серед українців це вдало унаочнює [16]. Проблема полягає в тому, що у процесі цього стрімкого розвитку, автори медіаконтенту – чи то інтернет-медіа, чи то лідери масової думки, продовжують послуговуватись текстовими повідомленнями при подачі інформації на широкий загал. У той час, коли традиційні масові медіа забезпечують свою аудиторію професійними стандартами, чіткою й зрозумілою структурою подачі інформації, у Telegram продовжує панувати невідповідний текстовий медіаконтент, що спирається лише на смак та бачення свого автора, без жодних обмежень (рис. 3.28).

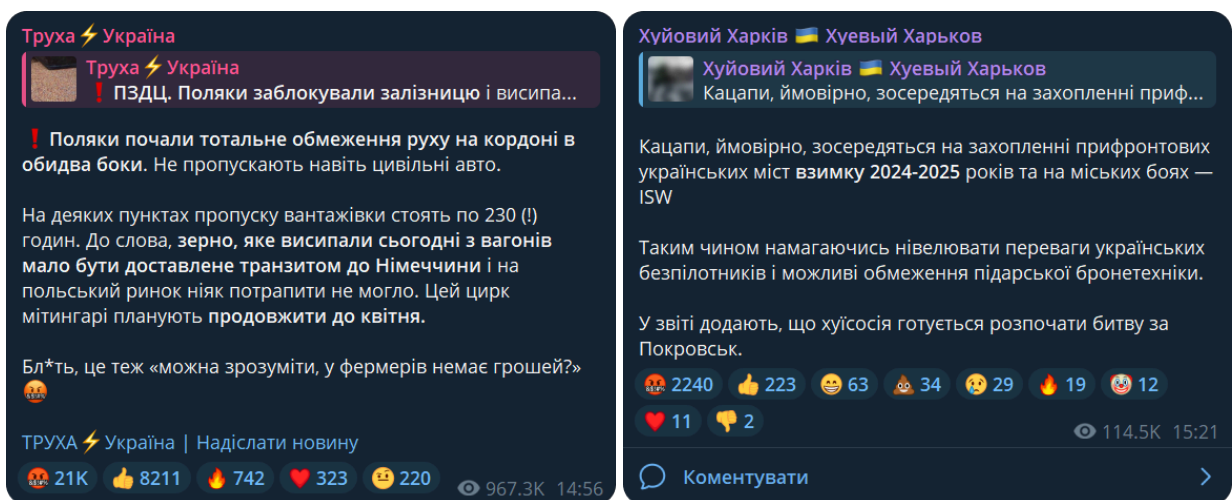


Рис. 3.28 Скриншоти прикладів новинних публікацій з популярних українських Telegram-каналів [68, 57]

Ця проблема може спричинити ускладнення в сприйнятті та інтерпретації повідомлення, призвести до втрати частини важливої інформації та перенавантаження публікації зайвим обсягом тексту. Відсутність структурування дописів відображається у порушенні логіки викладу та сприйняття інформації. Дослідники соціальних комунікацій за

участі Telegram підкреслюють, що побічним може бути зниження рівня залученості та уваги аудиторії, неправильне тлумачення й побудова хибних висновків, зниження впливу повідомлення [18]. Подібний негативний вплив може поширюватись і на міжособистісне спілкування. Це серйозний виклик для ефективності цифрової комунікації, який потребує до себе такої ж серйозної уваги з боку авторів медіаконтенту. Користувачам слід бути відповідальними перед аудиторією, для роботи з текстовим форматом медіаконтенту Telegram надає інтегрований до платформи редактор. За створення дописів відповідає модуль передачі повідомлень – спеціальне поле у вигляді обрамленого текстового рядка з напівпрозорим вказівником “Написати повідомлення...”, що призначений для графічних знаків і символів (рис. 3.29).

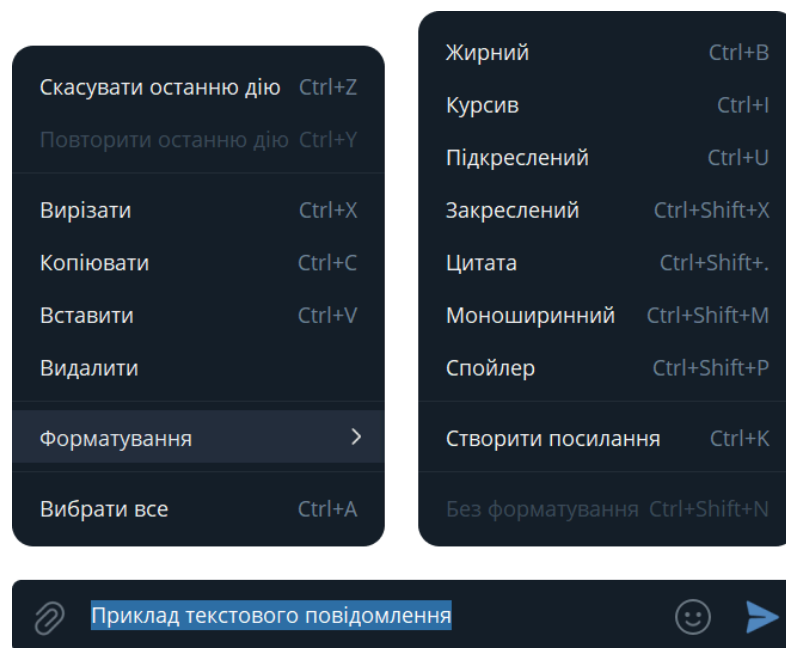


Рис. 3.29 Текстовий редактор клієнтської програми Telegram Desktop для операційної системи Windows [120]

Даний засіб відкриває доступ до всіх операцій зі створення текстового повідомлення – зокрема інструментів форматування, що допоможуть структурувати повідомлення. Перейти до впорядкування допису можна в процесі його створення або редагування, за словами розробників, слід

виділити необхідну частину тексту й на мобільних пристроях – натиснути на неї й утримувати палець, а на настільних – натиснути праву кнопку миші [102]. Такою є специфіка використання програмних клієнтів для настільних пристроїв.

Наразі користувачу платформи доступні такі функції з форматування:

– Виділення тексту жирним написанням шрифту. Такий варіант форматування зможе допомогти розділити повідомлення на сенсові блоки – створити заголовок, підзаголовки або окремі пункти. Також воно може стати гарною альтернативою підкресленню при розставленні акцентів або наданні емоційного забарвлення. Дана опція може бути активована комбінацією клавіш “Ctrl + B” (“⌘ + B”) або через подвійне виділення необхідної частини тексту символами “астериск” (грец. ἀστερίσκος – зірочка, \*), наприклад: **\*\*Текст\*\*** (рис. 3.30).

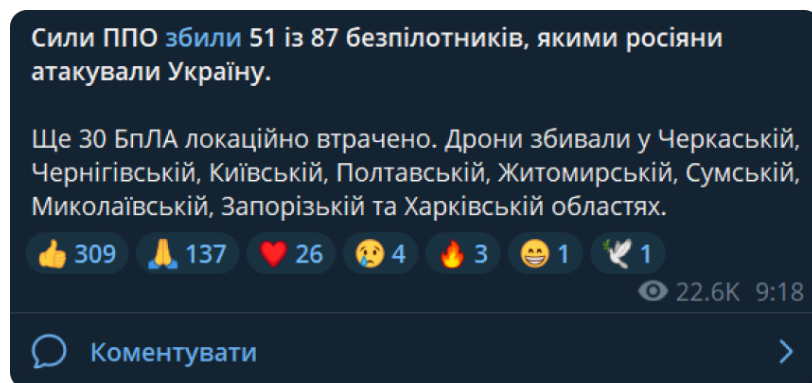


Рис. 3.30 Приклад застосування жирного написання у публікації [78]

– Виділення тексту курсивним написанням шрифту. Це зможе зарадити користувачу при необхідності виділенні в тексті наукових термінів, ключових понять, слів іншомовного походження або ж власних назв. Форматування вигідне як для технічних текстів, перетворюючи знаки на математичні змінні ( $x$ ,  $y$ ,  $z$ ), так і для художніх – виокремлюючи серед тексту думки, передані непрямою мовою або ж прямі цитати. Дана опція може бути активована комбінацією клавіш “Ctrl + I” (“⌘ + I”) або через подвійне виділення тексту символами підкреслювання: Текст (рис. 3.31).



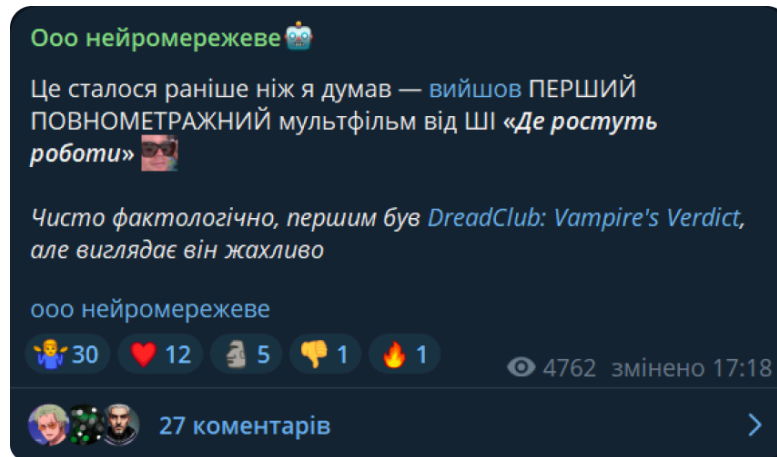


Рис. 3.31 Приклад застосування курсивного написання у публікації [87]

– Підкреслення тексту. Цей варіант форматування відповідно до назви зможе забезпечити текст акцентами – при чому як за сенсом, так і візуально аби зосередити увагу. Дана опція може бути активована комбінацією клавіш “Ctrl + U” (“⌘ + Shift + U”) (рис. 3.32).

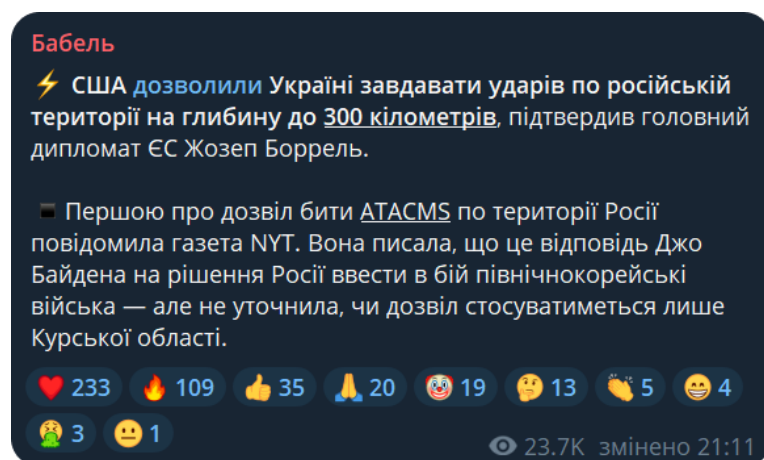


Рис. 3.32 Приклад застосування підкреслення тексту в публікації [80]

– Закреслення тексту. Це специфічний вид форматування, що допоможе показово уточнити повідомлення при його редагуванні або вказати на певну помилку, перекресливши неактуальне чи хибне твердження й додати поруч доповнення чи спростування. Все для того, щоб відкрито продемонструвати правки публікації й бути чесними перед аудиторією, не вводячи її в оману, або ж актуалізувати дані. Закреслення можна використати для наочної



демонстрації певних змін, протиставивши їх у різному формативанні – закреслений, старий варіант поруч з новим. Дана опція може бути активована комбінацією клавіш “Ctrl + Shift + X” (⌘ + Shift + X) або через подвійне виділення частини тексту символами “тильда” (лат. Titulus – підпис, ~), наприклад: ~~Текст~~ (рис. 3.33).

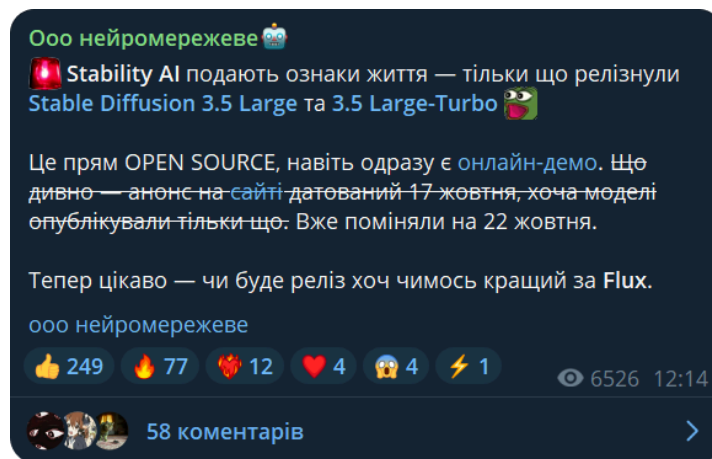


Рис. 3.33 Приклад застосування закреслення у публікації [74]

– Виокремлення у формі цитати. Необхідно для того аби візуально виокремити в публікації наведену дослівну частину з авторського тексту або ж прямої мови певної людини із зазначенням джерела. Дана опція може бути активована комбінацією клавіш “Ctrl + Shift + .” (⌘ + Shift + .) (рис. 3.34).

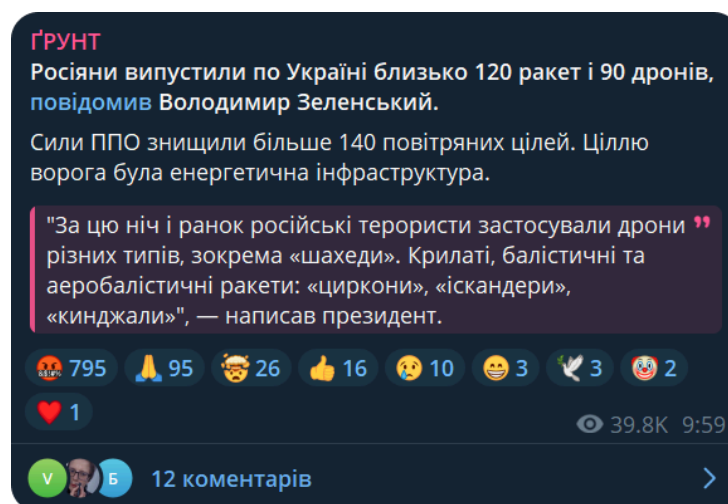


Рис. 3.34 Приклад застосування цитати у публікації [76]

– Зведення тексту до моноширинного написання. Також відомий як непропорційний шрифт, у якому всі знаки, відповідно до назви, мають однакову ширину, незалежно від їхньої форми або розміру. Необхідно це для коректної передачі та полегшеного сприйняття технічної інформації, зокрема запису програмного коду, технічних термінів або комбінацій клавіш, математичних формул або алгоритмів. Непропорційний текст контрастний відносно класичного шрифту Telegram, він підсвічується при наведенні на нього курсором та зручний для швидкого копіювання в один дотик або натиск миші. Це допоможе працювати не лише з технічною інформацією, а й контактними даними – посиланнями, номерами телефонів, банківськими реквізитами тощо. Дана опція може бути активована комбінацією клавіш “Ctrl + Shift + M” (⌘ + Shift + K) або через подвійне виділення тексту символами зворотного апострофу ('): ``Текст`` (рис. 3.35).

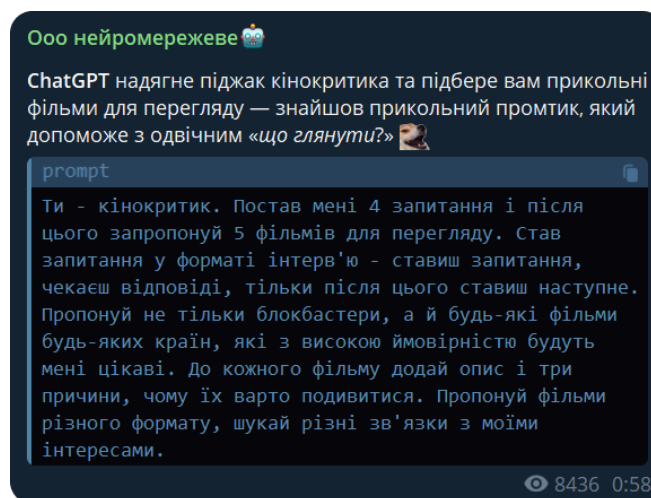


Рис. 3.35 Приклад застосування моноширинного написання у публікації [77]

– Приховати текст як “спойлер”. Цим терміном позначають несвоєчасно розкрити важливу інформацію щодо певних ключових подій, явищ або осіб. Цей варіант форматування перекриває певну частину тексту цензурою – спеціальною ширмою, котру користувач може зняти, доторкнувшись до неї пальцем або натиснувши комп’ютерною мишею. Це ставить аудиторію перед вибором, чи хоче вона спожити інформацію, яку

автор позначив як небажану для передчасного розкриття. Прикладом спойлеру може бути рахунок футбольного матчу, ім'я переможця міжнародного конкурсу, частина сюжету фільму, гри або ж художнього твору. Спойлером може бути певний сюрприз або таємниця, що потребує збереження інтриги. Під “спойлером” може бути прихована й чутлива або неприємна інформація, котра потенційно завдасть негативного впливу на користувача – кількість постраждалих від лиха або ім'я жертви вбивства. Цей тип форматування є інструментом контролю інформаційного обміну що може забезпечити його інтерактивністю та безпекою. Дана опція може бути активована комбінацією клавіш “Ctrl + Shift + P” (⌘ + Shift + B) або через подвійне виділення тексту символами “пайп” (англ. pipe – труба, |), наприклад: ||Текст|| (рис. 3.36).

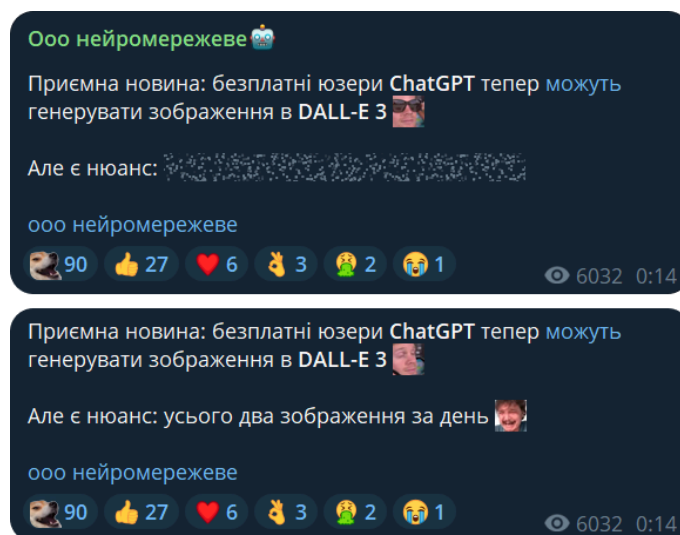


Рис. 3.36 Приклад застосування спойлера у публікації [72]

– Прибрати форматування. Цей інструмент допоможе прибрати застосовані щодо тексту опції й повернути його до звичного варіанту написання та шрифту. Форматування можуть бути деактивовані комбінацією клавіш “Ctrl + Shift + N”.

Звісно, що інтегрований редактор не єдиний засіб структурування текстових дописів, користувачам доступні також звичні пробіли та розділові знаки, типографічні символи, ідеограми та візуальні елементи. Автори



Непомірковане занурення в інструменти форматування може значно збільшити час на підготовку медіаконтенту до публікації, втрати оперативності, охоплення аудиторії й частоти його виходу. Головне не боятись експериментувати й намагатись знайти оптимальний баланс між використанням техніки, формуванням стилю та інформативністю. Саме у цих пошуках лежить ключ до напрацювання ефективної форми подачі інформаційного вмісту.

*3.2.4 Розрив контексту комунікації.* У впорядкуванні медіаконтенту Telegram послуговується лінійною структурою – стрічкою, що проранжована за часом створення інформаційного вмісту, від найдавнішого повідомлення до найактуальнішого. Це породжує феномен, коли публікації, об'єднанні певним контекстом, втрачають між собою зв'язок, що ускладнює сприйняття інформації, призводить до порушень в інтерпретації, осмисленні та побудові зважених висновків. Відбувається розмиття загальної картини подій, що заклали основу серії публікацій – між ними руйнується очевидна послідовність чи логічна взаємозалежність, як стверджують дослідники сучасного комунікативного простору [7]. Не виключено, що й сам автор може порушити контекст, опублікувавши допис без прив'язки до подій (рис. 3.38). Не завжди аудиторія розділяє з автором єдиний інформаційний простір й відповідно перебуває в одному контексті. Посилює цей розрив і швидкість потоку інформації – інформаційний канал здатен генерувати необмежену кількість повідомлень за день, зазвичай спільнота встигає наповнитись десятками, а то й сотнями публікацій. Якщо ми говоримо про груповий чат, то там лік може перевалювати за тисячі. У випадку ж багатоканального, різнотематичного споживання медіаконтенту, межі між джерелами інформації стираються, а її потік може перевищувати здатність людини до ефективного опрацювання. Разом з тим, комунікація за посередництва ІМ-платформи є асинхронною, розтягнутою в часі. У таких умовах прослідкувати зв'язок між окремими повідомленнями стає надскладною задачею. Як наслідок, через

порушення цілісності контексту знижується не лише загальний рівень ефективності комунікації, а й формується неповне або спотворене розуміння спожитої інформації.

Для того, щоб зарадити подібному хаотичному споживанню медіаконтенту, авторам публікацій слід самостійно забезпечити регулярне та систематичне відновлення зв'язків між дописами. Допоможе в цьому останній, незгаданий інструмент форматування тексту – “створити посилання”. Функція, що дозволяє закріпити за будь-якою текстовою частиною повідомлення URL-адресу (англ. Uniform Resource Locator – єдиний вказівник на ресурс) певного цифрового джерела, що міститься в Інтернет-мережі. Це може бути окрема сторінка необхідного WEB-сайту, електронний контакт, медіафайл – будь-який зафіксований документ.

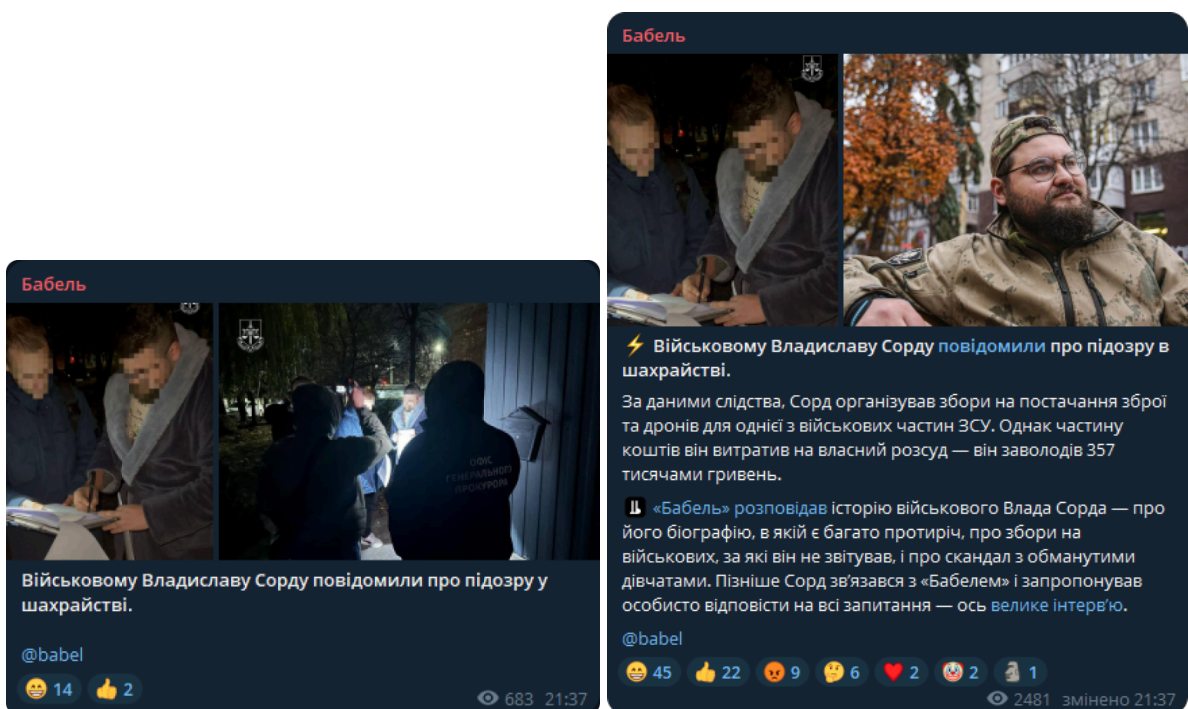


Рис. 3.38 Порівняння однакової за темою публікації у та поза контекстом [46]

Зокрема, цифровим ресурсом може стати й довільний Telegram-допис, платформа закріплює за кожним повідомленням, поширеним в межах інформаційних каналів, власну унікальну URL-адресу. Подібне форматування перетворює виділений текстовий фрагмент на кнопку, що при активації

відправляє користувача за приєднаним посиланням. Помітити її легко, відформатована частина тексту подібно до Інтернет-посилань, залежно від світлої чи темної теми, забарвлюється у синій або помаранчевий колір задля контрасту відповідно. Кількість посилань, прихованих за текстом, обмежується кількістю знаків, використаних у публікації – за будь-яким словом чи текстовим символом можна закріпити URL (рис. 3.39).

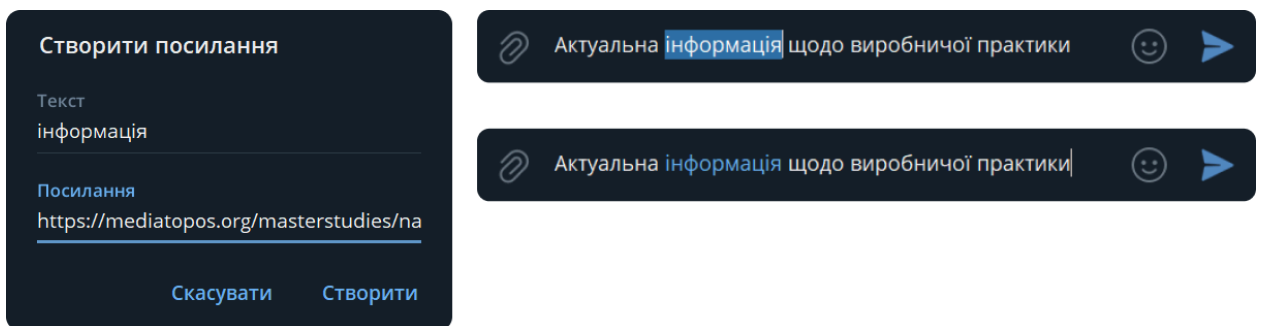


Рис. 3.39 Приклад використання прихованого за текстом посилання [119]

Це створює для авторів медіаконтенту можливість зберегти контекст публікації, закріпивши за нею або попередні пов'язані дописи, або сторонні джерела, що розкривають передумови допису й вводять його в певні обставини (рис. 3.40).

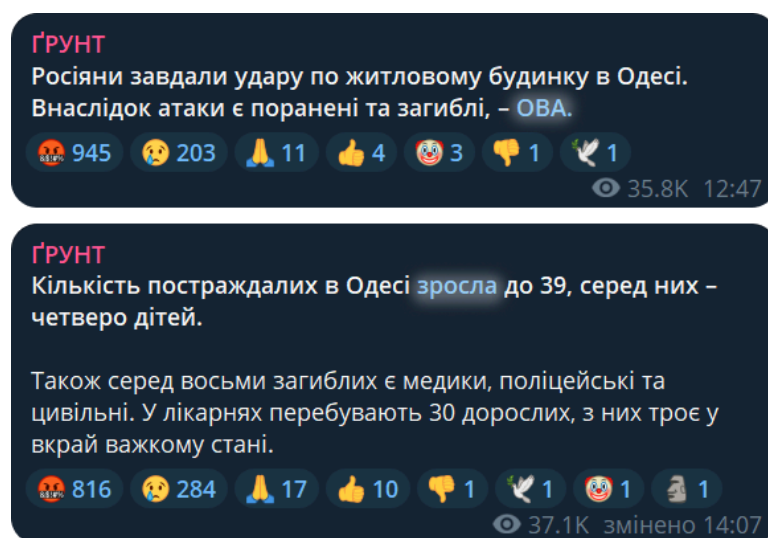


Рис. 3.40 Приклад вказівки джерела та зв'язки публікацій через посилання [58]

Активне використання посилань створить невидиму мережу зв'язків між дописами, що стане повноцінною системою навігації серед окресленої в публікації теми й порушить лінійне сприйняття медіаконтенту. Користувачу для того, щоб повернутись до контексту, доведеться витратити лічені секунди аби натиснути кнопку й ознайомитись з попередніми дописами – розкрити передумови, переглянути першоджерело, згадати учасників події та причинно-наслідкові зв'язки, це очевидна перевага, що ігнорується більшістю авторів медіаконтенту, про це у своїй роботі зауважують українські дослідники сервісу Telegram [19]. Для аудиторії це ефективна альтернатива довготривалим пошукам стрічкою у випадковій спробі відновити зв'язки між публікаціями та створити з них серію. Зв'язані посилання дадуть змогу краще зануритись в тему, чим зменшать ризики фрагментарного споживання медіаконтенту.

Глобальність системи, створеної завдяки нескінченній кількості подібних зв'язків, стає не лише перевагою, а й вагомим ризиком. Немає жодних гарантій, що у цій мережі не буде приховано шкідливих посилань, які ведуть на небезпечні ресурси – WEB-сайти шахраїв або несправжні інформаційні джерела, вірусні цифрові портали, ресурси з незаконним медіаконтентом та рекламні сторінки. Високим є ризик руйнування подібної мережі, за умов, якщо одне або декілька ключових посилань стануть недійсними – наприклад, ресурси за цими адресами будуть обмежені в доступі або видалені. Це порушить зв'язки між дописами й зробить частину навіть активних посилань недоступною через відсутність проміжних ланок. З очевидних загроз є потенційне перенавантаження користувача інформацією та заплутування надмірною серією дописів – чим ширшою є мережа посилань, тим легше в ній заплутатись. Авторам варто дотримуватись балансу в наповненні інформаційного каналу.

Допомогти втримати контекст зможуть згадані раніше теги, об'єднавши між собою подібні за ключовими словами, а відповідно і тематично,



публікації. При натисканні на тег, користувача буде миттєво відправлено до результатів пошуку – переліку абсолютно всіх публікацій, що мають однакові мітки і є близькими за змістом, проранжованих за актуальністю. Таким чином аудиторія зможе структурувати контент за доступними їй категоріями (рис. 3.41).

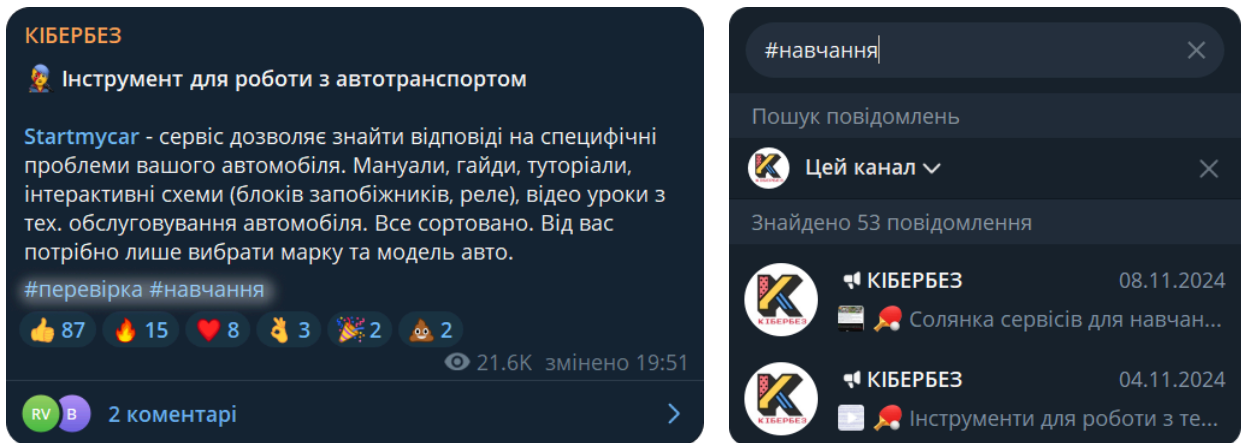


Рис. 3.41 Приклад використання тегів для структурування медіаконтенту за категоріями [56]

Цей спосіб має певні переваги над посиланнями – користувачу одномоментно відкривається вся мережа дописів і надається вибір, до якої публікації перейти. Видалення однієї з публікацій жодним чином не вплине на роботу системи. Однак система тегів обмежується лише внутрішніми ресурсами Telegram і не може бути поєднана з Інтернет-мережею. А ризик перенавантажити аудиторію значною серією з дописів та заплутати не лише зберігається, а й посилюється – широкий набір тегів ускладнює навігацію серед публікацій і може призвести до ускладнення пошуку необхідного медіаконтенту.

*3.2.5 Вибірковий контроль медіаконтенту та соціальної взаємодії.* Від початку заснування Telegram FZ LLC заклали до свого цифрового продукту парадокс, задекларувавши політику максимальної свободи для власної аудиторії при усвідомленій необхідності контролю інформаційного потоку. ІМ-платформа позиціює себе як віртуальний простір, що не піддається

цензурі, проте фактично здійснює модерацію, спираючись на непрозорі критерії й правила спільноти. У цьому приховане глибоке ідеологічне протиріччя, конфлікт між ідеалами свободи та потреби користувача у захисті. У пошуках рівноваги розробникам складно визначити межі допустимого медіаконтенту, що були б однаково прийнятні для всієї аудиторії платформи. Сутність проблеми вибіркової модерації полягає у відсутності послідовного та прозорого підходу до контролю за медіаконтентом. Telegram нерівномірно застосовує правила та критерії відбору неправомірного медіаконтенту щодо різних груп користувачів та публікацій. Подібний підхід дослідники характеризують наявністю подвійних стандартів, що стали можливими завдяки відсутності чітких й публічно доступних правил модерації інформаційного вмісту [9]. Відповідно, виникає ситуація за якої провідну роль приймає суб'єктивне прийняття рішень щодо блокувань, а передбачити реакцію представників контролю щодо того чи іншого типу медіаконтенту просто неможливо. Це задає невизначеність процесу комунікації й може призводити як до самоцензури творців, так і пошуків шляхів обходу обмежень. Окрім неврегульованості процесу модерації, для нього характерна безсистемність – невизначеність термінів розгляду скарг та графіку перевірок інформаційних каналів, хаотичність у застосуванні обмежень, а також відсутність прозорості й зрозумілої для користувача процедури оскарження рішення.

Ускладнюється проблема як і масштабами аудиторії глобального цифрового сервісу, так і величезними обсягами медіаконтенту, який вона продукує щосекундно. Наявність бодай мільйону активних користувачів унеможливорює ручну перевірку інформаційного вмісту та опрацювання скарг на матеріали неправомірного характеру. А скільки існує паралельних клієнтських програм, що лише посилюють тиск на систему. Застосування ж автоматизованих систем фільтрації медіаконтенту обмежене через їхню неспроможність адекватно інтерпретувати контекст чи певні соціокультурні нюанси змісту повідомлень. Наявність публічних масових каналів та чатів,

можливостей швидкого поширення інформації – все те, що робить зручною комунікацію, створює додаткове навантаження для представників контролю. За подібних умов алгоритми не зможуть гарантувати високих результатів, і навпаки призведуть до блокування правомірного вмісту через помилкове тлумачення. Саме тому Telegram вдається до централізованої системи модерації, котра обмежена масштабами своїх дій й спирається на звіти користувачів. Розробники делегували частину своїх повноважень у боротьбі з небажаним медіаконтентом на власну аудиторію, надавши їй право відзначати неправомірний інформаційний вміст через скарги (рис. 3.42). Модерація у ручному режимі обробляє запити, перевіряє повідомлення й виносить свій суб'єктивний вирок, видаляючи медіаконтент й блокуючи джерело його розповсюдження. Це можна охарактеризувати радше як реактивний підхід до контролю, аніж проактивний – не запобігти поширенню, а мінімізувати наслідки. Очевидно, що подібний режим роботи, з огляду на свою технічну специфіку та організаційну структуру, призводить до значних часових затримок контролю та обмеженості його охоплення.

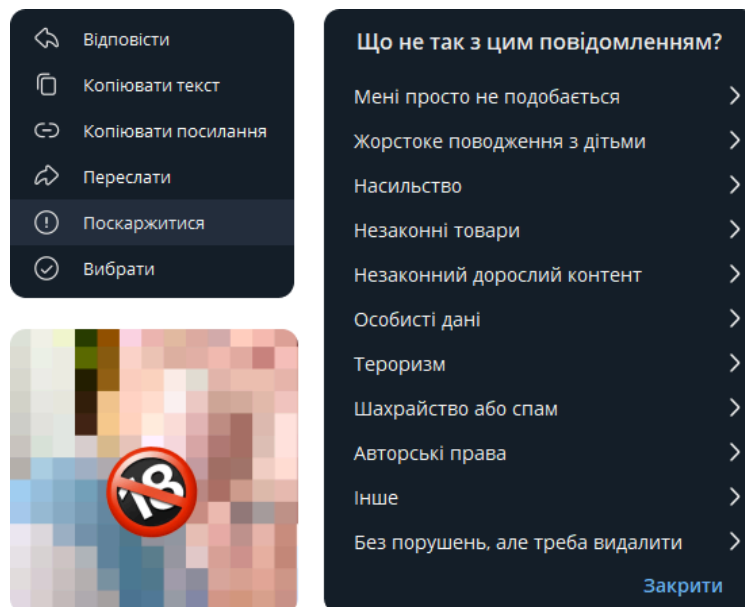


Рис. 3.42 Демонстрація спеціального меню для подачі скарг на неприйнятний медіаконтент [120]

Вибіркова й нерегулярна система контролю створює ризики для найрізноманітніших категорій користувачів. Творці медіаконтенту не можуть забезпечити себе впевненістю у стабільній роботі власних інформаційних каналів й розвитку спільноти. Підприємці, для яких месенджер є інструментом реалізації їхніх комерційних інтересів, мають невизначеність щодо можливостей використання ІМ-платформи для власних цілей. Масовий користувач, що складає левову частку аудиторії, не убезпечений від шкідливого медіаконтенту та інформаційних маніпуляцій. Однак широких можливостей для зловживань та протиправної діяльності набувають нечесні користувачі – поширення дезінформації або ж забороненого вмісту, шахрайство, спам, продаж незаконних товарів й поширення особистих даних, порушення авторських прав, прояви агресії та ненависті тощо. Розв’язання даної проблеми потребує визнання її комплексного характеру й переосмислення ролі месенджера у сучасному інформаційному просторі. У цьому контексті цікавим є дослідження редакції “Української правди” Єдиного державного реєстру судових рішень, журналісти проаналізували понад 13 тисяч вироків, у яких в якості знаряддя злочину згадується принаймні одна із соціальних мереж (Рис. 3.43).

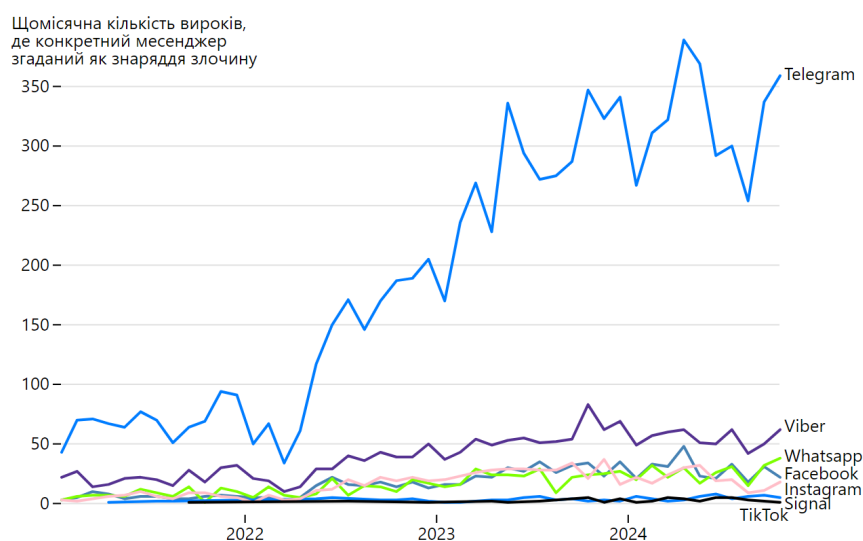


Рис. 3.43 Щомісячний розподіл вироків суду відносно соціальних мереж, що фігурують у матеріалах справи як ключове знаряддя злочину [60]

Це допомогло виявити сервіси, котрі користуються серед злочинців найбільшим попитом. Відрив Telegram від інших соціальних медіа очевидний та вражаючий, месенджер став провідним засобом комунікації серед засуджених, здобувши 55% всіх згадок серед матеріалів справ. Найпоширенішим протиправним діянням, скоєним з допомогою соціальних мереж, за висновком журналістів, став збут та зберігання наркотичних речовин, на дану статтю КК припадало 45% вироків. Друге місце посідає виготовлення й продаж фальшивих документів – 16% усіх справ. У десятку статей входить посягання на територіальну цілісність, державна зрада, шахрайство, шпигунство, продаж зброї та розповсюдження порнографії [60]. Користувачі Telegram безперешкодно, масово отримують через публічні інформаційні канали та чати пропозиції легкого заробітку, розсилки з фішингу, рекламу заборонених речовин та медіаконтенту, викрадених баз даних й підробок продукції відомих брендів. Подібне дослідження цінне для нашого проєкту, оскільки дає зрозуміти масштаб хаосу серед інформаційного простору ІМ-платформи, спричиненого безвідповідальною політикою модерації вмісту.

З огляду на це, творці медіаконтенту здатні самотужки компенсувати вади системи модерації, перейнявши її функції на себе. Ефективним було б розділити цю відповідальність й зосередитись на модерації власної спільноти. За відсутності сталих офіційних норм, котрі б регламентували існування глобальної аудиторії сервісу, власники інформаційних каналів спроможні встановити власні правила для своїх підписників й провадити самостійну політику контролю інформаційного потоку (рис. 3.44).

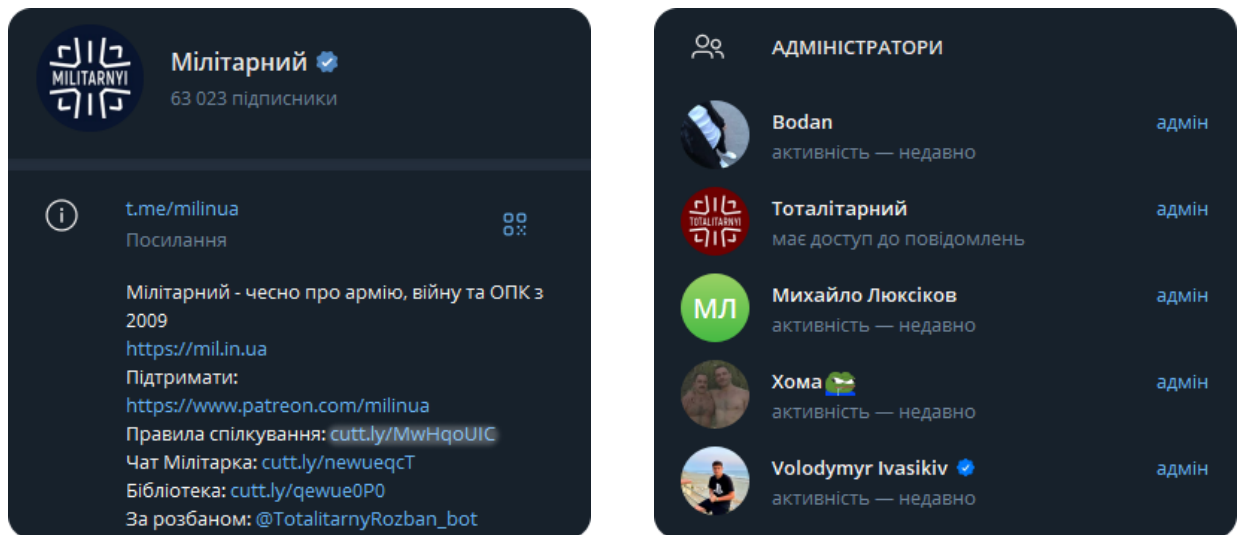


Рис. 3.44 Скриншоти системи самостійної модерації одного з Telegram-каналів [61]

Адміністратори спільнот повинні унормувати процес комунікації, визначити критерії неправомірного інформаційного вмісту й сформувати власний перелік правил, прийнятний для локальної аудиторії. Норми можна зафіксувати в описі спільноти через текст або ж за посиланням на сторонній інформаційний ресурс, закріпити у вигляді повідомлення в чаті. Це забезпечить аудиторію постійним, швидким доступом до регламенту – кожен зможе звернутись до норм у будь-який момент спілкування. Власник інформаційного каналу або чату має повну свободу дії щодо створення власних норм – заборона на нецензурну лексику та образи, обмеження спаму й рекламного медіаконтенту, надсилання посилань. Це забезпечить прозорість, а також передбачуваність процесу модерації.

Проте не лише прописані власником спільноти правила можуть допомогти приборкати її інформаційне життя, вагомий вплив має й аудиторія, об'єднана неформальною культурою. Під якою ми розуміємо певні узгоджені ціннісні орієнтації, що закладають основу саморегульованого середовища, де адекватна поведінка у процесі комунікації стає нормою, а не винятком. Подібна система має спиратись на такі принципи як повага – повага до учасників комунікації та різноманіття думок, відкритість до конструктивної критики, нетерпимість до насильства й агресії. Коли учасники спільноти

поділяють подібну, єдину систему ціннісних орієнтацій, вони починають активно протидіяти неприйнятній поведінці, долучатись до процесу модерації. І важливим аспектом у цьому є розвиток почуття відповідальності, коли кожен користувач вбачає у собі не пасивного споживача медіаконтенту, а активного учасника в житті спільноти. Дослідники сучасного медіапростору підкреслюють, що це допомагає створити атмосферу довіри та взаєморозуміння, де немає місця негативним проявам людських стосунків [41]. Не варто забувати й про іншу сторону розбудови культури спільноти – заохочення критичного мислення та цифрової грамотності, просування навичок роботи з інформацією серед користувачів зменшують шанси на поширення дезінформації та втілення маніпуляцій.

Наступним кроком має стати формування системи контролю, що буде гарантувати дотримання правил спільнотою – власної команди модераторів чи адміністраторів (рис. 3.44). Telegram дозволяє наділяти певних користувачів особливими правами та обов'язками, делегувавши їм частину повноважень з управління віртуальною спільнотою через її налаштування, а саме розділ “Адміністратори”. У нагоді стануть такі права як “Видаляти повідомлення” та “Блокувати користувачів”, відповідно перша опція дозволить позбутися неправомірного медіаконтенту, а друга обмежити джерело його розповсюдження, про це розробники детально написали у своєму блозі (рис. 3.45) [106]. До модерації варто залучити активних учасників спільноти, що не лише володіють певною репутацією, а й зацікавлені у злагодженій роботі інформаційного каналу. Модератори зможуть не лише слідкувати за дотриманням встановлених правил, а й бути медіаторами у вирішенні конфліктів, що супроводжуватимуть процес комунікації. Організація подібної команди дозволить спільноті швидко реагувати на порушення правил й бути в соціокультурному контексті інформаційного потоку, а відповідно приймати адекватні рішення у санкціях щодо порушників.

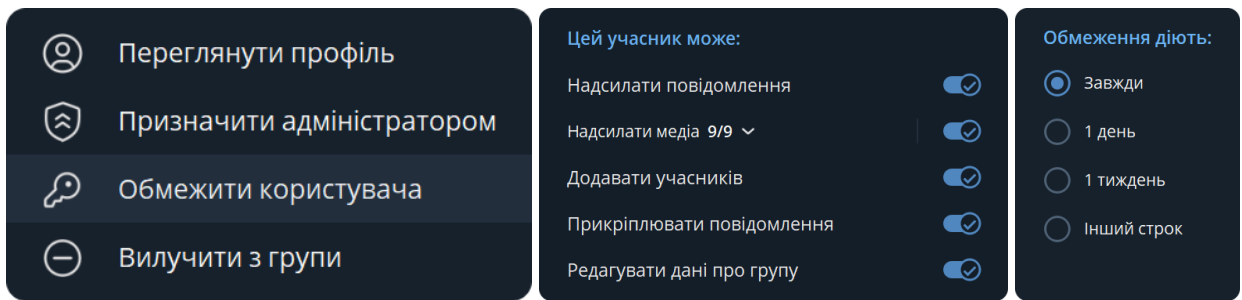


Рис. 3.45 Скриншоти з меню модерування соціальної взаємодії користувачів у межах чатів та інформаційних каналів [120]

Звісно що ІМ-платформа володіє потенціалом й до користувацької автоматизації процесу контролю медіаконтенту, зокрема через Telegram-боти, про які детальніше поговоримо трохи згодом. Одна з ключових їхніх функцій – це алгоритмізоване виявлення й видалення небажаного інформаційного вмісту. Боти спроможні швидко аналізувати зміст повідомлень та виявляти спам, рекламу, нецензурну лексику, образливі висловлювання або ж заборонені матеріали. Окрім того, боти можуть реалізовувати гнучку систему попереджень для порушників й фрагментувати штрафні санкції – вдаватись не лише до повного блокування, а й тимчасових обмежень у відправці повідомлень. Фахівці відзначають, що наразі інтегроване програмне забезпечення цілком здатне приймати й обробляти скарги, доносити їх в якості запитів до модерації, чим спрощують виявлення порушень [15]. Звісно що боротьба з вибірковою модерацією в Telegram без втручання розробників завдання не з легких, воно вимагає активної участі спільноти й співпраці користувачів. Однак створення саморегульованого середовища є ледь не єдиним ефективним виходом із ситуації, що покращить ситуацію (рис. 3.46).





Рис. 3.46 Скриншоти текстового інтерфейсу доступних функцій Telegram-бота з автоматизованої модерації “Rose” [114]

Головні ризики розбудови власниками інформаційних каналів та чатів самостійної системи модерації пов’язані з питанням довіри – надійності обраних для модерації користувачів та Telegram-ботів. У питанні делегування повноважень з управління віртуальною спільнотою месенджер не надає жодних гарантій, котрі б убезпечили її від зловживань наданими правами. Немає жодної впевненості, що система контролю не буде використана зловмисниками для масових блокувань користувачів, поширення шкідливого програмного забезпечення та видалення цінного інформаційного вмісту. У будь-який момент модератори, представлені людьми або ж програмним забезпеченням, з власних причин можуть почати діяти поза інтересами спільноти. Це може бути як конфлікт інтересів, так і приховані мотиви. Слід бути обачним при підборі команди модераторів, кожен з них має послуговуватись не лише гарною репутацією, а й мати довіру. Це стосується і ботів, як вже було зазначено раніше, слід спиратись лише на популярне забезпечення, перевірене часом. Інтегровані сервіси контролю вразливі до кібератак й, окрім того, знаходяться під постійним впливом від власних розробників.

Звісно, що подібній ускладненій системі контролю притаманні й очевидніші ризики – будь-яка людина чи програма має свої вади, котрі можуть вплинути на її ефективну роботу. Люди суб’єктивні у прийнятті

рішень й керуються власними упередженнями, що можуть вплинути на їхню діяльність. Важливо й те, що контроль за процесом комунікації на добровільних засадах важко описати як професійну діяльність – будь-який модератор не є фахівцем, що здобув для своєї роботи необхідні знання чи здібності. Telegram не надає офіційних навчальних програм чи рекомендацій, відповідно користувачі вимушені будуть стикатися з непрофесіоналізмом та несправедливістю. Це знижує довіру до процесу модерації й неабияк підвищує ризики для спільнот. Як результат, необхідність побудови довіри стає не менш складним викликом для аудиторії порівняно з офіційною вибірковою модерацією.

Проблема вибіркової модерації на цьому не завершується, оскільки другою характерною ознакою месенджера Telegram є відкритість віртуального простору взаємодії користувачів, а саме засобів масової комунікації – каналів, груп та так званих супергруп. Інформаційний обмін, що реалізується в межах згаданих рівнів комунікації, є публічним в усіх його аспектах – від учасників взаємодії до поширеного медіаконтенту. Відповідно, будь-який користувач, вступаючи в активну взаємодію з віртуальною спільнотою, відкриває широкому загалу власний обліковий запис. Подібні умови функціонування ІМ-платформи призводять до серйозної проблеми – будь-який користувач месенджера здобуває можливість несанкціонованого збору чужих контактних даних, їхньої систематизації та використання у розсилках небажаних повідомлень без згоди адресата. А кожен учасник публічного інформаційного обміну наражає себе на небезпеку стати жертвою нерелевантного медіаконтенту, іноземні дослідники з особливою визначають цю проблему однією з ключових для сервіса [35]. Відкритість віртуального простору створює загрозу й для засобів масової комунікації, що можуть бути використані сторонніми користувачами як інструменти доступу до широкої аудиторії та реалізації подібних розсилок, зокрема через коментарі каналів й спільнот або закріплений за ними чат.

Подібний нерелевантний медіаконтент має широке різноманіття форм свого втілення:

- Спам. Масове розповсюдження великих обсягів рекламних повідомлень, що представлені як цінними пропозиціями, так і зловмисними. Спам спрямований на привернення уваги широкої аудиторії й залучення її до певного інформаційного ресурсу, товару чи послуги, а також може бути використаний задля поширення шкідливого програмного забезпечення або фішингових атак.

- Флуд (англ. flood – повінь, потоп) або ж часто повторюваний медіаконтент. Продукування надмірної кількості однакових чи подібних за змістом повідомлень, що мають на меті або перешкодити інформаційному обміну, або привернути увагу його учасників до певної теми.

- Офтоп (англ. off topic – поза темою). Недоречне повідомлення або обговорення, що не стосується основної теми чи мети каналу й розвиває його межі у спробі змістити фокус комунікації.

- Дезінформування. Поширення неправдивої інформації щодо дійсності, задля створення викривленої реальності. Подібні повідомлення мають на меті здійснити вплив на думку спільноти або індивіда, змінити їхню поведінку, нав'язати власну інтерпретацію подій, підірвати довіру до певного джерела інформації або особи.

До нерелевантного медіаконтенту можна віднести й побічні результати публічної комунікації, що виражаються через звернення в особисті повідомлення – емоційні реакції або конфлікти, повідомлення провокативного характеру, цькування тощо. Детальніше ми їх розглянемо в межах іншого комунікативного бар'єра. У своїх наукових розробках дослідники медіа стверджують, що для Telegram від початку його існування характерним є не втручатись до інформаційного обміну своєї аудиторії, саме тому ІМ-платформа не має офіційної команди модераторів, котра б регулювала його перебіг [21]. Відповідальність за поширення або ж

споживання нерелевантного медіаконтенту між собою розділяють творці платформи та її користувачі.

Найпростіше позбутись від загрози небажаних розсилок на рівні міжособистісного спілкування у приватних чатах. Хоч Telegram стандартно і робить обліковий запис загальнодоступним при долученні до публічної комунікації, він залишає користувачу можливість врегулювати доступ до своєї контактної інформації та повідомлень. Для цього необхідно звернутись до розділу налаштувань під назвою “Приватність”. Ключовим в блокуванні несанкціонованого медіаконтенту є пункт “Повідомлення”, що відповідає за встановлення переліку осіб, котрі можуть надсилати особисті листи (рис. 3.17). Обравши варіант “Контакти” на противагу “Усі”, користувач відмежовується від людей, котрі не внесені до його контактної книги Telegram або цифрового пристрою загалом – ботів, шахраїв, рекламних агентів та інших потенційних джерел нерелевантного медіаконтенту. При зміні налаштувань лише знайомі, схвалені користувачі зможуть надсилати повідомлення на акаунт, для сторонніх осіб ця функція зникне з облікового запису, а отже ризик потрапити до чужої контактної бази розсилки нівелюється.

Однак варто зазначити, що подібний спосіб загрожує втратою частини знайомих користувачів, що з огляду на певні обставини не були завчасно додані до контактної книги. Подібна втрата жахлива тим, що вона може пройти непоміченою, месенджер не повідомить користувача про спроби цих людей зв’язатись з ним. Перед тим, як вдатись до налаштувань приватності, слід провести ґрунтовну роботу з наповнення контактної книги – видалити непотрібні облікові записи й зберегти бажані знайомства. Важливо усвідомити, що при застосуванні даного способу, користувач переймає на себе ініціативу в приватній комунікації. Він відмежовує себе не лише від зловмисників, а й від потенційних можливостей – бізнес-пропозиції та роботодавці, випадкові знайомства за інтересами, колеги, соціальні або благодійні ініціативи тощо. Жоден з незнайомих не зможе звернутись до

користувача, тільки якщо той першим звернеться до незнайомого облікового запису почнеться діалог.

Окрім обмеження в надсиланні повідомлень сторонніми особами розділ “Приватність” може забезпечити й інші способи зв’язку з користувачем. Важливо подібним чином приховати від незнайомців номер телефону та виклики – все задля того, щоб жоден сторонній акаунт не зміг встановити зв’язок через мобільний дзвінок на пристрій або саму платформу. Не зайвим буде приховати від незнайомців опис облікового запису “Про себе”, якщо там міститься певна контактна інформація. Аби уникнути ризику бути доданим без власного бажання до невідомого чату або спільноти з нерелевантним медіаконтентом слід також обмежити до кола друзів можливість запрошувати акаунт до каналів комунікації. Даний комплекс дій унеможливить будь-яку приватну комунікацію користувача без його згоди.

Позбавитись нерелевантного медіаконтенту на рівні засобів масової комунікації дещо складніше, однак все ж можливо. Так, Telegram надає власникам інформаційних каналів інструменти контролю інформаційного вмісту, що генерується підписниками у коментарях або чаті – доступна функція блокування, обмеження у праві надсилати повідомлення, встановлення затримки у відправленні тощо (рис. 3.45). Звісно, цих засобів достатньо аби слідкувати за незначною спільнотою, що вимірюється парою десятків підписників, однак якщо їхня кількість збільшується до тисячі, десятка тисяч, сотень тисяч чи мільйона – у ручному режимі не впорається навіть команда модераторів. За таких умов фізично важко забезпечити цілодобовий контроль та миттєве видалення медіаконтенту, котрий порушує правила спільноти. Впоратись з масовою аудиторією, що є потенційним джерелом нерелевантного медіаконтенту, власникам інформаційних каналів допоможуть “боти”.

Telegram-бот або ж чат-бот – це інтегрований до ІМ-платформи програмний додаток, створений через набір закладених розробником алгоритмів або на основі штучної інтелектуальної машини. Реалізує свою

діяльність під виглядом безособового облікового запису месенджера через текстовий інтерфейс ІМ-платформи – приватний або публічний чат, імітуючи людську комунікацію. Додаток є віртуальним роботом, що займається автоматичною обробкою цифрових даних того середовища, до якого він був залучений, а також виконанням заданих йому інструкцій. Бот, спираючись на доступну базу знань, здатен інтерпретувати текстові повідомлення та запити користувачів й генерувати на них відповіді, виконувати запрограмовані дії на основі їхніх команд, а також забезпечувати посередництво між ними та сторонніми для месенджера сервісами, у цьому нас запевняють розробники сервісу [99]. Це звична всім комп'ютерна програма, що у Telegram набула подоби користувача й стала багатофункціональним помічником, спроможним до спілкування та виконання певних задач. Замість звичних кнопок вона керується текстом – з нею можна привітатись, поставити запитання та примусити виконати якусь дію.

Існують як офіційні Telegram-боти, так і неофіційні – розроблені аудиторією. У межах месенджера вони виконують найрізноманітніші функції – генерування зображень, надання інформаційної довідки, моніторинг WEB-ресурсів, конвертація й завантаження файлів з Інтернет-мережі, розв'язання математичних задач, переклад тексту чи перевірка на помилки. Керуючи обліковим записом, боти можуть виконувати ті ж самі функції, що й людина, однак завдяки обчислювальним потужностям свого комп'ютера робити вони це будуть масово, миттєво й без перерви на сон, не зазнаючи втоми, науковці вбачають у цій особливості значний потенціал до вдосконалення процесу комунікації [31]. Відповідно, у ролі модератора Telegram-бот зміг би впоратись із контролем над джерелами нерелевантного медіаконтенту. Ця думка стала очевидною для спільноти ІМ-платформи, а тому досить швидко були створені додатки, призначені для спрощення керування інформаційними каналами та чатами. Популярність встигли завоювати такі боти як “MissRose” (2,7 мільйона користувачів на місяць) [114], “GroupHelp” (1,3 мільйона користувачів на місяць) [105], а

також “Combot” (1 мільйон користувачів на місяць) [98]. Зокрема, додатки надають можливість делегувати програмному забезпеченню боротьбу з нерелевантним медіаконтентом.

Згадані Telegram-боти надають розширений інструментарій із боротьби зі спамом, флудом, шахрайством з допомогою фільтрів – власники спільнот можуть прописати детальні інструкції щодо того, який інформаційний вміст є небажаним для коментарів або чату (рис. 3.46). Додаток буде миттєво видаляти усі повідомлення, окреслені в межах інструкцій, а також за необхідності блокувати або обмежувати акаунти, які поширюють його (рис. 3.47). Telegram-бот здатен ознайомитись з правилами спільноти й виконувати вказівку щодо боротьби з тими, хто порушує їх – це обмежить офтоп в обговоренні. Додаток вміє слідкувати за частотою відправлення повідомлень й карати тих, хто вдається до флуду. Окрім того, він може оперативно реагувати на скарги інших користувачів. Все це можливе завдяки простій автоматизованій системі керування програмним забезпеченням – окреслені боти надають користувачу розгорнуті інструкції з налаштування додатка. Аби розпочати їхнє застосування слід зв’язатись з ботом через листування, запросити його до бажаної спільноти й наділити правами модератора. Далі він надасть серію запитань через які зрозуміє, що від нього вимагається і розпочне свою роботу.

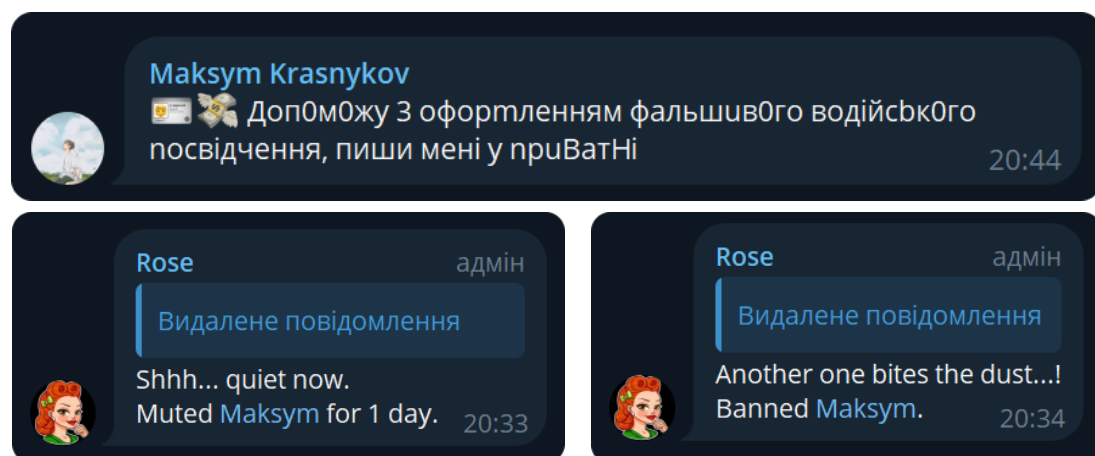


Рис. 3.47 Скриншоти демонстрації роботи Telegram-бота “Rose” [119]

Головним ризиком залучення роботизованих систем до боротьби з нерелевантним медіаконтентом в межах каналів масової комунікації є їхня підвладність стороннім для чату особам – розробникам. Творці програмного забезпечення залишають за собою контроль над обліковим записом з якого чат-бот реалізує свою діяльність. Відповідно, надаючи права модератора додаткові, ними на власний розсуд зможе скористатись невідома особа. Не існує жодних гарантій, що розробник не втрутиться за посередництва своєї програми до роботи інформаційного каналу. Нічого не заважає йому блокувати користувачів на власний розсуд від імені бота, змінити назву спільноти або ж видалити декілька важливих публікацій чи створити власні, цей ризик ключовий для безпеки Telegram-каналів на думку українських дослідників сервісу [14]. Залучення подібного програмного забезпечення до управління віртуальною спільнотою та контролю стрічки медіаконтенту будується на довірі до його власника. Аби знизити ризики стороннього впливу слід послуговуватись популярними цифровими продуктами, що встигли здобути визнання аудиторії та сформувати гарну репутацію. Серед чат-ботів є й українські пропозиції, наприклад UAAntiSpam, або ж Wardy. В умовах гібридної війни, не менш важливих фактором довіри до програмного забезпечення є країна його походження. Використання національних продуктів дозволить не стати жертвою іноземного впливу, зокрема з боку російських розробників або пов'язаних з агресором компаній.

Звісно що будь-яке програмне забезпечення не позбавлене ризиків помилкових блокувань та обмежень, що призведуть до втрати важливої інформації й стануть додатковим бар'єром для ефективної комунікації. Власнику інформаційного каналу слід приділити увагу роботі додатка аби контролювати його дії та вберегтись як від стороннього втручання у його роботу, так і від помилкових дій. Сервіс здатен вчитись на помилках та самовдосконалюватись, головне сприяти його розвитку. Telegram-боти не гарантують безперервної роботи, вони як і будь-яке інше програмне забезпечення схильні до технічних збоїв – як випадкових, так і пауз заради



оновлення або доопрацювання. Додаток може відмовити у роботі в критичний момент, а тому вимагає певного підстрахування – нічого не заважає автору медіаконтенту залучити до роботи мережу ботів, що будуть змінювати один одного за необхідності.

*3.2.6 Інформаційне перенавантаження.* Завдяки стрімкому розвитку соціальних медіа величезних масштабів й унікальних властивостей набув процес споживання інформації. Свою роль тут відіграв і Telegram, котрий не лише став джерелом безпрецедентних обсягів медіаконтенту, а й засобом його швидкого поглинання. Психологи вказують, поєднання цих факторів спричиняє ситуацію, за якої кількість отриманої інформації значно перевищує наші можливості до її обробки та сприйняття. За короткий проміжок часу подібно до перенасичення формується надлишок, який користувач не в змозі ефективно та якісно засвоїти [37]. За даними TgInfoMe, сервіс надає своїй аудиторії змогу підписатись на 500 каналів, для власників Premium акаунту це число подвоюється [59]. Кілька сотень джерел інформації, що в межах єдиної платформи здатні щохвилини генерувати нові повідомлення, котрі будуть накопичуватись поки користувач не ознайомиться з ними всіма (рис. 3.48). При цьому месенджер не реалізує жодних заходів з фільтрації медіаконтенту, актуалізації його відповідно до вподобань й встановлення обмежень у його споживанні. Маємо безперервний потік публікацій та сповіщень, що прагне привернути нашу увагу, без жодних пауз у їхньому надходженні.

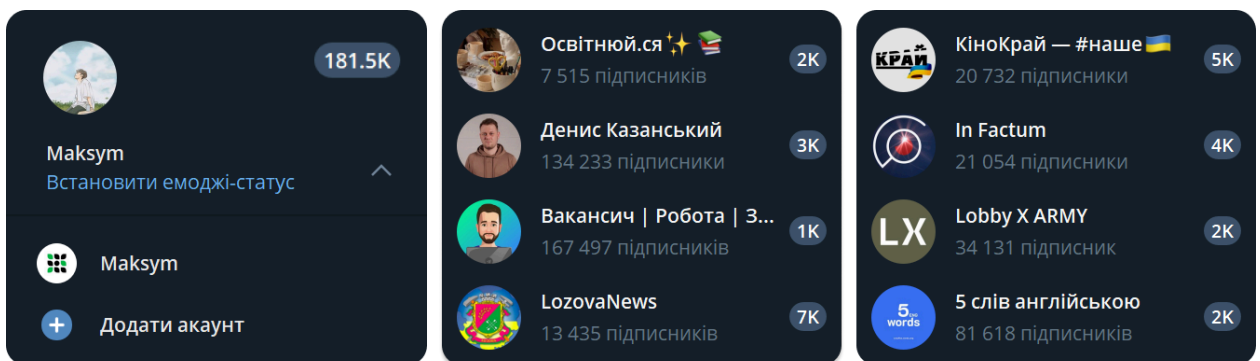


Рис. 3.48 Показ частини накопиченого за 3 місяці неспожитого медіаконтенту [119]

І цей ліміт у п'ять сотень спільнот не є недосяжним, завдяки широкій доступності месенджера, спробувати себе в ролі автору медіаконтенту може кожен. Відповідно ІМ-платформа цілком здатна вдовольнити попит аудиторії й надати їй широке тематичне різноманіття джерел інформації (рис. 3.49). Поглиблює проблему єдність і масштаб віртуального простору, що розмиває межі між робочим й особистим інформаційним полем – в одному місці поєднується міжособистісне спілкування, корпоративне життя та розваги, освіта й реклама, новинний медіаконтент. Відсутність меж породжує досить шкідливу й непомітну звичку, що проявляється у постійній залученості до інформаційного поля. На жаль, але для платформи за словами дослідників відсутність впорядкування того потоку інформації, який вона обумовлює, є типовою й непомітною для розробників. Інформаційні канали створюють одну спільну стрічку, що ранжується лише за часом оновленням їхнього інформаційного вмісту [21]. Блукання між каналами посилює фрагментоване сприйняття інформації, за якої користувач отримує поверхнєве розуміння подій і втрачає здатність до глибокого аналізу, цілісного їхнього сприйняття.

|    |                                                                                                          |                                                   |    |                                                                                                          |                                                  |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| 01 |  Еротика              | 215.9 К<br>Загальна кількість каналів у категорії | 07 |  Блоги                | 95.9 К<br>Загальна кількість каналів у категорії |
| 02 |  Релігія і духовність | 141.4 К<br>Загальна кількість каналів у категорії | 08 |  Ігри                 | 81.0 К<br>Загальна кількість каналів у категорії |
| 03 |  Освіта               | 133.8 К<br>Загальна кількість каналів у категорії | 09 |  Музика               | 78.9 К<br>Загальна кількість каналів у категорії |
| 04 |  Ставки і казино      | 133.7 К<br>Загальна кількість каналів у категорії | 10 |  Економіка та фінанси | 78.0 К<br>Загальна кількість каналів у категорії |
| 05 |  Фільми               | 116.0 К<br>Загальна кількість каналів у категорії | 11 |  Криптовалюти         | 77.0 К<br>Загальна кількість каналів у категорії |
| 06 |  Бізнес               | 103.0 К<br>Загальна кількість каналів у категорії | 12 |  Новини і ЗМІ         | 69.6 К<br>Загальна кількість каналів у категорії |

Рис. 3.49 Найпопулярніші 12 тем медіаконтенту серед Telegram-каналів [69]

Частина проблеми закладається й самою сутністю медіаконтенту, що перенасичений візуальними елементами – ледь не кожна публікація доноситься до аудиторії у супроводі відео або фотоматеріалу. Дані формати

вміло акумулюють в собі значні обсяги даних. Платформа досить лояльна в обмеженні публікацій стосовно знакового наповнення, за словами фахівців з цифрової комунікації, месенджер дозволяє створювати найбільші за обсягами, порівняно з іншими соціальними мережами, текстові повідомлення. [20]. Будь-яка публікація може бути розширена шляхом гіперпосилань та залучена до ширшого інформаційного вмісту. Це в рази підвищує той обсяг інформації, яку можна здобути всього лише з одного допису, й робить його важкодоступним для людських когнітивних здібностей. Парадоксально, однак в сучасну епоху, коли доступ до інформації став практично необмеженим, ми можемо спостерігати зниження якості її сприйняття та обробки.

Серед найбільш очевидних наслідків інформаційного перенавантаження є встановлення залежності, занурення до стану тривожності й стресу. Безперервний потік публікацій, створює стійке відчуття необхідності постійно перебувати на зв'язку, що призводить до страху пропустити щось важливе. Користувачі починають відчувати дискомфорт, коли не можуть перевірити свої повідомлення навіть протягом короткого проміжку часу. Суттєвим для даної проблеми є зниження концентрації та продуктивності, фрагментоване споживання інформації протягом тривалого часу може закріпитись у якості звички. Людині стане важче втримувати свою увагу й ефективно виконувати ті задачі, що потребують когнітивних здібностей. На думку психологів, користувачі у спробі встигнути за інформаційним потоком просто втратять здатність критично оцінювати інформацію і зрештою почнуть споживати її без жодного розбору [37]. Осмислення, інтерпретація та засвоєння повідомлення займає певний час, особливо якщо мова йде про перевірку й встановлення достовірності даних – ці поняття несумісні з тією оперативністю, з якою у месенджері подається медіаконтент. Це має свій вплив і на фізіології людини, надмірне споживання інформації може призвести до порушень природних циклів сну й відпочинку, а також зашкодити каналам її сприйняття, погіршити

зір. У цьому контексті влучно буде зазначити, що не слід ігнорувати такий звичний фактор як втома. Постійна необхідність обробляти й утримувати в пам'яті великі обсяги інформації вимагає значних життєвих ресурсів й призводить до виснаження, котре позначиться на інших сферах людського існування. Усі згадані наслідки релевантні не лише для споживачів, а й для творців інформаційного вмісту ІМ-платформи

Інформаційне перенавантаження є серйозною за своїми наслідками проблемою, що потребує комплексного підходу до вирішення. Все ускладнюється її прихованим характером, користувач непомітно для себе може стати жертвою виру медіаконтенту й занадто пізно усвідомити його вплив на власне життя. Розв'язання проблеми потребує усвідомленого ставлення до споживання інформації та використання месенджерів, важливо розвивати у собі навички медіаграмотності та поєднувати їх з технічними рішеннями Telegram, що можуть зарадити фільтруванню медіаконтенту. Першочерговим у боротьбі з інформаційним перенавантаженням має стати персональний аудит джерел інформаційного вмісту. Користувач має потурбуватись про те, щоб забезпечити регулярний перегляд списку інформаційних каналів та чатів відносно власних потреб – неактуальні, подібні й малокорисні джерела мають бути видалені. ІМ-платформа наділяє свою аудиторію унікальним правом обирати той інформаційний вміст, який вона буде споживати. Це покладає на неї не аби яку відповідальність за встановлення особистих обмежень щодо інформаційного потоку, до якого вона прагне долучитись.

Варто ретельно підбирати джерела інформації, зосередившись не на їхній кількості, а на якості того медіаконтенту, який вони генерують. Це тривала й складна робота з побудови свідомого споживання інформаційного вмісту, однак важливо усвідомити, що не вся інформація варта нашої уваги й негайної реакції. Кожен має досліджувати власні інформаційні потреби й відштовхуючись від цього вирішувати куди інвестувати власний час. Чітке розуміння того, що саме нам необхідно здобути в потоці медіаконтенту і для

чого, допоможе ефективніше фільтрувати інформаційний вміст, зменшувати його обсяги й уникати непотребу.

Дієвим допоміжним засобом у боротьбі з негативним впливом інформаційного вмісту є організація управління сповіщеннями від Telegram. Попри те, що типовою для платформи є активація абсолютно всіх сигналів щодо оновлення медіаконтенту в тих чи інших каналах, користувачу під силу керувати ними через розділ “Сповіщення та звуки” налаштувань (рис. 3.50). Система передбачає як блокування всіх звісток від чатів та інформаційних каналів, так і створення винятків для важливих джерел – все задля того аби зайвий раз не відвертати увагу користувача. Це допоможе втриматись від постійних відволікань на непотрібні повідомлення й вбереже від втрати фокуса. Особливо важливими серед даних налаштувань є вимкнення таких пунктів як “Залишати застосунок активним” та “Фонове з’єднання” – перший забезпечить гарантований вихід із месенджера, а не його згортання, а другий припинить всі фонові операції, пов’язані з оновленням медіаконтенту та отриманням сповіщень, доки месенджер згорнутий.

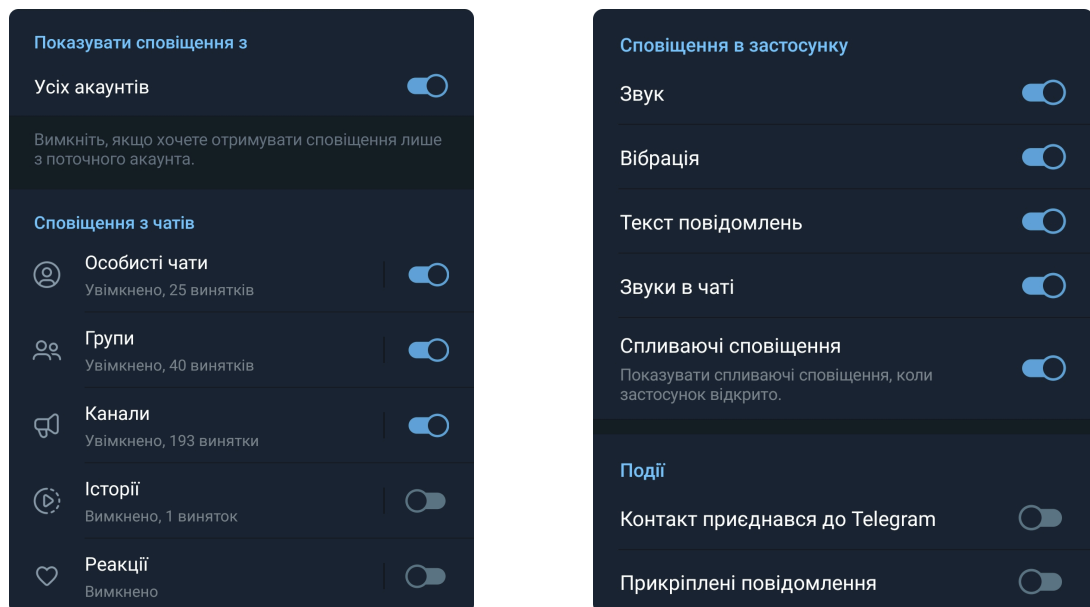


Рис. 3.50 Скриншоти налаштувань сповіщень від месенджера Telegram [120]

Підкріпити ці дії слід вдалим часовим розподілом, встановивши конкретні хронологічні обмеження для споживання медіаконтенту. Певний

графік, що буде визначати коли користувач може вдатись до прочитання новин, опанування освітніх матеріалів або ж розваг, спілкування з друзями чи опрацювання робочих питань. А також визначити те, скільки часу він зможе приділити тій чи іншій інформаційній активності в мережі. Слід не просто позбавити себе від зайвого медіаконтенту та усвідомлено споживати інформацію, а й знайти баланс у роботі з нею, встановити здорові межі у використанні месенджера.

На увагу заслуговують й організаційні аспекти споживання інформації, що спростять орієнтацію серед потоку, розділять його за бажаними критеріями й дозволять сфокусуватись на найнеобхіднішому. Telegram забезпечує аудиторію здатністю категоризувати канали й чати, об'єднуючи їх у тематичні теки – доступно 10 груп для звичайних облікових записів і 30 для власників Premium-акаунту, про це відомо з інформаційного супроводу відповідного оновлення [97]. Користувач може розділити свої підписки за певними типами, згрупувати й надати назву, наприклад: новини, робота, навчання, хобі, фотоархів, сервісні боти тощо. Подібна практика дозволить впорядкувати хаотичну стрічку з джерел інформації у логічну й зрозумілу для власника облікового запису структуру (рис. 3.51).

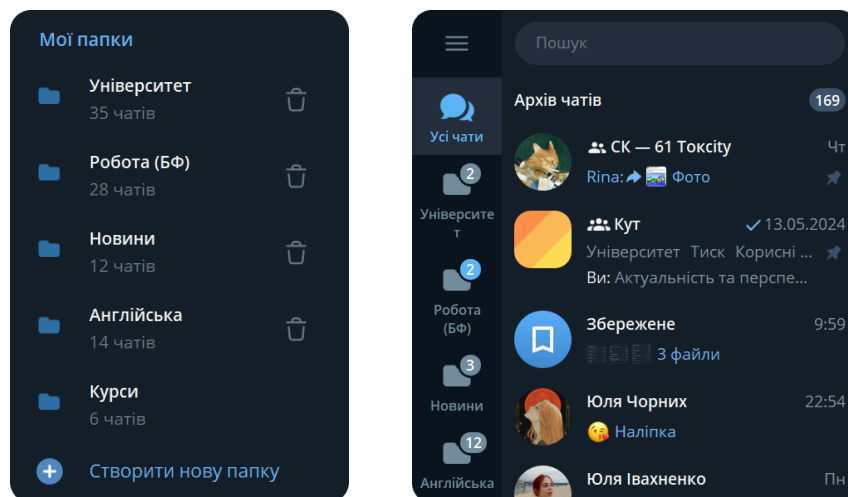


Рис. 3.51 Скриншоти з прикладом впорядкування інформаційного вмісту ІМ-платформи [119]

Для цього слід розподілити всі канали й чати по теках, а після приховати їх з головної сторінки в архів. Залишити можна лише найнеобхідніше – те, що постійно має бути перед очима. У такий спосіб отримаємо як мінімум 10 роздільних стрічок медіаконтенту за темою, приховану в архів об'єднану стрічку й пріоритетні канали на головній сторінці. На думку фахівців з психології масової комунікації, це допоможе утримати увагу на бажаному контенті й відмежуватись від того вмісту, що наразі не потрібен, як приклад – зануритись у робочі питання без відволікань на міжособистісне спілкування чи розваги [96]. Буквально вберегтись від спокуси подовжити власне перебування в інформаційному потоці за рахунок нав'язливого контенту, який може випадково потрапити у поле зору серед єдиної стрічки. Успішна організація каналів та чатів допоможе легше орієнтуватись серед них, відповідно проводити менше часу серед їхнього інформаційного вмісту та знизити ризики його впливу.

Побороти згадану постійну необхідність в утриманні великих обсягів інформації в пам'яті, які нам щедро надає ІМ-платформа, допоможе функція збережених повідомлень. У Telegram присутнє особисте сховище для сховку цифрових файлів та медіаконтенту як власного, так і чужого, взятого зі сторонніх чатів або каналів. Будь-який допис можна переслати до нього або ж створити власний безпосередньо там (рис. 3.51). Це можливо завдяки тому, що сховище, як заявляють розробники, реалізоване за принципом одноосібного приватного чату, з його допомогою користувач може зберігати важливі для себе матеріали та надавати їм теги, створювати нотатки, залишаючи важливі ідеї або ж нагадування тощо [115]. Ніхто не забороняє користувачу створити декілька подібних приватних чатів або супергруп, задати їм певну тему, перевести у режим секретного чату й забезпечити себе надійним сховком важливого медіаконтенту. До того ж у такому випадку стає можливим застосування будь-яких Telegram-ботів, що допоможуть з обробкою і впорядкуванням інформації, конвертацією та завантаженням файлів і тому подібне. Так користувач зможе забезпечити себе швидким

пошуком релевантної інформації й не витратити час на повторний її пошук серед купи каналів. Це розвантажить наш мозок й дозволить не тримати все у собі, мати можливість в будь-який момент оперативно повернутись до необхідного. Упровадження перерахованих стратегій вимагає деякого часу та зусиль, проте кінцевий результат вартий приділений їм увазі. Покрокове формування подібних навичок у застосуванні Telegram не лише посприяє розв'язанню проблеми інформаційного перенавантаження, а й загальному зростанню ефективності у роботі з інформацією.

Реалізація даної стратегії супроводжується певними ризиками й негативними наслідками для комунікації, котрі варто врахувати. Очевидно, що будь-яке обмеження неминуче призводить до втрат – важливих новин та інформаційних приводів, потенційних можливостей для розвитку, цінного досвіду та знань, звуження світогляду, закритості інформаційного простору і як наслідок формування викривленого або ж бажаного сприйняття реальності. Надмірне утримання від інформації може відзначитись на різноманітності інформації, людина почне отримувати лише той медіаконтент, який буде відповідати її поточним інтересам, втрачаючи нові можливості та погляди. Вірогідними є труднощі в структуруванні, невдалий підхід може лише погіршити ситуацію та ускладнити навігацію, знизивши ефективність пошуку бажаного. Встановлення контролю позначиться як на рівні обізнаності щодо певних питань, так і послабленні соціальних зв'язків, котрі забезпечені месенджером. Відповідно знижується рівень залученості до спільнот та втрачається відчуття приналежності, можливим є погіршення особистих стосунків через несвоєчасні відповіді. Згадуючи постійне перебування в інформаційному потоці у світлі залежності, варто вказати й на психологічні наслідки, котрі тягне за собою боротьба з нею – розвиток тривожності щодо пропущеної інформації. Однак дані стратегії є необхідністю у забезпеченні комфортного й ефективного споживання інформації. У їхньому застосуванні важливим є пошук балансу між активною залученістю до інформаційного потоку та потенційними негативними



наслідками у разі відсторонення. Користувачам варто проявити обережність при виборі засобів зменшення тиску інформаційного перенавантаження й не втратити при цьому важливу для себе інформацію та соціальну взаємодію. Розуміння сутності проблеми та можливих ризиків дозволить знайти цей баланс і зберегти для себе всі ті переваги, які месенджери нам надають.

*3.2.7 Ненадійність інформаційного вмісту.* У сучасному інформаційному просторі менеджери та соціальні мережі перейняли на себе ключову роль у поширенні медіаконтенту, зруйнувавши монополію традиційних засобів масової комунікації. Особливе місце у цьому процесі належить Telegram, котрий серед своїх переваг декларує доступність та анонімність. Згадані привілеї у купі з можливістю вільного й беззастережного створення каналів та чатів, надають кожному користувачу небезпечне право стати самостійним джерелом інформації й мовити на необмежену аудиторію (рис. 3.52). Це створює досить унікальне віртуальне середовище, де інформація на рівні з іншими цифровими мас-медіа поширюється миттєво, масово, анонімно й без належної перевірки.

|                                                                                                                  | Підписники | Приріст | Перегляди |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---------|-----------|
|  Лачен пише<br>@lachentyt     | 1 525 481  | ▲ 260   | 639 030   |
|  STERNENKO<br>@sssternenko    | 844 726    | ▲ 120   | 307 117   |
|  МАДЯРUA<br>@robert_magyar    | 373 183    | ▲ 5 680 | 490 724   |
|  БУТУСОВ П...<br>@butusovplus | 366 268    | ▲ 838   | 118 154   |
|  ЦАПЛІЄНКО...<br>@tsapliencko | 340 975    | ▲ 701   | 115 522   |

Рис. 3.52 Приклади популярних серед українців авторів новинного медіаконтенту [62]

Подібний факт надмірної свободи дистрибуції медіаконтенту обумовлює проблему його ненадійності та сумнівності. Ситуація загострюється відсутністю відповідальності за поширення інформації

внаслідок анонімності й браком офіційних вбудованих механізмів верифікації інформації, подібно до інших соціальних мереж. Що призвело до активного використання ІМ-платформи як інструментів поширення фейкових новин, пропаганди, дезінформації та інформаційних маніпуляцій, підкреслюють дослідники сучасного комунікативного простору [19]. Зловмисники ж та шахраї отримали у своє розпорядження потужний та легкий в опануванні й застосуванні засіб впливу на широкі маси суспільства, котрі схильні до швидкого споживання інформації.

У прагненні надати аудиторії повну свободу в споживанні й поширенні медіаконтенту, політика месенджера призвела до зниження якості інформаційного простору, позбавивши його професійних та етичних стандартів. Коли користувачі стикаються з постійним потоком неперевіреної або ж і відверто неправдивої інформації, то починають скептично ставитись щодо будь-яких джерел, підриваючи довіру й до надійних, авторитетних засобів масової комунікації. Якщо обмежитись індивідуальним рівнем, користувачі, які довіряють й спираються на ненадійні джерела інформації, ризикують приймати хибні рішення у найрізноманітніших сферах життя. Це неминуче призведе до втрат, при чому як матеріальних, так і духовних. Постійне споживання неперевіреної інформації спричинить формування викривленого світогляду, посилення упереджень й зниження рівня критичного мислення. На суспільному рівні наслідки більш серйозні, ненадійний медіаконтент може стати інструментом маніпуляції громадською думкою, що особливо небезпечно у період соціальних або ж політичних криз. Безпрецедентний доступ до величезної аудиторії в руках зловмисника перетворює месенджер на загрозу інформаційній безпеці. І у цьому контексті важливо зазначити, що проблема ненадійності медіаконтенту в Telegram не є ізольованою від інших засобів масової комунікації. Вона відображає значно ширші тенденції сучасного інформаційного простору, котрі притаманні й іншим мас-медіа, де швидкість поширення інформації переважає над її якістю та достовірністю.

Знову ж таки, розв'язання цієї проблеми є складною задачею з пошуку балансу між свободою слова й приватністю користувача та нагальній потребі у його захисті від неякісного інформаційного середовища. Одним із ключових варіантів протидії недостовірному медіаконтенту є розгортання роботи з підвищення медіаграмотності серед користувачів. Вже вкотре ми наголошуємо, що автори мають усвідомити власну відповідальність перед своєю аудиторією й досягнути той вплив, який вони можуть на неї вчинити. Організація роботи інформаційного каналу на рівні мас-медіа вимагає роботи не лише з медіаконтентом, а й з його споживачами – не слід зазіхати на всю ІМ-платформу, можна сфокусуватись на меншому, на аудиторії власного ресурсу. І тут не має жодного значення тематичне наповнення ресурсу, кожен, хто долучився до інформаційного потоку й прагне до статусу мас-медіа, мусить навчати й розвивати свою спільноту. Ми констатуємо той факт, що Telegram є агресивним й ненадійним середовищем, без тотальної модерації, зі свободою слова, сповнене недостовірної інформації. Аби безпечно існувати в подібному просторі потрібно до нього адаптуватись і навчитись виживати – аудиторія каналу не обмежується ним, вона залучена до широкої мережі джерел, гарантувати безпеку яких месенджер не здатен. Через що перед кожним з авторів постає обов'язок навчити свою аудиторію здатності захистити себе. Організувавши просвітницьку діяльність, можна озброїти користувачів вміннями перевіряти факти через паралельні джерела, виявляти ознаки маніпуляцій, підтримувати рівень їхнього критичного мислення й уникати емоційно зарядженого вмісту, на думку фахівців з медіаграмотності, це ключові засоби у боротьбі з маніпуляціями [17]. Подібні освітні кампанії здатні звести нанівець руйнівний вплив маніпулятивного медіаконтенту й загартувати аудиторію, зробити її здатною протистояти недостовірному медіаконтенту й орієнтуватись в інформаційному потоці.

Коли ми кажемо про відмову користувача від пасивної участі в інформаційному потоці, варто зауважити, що йому під силу компенсувати недоліки ІМ-платформи у боротьбі з недостовірним інформаційним вмістом.

Вибудова системи вмінь з перевірки фактів процес кропіткий та довготривалий, швидким рішенням стане залучення сторонніх засобів верифікації медіаконтенту. Перш за все мова йде про спеціалізовані WEB-сайти або ж сервіси, здатні спростувати, підтвердити або ж доповнити соціально значущу інформацію. У пригоді стане унікальна українська розробка – фактчек-бот “Perevirka” (@perevir\_bot) від незалежної медіаплатформи “Гвара Медіа” з Харкова. Сервіс інтегрований до Telegram і діє в автоматичному режимі, варто лише запустити його, надіслати новину у вигляді тексту, фото або відео чи через посилання. Команда аналітиків з перевірки інформації опрацює запит впродовж 24 годин і надасть звіт щодо медіаконтенту, так вони заявляють на своєму WEB-сайті [66]. Бот працює не лише за зверненням, а й через розсилку, після активації він буде регулярно надавати звіти за популярними новинами із розвінчанням дезінформації (рис. 3.53).

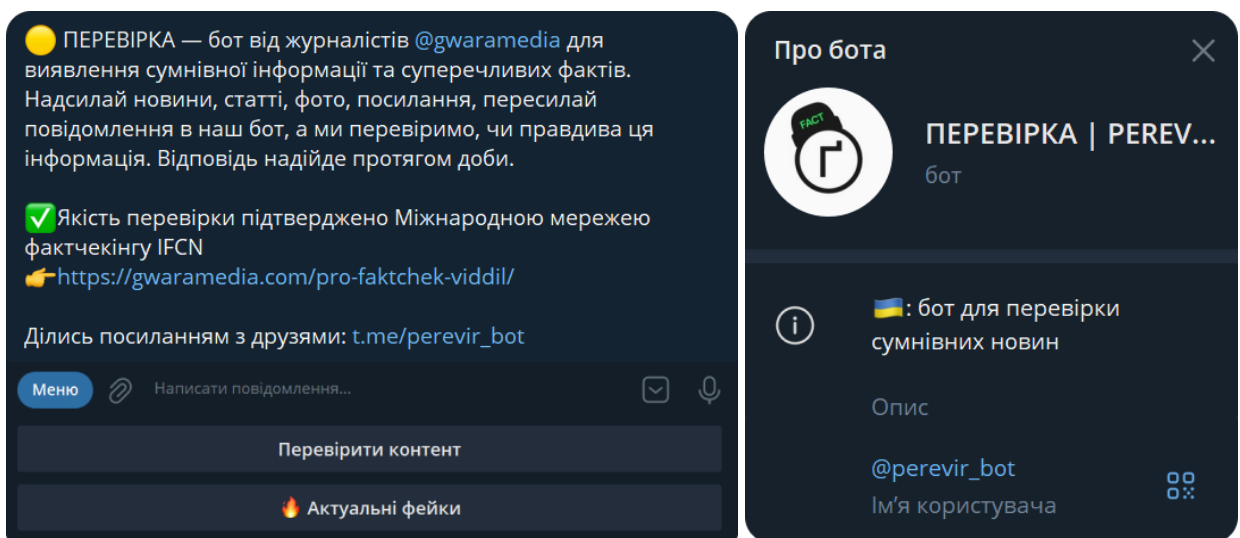


Рис. 3.53 Скриншоти текстового інтерфейсу з функціональним забезпеченням фактчек-бота “PEREVIRKA” від журналістів Гвара Медіа [67]

Ба більше, сервіс надає безплатні освітні курси з самостійної перевірки інформації, медіаграмотності та протидії маніпулятивним технологіям. Не мають власного Telegram-бота, однак будуть принести не менше користі у перевірці інформації медіапроекти “StopFake”, “VoxCheck” та “FactCheck”.

Вони реалізують свою діяльність поза ІМ-платформою, однак об'єднані з ним спільним інформаційним простором. WEB-ресурси встигли зарекомендувати себе надійними паралельними джерелами з перевірки інформації, проводячи системну й послідовну боротьбу з ворожою пропагандою та фейками. У контексті відповідальності авторів та власників каналів перед своєю віртуальною публікою варто розуміти, що їхній позитивний вплив на неї не обмежується просвітництвом. Створюючи медіаконтент, варто й самим навчатись медіаграмотності та удосконалювати вміння роботи з даними. Задля того, щоб мінімізувати поширення недостовірної інформації через власні ресурси, слід дотримуватись певних стандартів – усталених ознак, що визначають якість матеріалу. Досягнувши рівних можливостей з традиційними мас-медіа, Telegram-канали мають наслідувати й той підхід до роботи з інформацією, яким послуговується журналістика – професійні стандарти. Ключовими має стати оперативність й збереження актуальності при висвітленні подій, точність у передачі без викривлення інформації. Кожна з публікацій має бути повною – не залишати в аудиторії запитань, вписуватись у контекст та роз'яснювати потенційні складнощі, це мали б бути базові характеристики будь-якого інформаційного продукту, як вдало підкреслюють у своїх наукових розробках українські фахівці з журналістської майстерності [19]. Базовими мають стати й такі операції як перевірка та відокремлення фактів, використання надійних джерел, дотримання балансу думок й достовірності.

Для споживача медіаконтенту втілення професійних стандартів має стати знаком якості того чи іншого каналу, своєрідним орієнтиром в інформаційному потоці. Telegram забезпечує кожного користувача правом обирати те, що він хоче споживати, ми вбачаємо у цій можливості дієвий спосіб відмежуватись від недостовірного й нерелевантного медіаконтенту. Виокремлення мережі надійних каналів та чатів, що у подачі інформації дотримуються певних стандартів, знизить ризики стати жертвою маніпулятивного впливу. Користувач може або ж самотужки відібрати надійні

джерела, перевіrivши їх на відповідність до окреслених стандартів, або ж прислухатись до фахових рекомендацій. У пошуку якісних медіа радимо звернутись до щорічного моніторингу Інституту масової інформації, котрий займається глибинним дослідженням засобів масової комунікації. За його результатами раз на пів року громадська організація формує так званий “білий список”, що об’єднує прозорі та відповідальні медіа (рис. 3.54).

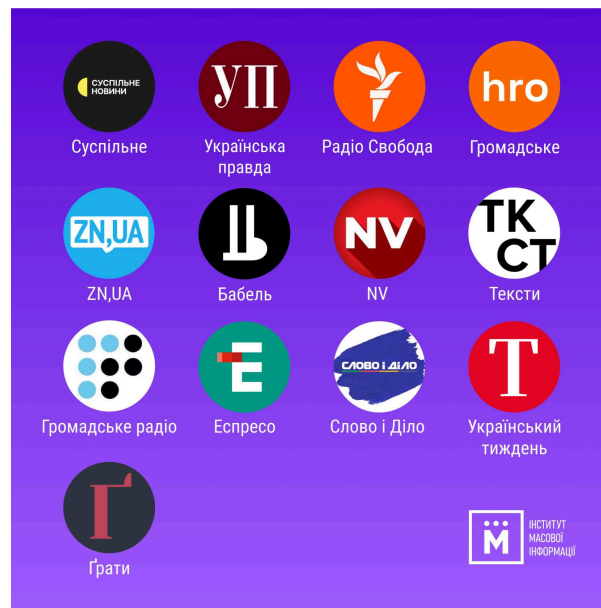


Рис. 3.54 Представники “білого списку” медіа від Інституту масової інформації [45]

У другій половині 2024 року до переліку ввійшли такі медіа як “Суспільне”, “Радіо Свобода”, “Українська правда”, “Бабель”, “Hromadske”, “Тексти”, “Громадське радіо”, “NV”, “ZN.UA” “Еспресо” “Слово і Діло” “Український тиждень” та “Грати”, зазначають експерти інституту [45]. Для дослідження було відібрано більш ніж п’ять десятків найпопулярніших онлайн-медіа України. Кожна зі згаданих редакцій веде свою активну діяльність у межах ІМ-платформи, подаючи новинний медіаконтент. У пошуку ж тематичних інформаційних каналів та чатів рекомендуємо естонсько-український WEB-сервіс “Telemetr.io”, який надає вичерпний світовий каталог Telegram-каналів за будь-якою категорією. Подібне цифрове сховище медіа допоможе користувачу урізноманітнити свій перелік підписок

й поповнити його вітчизняними спільнотами, разом з тим, уникнувши російських інформаційних ресурсів. Каталог не лише постійно актуалізується, поповнюючись новими спільнотами, а й регулюється відповідно до законодавства України та рішень РНБО, через що серед українських медіа неможливо знайти підсанкційні або ж заборонені канали, розробники сервісу заявляють про це як про свою вагому перевагу [62]. Дана політика реалізується у прагненні зменшення ризиків натрапити на джерела дезінформації або пропаганди, замаскованої під українські медіа.

За обставин, коли розробники відкидають відповідальність за подолання проблеми недостовірного медіаконтенту на користувачів, виникає низка ризиків, на пряму пов'язаних із доступними їм засобами боротьби. Найочевиднішою загрозою є ускладнення процесу комунікації та розтягнення його у часі через верифікацію інформації – будь-яка операція, спрямована на її перевірку вимагає не лише знань та особливих здібностей, а й певних зусиль. Оцінка медіаконтенту на достовірність навіть у досвідчених експертів займає значну кількість часу й попри те не гарантує відмінного результату. Що вже казати про звичного користувача, який лише став на шлях відповідального ставлення до інформації. Залучення будь-якого із засобів перевірки вмісту руйнує саму суть ІМ-платформи, що покликана зробити комунікацію миттєвою. Коли перед людиною стоїть необхідність опрацювати великі обсяги повідомлень чи публікацій, це вже спричиняє певні складнощі, пов'язані з обмеженими здатностями нашого мозку до ефективної обробки інформації, те саме перенавантаження, про яке було згадане раніше. А тут ми прагнемо долучити до цього процесу певну процедуру, що передбачає роботу з додатковими обсягами даних – це призведе до загострення інформаційного перенавантаження.

Практика медіааскетизму стає невідворотною для існування у цифровому просторі. Ще одним із ризиків є таке досить поширене, не менш небезпечне явище як “самоцензура” – усвідомлення небезпеки власного існування в потоці фейкових новин та дезінформації може призвести до того,

що користувачі почнуть надмірно обмежувати себе у споживанні медіаконтенту зі страху стати його жертвою. Самовільне уникнення комунікації, на думку експертів, може обмежити обмін думками та ідеями й стане серйозним ударом по інформаційній різноманітності, посприявши зведенню його до односторонності та закритості [19]. Подібні крайнощі не зарадять проблемі, а лише загострять її – якіснішим медіаконтент від того не стане, однак обсяг інформації, що потенційно могла б бути корисною, суттєво зменшиться. Іншою ймовірною загрозою є формування донині згаданого скептицизму, що стане прямим наслідком втрати довіри до медіа в цілому. І якщо в попередньому випадку ми говоримо про відмову від взаємодії з інформацією через страх, то тут користувач може втратити мотивацію до критичного мислення та розсудливого аналізу, вбачаючи у всьому змісті маніпуляцію. Це створює перешкоди для адекватного світосприйняття, прийняття обґрунтованих рішень та побудови планів. Людина може опинитись перед загрозою повної дезорієнтації в інформаційному просторі.

### **3.3 Соціокультурні перешкоди обміну інформацією**

У межах цього підрозділу ми дослідимо три соціокультурні бар'єри, зумовлені різницею відповідного контексту між учасниками комунікації – культурні, релігійні, політичні й соціальні норми, мовні особливості, статусно-рольовий набір, різниця знаково-символічної системи, набір ціннісних орієнтацій та переконань. Кожна з вказаних категорій є джерелом потенційних непорозумінь чи конфліктів, особливим кодом, який комуніканти використовують для інтерпретації здобутої в межах комунікації інформації, відповідно соціокультурні бар'єри виникають внаслідок їхніх розбіжностей. Подібні відмінності закладають вплив на сприйняття певних тем або залучених до інформаційного обміну символів, формують культурне середовище взаємодії та визначають очікування щодо поведінки, правил та етики комунікації. Дані бар'єри значною мірою впливають на емоційну реакцію щодо отриманої інформації та характер зворотного зв'язку, вони



здатні позначитись не лише на вмісті повідомлення чи публікації, а й на їхній формі та стилі соціальної взаємодії. Цю частину роботи ми зокрема присвяtimo розкриттю феномена деперсоніфікації комунікації в межах месенджера Telegram та його негативних наслідків для результатів інформаційного обміну. Окремо проаналізуємо поширений як для традиційних, так і нових медіа семантичний бар'єр, що проявляється у глобальному цифровому просторі через мовні розбіжності між його учасниками. Не оминемо увагою й гостру для месенджера Telegram проблему політичної цензури та тиску з боку державної адміністрації та її вплив на свободу створення й поширення медіаконтенту. Саме цим порядком ми й обмежимось при розгляді соціокультурних бар'єрів цифрової комунікації.

*3.3.1 Деперсоніфікація комунікації.* Декларована месенджером політика повної свободи комунікації, покликана перетворити його на осередок вільного й безпечного обміну інформацією, призвела до ще однієї, досить несподіваної та цікавої проблеми. Розробники створили глобальний віртуальний простір та забезпечили його високим рівнем анонімності, цілком достатнім для того аби знеособити учасників комунікації один для одного. Що за умов віддаленості інформаційного обміну передбачувано запустило руйнівний процес деперсоніфікації комунікації – втрати її суб'єктами притаманних індивідуальних особливостей, емоційного контексту та відповідальності за власні слова або дії. Користувачі приховують власне я за цифровим обліковим записом – вигаданим псевдонімом, коротким описом та довільним зображенням, замість реального фото, створюючи нову віртуальну персону, що має суттєві відмінності від їхніх реальних особистостей, про це у негативному контексті дослідники все частіше згадують у своїх роботах [3]. Саме ця можливість сховатись за маскою формує особливий комунікативний простір, де дійсна ідентичність людини відходить на другий план, а першочерговою стає вигаданий віртуальний образ.

Відсутність достатньої інформації щодо учасників інформаційного обміну обмежує їх у традиційних механізмах встановлення довіри, побудови

стосунків й змушує їх діяти в умовах комунікативної невизначеності. Співрозмовники не можуть надати взаємну оцінку – визначити вік, статус та рольовий набір, професійну чи гендерну приналежність, рівень освіти й інші важливі для міжособистісного спілкування соціальні орієнтири. Разом з тим, автори контенту володіють обмеженою інформацією щодо аудиторії своїх каналів та чатів. Дослідники відзначають, що подібна невизначеність має критичні для комунікації наслідки й створює ситуацію постійної невпевненості у виборі тону спілкування або ж стилю мовлення, використання невідповідної лексики, порушення соціальних норм [35]. Її продовженням стануть непорозуміння та конфлікти, комунікативні невдачі, що зведуть нанівець якість інформаційного обміну. Очевидно, що в умовах деперсоніфікації співрозмовники в більшості не здатні адекватно інтерпретувати повідомлення через брак особистої інформації, доводиться покладатись на власні упередження та здогадки, тлумачити інформацію крізь призму власного досвіду. Процес комунікації проходить буквально наосліп для обох її сторін. Ми вдаємось хоч і до гумористичної, однак досить показової демонстрації проявів деперсоніфікації спілкування через акумульований у жартах досвід користувачів.

Серед інших важливих аспектів проблеми є втрата емоційної глибини спілкування. Попри спроби Telegram компенсувати невербальну складову різноманіттям емодзі, наліпок та медіафайлів, комунікація залишається поверхневою та механічною. Відсутність живого контакту, що проявлялась у міміці, жестах, інтонації, обмежує емоційний зв'язок. Через що користувачі звикають до спрощених форм вираження почуттів й наражають себе на додатковий ризик неправильної інтерпретації повідомлень, емоційного відчуження та складнощі у формуванні емпатії (рис. 3.55).

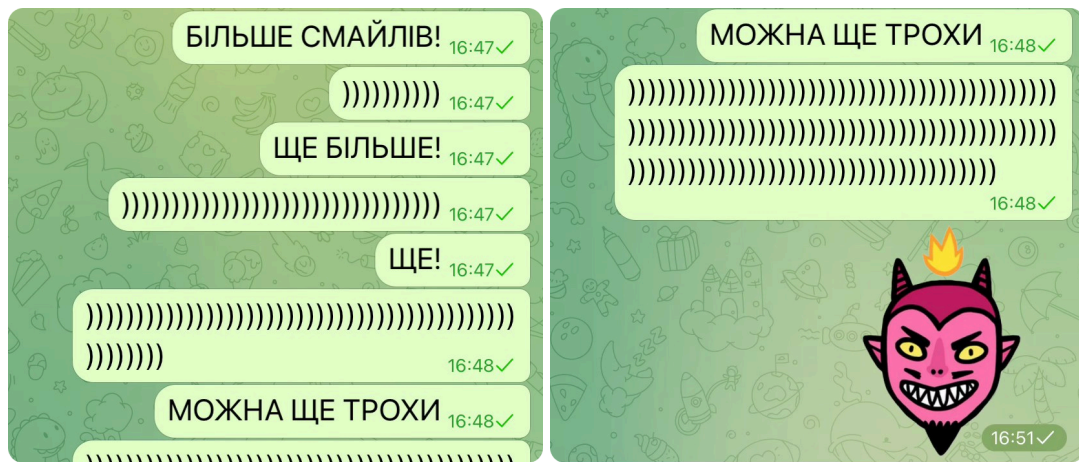


Рис. 3.55 Скриншоти з демонстрацією неадекватного вираження емоцій [85]

Відсутність змоги визначити емоційний стан та настрій співрозмовника веде до використання неадекватних комунікативних стратегій. Як приклад, жарти можуть бути сприйняті в якості глузування, серйозні за змістом повідомлення розцінюватись як іронія тощо, все це не позначається позитивним чином на якості комунікації та побудові взаєморозуміння. Якщо розглянути питання ширше, можна помітити вплив феномену деперсоніфікації комунікації на формування девіацій, що проявляються у виникненні специфічної мовної культури. Арго, сленги, жаргони, професійна лексика, меми, що мають за основу досвід локальної спільноти й інші форми спрощеної комунікації – все це змішується в єдиний пласт віртуальної культури й за словами експертів поступово, крок за кроком, витісняє зрозуміле широкому загалу мовлення [36]. І ми не кажемо про очевидне збіднення лексики, тут мова йде про трансформацію способу мислення, що диференціюється, стає фрагментарним та поверхневим.

Деперсоніфікація є ключовим фактором, що підриває основи етичної поведінки. У віртуальному середовищі звичні соціальні норми та обмеження сприймаються учасниками інформаційного обміну як необов'язкові. Користувачі вбачають у ньому певну територію, вільну від правил. Це призводить до формування специфічної поведінки, де деструктивні патерни комунікації стають звичним явищем. Цілком нормальним стає практика флуду з коротких речень, котрі б можна було вмістити в цілісне, єдине

повідомлення (рис. 3.56). Окрім того, що флуд викликає надокучливу серію оповіщень, так і призводить до порушень у сприйнятті інформації, фрагментації потоку інформації без попередньої структуризації чи обробки. Серед інших крайнощів, відзначених у дослідженнях масових та міжособистісних комунікаціях, оперування величезними за обсягом тексту повідомленнями, складними для сприйняття (рис. 3.56) [32]. Поширеним є залучення до обміну значної кількості голосових та відеоповідомлень, що сприймається як нав'язування власного формату спілкування, в обхід контексту та комфорту співрозмовника.

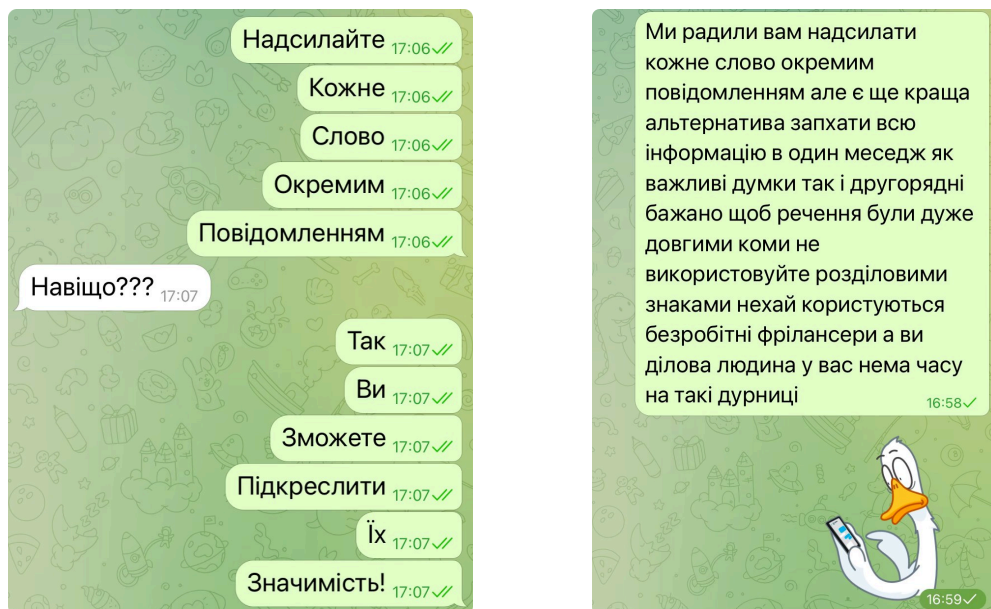


Рис. 3.56 Скриншоти з демонстрацією флуду та неструктурованості повідомлень в міжособистісній комунікації [85]

Текст дозволяє швидко отримати інформацію, тоді як аудіо- та відеоформат потребують більшого часу. Відтворення аудіо- та відеофайлів потребує належних умов, за яких жоден з фізичних бар'єрів не стане на заваді сприйняттю інформації. Створення даних умов без попередньої згоди та попередження покладається на адресата, який мусить докласти певних зусиль – знайти й скористатись спеціальною гарнітурою, перейти до місця без джерел фізичних бар'єрів, полишити нагальні справи й виділити час на перегляд або прослуховування (рис. 3.57). Перехід до сприйняття

мультимедійного формату вимагає від людини більших часових ресурсів, аніж звичне для месенджера зчитування тексту. Текстовий формат дозволяє вибіркоче ознайомлення з інформацією, коли учасник комунікації може розділити її на частини й ознайомитись з нею у бажаному порядку, послідовності. Мультимедійний же формат, на думку дослідниці Telegram Ірини Тонкіх, переважно передбачає вищі вимоги до концентрації уваги та когнітивних здібностей користувача, оскільки вимагає до себе безперервного сприйняття та миттєвої обробки інформації [20]. Ми вбачаємо у цьому додаткове навантаження та певну потенційну незручність для аудиторії.

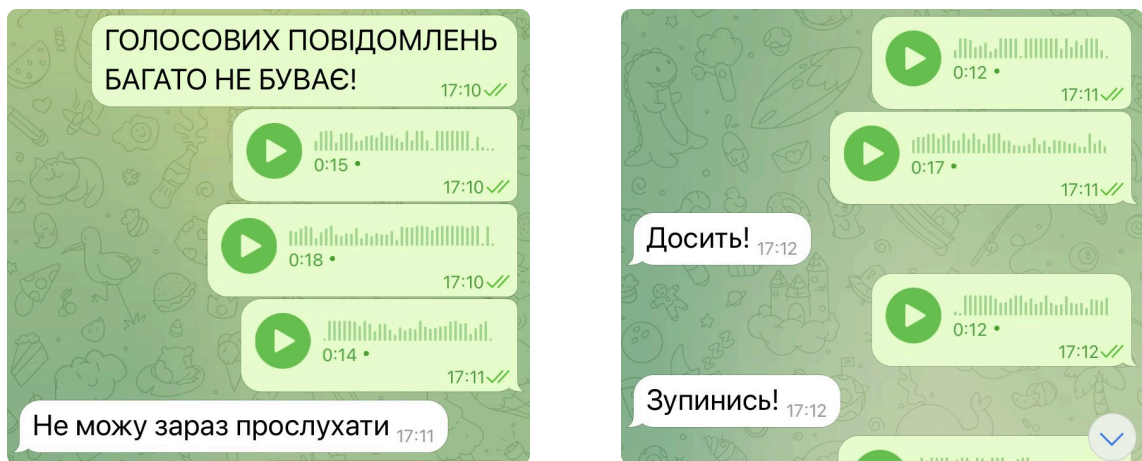


Рис. 3.57 Скриншоти з демонстрацією надмірної кількості голосових повідомлень в міжособистісній комунікації [85]

Разом з тим, відправка повідомлень, що задіюють аудіоканал, може порушити межі міжособистісного спілкування звівши його до публічного, реального простору. І це лише частина тих незручностей, які спричиняє раптовий перехід від одного формату медіаконтенту до іншого – мова про те, що ніхто не питає у співрозмовника, чи вдалим є даний перехід у той проміжок часу.

Серед проявів неетичної поведінки у віртуальному просторі поширені тривалі паузи між повідомленнями та ігнорування, котрі часто досить важко розрізнити до отримання результату комунікації. Подібні дії можуть бути викликані незліченною кількістю причин, однак за своїми наслідками вони

однозначні – зайвий психологічний тиск, що несе з собою невизначеність для комунікації й порушення очікувань щодо взаємності та співмірної залученості до комунікації. Будь-яка пауза – це затримка у прийнятті рішень й виконанні завдань, відсутність зворотнього зв'язку уповільнить всі процеси пов'язані з конкретною розмовою. Ми згадували обмеженість невербальної складової комунікації, і в цьому криється ще один гарний приклад деструктивного патерну – надмірне використання засобів компенсації емоційного вираження: емодзі, наліпки, GIF-файли або ж зображення. Переповнення комунікації емоційними маркерами знизить їхню комунікативну цінність, перетворивши на супутній шум, що лише ускладнює розуміння справжнього емоційного контексту повідомлення. Цих розповсюджених прикладів вистачить аби прослідкувати негативний вплив, який в собі несе послаблення етичних норм та правил комунікації, однак базові принципи залишаються непорушними – чіткість, послідовність та взаємоповага мовної культури має бути основою для будь-якого інформаційного обміну (рис. 3.58).

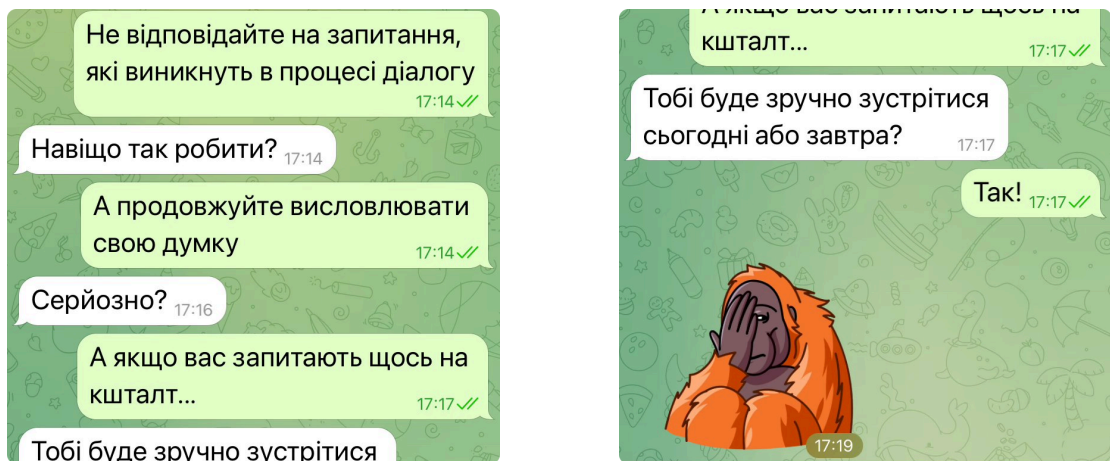


Рис. 3.58 Скриншоти з демонстрацією проявів неетичної поведінки у міжособистісній комунікації [85]

У порівнянні з реальним світом, де існує безпосередня зворотня реакція та певні соціальні санкції за неприйнятну поведінку, віртуальний простір створює певний захист між діями та наслідками. Анонімність та відсутність



прямих наслідків створюють ілюзію безкарності. Через це користувачі не усвідомлюють власного впливу на інших учасників комунікації, що призводить до емоційної відстороненості, відсутності емпатії. Ба більше, соціальні психологи стверджують, що суб'єкти обміну можуть дозволити собі таку поведінку, яку б ніколи не продемонстрували у реальному житті – надмірну агресію, шкідництво, провокації тощо [9]. Користувачі досить швидко забувають, що за кожним обліковим записом присутня реальна людина, це призводить до деградації культури спілкування загалом. Ускладнює ситуацію й те, що брак інформації стосовно учасників комунікації, формує середовище без стабільної основи для формування таких категорій як репутація та самоконтроль. Якщо в реальному житті вони виступають важливим регулятором соціальної поведінки особистості, в анонімному просторі цей механізм відсутній. Користувачі легко можуть уникати відповідальності за свої дії змінивши обліковий запис або віртуальну спільноту.

Особливих проявів проблема набуває у груповому середовищі – публічних Telegram-чатах та каналах, коли велика кількість анонімних користувачів збирається в межах одного простору й відбувається розмиття індивідуальної відповідальності. Учасник масової комунікації відчуває себе частиною умовного безособового натовпу, що руйнує запобіжник у вигляді самоцензури. Почуття безкарності призводить до неприйнятної поведінки, котра не лише не знаходить осуду у відповідь, а ще й заохочується та наслідується іншими учасниками. І ось саме в контексті масової комунікації, проявляється такий важливий аспект проблеми як відсутність сталого соціального контексту, притаманного реальному світові. Наука нам каже, що людині є природною приналежність до певних соціальних груп та наслідування усталених норм поведінки [40]. Проте Telegram стирає межі між спільнотами, кожна з яких має власні правила, дозволяючи користувачу вільно переміщуватись ними. Це розмиває не лише соціальні, а й етичні

орієнтири, сприяє формуванню ситуативної етики, що залежить не від чіткої системи моральних принципів, а від мінливого контексту комунікації.

Подолати бар'єр деперсоніфікації можливо через свідоме формування власного цифрового образу, а саме добровільної автентифікації облікового запису задля відображення його реальної особистості. Дані профілю користувача Telegram містять такі категорії як ім'я та прізвище, фотокартку, номер мобільного телефону, цифровий псевдонім, короткий опис, посилання на особистий інформаційний канал, а також дату народження, ця інформація надана у блозі розробників [73]. Кожна з них містить цінну для учасників комунікації інформацію, яку можна використати задля ідентифікації користувача, встановлення соціальних орієнтирів, знайомства та побудови стосунків (рис. 3.59).

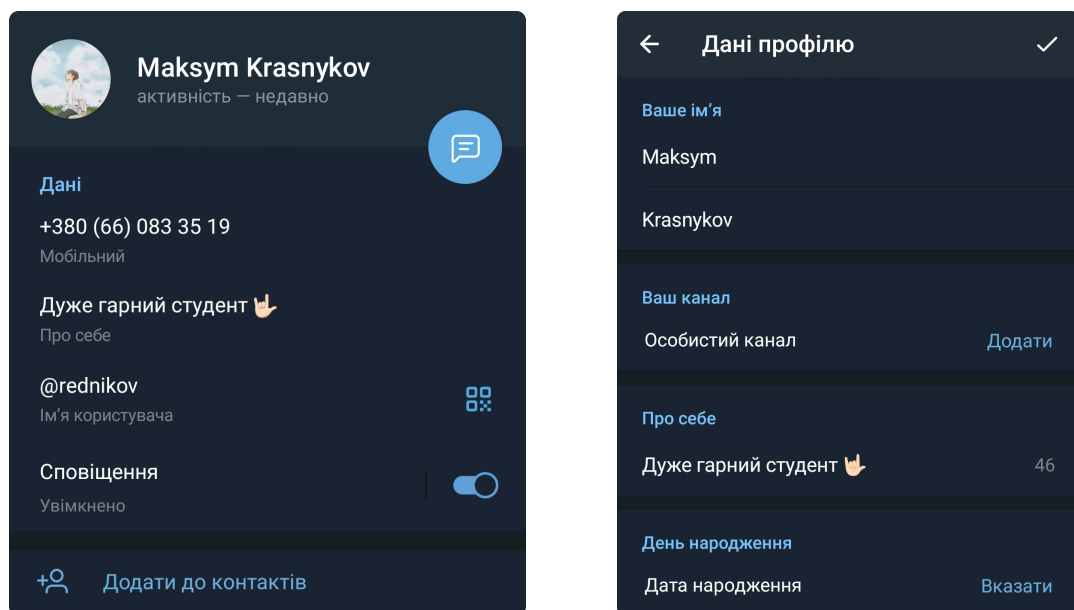


Рис. 3.59 Скриншоти налаштувань облікового запису користувача [120]

Наша задача полягає у тому, щоб забезпечити потенційних співрозмовників цими важливими даними без загрози власній безпеці. Пріоритетним буде використання справжнього імені та впізнаваного, пов'язаного з ним псевдоніму, актуальної світлин та змістовного опису, котрий розкривав би необхідні деталі біографії. Проте, у пошуках балансу між особистою безпекою та розкриттям особистості, компромісним варіантом



може стати спроба урівняти між собою віртуальну ідентичність з реальною – чим ближче вони будуть одна до одної, тим краще. Не обов'язково використовувати власне фото, можна вдатись до анімованого чи графічного відображення, котре б зберігало ключові риси, однак не розкривало особистості. Так само й з псевдонімом та іменем, варто лише знайти гарний відповідник, що буде зрозумілим для наближеного кола людей, а ось прізвище можна й не розголошувати.

Окремої уваги заслуговує короткий опис профілю, де користувач у відкритій формі може підібрати на власний розсуд дані, які будуть значущими для побудови комунікації. Проблема тут полягає в обмеженні кількості знаків та символів, доступних до використання – 70 літер, цифр, емодзі або ж графічних елементів типографії, пунктуації. Разом з тим, опис передбачає суто текстовий формат інформації. За умов, якщо користувачу цього буде замало, пропонуємо створити власний інформаційний канал, який стане для акаунту унікальною візитівкою. Telegram надає можливість закріпити у якості кнопки посилання на одну будь-яку спільноту [110]. Відповідно, нічого не забороняє нам створити невеликий канал, не обмежений за форматом вмісту або ж кількістю знаків чи символів, де буде розміщена вся необхідна інформації й за потреби, підкріплена медіафайлами. Ми вбачаємо у цьому унікальну можливість – користувачі у такий спосіб можуть перенести до інформаційного каналу чи чату будь-який необхідний документ й закріпити за власним обліковим записом. Наприклад, власне резюме для потенційного роботодавця з долученням портфоліо, або ж для бізнес-акаунтів – систему відгуків, побудовану на чаті, де споживачі послуг могли б залишати свої коментарі, рекомендації чи оцінки. Кнопка з переходом до особистої спільноти містить її назву та обкладинку, тож цей спосіб розширити власний профіль має потенціал до візуальних налаштувань й адаптації.

Варто зазначити, що ІМ-платформа надає можливість піти й дещо іншим шляхом – надати абсолютно всі дані про себе, відкрито, не завуальовуючи, однак обмежити до них доступ. Зробити доступною цю

інформацію лише для погоджених користувачів, яких месенджер дозволяє визначити з допомогою контактної книги. Особиста інформація з профілю буде доступна лише тим користувачам, які є серед друзів чи знайомих. Це стосується щодо всіх категорій даних, окрім посилання на особистий Telegram-канал або ж чат – його слід зробити приватним через налаштування спільноти. У такому випадку інформація з неї зможе потрапити до відвідувачів профілю за запитом. Подібний комплекс заходів забезпечить прозорість облікового запису, що стане основою для персоналізованого спілкування без зайвих ризиків.

Наступним важливим аспектом для подолання бар'єра є розвиток культури спілкування у месенджері через встановлення певних правил та соціокультурних норм, що чітко окреслять зону комфорту кожного з користувачів та межі дозволеного у комунікації. Від початку комунікації їй необхідно задати певні рамки, які жоден з учасників буде не в змозі порушити, інакше спілкування просто припиняється. Цей перший контакт має розкрити всю необхідну особисту інформацію, що через соціальні орієнтири буде закладена у комунікацію. Кожен в праві вирішувати те, як ставитись до адресата й визначати те, як будуть ставитись до нього – все залежить від особистих домовленостей та процесу знайомства. Подібні правила можуть бути закладені зокрема й згаданими деструктивними практиками – обмеження щодо флуду, використання голосових та відеоповідомлень, встановлення часових меж комунікації, обговорення наслідків ігнорування й надмірного використання емодзі тощо. Слід оговорити те, що є неприйнятним або ж небажаним для кожної зі сторін, щоб здобути розуміння як підвищити ефективність комунікації й знизити ризики її невдач. Це стане основою для дотримання культури спілкування й виховання особливої цифрової етики.

Найбільш значущим наслідком подолання деперсоніфікації є порушення принципу анонімності користувача й нівелювання всіх тих переваг, котрі вона надає. Недотримання балансу при зближенні віртуальної й

реальної ідентичності позбавить людину захисту й свободи у власних думках, емоціях та переживаннях. Ця втрата може призвести до підвищення рівня самоцензури й психологічного тиску від комунікації – страху або ж тривожності, що стануть наслідком втрати почуття безкарності. Сформуються такі специфічні захисні механізми як надмірна обережність у висловлюваннях, уникання комунікативної взаємодії й пригнічення загальної активності у месенджері. Відсутність анонімності створює передумови для переслідування, спостереження й контролю. Коли будь-яка дія чи публікація безпосередньо пов'язана з його реальною особистістю, це дає можливість будь-якій сторонній особі, зокрема і державним органам, притягнути її до відповідальності. І ми жодним чином не відстоюємо правопорушників або ж зловмисників – мова про страх висловлювання власної думки, непопулярної або ж критичної, що може бути засуджена чи переслідувана. Розкриття особистої інформації перетворить людей на легку ціль для кібербулінгу, шантажу, фізичної розправи, домагань. Зловмисники отримають додаткову цінну інформацію для своїх атак, нівелюють приватність й зможуть ідентифікувати й пов'язати з конкретною людиною будь-яку дію у віртуальному просторі. Особливо вразливими стануть громадські активісти, журналісти, представники політичних чи культурних меншин. Встановлення подібного тотального контролю над інформаційним потоком унеможливить розвиток громадянського суспільства та демократичного дискурсу. Саме тому кожен для себе має знайти рівновагу, той стан цифрової ідентичності, за якого користувач надає віртуальному простору достатньо інформації про себе, щоб забезпечити ефективну комунікацію, й разом з тим, убезпечити себе від контролю та переслідувань.

*3.3.2 Мовні розбіжності.* Telegram за масштабом реалізації цифрової комунікації є глобальним месенджером, що об'єднує користувачів зі всього світу, стираючи між ними будь-які географічні межі та надаючи спільний віртуальний простір для взаємодії. ІМ-платформа стала важливим засобом для обміну інформацією як на локальному, так і світовому рівні (рис. 3.60).

Один й той самий інформаційний канал або ж чат може стати джерелом медіаконтенту як для громадян Великої Британії, Португалії, Чехії, так і Казахстану, Туреччини чи Індії. Однак, оминувши просторово-часові обмеження та кордони, ІМ-платформа неминуче вперлась у мовні бар'єри – фундаментальну проблему міжкультурної комунікації. Користувачі з різних країн не можуть повноцінно та ефективно взаємодіяти через незнання мов один одного. Канали відомих брендів або особистостей, спільноти присвячені технологіям і цифровій валюті, іграм та ІТ, мистецтву або ж освіті, а також політиці, новинам тощо – ці категорії здатні зібрати найрізноманітнішу аудиторію. Дослідники відзначають небезпечну тенденцію, потенційно цікавий медіаконтент локалізується, обмежується однією мовою – рідною для його творців, і як наслідок, залишається недоступним для іншомовної аудиторії, що не володіє мовою оригіналу [11]. Telegram, на відміну від інших соціальних мереж, не забезпечує у подібних ситуаціях користувачів вбудованими інструментами автоматичного перекладу медіаконтенту.



Рис. 3.60 Перелік держав з найбільшою кількістю зареєстрованих Telegram-каналів [70]

Таким чином, інформаційні канали самообмежуються в охопленні аудиторії, втрачаючи потенційну її частину, а потенціал для глобальної комунікації, наданий ІМ-платформою, залишається нереалізованим. Внаслідок тяжіння користувачів до каналів та груп рідною мовою,

стримується культурний обмін між різними етносами, поширення інноваційних ідей та практик. Разом з тим, експерти відзначають виникнення високих ризиків поширення дезінформації, що стане результатом навмисного або випадкового хибного перекладу публікацій, через це можливими стають неправильне інтерпретування фактів та викривлення змісту дописів [12]. Зокрема, це може призвести не лише до спотворення інформаційного вмісту, а й до конфліктів та непорозумінь.

Творцям медіаконтенту до снаги створити власний засіб, що зможе замінити інструменти автоматичного перекладу текстових матеріалів. Розв'язання даної проблеми вимагає комплексного підходу, що спирається на підтримку багатомовного медіаконтенту. На наш погляд, автори мають самотужки інтегрувати автоматичні WEB-перекладачі до процесу створення й поширення інформаційного вмісту, створивши другий примірник публікації іноземною мовою й забезпечивши до нього безперешкодний доступ. Для цього при написанні матеріалів допису необхідно забезпечити його дублювання міжнародною мовою спілкування. Для Європи типовою є англійська – найпоширеніша зі світових мов, що вивчається на рівні з рідною мовою більшістю країн даного регіону. Допоможуть авторам у дублюванні такі популярні WEB-сервіси з автоматичного перекладу як “DeepL”, “Google Translate”, “Reverso” або ж “Microsoft Bing” – мережа надає значну кількість як безплатних, так і платних програм. Задля подальшої безперешкодної інтеграції створеного другого примірника допису іноземною мовою до стрічки медіаконтенту, авторам необхідно вдатись до практики формування “дзеркала інформаційного каналу” (рис. 3.61). Під цим поняттям слід розуміти супутню до певного цифрового ресурсу його ідентичну версію. У нашому випадку, мова медіаконтенту буде єдиним аспектом, що відрізнятиме копію від оригінального джерела. Даний канал стане сховищем для дублікатів публікацій, отриманих з допомогою сторонніх сервісів автоматичного перекладу. Все, що залишиться творцям медіаконтенту, доєднати новостворений ресурс до дописів написаних мовою оригіналу.

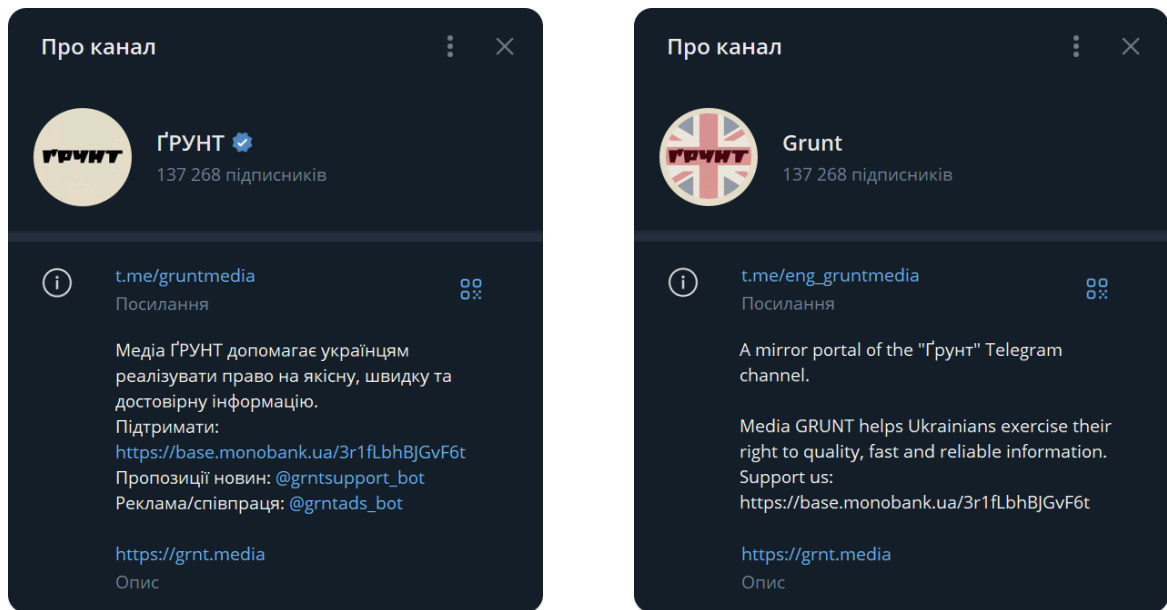


Рис. 3.61 Демонстрація оформлення “дзеркального” Telegram-каналу [50]

Допоможе у цьому вже згаданий інструмент форматування тексту зі створення посилань. Як ми пам’ятаємо, Telegram дозволяє скопіювати та скористатись URL-адресою будь-якого повідомлення, поширеного в межах інформаційних каналів (рис. 3.39). Відповідно, кожен з продубльованих іноземних примірників допису, розміщений на дзеркальному каналі, за посередництва посилання стане доступним для ознайомлення на оригінальному ресурсі. Для цього кожен публікацію рідною мовою автору доведеться підкріплювати текстовою кнопкою – наприклад прописати фразу “In English” і закріпити за цим фрагментом тексту посилання на іноземний відповідник, таким є алгоритм, зображений розробниками у своєму технічному блозі [113]. Натиснувши на цю кнопку, англomовний користувач зможе за лічені секунди ознайомитись з матеріалом доступною для себе мовою, миттєво перейшовши за прихованим посиланням на дзеркальний ресурс (рис. 3.62).

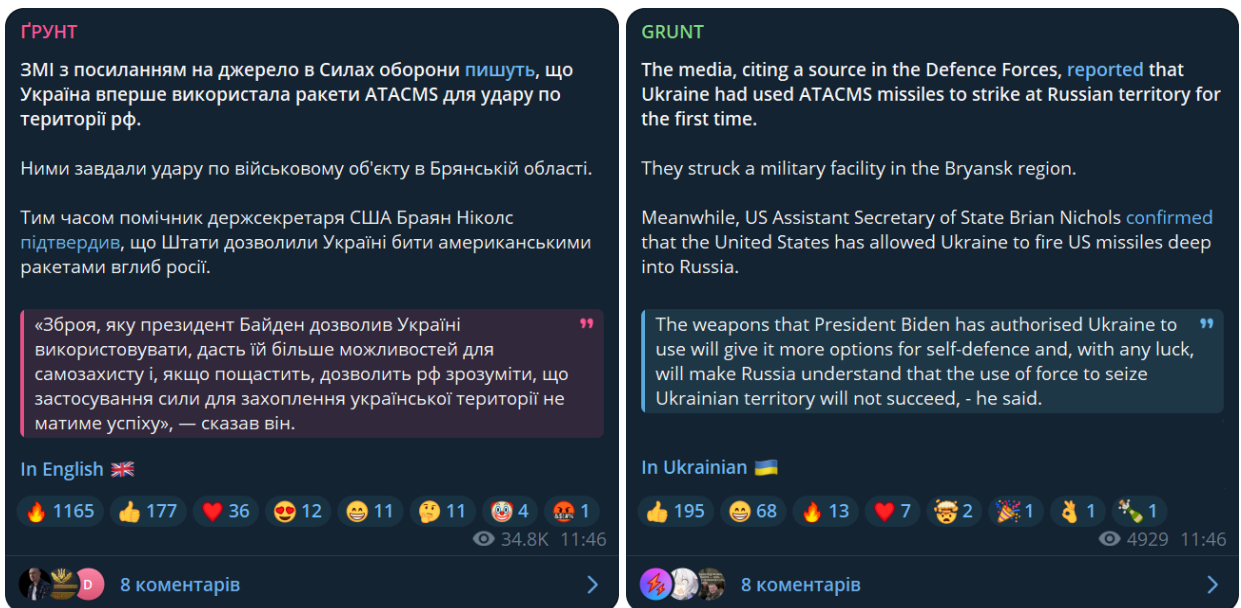


Рис. 3.62 Приклад новинного медіаконтенту реалізованого через систему “дзеркальних” інформаційних каналів [81]

Це допоможе авторам втримати й примножувати свою аудиторію в межах єдиного інформаційного каналу, не розпорошуючись на повноцінне введення мережі паралельних каналів і їхню модерацію. Увесь медіаконтент буде доступний аудиторії на основному джерелі, що забезпечить ширше охоплення. Подібний спосіб убезпечить новинну стрічку спільноти, що розуміє мову оригіналу, від перенавантаження дублікатами й забезпечить споживання медіаконтенту іноземною мовою лише за вибором користувача.

Подібна практика розв’язання мовного бар’єра супроводжується можливими труднощами. Неминучим є зниження оперативності подачі новинного матеріалу, що відтепер потребуватиме додаткових часових ресурсів задля дублювання іноземною мовою. Через це суспільно значуща інформація може не встигнути вчасно потрапити до своєї аудиторії та втратити актуальність. Разом з тим, позбавляючи аудиторію необхідності витратити свій час та зусилля на переклад новини, автор не усуває ризики неточності перекладу, а лише бере цю відповідальність на себе. Кожен з творців медіаконтенту, що звернеться до подібного способу, буде вимушений напрацювати алгоритм з перевірки матеріалів задля збереження ефективності

комунікації – відповідності сенсу та змісту, правильної інтерпретації тощо. Подібна модель подолання мовного бар'єра здатна відкрити нові можливості для міжкультурного, глобального діалогу каналів масової інформації зі своєю аудиторією й забезпечити її позитивним користувацьким досвідом.

*3.3.3 Політична цензура.* В епоху домінування цифрових комунікацій соціальні мережі стали невіддільною частиною суспільного життя, змінюючи як способи спілкування й обміну інформації, так і організації спільнот. Зростання впливу соціальних мереж посилює спроби різноманітних урядів взяти під контроль платформи або застосувати специфічні механізми регуляції їхньої роботи – все задля захисту національної безпеки та соціальної стабільності. Дана тенденція активно поширюється на роботу ІМ-платформ, зокрема й Telegram, що внаслідок відмови від співпраці з урядами окремих держав у питанні регулювання роботи сервісу, зазнав найвищої міри контролю – повного технічного блокування в межах їхніх державних кордонів (рис. 3.63). Обмежений доступ до Telegram мають користувачі таких держав як Гвінея та Федеративна демократична республіка Ефіопія, Ірак й Ісламська республіка Іран, Китайська народна республіка, Об'єднані Арабські Емірати, Куба та Кореїська народно-демократична республіка, а також Султанат Оман, Республіка союзу М'янма й Сомалі, Королівство Таїланд, Туркменістан і Узбекистан, такі дані надають нам журналісти [49, 118]. Постачальники послуг зв'язку, що діють в межах території вказаних держав, не надають доступу до Telegram, відповідно до законодавчих обмежень, введених урядом. Завітавши на територію однієї з цих країн користувач втратить доступ до месенджера й опиниться під загрозою штрафних санкцій за спробу обійти заборону.



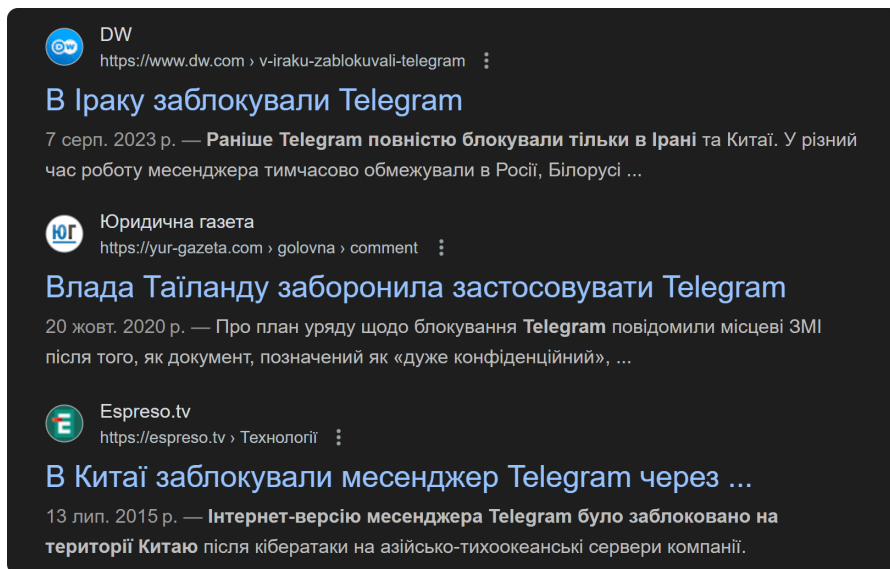


Рис. 3.63 Підбірка новин щодо обмеження роботи Telegram у низці держав [89, 48, 47]

У деяких державах Telegram перебуває під загрозою заборони, через порушення місцевого законодавства, зокрема, обговорюють можливе блокування сервісу в таких державах як Іспанія й Туреччина, Індонезія та Індія. Обмеження доступу до сервісу розглядається як крайній захід у боротьбі з кіберзлочинністю, якщо сервіс не погодиться на усунення порушень. Є держави, що обмірковують запровадження системи регулювання роботи Telegram, котра б вплинула на політику модерації платформи. Ввести законодавче регулювання або зобов'язати створити офіційне представництво сервісу прагнуть Франція, Бразилія, Велика Британія й Німеччина – уряди бажають вжити заходів задля боротьби з порушенням авторських прав, контрабандою, організованою злочинністю, торгівлею наркотиками, зброєю та порнографією, про це нещодавно почали говорити у медіа [88]. Повномасштабне вторгнення Росії на територію України також підштовхнуло уряди обох держав до пошуків варіантів з регулювання Telegram на законодавчому рівні. Для обох країн від початку конфлікту сервіс став важливим засобом масової комунікації та інформаційного впливу, що зробило його загрозою національній безпеці. Специфічні форми боротьби та обмежень щодо Telegram застосовують Норвегія, яка хоче обмежити його

використання серед державних посадовців, Білорусь, що ввела кримінальну відповідальність за долучення до екстремістських спільнот, представлених віртуальними каналами мережі, а також Азербайджан, Пакистан та Казахстан, котрі вводять тимчасові блокування месенджера під час масових заворушень, надзвичайних ситуацій або ж дію воєнного стану, подібні дії були відзначені журналістами [51]. Наразі невідомо як саме вирішиться доля месенджера у цих країнах.

Для того аби обійти технічне блокування доступу до ІМ-платформи, користувачі можуть скористатись сервісами доступу до віртуальних приватних мереж, що відомі широкому загалу як “VPN”. Це спеціальне програмне забезпечення, що дозволяє будь-якому пристрою стати повноцінним учасником віддаленої мережі, в якій доступ до месенджера не є заблокованим, у цьому нас запевняють фахівці з інформаційної безпеки [90]. Наприклад, користувачі Таїланду можуть завантажити VPN-додаток та під’єднатись до Telegram не через мережу постачальника послуг зв’язку власної держави, а через сервери Данії або Австралії, де Telegram поза заборонаю. Якщо дуже спростити, то користувач підключається не до заблокованої платформи, а до дозволеного хмарного сервісу, який своєю чергою перенаправляє його від свого імені з території іншої держави до тієї платформи. VPN-сервіс буквально стає посередником між користувачем та недоступним програмним забезпеченням. Для українців доступні такі додатки як ExpressVPN, Private Internet Access, CyberGhost, Surfshark та NordVPN тощо – ці додатки забезпечать мобільні та настільні пристрої доступом до месенджера, переконують їхні автори [79]. Продовжити цей перелік допоможе запит до крамниці цифрових додатків мобільного пристрою або ж пошукового сервісу Інтернет-мережі. Користувачі web-версії Telegram зможуть використати функцію “VPN” через такі популярні інтернет-браузери як “Google Chrome” та “Opera” – там вона доступна напрямую або ж через встановлення розширення. Інструкції з використання VPN-сервісів та додатків не є універсальними, кожен має власні умови

використання та специфіку, з якими користувач ознайомиться після завантаження.

Спроби обійти блокування доступу чи то до месенджера Telegram, чи то до інших соціальних мереж з допомогою VPN-сервісів пов'язані з низкою ризиків та недоліків. Найочевидніший з них – це зниження швидкості Інтернет-мережі. При залученні посередника у під'єднанні до заблокованого сервісу, збільшується час на передачу Інтернет-трафіку через віддалені сервери, які, очевидно, знаходяться далеко від фізичного розташування користувача, в іншій країні або на іншому континенті. Через що, Telegram може працювати повільніше, із затримкою виконання своїх функцій. Фахівці з кібербезпеки попереджують, для кожного користувача існує ризик натрапити на фальшивий або неперевірений VPN-сервіс, що не зможе забезпечити бажаною надійністю або ж і взагалі бути шкідливим програмним забезпеченням призначеним для шахрайства, шпигунства або знищення даних [90]. І найголовніша загроза у використанні приватних віртуальних мереж – їхній юридичний статус в тій державі, з якої користувач намагатиметься отримати доступ до бажаної заблокованої платформи. Не в усіх державах застосування VPN є законним – окремими урядами запроваджено цензуру контенту та онлайн-нагляд за Інтернет-трафіком користувачів. Це може бути як формальна заборона на їхнє використання не підкріплена контролем, так і суворий нагляд з притягненням до відповідальності за порушення норм законодавства – грошовий штраф, тюремне ув'язнення або навіть смертна кара.

Встановити особу, що вдається до використання VPN та притягнути її до відповідальності – задача складна, однак цілком реальна для спеціальних підрозділів правоохоронних органів. Хоч віртуальний простір й надає користувачам високий рівень анонімності та захищеності, ризик бути спійманим є завжди. Аби убезпечити своїх клієнтів, VPN-сервіси надають можливості використання прихованих серверів, які залучають до сенсу користувача множину посередників, що мімікують під різноманітні сервіси

та унеможливають відстеження користувача, заплутуючи шлях його під'єднання [92]. Ця функція не безоплатна, однак гарантує обхід будь-яких обмежень та безпеку підключення. Використання прихованих серверів популярне у Китайській народній республіці, що має власну, відмежовану від світу Інтернет-мережу та високий рівень цензури. Повна заборона на використання VPN-сервісів для обходу блокувань уряду діє в таких державах як Росія та Білорусь, Туреччина, Ірак і Об'єднані Арабські Емірати, Оман, Індія та Іран, а також Єгипет, Туркменістан та КНДР.

### **3.4 Фізичні перепони при поширенні й споживанні медіаконтенту**

Даний підрозділ ми присвяtimo вивченню фізичних перешкод комунікації систем миттєвого обміну повідомленнями, котрі викликані особливостями реального, зовнішнього відносно віртуального простору середовища, у якому реалізовується комунікація й порушеннями у роботі сенсорної системи учасників комунікації – шумове забруднення, температурні та погодні умови, рівень освітлення, невиразне або ж дефектне мовлення, викривлення аудіовізуального сприйняття. Як і будь-який інший засіб передачі інформації, Telegram неunikно стикається з проблемою фізичних шумів, котрі є значущими для якості аудіовізуального медіаконтенту платформи. У контексті цифрової комунікації ці перепони являють собою небажані зовнішні фактори, що призводять до втрати або ушкодження частини інформації, закладеної в повідомлення. Зумовлені вони не лише особливостями зовнішнього середовища, де відбувається комунікація, а й фізіологічними характеристиками її учасників. Подібна деформація, спотворення інформаційного вмісту може втілюватись як на етапі його створення, так і при відтворенні, у процесі сприйняття реципієнтом.

Вплив зовнішніх факторів реалізується у віртуальному середовищі Telegram через формати медіаконтенту, що задіюють органи усного мовлення – мовленнєвий апарат, що творить звуки, та органи аудіювання, котрі цей звук сприймають. Не осторонь й візуальна складова, що залучає органи зору для

відтворення образів, залучених із зовнішнього середовища. Месенджер, попри домінування тексту, пропонує широке різноманіття подібних форматів – популярними серед користувачів є голосові й відеоповідомлення, групові та приватні відеочати, подібні до віртуальних конференцій, а також еквівалентні телефонному дзвінку відео- та аудіовиклик. Жоден з цих форматів не піддається редагуванню чи монтажу, й створюється в режимі реального часу. Звісно ж, окремо наявні й аудіовізуальні медіафайли, котрі можна долучити до будь-якої текстової публікації чи відправити в якості окремого повідомлення, а також підкоригувати перед відправкою з допомогою вбудованих чи сторонніх редакторів.

Серед фізичних бар'єрів можна виділити такі чинники природного середовища як звукові шуми оточення – гул транспорту, гамір людей або ж інших тварин, звуки техніки, музика, а разом з тим і природні прояви, наприклад, вітер, дощ чи грім. Так і візуальні шуми – недостатній рівень освітлення, відблиски, різкий контраст, надмірна кількість об'єктів та мерехтіння. Спричиняти перешкоди може й сам автор медіаконтенту – невиразна мова, шепіт або крик, дефекти мовлення, ехо й відлуння. Перешкоди, пов'язані зі звуком, ускладнюють або ж унеможливають сприйняття мовлення – беззмістовний сторонній шум, незалежно від природи свого джерела, заміщує собою частину тієї інформації, яку автор закрив у повідомлення. Візуальні шуми порушують розпізнавання об'єктів та важливих деталей, призводять до інформаційного перенавантаження та знижують концентрацію уваги щодо змісту повідомлення, у знаки дають перешкоди в зчитуванні невербальних сигналів, тієї ж міміки, жестів та емоцій. Особливості мовлення автора завдають не менш тяжких наслідків – спотворення змісту та нерозбірливий звук, в знаки дається спільна зі звуковими шумами природа, проте тут джерелом перешкод стає мовник. Об'єднує зазначені бар'єри їхній руйнівний вплив на ефективність процесу комунікації, як на міжособистісному, так і масовому рівні. Кожен з них вимагає від аудиторії більших витрат часу та зусиль на декодування

повідомлення, а за певних обставин і взагалі робить неможливим сприйняття частини або ж і всього змісту. Окрім інформаційних втрат, наслідки досить передбачувані – непорозуміння через втрати та неправильну інтерпретацію, зниження рівня довіри, втрата уваги й рівня продуктивності комунікації, потенційні конфлікти.

Ефективна стратегія з подолання фізичних бар'єрів неможлива без формування у користувача свідомого й відповідального підходу до створення аудіовізуального медіаконтенту. Вона має спиратись як на превентивні дії з мінімізації їхнього впливу на медіаконтент, так і на компенсацію втрат інформації й спотворення повідомлення. Попередні заходи з обмеження впливу тих чи інших бар'єрів передбачають організацію фізичного комунікативного простору. Створення будь-якого якісного аудіовізуального медіаконтенту вимагає часу та зусиль – сформууйте план, щоб оптимізувати обсяг інформації для реципієнта, структуруйте думки, щоб запобігти непослідовності та тривалим паузам, підберіть зручний час та місце, коли й де вплив джерел шумів буде мінімальним. Стислий, впорядкований виклад думок у тихому приміщенні буде більш ефективним, аніж хаотичний потік роздумів записаний поспіхом посеред сповненої життям вулиці. Це допоможе заздалегіть передбачити й позбавитись від низки бар'єрів, джерелом яких є сам автор. Користувачу під силу організувати простір навколо себе або ж змінити його, якщо формування повідомлення потребує оперативності – перед створенням медіаконтенту слід позбутись джерел шумів у реальному вимірі, ізолюватись від них, вимкнути або ж віддалитись до прийнятної відстані. У цьому ми й вбачаємо відповідальне ставлення до процесу створення й поширення медіаконтенту, без якого якісна комунікація неможлива.

Окремої уваги користувача заслуговує цифровий прилад, що забезпечує передачу інформації. Мобільний пристрій має бути надійно зафіксований й знерухомлений до початку запису – це обмежить фізичні шуми як від самого телефону (тремтіння внутрішніх деталей, аксесуарів), так і від зайвих

маніпуляцій з ним (стуку від дотиків, тертя). Варто подбати й про технічні звуки пристрою, вимкнувши на момент запису сигнали від сповіщень, мелодії, звукові ефекти й вібрації, що могли б випадково втрутитись у повідомлення. Для цього будь-який мобільний та настільний пристрій має загальний звуковий режим “Не турбувати”, який вмикається та вимикається в один дотик. У роботі зі стаціонарним пристроєм або ж у шумному середовищі рекомендуємо використовувати додаткову гарнітуру для запису повідомлення – окремий мікрофон чи поєднаний з навушниками. Настільний комп’ютер має вмонтований мікрофон, який поглинає багато внутрішніх шумів, додаткове приладдя компенсує цей недолік. А у випадку, коли джерел шуму не уникнути, гарнітура дозволить автору повідомлення бути найближчим джерелом звуку. Типово Telegram використовує вбудований мікрофон цифрового пристрою, аби змінити пріоритети у виборі гарнітури й дозволити використання сторонніх засобів слід скористатись параметрами “Налаштування чатів”. Маємо знайти розділ “Медіа та звук” й у категорії “Мікрофон для голосових” обрати пункт “Гарнітура (якщо під’єднано)” (рис. 3.64).

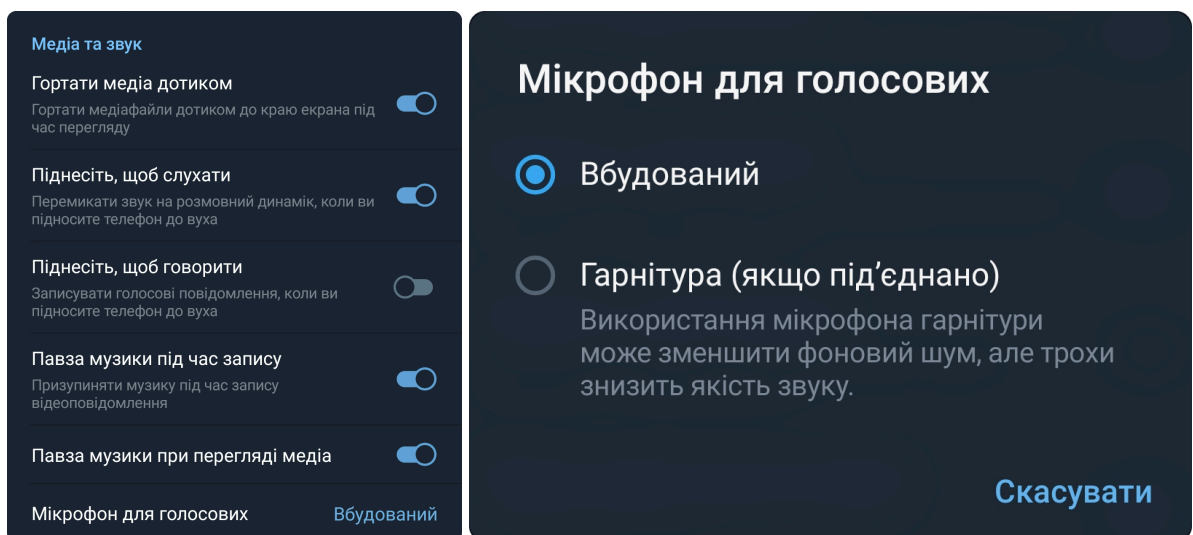


Рис. 3.64 Скриншоти налаштувань роботи із медіа та звуком [120]

Який би пристрій для запису звуку ви не використовували – вбудований або ж додатковий, зовнішній, варто пам’ятати, що чим ближче він до джерела

мовлення, тим краще. Це збільшить шанс, що ключовий для повідомлення голос заглушить собою непотрібні шуми. Звісно ж, варто знати міру – не слід впритул використовувати мікрофон, залиште трохи відстані, щоб не спотворити звук й вберегти пристрій від власних шумів. Ключовим у боротьбі з візуальними шумами, що погіршують сприйняття об’єктів та деталей, є світло. При зйомці відео чи фото радимо залучити додаткові джерела світла й рівномірно заповнити ним кадр. У пошуку вдалого ракурсу слід вдаватись до зйомки проти джерела світла аби отримати якісніше зображення. При створенні візуального медіаконтенту утримуйтесь від зайвих рухів – кожне переміщення камери має бути виваженим, плавним та повільним, радять фахівці з цифрових комунікації [30]. Це вбереже кінцевий результат від непотрібного розмиття та візуального шуму, спотворень кадру.

Якщо матеріал передбачає аудіовміст, потурбуйтеся, щоб мікрофон був якомога ближче до джерела мовлення й вільний від зайвих елементів одягу чи тіла. Беззаперечним знову ж таки є вплив етапу підготовки запису, чітке планування вбереже результат від зайвих дій та помилок. Окремо варто зауважити й про наявні у Telegram засоби – ми вже згадували про наскрізне шифрування для аудіо- та відеовикликів, дана функція убезпечить комунікацію від сторонніх осіб та покращить якість зображення, звуку. Для цього слід звернутись до налаштувань “Приватність і безпека”, знайти розділ “Приватність”, і у категорії “Виклики” обрати пункт “Peer-to-peer” (рис. 3.65).

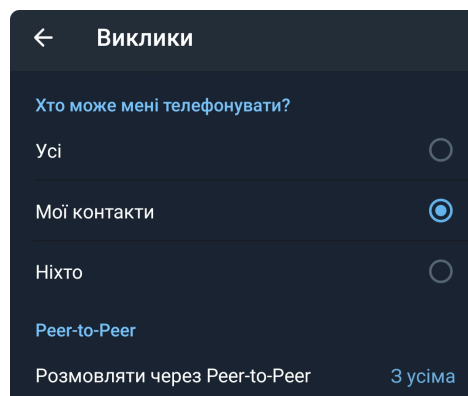


Рис. 3.65 Налаштування зі встановлення наскрізного шифрування для викликів [120]



Зображення й звук позбудуться втрат інформації та затримок через скорочення шляху між користувачами, стануть чіткішими й плавнішими відносно звичних викликів. Розробники зауважують, що ця функція не стосується групових відео- та аудіочатів – лише приватні дзвінки [104]. Після завершення процесу зйомки чи запису медіаконтенту, слід потурбуватись про усунення тієї частини фізичних бар'єрів, що змогла проявитись у повідомленні. Втрату певної частини інформації, поданої звуком можна замінити через супровід аудіовізуального медіаконтенту текстовою транскрипцією. Це може бути як повне дублювання повідомлення знаково-символічною системою, так і часткове – обмежене хронологічно моментом втрати інформації. Будь-який користувач зможе дозволити собі паралельне сприйняття інформації, де аудіо буде підкріплюватись субтитрами й роз'яснювати спотворені шумами частини повідомлення (рис. 3.66).

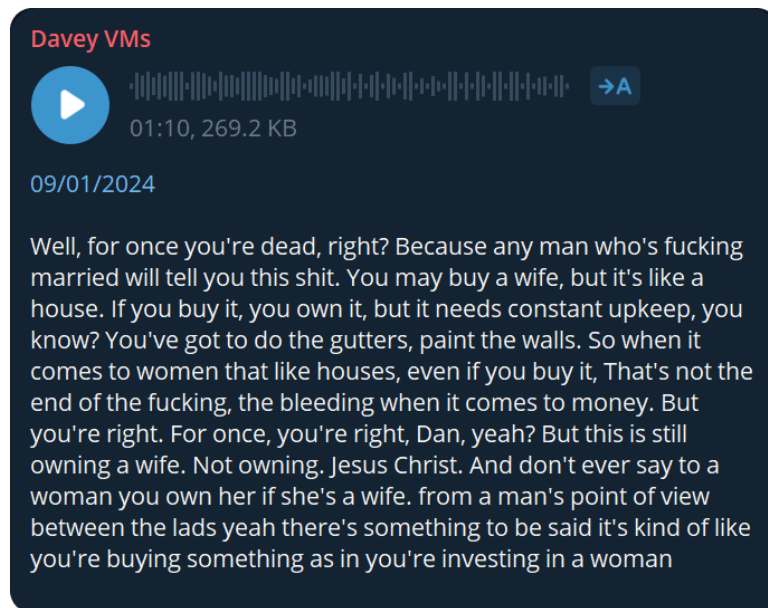


Рис. 3.66 Демонстрація способу компенсування втраченої через шуми інформації завдяки субтитрам [101]

Подібна практика звична для людини й відома їй через кінематограф, проте у Telegram не досить поширена, а дарма, цей мультимедійний формат робить повідомлення доступнішим значно ширшій аудиторії й враховує її

потенційні фізичні обмеження у сприйнятті аудіоінформації. Схожим чином може бути підкріплений і візуальний медіаконтент, до відео можна надати сюжет у текстовому варіанті, а до фото – пояснювальну записку, котра б вводила користувача у контекст й формувала цілісне розуміння подій, відображених на зображенні. Якщо ж мова йде про комунікацію в режимі реального часу, то варто подбати про усне дублювання важливої чи втраченої інформації учасникам. Завдяки миттєвому зворотному зв'язку реалізувати це досить легко, головне робити паузи при мовленні для збору реакції аудиторії. До односторонньої комунікації у межах відео- чи аудіочату рекомендуємо залучати модератора з правом голосу, який зможе забезпечити промовця гарантованим зворотним зв'язком.

Нам би не хотілось багато говорити про досить очевидні й доступні рішення з попереднього редагування медіафайлів, ці засоби існують поза ІМ-платформою, кожен з них різний у реалізації. Проте, обговоримось щодо тих засобів, які нам пропонує Telegram для роботи з голосовими та відеоповідомленнями. Щодо першого, месенджер дозволяє попереднє прослуховування перед відправкою, за умов, якщо користувач при створенні провів пальцем від кнопки догори, запустивши процес постійного запису, а потім натиснув на паузу. Після цього голосове повідомлення можна буде прослухати й визначити якість матеріалу, видалити та перезаписати за потреби. Платформа гарантує, що у будь-який момент паузу можна вимкнути й продовжити запис через певний час [133]. Це забезпечить користувача етапом перевірки повідомлення на сторонній шум і навіть уникнути потенційного шуму, зупинивши запис на час дії раптового джерела шуму (рис. 3.67).

Відповідна опція доступна й при створенні відеоповідомлення, однак тут Telegram дозволяє ширші можливості для редагування – обрізку матеріалу перед відправкою або ж перед продовженням запису. Це надає цінну можливість позбавити матеріал від зайвих шумів, що потрапили в кадр, небажаних чи незапланованих дій, наприклад, з перемиканням від

фронтальної, типової для формату, до основної камери мобільного пристрою, можемо побачити дану функцію серед інтерфейсу сервіса (рис. 3.67) [132]. При попередньому перегляді відео месенджер надає можливість позбавити матеріал звуку, що буде досить доречним, коли аудіосупровід не несе жодного інформаційного навантаження, а лише відволікає від візуального сприйняття.

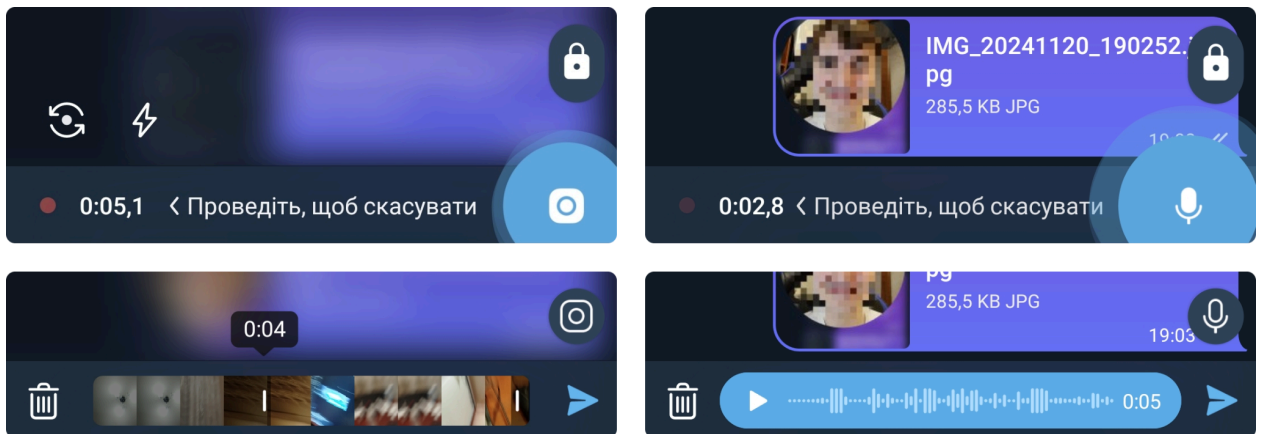


Рис. 3.67 Інтегрований до месенджера редактор голосових та відеоповідомлень [120]

Також Telegram пропонує нововведення, що на нашу думку допоможе користувачу компенсувати недостатній рівень освітлення – спалах дисплея, який активується поруч з перемиканням між камерами [131]. Ці засоби доступні кожному, не варто ними нехтувати, вони допоможуть зберегти цінну інформацію й зробити медіаконтент якіснішим. Додамо й про використання вбудованих чи сторонніх редакторів – цифровий простір надає користувачу широке різноманіття засобів для покращення медіаконтенту. Інструменти ІМ-платформи забезпечать вас базовими інструментами, про які вже йшла мова – не слід зневажати їх, треба користуватись можливістю попереднього перегляду медіафайлів перед відправкою. Telegram надає можливість покращити якість відео або ж зображень, обрізати зайві частини, вирівняти експозицію тощо, застосування сторонніх сервісів примножить цей набір. Завдання користувача довести медіаконтент до того стану, який буде

прийнятним і зрозумілим аудиторії, витрачений на те час буде вартим якості кінцевого результату.

Цікавий факт, обидва формати застосовуються в режимі реального часу й створюються безпосередньо у чаті з реципієнтом, що робить кожне повідомлення унікальним, неповторним й особистісним. Пересилання голосових й відеоповідомлень з метою повторного використання відображає як інформацію щодо дати їхнього створення, так і вторинного застосування. Погодьтесь, це нівелює їхню унікальність й ставить під сумнів персоналізованість повідомлення. Система встановила такі обмеження, щоб забезпечити повідомлення автентичністю й запобігти шахрайству. Проте, Telegram має приховану можливість обійти ці обмеження й забезпечити їхнє багаторазове використання та актуальність. Якщо записати повідомлення не у чаті з реципієнтом, а в межах власного сховища медіаконтенту – чату “Збережене”, й потім переслати його звідти будь-якому користувачу, система не відобразить реципієнту факт пересилання. Замість часу створення повідомлення буде показано час його надходження, без жодної вказівки, що повідомлення не є оригінальним. Таким чином можна надсилати однакове голосове або ж відеоповідомлення різним користувачам, у різний час й тримати в таємниці факт вторинного застосування, зберігати в очах реципієнта унікальність змісту. Відтак, чат “Збережене” можна використовувати як чернетку для власної творчості, завчасно створювати там медіаконтент й використовувати його в інформаційних каналах та чатах, коли настане відповідний час.

Якщо ми говоримо про ризики згаданих засобів для боротьби з фізичними шумами, то авторам інформаційного вмісту та аудиторії слід бути готовими до сповільнення процесу створення й поширення медіаконтенту. Прийнятний рівень якості аудіовізуальних матеріалів вимагає залучення значних часових ресурсів та зусиль – як на опанування знань у роботі з інформацією, так і для їхнього ефективного впровадження. Спробам довести кінцевий результат до ідеалу не має меж, все впирається у рівень навичок та

вмінь творця – через що, процес формування інформаційного вмісту може бути надмірно розтягнутим в часі. У окремих випадках з цим не виникає жодних проблем, якщо мова йде про тематичний й специфічний медіаконтент, котрий не має до себе жорстких вимог щодо термінів публікацій. Однак для новинних каналів, котрі перебувають у постійній гонитві за оперативністю й актуальністю, час стає надзвичайно цінним ресурсом, який не можна марнувати дарма. Якщо вийти за межі новинного медіаконтенту, в будь-яких ситуаціях, коли потрібна швидка реакція або ж термінова передача інформації, такі затримки можуть бути критичними – як у міжособистісному спілкуванні, так і в засобах масової комунікації. І тут важливо врахувати психологічний аспект, за умов регулярної та систематичної роботи зі створення медіаконтенту, постійна увага до якості медіаконтенту може призвести до перенавантаження, розсіювання уваги й надмірної втоми. Оптимальним рішенням буде ситуативний аналіз та правильна розстановка пріоритетів – в окремих випадках швидкість передачі повідомленням може бути більш важливою за якість. Ми припускаємо, що це дозволить дійти до певного компромісу між досконалістю та оперативністю, врахувавши всі обставини автора й потреби його аудиторії.

Підсумовуючи результати комплексного аналізу бар'єрів цифрової комунікації за участі месенджера Telegram, доцільно відзначити їхнє багате розмаїття та змістову неоднорідність. Ми не можемо стверджувати, що перелік виявлених нами перешкод вичерпний, глибший аналіз потребує залучення додаткових методів дослідження, зокрема організацію анкетування та проведення серії інтерв'ю задля збору більшого обсягу користувацького досвіду. Очевидним також є той факт, що система не спиняється на шляху свого розвитку й з кожним оновленням зазнає суттєвих змін – одні проблеми знаходять свого розв'язання, інші множаться. Це підкреслює важливість забезпечення постійного моніторингу та адаптації розроблених стратегій боротьби з перешкодами на шляху ефективного інформаційного обміну. У цьому контексті, важливим нашим здобутком є успішне випробування

сформованого в межах проєкту інструментарію виявлення перешкод на шляху цифрового інформаційного обміну та підходу до розробки стратегій з обмеження їхнього негативного впливу. Ми заклали основу систематичного підходу до дослідження даної проблеми, що стане в нагоді як користувачам, так і розробникам сервісам із застосуванням ІМ-технологій.

### **Висновки до розділу 3**

У межах даного розділу ми зосередились на емпіричному дослідженні бар'єрів комунікації систем миттєвого обміну повідомленнями методом кейс-стаді, обравши за приклад сервіс Telegram. Нами було виявлено сімнадцять специфічних для даного засобу зв'язку перешкод, які ми впорядкували завдяки розробленій типології. Найчисельнішою виявилась група з семи психологічних бар'єрів, пов'язаних як з упередженнями щодо використання платформи для інформаційного обміну, так і когнітивними спотвореннями, спричиненими нею. Серед даного типу найбільш гострими постали питання, пов'язані з недосконалістю умов використання сервісу Telegram, зокрема порушення конфіденційності даних, відстеження цифрових слідів аудиторії та вибіркового контролю середовища комунікативної взаємодії. Заглибившись, ми виокремили й менш очевидну категорію бар'єрів, спричинених спробами розробників поліпшити якість роботи власної платформи й зробити її доступнішою більшому колу користувачів. Частина з них не зазнала успіху й породила нові виклики для інформаційного обміну – редукція професійних стандартів виробництва медіаконтенту, зниження рівня достовірності та порушення контексту його споживання, а разом з тим і перенасичення середовища надмірними обсягами інформації. Тим самим месенджер сформував досить незвичні умови існування інформаційного простору. Йому вдалось зібрати навколо себе величезну аудиторію й забезпечити абсолютно кожного з користувачів, незалежно від його статусу чи знань, неவிбагливим в опануванні різноманіттям інструментів

продукування медіаконтенту. І все це реалізовано при непомірному відносно інших засобів масової комунікації рівні свободи.

Другою за кількістю проявів виявилась сукупність з шести технічних обмежень месенджера, представлених як невіддільними для цифрового простору недоліками, так і невинуватими технічними вадами сервісу. Даний тип поєднав у собі штучну різницю між клієнтськими програмами Telegram, обмеженість пошукової системи платформи та непрозорий підхід розробників щодо висвітлення її оновлень та надання інструкцій з освоєння. Окремої уваги від нас отримали ще трійка проявів особливостей умов використання ІМ-платформи, пов'язаних з вибагливістю месенджера щодо енергетичних та обчислювальних ресурсів електронного пристрою, а також безконтрольним обміном цифровими файлами в межах середовища. Необдуманий підхід розробників відносно провадження їхньої політики повної свободи, як ми бачимо, дається в знаки навіть на технічному рівні – надмірна кількість генерованого інформаційного вмісту й роздуте функціональне забезпечення виснажують не лише користувача, а й електроніку. Загострюється проблема безладу, за якої аудиторія не отримує адекватної обсягам медіаконтенту можливості його споживання та впорядкування. Ігноруються розробниками й очевидні побічні для безпеки шкідливі прояви безмежної свободи.

Наступні за числом проявів – соціокультурні перешкоди, обумовлені різницею відповідного контексту між залученими до інформаційного обміну суб'єктами. З очевидних бар'єрів маємо наслідки впливу глобалізації на роботу месенджера, що відобразились у мовних розбіжностях серед комунікантів та тиску політичної цензури. Особливого висвітлення набула окрема від процесу проблема деперсоніфікації комунікації, спричинена високим рівнем анонімності користувача та зміцненням ролі його віртуальної ідентичності. Окреслені перешкоди, незалежно від характерних їм особливостей, однаково закладають основу для ймовірних непорозумінь чи конфліктів. Заключний тип об'єднав усі бар'єри, пов'язані з фізичним

впливом зовнішнього середовища й учасників комунікації на її перебіг. Більшою мірою дана проблема пов'язана із зайвим шумом аудіовізуального вмісту, що просочився туди з реального світу, меншою – порушеннями у роботі сенсорної системи автора повідомлення чи його набувача. Ці фактори, що є більш звичними для традиційних засобів зв'язку, в цифровому обміні інформацією обмежені у своєму впливові й не є поширеними або ж критичними. Проте за умов ігнорування їхнього значення можуть призвести до значних втрат в інформації або зниження рівня її якості.

Кожен з виявлених бар'єрів здобув власну стратегію з обмеження впливу на комунікацію, кожна з яких спиралась на вдалий досвід у покращенні інформаційного обміну. Запропонований комплекс заходів передбачає як дотепер нові рішення, невідомі широкому загалу, так і детальну роботу з тим функціональним забезпеченням, яке сервіс надає користувачу. Ми вбачаємо у цьому важливу інформаційну активність, котра не лише надасть краще розуміння технічних аспектів роботи ІМ-платформи, а й змусить кожного замислитись щодо ефективності впроваджуваних ними комунікативних практик. Інколи значення проблеми можна нівелювати лише озброївшись якісними знаннями щодо її сутності. Це далось в знаки як при усуненні психологічних бар'єрів, так і соціокультурних, фізичних перешкод. Ми поставили собі за мету побороти сталі для месенджера упередження й запропонувати користувачам нові моделі поведінки, сформувані відповідальністю щодо соціальної взаємодії та того медіаконтенту, який вони створюють й споживають. Разом з тим, розроблені нами стратегії включають плани щодо оптимізації технічних процесів Telegram задля кращого розподілу ресурсів як цифрового пристрою, так і власне людини. За умов відсутності чітких інструкцій з налаштування роботи сервісу досить важко знайти баланс між комфортом, безпекою та потужністю обробки інформації при обміні. Для нас цей пошук став ключовим принципом, зокрема у спробі розв'язати технічні проблеми месенджера. Вирішальною складовою наших стратегій стало залучення сторонніх сервісів, що зможуть покращити досвід



користувача та запропонувати йому краще технічне рішення, аніж те, яке надає нам Telegram. Освоєння та імплементація нового для ІМ-платформи досвіду не обійшлась без оцінки ризиків впроваджуваних стратегій – за умов стрімкого технічного розвитку, кожна з них має бути адаптивною, а її вплив на комунікацію прогнозованим. Успіх цифрової комунікації, котра є визначальною для вдалої соціальної взаємодії та продуктивної роботи, залежить не лише від своєчасного виявлення та усунення бар'єрів, а й здатності передбачити нові труднощі.

## ВИСНОВКИ

У сучасному світі інформаційного суспільства медіа стало життєвим простором людини, що охоплює всі сфери її діяльності та відіграє ключову роль у формуванні свідомості людини, передачі досвіду й цінностей, закладенні картини її соціальної реальності. З огляду на це, медіаконтент і засоби його поширення є провідним елементом взаємодії індивіда з оточуючим світом і засобом його пізнання. З розвитком цифрових технологій відоме нам інформаційне середовище зазнає суттєвих змін, що відображаються на характері комунікації та роботі медіа – трансформуються принципи створення вмісту, оновлюються інструментарій його дистрибуції, засоби збереження й передачі. Міжособистісна й масова комунікація здобуває віртуальний простір реалізації, втілюється в нових формах, змінюючи власну специфіку.

Серед важливих наслідків даного процесу є популяризація ІМ-платформ, бурхливий розвиток яких став новим витком в історії еволюції соціальних медіа та наслідком вказаних тенденцій у процесі дистрибуції інформаційного вмісту. Месенджери постають як унікальне комунікативне середовище, що в конкурентній боротьбі за увагу аудиторії з іншими медіа, набуває принципово нових ознак порівняно з традиційною моделлю інформаційного обміну. Подібна динаміка створює для теорії комунікації та медіа не лише нові можливості, а й серйозні виклики, що в рівній мірі вимагають до себе належної уваги та дослідницького інтересу.

Перебудова структури інформаційного обміну ставить під загрозу його ефективність, породжуючи нові, специфічні для ІМ-платформ бар'єри – багатовимірний для нового середовища феномен, що охоплює технологічні, психологічні, фізичні та соціокультурні аспекти. Ці перешкоди виникають на перетині індивідуальних та масових комунікативних практик опосередкованих месенджером, створюючи складну мережу взаємозв'язків, що визначають характер та якість цифрового зв'язку. Дослідження

комунікативних бар'єрів дозволило нам не лише зафіксувати нові обмеження, а й розкрити глибинні прояви трансформації медіапростору на прикладі систем миттєвого обміну повідомленнями, з власним соціальним середовищем та особливим функціональним забезпеченням.

Результати нашої роботи можна узагальнити наступним чином:

1. Визначено поняття “медіаконтенту” у системі медіакомунікацій й окреслено вектори його розвитку як ключової частини сучасних комунікативних практик. У спробі систематизувати накопичені знання щодо сутності інформаційного вмісту ми дослідили панівні серед теоретиків концепції, що визначають його ключові характеристики та запропонували власну дефініцію, наближену до сучасних реалій та цілей нашої роботи. Медіаконтент є сукупністю мультимедійних елементів, що виконує комунікативна, комерційно-промоційну та розважальну функції, слугуючи інформаційним вмістом медіаресурсу, створеного або адаптованого для поширення засобами масової комунікації.

– Ми вдалися до обґрунтування концептуальних рамок у вивченні медіаконтенту, що зокрема спираються на теорію масової комунікації Г. Маклуена, симуляційну постмодерністську парадигму Ж. Бодрієра та Р. Барта, концепцію соціальної системи Н. Лумана, теорію нових медіа та дискурсивної мережі Ф. Кіттлера. При розкритті аспекту еволюції образу медіаконтенту в його взаємозв'язку із засобами створення та розповсюдження, нами охарактеризовано три ключових для поняття вектори розвитку. Серед них перетворення сутності медіаконтенту як продукту людської діяльності, пов'язане з такими феноменами як глобалізація, користувацький контент та персоналізація, розширенням форматного й жанрового різноманіття, характеристик інформації. Зміни пов'язані з координацією процесу виробництва медіаконтенту та подальшої дистрибуції – автоматизація й спрощення створення повідомлень за рахунок штучного інтелекту, паралельне споживання вмісту, конвергенція, а також мультиплатформність його існування. Ми фіксуємо перетворення

медіаконтенту на промисловий продукт, а процес його виробництва – в бізнес-діяльність. Останній з векторів охоплює технологічні зрушення, котрі відображають взаємовплив зміни форми медіаконтенту з розвитком засобів його дистрибуції. З-поміж набутих особливих якостей відзначаємо інтерактивність та мультимедійність, безперервність потоку вмісту, фрагментованість, гіпертекстуальність і оптимізацію, пов'язану із застосуванням новітніх технічних засобів.

– Зауважимо, що медіаконтент слід розглядати не лише як продукт комунікаційної діяльності, але і як елемент, що активно формує суспільний дискурс, відображаючи культурні, соціальні та технологічні зміни. Змінюваність формату, інтерактивність, персоналізація та мультиплатформність визначають сучасні тенденції його розвитку, створюючи нові виклики для засобів масової комунікації. У цьому контексті особливої уваги заслуговує вивчення взаємовпливу між медіаконтентом та засобами його дистрибуції, що сукупно визначають сучасний комунікативний простір.

2. Розкрито сутність ІМ-платформ разом зі специфікою процесу дистрибуції медіаконтенту за їхньої участі. Концептуальний аналіз наукових джерел, присвячених системам миттєвого обміну повідомленнями, проявив варіативність тлумачень їхнього значення серед теоретиків й допоміг нам зіставити різні підходи до розуміння месенджера в системі медіакомунікацій. Виділивши системні характеристики сучасних ІМ-платформ та їхні ключові функції в цифровій комунікації, ми надали їм авторського визначення – в межах нашої роботи ІМ-технологією є технологічний засіб електронного обміну інформаційного вмісту, що забезпечує миттєву мультимедійну комунікацію між групою користувачів за допомогою чату, дозволяючи користувачу зберігати й поширювати медіаконтент за посередництва Інтернет-мережі та цифрового пристрою.

– Здійснивши структурний огляд історії становлення месенджерів та актуальних для українського медіапростору їх представників (Discord,

WeChat, WhatsApp, Viber, Telegram, Skype, Signal, Facebook Messenger та Message) ми змогли виділити комунікативні особливості систем миттєвого обміну повідомленнями. До їх числа ми віднесли домінування текстового формату та чатів, шифрування приватного спілкування, опції для інтерактивної комунікації в режимі реального часу й реалізації фінансових операцій, залучення ігрової складової, система компенсування невербальної комунікації, автоматизація інформаційного обміну, деперсоніфікація спілкування, свобода обміну цифровими файлами, а також відсутність системи формування інформаційного простору. Виявлені особливості заклали розуміння технологічного контексту інформаційного обміну за посередництва ІМ-платформ разом з притаманною йому специфікою. Виконання подальших задач було б неможливим без залучення специфічних методологічних засобів для цілісного опису процесу комунікації за участі месенджерів з характерним йому особливостями.

– Послугуючись структурною моделлю комунікації Шеннона-Вівера, розробленою американськими дослідниками в межах технократичної теорії вивчення інформаційного обміну, нам вдалось виокремити чинники комунікативної взаємодії за посередництва месенджера та проаналізувати її сутність. Ми розглянули властивості суб'єктів комунікації, представлених серед месенджерів обліковим записом, мережею контактів, а також штучним інтелектом, приділили увагу яких особливостей надають ІМ-платформи передавачу та приймачу користувача – мультимедійний інтерфейс, набір редакторів, інтегрованого програмного забезпечення та інструментів створення медіаконтенту. Детально розглянута специфіка каналу зв'язку, котрий месенджери поділяють на декілька просторів взаємодії – інформаційні канали та чати, автокомунікацію й службові канали. Віртуальне середовище їхнього існування підкріплюється широким форматним різноманіттям, зокрема такими унікальними категоріями як опитування, квести, відеоконференції, подкасти, прямі трансляції, ігри й довгочити. Застосування моделі не лише допомогло упорядкувати процес комунікації, а й заклало

знання щодо того як окремі аспекти зв'язку сприяють йому або ж ускладнюють.

3. Охарактеризовано прояви комунікативних бар'єрів за посередництва систем миттєвого обміну повідомленнями у сервісі Telegram. Ключовим для даного етапу роботи став запропонований К. Шенноном та В. Вівером концепт шуму, що заклав основу операціоналізації поняття “комунікативний бар'єр”. Під цим поняттям ми розуміємо чинники, що перешкоджають процесу ефективної передачі та сприйняття медіаконтенту між комунікатором та реципієнтом. Наслідки їхнього впливу на комунікацію проявляються через спотворення або втрату змісту повідомлення разом із порушенням взаєморозуміння між її учасниками. Задля впорядкування аналізу бар'єрів ми запропонували авторську типологію, що охоплює чотири категорії перешкод цифрової комунікації – технічні, психологічні, соціокультурні та фізичні чинники. Джерелом емпіричних даних для нашої роботи стали цифрові продукти від компанії Telegram FZ LLC. Подальше дослідження комунікативних бар'єрів спиралось на метод кейс-стаді, нами ідентифіковано 17 опосередкованих засобом зв'язку перешкод – сім психологічних перешкод, шість технічних недоліків месенджера, три соціокультурних бар'єри та одна група фізичних перепон. Кожен з них здобув власну номінацію та був проінтерпретований за природних для себе умов.

– Психологічні бар'єри умовно розділено на дві групи, одна охоплює когнітивні викривлення, друга – негативні упередження щодо запропонованих месенджером умов інформаційного обміну. До них увійшли такі проблеми як порушення конфіденційності даних, вільний моніторинг цифрових слідів, відхилення медіаконтенту від професійних стандартів та ненадійність, відсутність цілісного контролю й контексту комунікативної взаємодії, котра підкріплена перенавантаженням надлишковим обсягом вмісту. Месенджер сформував досить специфічне середовище, де величезна аудиторія здобула легкий в опануванні та доступний інструментарій дистрибуції медіаконтенту при відсутності належного рівня контролю за ним.

– Технічні недоліки ІМ-платформи поєднали у собі високі вимоги Telegram до ресурсів пам'яті та акумулятору пристрою користувача, примітивну систему пошуку, надмірну свободу в обміні файлами, непрозоре висвітлення оновлень сервісу, а також їх асинхронне впровадження для різних клієнтських програм. Нерозсудливість розробників проявилась у забезпеченні платформи величезними обсягами медіаконтенту без адекватних до такої кількості інструментів впорядкування й споживання. У купі з неоптимізованим широким набором функцій це перенавантажує не лише аудиторію, а і її технічне забезпечення.

– Соціокультурні перешкоди, що обумовлені різницею відповідного контексту між залученими до інформаційного обміну суб'єктами, проявляються у трьох вимірах – мовних розбіжностях, політичній цензурі та деперсоніфікації комунікативного простору. Глобалізаційні процеси підсилюють ці бар'єри, створюючи складне середовище міжкультурної взаємодії, де анонімність користувачів та зтирання географічних меж трансформує до несподіваних форм традиційні моделі інформаційного обміну. Ці перешкоди мають спільний потенціал до спричинення непорозумінь та конфліктів, що неминуче вплинуть на якість комунікації.

– Фізичні перепони розкриваються через вплив зовнішнього простору та залучених до комунікації людей, з притаманним їм порушенням сенсорної системи. До цієї групи входить будь-яке шумове навантаження на зв'язок – звук міста або транспорту, недостатній рівень освітлення та цифрові артефакти матеріалу, невиразне, дефектне мовлення. Будь-який інший чинник, що лежить поза сервісом та технічним пристроєм користувача й при цьому спотворює зміст повідомлення, заміщуючи собою частину інформації.

4. Розроблено стратегії обмеження негативного впливу перешкод цифрової комунікації. Зібравши позитивний досвід як аудиторії сервісу, так і його розробників, ми почали пошук оптимальних рішень, котрі б допомогли підвищити рівень ефективності інформаційного обміну й були доступні до впровадження на рівні користувача. Розроблений нами план охоплює

просвітницьку діяльність, спрямовану за двома ключовими аспектами. Перший пов'язаний з розкриттям нюансів налаштувань роботи ІМ-платформи, котрі зарадять користувачу в технічній оптимізації обміну повідомленнями. Другий полягає у проявленні негативного впливу психологічних, соціокультурних й фізичних чинників цифрової комунікації задля спростування упереджень потенційних користувачів та формування відповідального, усвідомленого підходу до неї. Озброївшись знаннями й усвідомивши рівень проблем сервісу, аудиторія зможе протистояти ризикам, спричиненим з боку Telegram. Окремої уваги серед наших стратегій заслужила інтеграція сторонніх для месенджера сервісів та інструментів, котрі допоможуть згладити як технічні його недоліки, так і соціокультурні, фізичні перепони при створенні медіаконтенту. Разом з тим, набули свого переосмислення й ті засоби, котрі надає ІМ-платформа – певна частина з них набула особливого застосування, інша отримала детальні інструкції до застосування. Ми врахували й невдалий досвід розробників, при розробці стратегій важливим завданням для нас стало надання оцінки супутніх до впроваджуваних заходів ризиків. Це важливий крок, який має допомогти аудиторії запобігти появі нових бар'єрів й зробити комунікацію передбачуванішою. Кожна з перешкод здобула свій комплексний опис, це допоможе адаптувати запропонований комплекс рішень до інших ІМ-платформ, врахувавши їхню специфіку, а також оперативно реагувати на оновлення сервісу, коригуючи стратегії під них.

Підсумовуючи, можемо зазначити, що проведене нами дослідження бар'єрів інформаційного обміну за посередництва ІМ-платформ дозволило виявити розгалужений комплекс комунікативних аспектів, що визначають ефективність поширення медіаконтенту в умовах сучасного цифрового простору. Месенджери, зокрема Telegram, стали одним з провідних рушіїв формування нових комунікативних практик, вони надали нам не лише унікальні можливості, а й породили суттєві виклики. Проігнорувати ці зміни означало б залишитись беззбройним перед тими загрозами, які несе з собою



несвідоме, безвідповідальне використання ІМ-технологій для дистрибуції медіаконтенту і його подальшого споживання. Нам вдалось не просто сформулювати засоби боротьби з ними, а й закласти фундамент для подальшого комплексного вивчення трансформації медіапростору. Ми усвідомлюємо, що не змогли охопити увесь спектр проявів комунікативних бар'єрів систем миттєвого обміну повідомленнями, однак відтепер ми маємо весь необхідний для цього інструментарій. З огляду на постійний розвиток технологій, важливість подібного роду досліджень лише зростатиме, а отже він ще знайде своє застосування в контексті адаптації наявних стратегій до тих моделей, які нас чекатимуть в майбутньому, а також розробці нових заходів.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Афанасьєва К. О. Поширення медіаконтенту: нові моделі впорядкування цифрового медійного простору // Діалог. Медіа-студії: збірник наукових праць. 2015, № 20. С. 196–205.
2. Баришполець О. Т. Український словник медіакультури. Київ : Міленіум, 2018. 196 с.
3. Бірюкова М. В. Мобільні месенджери як технології сучасної self-взаємодії у фокусі цифрової соціології // Вісник НТУУ “КПІ”. Політологія. Соціологія. Право. 2019, № 4. С. 8–12.
4. Богомаз К. Ю. Методологічні орієнтири вивчення соціальних комунікацій в умовах інформаційного суспільства. Дніпро : ДДТУ, 2019. 163 с
5. Бутиріна М. В. Месенджери як мета-ЗМІ: комунікаційні особливості // Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі : матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції / Дніпро. нац. ун-т ім. Олеся Гончара. Дніпро, 2020. С. 138–141.
6. Горська К. О. Медіаконтент цифрової доби: трансформації та функціонування. Київ : Київ. нац. ун-т. імені Т. Шевченка, 2016. 449 с.
7. Демченко В., Бутиріна М., Бахметьєва А., Бучарська І., Гудошник О., Кирилова О., Темченко Л. Актуальні тренди сучасного комунікативного простору. Дніпро : ГРАНІ, 2020. 100 с.
8. Досенко А. Інтерфейс комунікаційних платформ: основи концептуальних підходів трактування // Соціальні комунікації: теорія та практика. 2020, №11. С. 47–58.
9. Жугай В. Й., Кузнєцова Т. В. Особливості телеграм-каналів як новітніх інструментів медіа: український контекст // Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія & Журналістика. 2021, № 6. С. 120–126
10. Каплунов Д. О. Королі соціальних мереж. Київ : BookChef, 2022. 432 с.

11. Катаєв С. Л. Медіа в новій соціокомунікативній парадигмі. Запоріжжя : Класичний приват. університет, 2018. 195 с.
12. Колінько М. В. Міжкультурна комунікація: топологічний вимір. Вінниця : Твори, 2019. 343 с.
13. Мудра І., Кухарська О. Месенджери як перспективна платформа для розповсюдження контенту ЗМІ // Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. 2021, № 1. С. 41–55.
14. Наталіна Н. Telegram-канали як інструменти стратегічної комунікації: Дослідження медіа-ландшафту України під час війни // Вісник Донецького національного університету імені Василя Стуса. Серія: Політичні науки. 2023, №1. С. 53–60.
15. Рибачук М. Месенджери як новий медійний формат: аналіз тенденцій // Молодий вчений. 2020, № 6. С. 31–34.
16. Снопок О., Романюк А. Медіаспоживання українців: другий рік повномасштабної війни: опитування ОПОРИ / Громадянська мережа ОПОРА. 2023. URL : [https://www.oporaua.org/polit\\_ad/mediaspozhyvannia-ukrayintsiv-drugii-rik-povnomasshtabnoyi-viini-24796](https://www.oporaua.org/polit_ad/mediaspozhyvannia-ukrayintsiv-drugii-rik-povnomasshtabnoyi-viini-24796) (дата звернення: 26.11.2023).
17. Стеблина Н. Алгоритм виявлення недостовірних посилань та чуток у Телеграм-каналах // Інформатизація та інтелектуалізація соціуму – проблеми взаємин. 2022, № 3. С. 94–100.
18. Тонкіх І. Ю. Особливості функціонування публічних Telegram-каналів як кросмедійної платформи // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2021, № 4. С. 47–54.
19. Тонкіх І. Ю. Специфіка формування новинного контенту журналістських телеграм-каналів в умовах воєнного стану // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2023, № 2. С. 56–64.
20. Тонкіх І. Ю. Види мультимедійного контенту в журналістських телеграм-каналах // Суспільство й особистість у сучасному комунікаційному дискурсі. 2021, № 3. С. 139–143.

21. Чернявська Л. В., Данилюк Н. О. Телеграм-канали як інструмент діджиталізації українських масмедіа // Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія & Журналістика. 2021, № 6. С. 192–199.
22. Шевченко В. Е. Кросмедіа: контент, технології, перспективи. Київ : Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченко, 2017. 234 с.
23. Baran J. S., Davis K. D. Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and Future. Oxford : Oxford University Press, 2020. 448 p.
24. Berlo D. The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice. New York : Holt, Rinehart and Winston, 1974. 318 p.
25. Campbell R., Martin C., Fabos B. Media & Culture: An Introduction to Mass Communication. Boston : Bedford St. Martin's, 2019. 608 p.
26. Clampitt P. Social Media Strategy: Tools for Professionals and Organizations. Thousand Oaks : SAGE Publications, 2017. 328 p.
27. Chandler D., Munday R. Dictionary of media and communications. Oxford : Oxford University Press, 2020. 544 p.
28. Eichhorn K. Content: The MIT Press Essential Knowledge series. Cambridge : The MIT Press, 2022. 192 p.
29. Hanson R. Mass Communication: Living in a Media World. Thousand Oaks : SAGE Publications, 2021. 488 p.
30. Kawasaki G., Fitzpatrick P. The Art of Social Media: Power Tips for Power Users. London : PENGUIN, 2014. 208 p.
31. Lewis C., Fabos B. Instant messaging, literacies and social identities // Reading Research Quarterly. 2019, № 4. P. 470-501.
32. Lipschultz J. H. Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics. New York : Routledge, 2020. 388 p.
33. Luhmann N. Die Realität der Massenmedien. Wiesbaden : VS Verlag, 2010. 151 s.
34. Medoff J. N., Kaye K. B. Now Media: The Evolution of Electronic Communication. London : Routledge, 2021. 436 p.

35. Morgia M., Mongardini A., Mei A., Wu J. Uncovering the Dark Side of Telegram: Fakes, Clones, Scams, and Conspiracy Movements. Rome : Sapienza University of Rome, 2021. 120 p.
36. Ogara S., Koh C., Prybutok V. Investigating factors affecting social presence and user satisfaction with Mobile Instant Messaging // Computers in Human Behavior. 2014, № 36. P. 453-459
37. Rutkowski A. Emotional and Cognitive Overload: The Dark Side of Information Technology. London : Routledge, 2018. 170 p.
38. Sanchez Gonzales H., Moreno J. M. Production and distribution of media news on Telegram // Communication & Society. 2023, № 36. P. 95–112.
39. Shannon C. E., Weaver W. The Mathematical Theory of Communication. Urbana : University of Illinois Press, 1964. 140 p.
40. Sheldon P., Rauschnabel P., Honeycutt J. The Dark Side of Social Media: Psychological, Managerial, and Societal Perspectives. Cambridge : Academic Press, 2019. 138 p.
41. Sierocka B. Communicating Aggression in a Megamedia World. London : Routledge, 2021. 134 p.
42. Sutikno T., Handayani L., Stiawan D., Riyadi M., Subroto I. WhatsApp, Viber and Telegram: which is the Best for Instant Messaging? // International Journal of Electrical and Computer Engineering. 2016, № 3. P. 909–914.
43. Zhong B. Social Media Communication: Trends and Theories. Hoboken : Wiley-Blackwell, 2021. 208 p.

### Досліджувані джерела

44. Армія Литовської Республіки перейматиме досвід Харківщини в обороні. URL : <https://t.me/synegubov/12057> (дата звернення: 22.11.2024).

45. Білий список ІМІ за друге півріччя 2024 року: увійшли 13 медіа. URL : <https://imi.org.ua/monitorings/bilyj-spysok-imi-za-drughe-pivrichchya-2024-roku-uvishly-13-media-i64640> (дата звернення: 22.11.2024).

46. Військовому Владиславу Сорду повідомили про підозру в шахрайстві. URL : <https://t.me/babel/59801> (дата звернення: 22.11.2024).

47. В Китаї заблокували месенджер Telegram через підтримку юристів із прав людини. URL : [https://espreso.tv/news/2015/07/13/u\\_kytayi\\_zablokuvaly\\_dodatok\\_dlya\\_smartfoniv\\_cherez\\_pidtrymku\\_yurystiv\\_z\\_prav\\_lyudyny](https://espreso.tv/news/2015/07/13/u_kytayi_zablokuvaly_dodatok_dlya_smartfoniv_cherez_pidtrymku_yurystiv_z_prav_lyudyny) (дата звернення: 22.11.2024)

48. Влада Таїланду заборонила застосовувати Telegram. URL : <https://yur-gazeta.com/golovna/vlada-tayilandu-zaboronila-zastosovuvati-programu-telegram.html> (дата звернення: 22.11.2024).

49. В яких країнах заборонені Facebook, YouTube, TikTok й інші популярні соцмережі та платформи. URL : <https://www.slovoidilo.ua/2024/04/09/infografika/svit/yakux-krayinax-zaboroneni-facebook-youtube-tiktok-inshi-populyarni-soczmerezhi-ta-platformy> (дата звернення: 22.11.2024).

50. ГРУНТ : Telegram-канал. URL : <https://t.me/gruntmedia> (дата звернення: 22.11.2024).

51. Данькова Н. Телеграм в Україні: регулювати не можна, заблокувати не готові. URL : <https://detector.media/rinok/article/219977/2023-11-30-telegram-v-ukraini-regulyuvaty-ne-mozhna-zablokuvaty-ne-gotovi/> (дата звернення: 22.11.2024).

52. Дарк-веб у твоїй кишені: Як у Телеграмі продають наркотики, підроблені кредитні картки та дитяче порно. URL : <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/cp81dem5glxo> (дата звернення: 22.11.2024)

53. Добірка актуальних вакансій до 104 окремого батальйону 109 ОБрТрО. URL : <https://t.me/lobbyxArmy/1320> (дата звернення: 22.11.2024).
54. Застосунки Telegram. URL : <https://telegram.org/apps> (дата звернення: 22.11.2024).
55. Зеленський В. О. План посилення України – це План перемоги. URL : [https://t.me/V\\_Zelenskiy\\_official/12435](https://t.me/V_Zelenskiy_official/12435) (дата звернення: 22.11.2024).
56. Інструменти для роботи з автотранспортом. URL : [https://t.me/cybersecurity\\_ua/1141](https://t.me/cybersecurity_ua/1141) (дата звернення: 22.11.2024).
57. Кацапи, ймовірно, зосередяться на захопленні прифронтових українських міст взимку 2024-2025 років та на міських боях. URL : [https://t.me/huuyov\\_u\\_kharkiv/164961](https://t.me/huuyov_u_kharkiv/164961) (дата звернення: 22.11.2024).
58. Кількість постраждалих в Одесі зросла до 39, серед них – четверо дітей. URL : <https://t.me/gruntmedia/50055> (дата звернення: 22.11.2024).
59. Ліміти Telegram від TGINFO. URL : <https://tginfo.me/limity/> (дата звернення: 22.11.2024).
60. Месенджери як зброя. Як злочинці використовують Telegram та інші платформи. URL : <https://www.epravda.com.ua/weeklycharts/2024/11/13/721733/> (дата звернення: 22.11.2024).
61. Мілітарний : Telegram-канал. URL : <https://t.me/milinoa> (дата звернення: 22.11.2024).
62. Найбільша база даних Telegram каналів України. URL : <https://telemetr.io/uk/catalog/ukraine> (дата звернення: 22.11.2024).
63. Новини Telegram : офіційний блог. URL : <https://telegram.org/blog> (дата звернення: 22.11.2024).
64. Оперативна пам'ять смартфона – що це таке. URL : <https://itechua.com/articles/229672> (дата звернення: 22.11.2024).
65. ОСІНТ Telegram від А до Я: Огляд від Molfar. URL : <https://molfar.com/blog/osint-telegram-vid-a-do-ya-oglyad-vid-molfar> (дата звернення: 22.11.2024).
66. Перевірка – бот, який виявляє фейкові новини. URL : <https://gwara>

media.com/perevirka-razom-smozhemo/ (дата звернення: 22.11.2024).

67. ПЕРЕВІРКА : Telegram-бот. URL : [https://t.me/perevir\\_bot](https://t.me/perevir_bot) (дата звернення: 22.11.2024).

68. Поляки почали тотальне обмеження руху на кордоні в обидва боки. URL : <https://t.me/truexanewsua/87502> (дата звернення: 22.11.2024).

69. Пошук Telegram-каналів за категорією. URL : <https://telemetr.io/uk/category> (дата звернення: 22.11.2024).

70. Пошук Telegram-каналів за країною. URL : <https://telemetr.io/uk/to-p-country> (дата звернення: 22.11.2024).

71. Пошукові оператори Google: як їх використовувати для ефективного пошуку? URL : <https://inweb.ua/blog/ua/poiskovi-operatoriy-google/> (дата звернення: 22.11.2024).

72. Приємна новина: безплатні юзери ChatGPT тепер можуть генерувати зображення в DALL-E 3. URL : <https://t.me/oooneuro/2541> (дата звернення: 22.11.2024).

73. Розділ «Мій профіль», рекомендовані канали та ще 15 нових можливостей. URL : <https://telegram.org/blog/my-profile-and-15-more#my-profile> (дата звернення: 22.11.2024).

74. Розробники Stability AI подають ознаки життя – тільки що релізнули Stable Diffusion 3.5 Large та 3.5 Large-Turbo. URL : <https://t.me/oooneuro/3151> (дата звернення: 22.11.2024).

75. Розширений пошук Google. URL : [https://www.google.com/advanced\\_search](https://www.google.com/advanced_search) (дата звернення: 22.11.2024).

76. Росіяни випустили по Україні близько 120 ракет і 90 дронів. URL : <https://t.me/gruntmedia/50009> (дата звернення: 22.11.2024).

77. Сервіс ChatGPT надягне піджак кінокритика та підбере вам прикольні фільми для перегляду. URL : <https://t.me/oooneuro/3196> (дата звернення: 22.11.2024).

78. Сили ППО збили 51 із 87 безпілотників, якими росіяни атакували Україну. URL : <https://t.me/gruntmedia/50083> (дата звернення: 22.11.2024).



79. Спасюк Д. Топ 10 кращих VPN сервісів: популярні віртуальні приватні мережі. URL : <https://itc.ua/ua/articles/top-10-krashhyh-vpn-servisiv-populyarni-virtualni-pryvatni-merezhi/> (дата звернення: 22.11.2024).

80. США дозволили Україні завдавати ударів по російській території на глибину до 300 кілометрів. URL : <https://t.me/babel/59939> (дата звернення: 22.11.2024).

81. Україна вперше використала ракети ATACMS для удару по території рф. URL : <https://t.me/gruntmedia/50088> (дата звернення: 22.11.2024).

82. Українські медіа: ставлення та довіра у 2024 році / Укрінформ. 2024. 7 листопада. Тривалість : 59 хв. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=N-AVBhfRb-Q&t=2668s> (дата звернення: 22.11.2024).

83. У США прийняли дуже крутий закон про «скасування в один клік» – тепер всі компанії зобов'язані надати можливість скасовувати будь-яку підписку в один клік. URL : <https://t.me/oooneuro/3116> (дата звернення: 22.11.2024).

84. Факт Бот : Telegram-бот URL : [https://t.me/po\\_poisk\\_fotob\\_4\\_bot](https://t.me/po_poisk_fotob_4_bot) (дата звернення: 22.11.2024).

85. Фридлянд А. Як вести ділове листування у чатах, щоб вам ніколи не відповідали. URL : <https://www.facebook.com/freedland.anton/posts/> (дата звернення: 22.11.2024).

86. Ходячі мерці: Ті, хто вижив. The Walking Dead: The Ones Who Live. URL : <https://t.me/c/1209246536/506> (дата звернення: 22.11.2024).

87. Це сталося раніше ніж я думав — вийшов ПЕРШИЙ ПОВНОМЕТРАЖНИЙ мультфільм від ІІІ «Де ростуть роботи». URL : <https://t.me/oooneuro/3205> (дата звернення: 22.11.2024).

88. Чи варто довіряти Telegram: ми поговорили про це з владою, кіберекспертами й представниками самого месенджера. URL : <https://dou.ua/lenta/articles/is-telegram-truly-safe/> (дата звернення: 22.11.2024).

89. Шепелева А. В Іраку заблокували Telegram. URL : <https://www.dw.com/uk/v-iraku-zablokuvali-telegram/a-66456413> (дата звернення: 22.11.2024).

90. Що таке VPN, і як ним безпечно користуватись. URL : <https://cip.gov.ua/ua/faqs/sho-take-vpn-i-yak-nim-bezpechno-koristuvatis> (дата звернення: 22.11.2024).

91. Як очистити пам'ять телефону на Android або iOS. URL : <https://www.itbox.ua/ua/blog/Yak-ochistiti-pamyat-telefonu-na-Android-abo-iOS/> (дата звернення: 22.11.2024).

92. Що таке “приховані сервери” і як вони працюють. URL : <https://nordvpn.com/uk/features/obfuscated-servers/> (дата звернення: 22.11.2024).

93. Що таке цифровий слід та як його зменшити – поради для користувачів. URL : <https://www.eset.com/ua/about/newsroom/blog/data-protection/> (дата звернення: 22.11.2024).

94. Як ефективно шукати в Google: 12 практичних порад. URL : <https://ms.detector.media/how-to/post/17068/2016-07-22-yak-efektyvno-shukaty-v-google-12-praktychnykh-porad/> (дата звернення: 22.11.2024).

95. Як сховати свій профіль в Telegram. URL : <https://nadiyno.org/yak-shovaty-svij-profil-u-telegram/> (дата звернення: 22.11.2024).

96. Archived Chats, a New Design and More. URL : <https://telegram.org/blog/archive-and-new-design#everything-in-its-place> (дата звернення: 22.11.2024).

97. Chat Folders, Archive, Channel Stats and More. URL : <https://telegram.org/blog/folders> (дата звернення: 22.11.2024).

98. Combot : Telegram-bot. URL : <https://t.me/combot> (дата звернення: 22.11.2024).

99. Coronavirus News and Verified Channels. URL : <https://telegram.org/blog/coronavirus> (дата звернення: 22.11.2024).

100. Datareportal. Global Social Media Statistics. URL : <https://datareportal.com/social-media-users> (дата звернення 22.11.2024).

101. Davey VMs : Telegram-channel. URL : <https://t.me/davey1love/1170> (дата звернення: 22.11.2024).

102. Edit Messages, New Mentions and More. URL : <https://telegram>.

org/blog/edit (дата звернення: 22.11.2024).

103. End-to-End Encryption, Secret Chats. URL : <https://core.telegram.org/api/end-to-end> (дата звернення: 22.11.2024).

104. End-to-End Encrypted Voice Calls. URL : <https://core.telegram.org/api/end-to-end/voice-calls> (дата звернення: 22.11.2024).

105. GroupHelpBot : Telegram-bot. URL : <https://t.me/GroupHelpBot> (дата звернення: 22.11.2024).

106. Group Permissions, Undo Delete and More. URL : <https://telegram.org/blog/permissions-groups-undo> (дата звернення: 22.11.2024).

107. Hidden Media, Zero Storage Usage, New Drawing Tools, Profile Pictures for Your Contacts, and More. URL : <https://telegram.org/blog/hidden-media-zero-storage-profile-pics> (дата звернення: 22.11.2024).

108. Introducing Telegram Passport. URL : <https://telegram.org/blog/passport> (дата звернення: 22.11.2024).

109. Message Effects, Hashtag Search, and More. URL : <https://telegram.org/blog/message-effects-and-more/uk> (дата звернення: 22.11.2024).

110. New Profiles, Fast Media Viewer and People Nearby 2.0. URL : <https://telegram.org/blog/new-profiles-people-nearby> (дата звернення: 22.11.2024).

111. Power Saving Mode and More. URL : <https://telegram.org/blog/power-saving/uk> (дата звернення: 22.11.2024).

112. Profile Videos, 2 GB File Sharing, Group Stats, Improved People Nearby and More. URL : <https://telegram.org/blog/profile-videos-people-nearby-and-more> (дата звернення: 22.11.2024).

113. Replace Media, Share vCards, Mark as Unread, 2X Voice Messages, and More. URL : <https://telegram.org/blog/unread-replace-2x#and-three-more-on-android> (дата звернення: 22.11.2024).

114. Rose : Telegram-bot. URL : [https://t.me/MissRose\\_bot](https://t.me/MissRose_bot) (дата звернення: 22.11.2024).

115. Saved Messages 2.0, One-Time Voice Messages and 8 More Features. URL : <https://telegram.org/blog/new-saved-messages-and-9-more> (дата звернення: 22.11.2024).

116. Search Filters, Anonymous Admins, Channel Comments and More. URL : <https://telegram.org/blog/filters-anonymous-admins-comments/uk> (дата звернення: 22.11.2024).

117. Secret Chats 3.0. URL : <https://telegram.org/blog/voice-2-secret-3#secret-chats-3-0> (дата звернення: 22.11.2024).

118. Telegram ban: Which countries are clamping down on it and why. URL : <https://www.euronews.com/next/2024/08/27/telegram-which-countries-have-banned-it-or-are-clamping-down-on-it-and-why> (дата звернення: 22.11.2024).

119. Telegram Desktop for Windows & Linux. URL : <https://desktop.telegram.org/> (дата звернення: 22.11.2024).

120. Telegram for Android. URL : <https://telegram.org/android> (дата звернення: 22.11.2024).

121. Telegram for macOS. URL : <https://macos.telegram.org/> (дата звернення: 22.11.2024).

122. Telegram Messenger for iPhone & iPad. URL : <https://telegram.org/dl/ios> (дата звернення: 22.11.2024).

123. Telegram stands for freedom and privacy and has many easy to use features. URL : <https://t.me/TelegramTips> (дата звернення: 22.11.2024).

124. Telegram Web A. URL : <https://telegram.org/dl/weba> (дата звернення: 22.11.2024).

125. Telegram Web K. URL : <https://telegram.org/dl/webk> (дата звернення: 22.11.2024).

126. Telegram X — a slick experimental Telegram client based on TDLlib. URL : <https://github.com/TGX-Android/Telegram-X> (дата звернення: 22.11.2024).

127. Telegram X: Progress through Competition. URL : <https://telegram.org/blog/telegram-x#x-for-android> (дата звернення: 22.11.2024).

128. TeleSINT : Telegram-bot. URL : [https://t.me/telesint\\_bot](https://t.me/telesint_bot) (дата звернення: 22.11.2024).

129. The Evolution of Telegram. URL : <https://telegram.org/evolution> (дата звернення: 22.11.2024).

130. The official Telegram on Telegram. Much recursion. Very Telegram. Wow. URL : <https://t.me/telegram> (дата звернення: 22.11.2024).

131. Video Calls with up to 1000 Viewers, Video Messages 2.0, Video Playback Speed and More. URL : <https://telegram.org/blog/video-1000> (дата звернення: 22.11.2024).

132. Video Editor, Animated Photos, Better GIFs and More. URL : <https://telegram.org/blog/video-editor-gifs/uk> (дата звернення: 22.11.2024).

133. Voice Chats 2.0: Channels, Millions of Listeners, Recorded Chats, Admin Tools. URL : <https://telegram.org/blog/voice-chats-on-steroids/> (дата звернення: 22.11.2024).

134. Voice Messages 2.0, Secret Chats 3.0. URL : <https://telegram.org/blog/voice-2-secret-3> (дата звернення: 22.11.2024).

135. WhatsApp Web. URL : <https://web.whatsapp.com> (дата звернення: 22.11.2024)

## АНОТАЦІЯ

*Красников М. А.* Комунікативні бар'єри у поширенні медіаконтенту ІМ-платформ на прикладі Telegram. – Кваліфікаційна наукова праця на здобуття ступеня магістра за спеціальністю 061 Журналістика, освітньо-професійною програмою “Аудіовізуальні медіа та цифрова журналістика”. – Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна Міністерства освіти і науки України, Харків, 2024 (*на правах рукопису*).

У кваліфікаційній роботі (інноваційному магістерському проєкті) охарактеризовано комунікативні бар'єри ІМ-платформи Telegram у процесі дистрибуції медіаконтенту та розроблено дієві стратегії задля обмеження їхнього негативного впливу на ефективність цифрової комунікації. Розкрито значення категорії “медіаконтент” для інформаційного обміну, окреслено вектори розвитку медіаконтенту як ключової частини сучасних комунікативних практик. Свого визначення набуло поняття “ІМ-технології”, розглянуто історію становлення месенджерів та специфіку дистрибуції медіаконтенту за їх участі на основі класичної технократичної моделі комунікації Шеннона-Вівера. Теоретична основа проєкту закладена теорією трансформації медіаконтенту цифрової доби К. Горської, концепцією Telegram-каналів як кросмедійної платформи І. Тонкіх, розвідками у галузі теорії масової комунікації С. Барена та Д. Девіса, концепцією сучасної медіакультури Б. Фабос та С. Левіс. Аналіз перебігу інформаційного обміну опосередкованого цифровими продуктами компанії Telegram FZ LLC (Telegram, Telegram X, Telegram Desktop, Telegram WebK & WebA, Telegram Messenger та ін.) із залученням методу кейс-стаді надав змогу виявити особливі для даного засобу зв'язку комунікативні бар'єри, упорядкувати їх за авторською типологією (технічні, соціокультурні, психологічні та фізичні) й запропонувати комплекс заходів щодо їхнього подолання з оцінкою супутніх до них ризиків.

Проєкт складається зі вступу, 3-х розділів (у т. ч. 8 підрозділів), висновків і списку використаних джерел (135 найменувань, з них 61 – іноземними мовами, 92 – досліджувані аудіовізуальні джерела). Робота містить 1 таблицю та 69 рисунків. Загальний обсяг проєкту – 183 сторінки (з них основна частина – 161 сторінка).

**Ключові слова:** комунікативні бар'єри, медіаконтент, месенджери, соціальні медіа, цифрова комунікація, ІМ-технології, Telegram.

## ABSTRACT

*Krasnykov M. Communication Barriers in the Distribution of IM Platforms Media Content on the Example of Telegram. – Qualifying scientific work for a master's degree in specialty 061 Journalism, educational and professional program “Audiovisual Media and Digital Journalism.” – V. N. Karazin Kharkiv National University, Ministry of Education and Science of Ukraine, Kharkiv, 2024 (on the rights of the manuscript).*

The qualification work (innovative master's project) characterizes the communication barriers of the IM platform Telegram in the process of distributing media content and develops effective strategies to limit their negative impact on the effectiveness of digital communication. The meaning of the category of “media content” for information exchange is revealed, and the vectors of media content development as a key part of modern communication practices are outlined. The concept of “IM-technologies” is defined, the history of the formation of messengers and the specifics of media content distribution with their participation are considered on the basis of the classical technocratic model of communication by Shannon-Weaver. The project's theoretical basis is laid by the theory of transformation of media content in the digital age by K. Gorska, the concept of Telegram channels as a cross-media platform by I. Tonkih, research in the field of mass communication theory by J. S. Baran and K. D. Davis, and the concept of modern media culture by B. Fabos and C. Lewis. The analysis of the information exchange mediated by digital products of Telegram FZ LLC (Telegram, Telegram X, Telegram Desktop, Telegram WebK & WebA, Telegram Messenger, etc.) using the case study method made it possible to identify communication barriers specific to this communication tool, to organize them according to the author's typology (technical, socio-cultural, psychological and physical) and to propose a set of measures to overcome them with an assessment of the risks associated with them.

The project consists of an introduction, 3 sections (including 8 subsections), conclusions and a list of references (135 items, 61 of which are in foreign languages, 92 are audiovisual sources). The work contains 1 table and 69 figures. The total volume of the project is 183 pages, with 161 pages locating the main part.

**Keywords:** communication barriers, digital communication, IM technologies, media content, messengers, social media, Telegram.