

**Тетяна Гордієнко,**

*аспірантка кафедри «Могілянська школа журналістики»,  
Національний університет «Кієво-Могілянська академія»*

*t.hordiienko@ukma.edu.ua*

*<https://orcid.org/0000-0002-9570-868X>*

## **ЦИФРОВІ ПЛАТФОРМИ: МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ**

Цифрові платформи стали ключовими інструментами у формуванні сучасного інформаційного середовища. Поняття «цифрові платформи» охоплює не тільки соціальні мережі, а й месенджери та інші онлайн-простори, які забезпечують можливість медіатизованої комунікації (Sloan & Quan-Haase, 2022; Hampton, 2017; Snelson, 2016).

Для аналізу їхніх функціональних особливостей використовують різні підходи, зокрема якісні та кількісні методи, змішані методологічні типології. Втім, і вони зазнали значних змін під впливом нових технологій: дослідники можуть залучати респондентів онлайн, використовувати інтерактивні елементи чи виконувати асинхронний збір даних, обробляти та систематизувати отримані результати за допомогою інструментів з елементами AI (від англ. artificial intelligence — штучний інтелект). Наприклад, дуже поширеними є такі програми, як NVivo чи Atlas.ti, які мають функціонал для якісних та кількісних досліджень.

Водночас дослідження цифрових платформ мають і низку обмежень, як-от мінливість і непрозоре функціонування алгоритмів, швидкість змін у цифровому середовищі та етичні виклики при зборі даних (Hein et al., 2019). Вони впливають на відтворюваність результатів досліджень та якість і повноту зібраних даних. Тим не менш, розуміння сучасних підходів та дослідницьких інструментів допоможе зменшити їхній

вплив. Далі ми розглянемо основні методологічні підходи, які залишаються поширеними та ефективними в дослідженні онлайн-середовищ, а також кілька експериментальних і змішаних типологій.

*Якісні методи:*

- Глибинні інтерв'ю дають змогу зрозуміти мотивацію та поведінкові стратегії користувачів цифрових платформ. Вони є цінним інструментом для виявлення суб'єктивного досвіду взаємодії з платформами (Creswell, 2014; Magnusson & Marecek, 2012; Tracy, 2020).
- Фокус-групи забезпечують аналіз колективного сприйняття цифрових платформ та їхніх алгоритмів. Цей метод ефективний для дослідження групових патернів споживання контенту (Creswell, 2014; Hampton, 2017; Lin & Margolin, 2013).
- Кіберетнографія передбачає тривале занурення дослідника в цифрове середовище для аналізу взаємодії користувачів із платформами. Дає можливість досліджувати не лише поведінку користувачів, а й культурні та соціальні аспекти цифрових спільнот (Hampton, 2017; Ward, 1999; Keeley-Browne, 2011).

*Кількісні методи:*

- Опитування допомагають ідентифікувати загальні тенденції у виборі цифрових платформ, а також визначити соціально-демографічні характеристики користувачів (Hampton, 2017; Snelson, 2016; Sloan & Quan-Haase, 2022).
- Кількісний контент-аналіз сприяє аналізу інформаційних потоків на платформах, дослідженню впливу алгоритмів на поширення контенту (Riffe, 2023; Franzosi, 2008).
- Аналіз алгоритмів і метрик допомагає виявити закономірності функціонування цифрових платформ і їхній вплив на формування інформаційного середовища (Sloan & Quan-Haase, 2022; Hajian et al., 2011; Baym, 2013).

*Змішані та експериментальні методи:*

- Змішані дослідження (explanatory sequential, exploratory sequential, convergent parallel) дають змогу поєднати кількісний і якісний аналіз для отримання більш глибоких висновків (Snelson, 2016; Creswell, 2014; Creswell & Clark, 2011).
- Мережевий аналіз застосовують для виявлення взаємодій між користувачами, контентом і алгоритмами платформ (Borgatti, 2009; Nevey, 2018).
- А/В тестування використовують для дослідження ефективності змін у цифрових продуктах (Kohavi et al., 2009).

Методологічні підходи до дослідження цифрових платформ постійно вдосконалюють, враховуючи нові виклики цифрової епохи. Поєднання якісних, кількісних і експериментальних методів дає можливість комплексно аналізувати взаємодію користувачів із платформами, механізми поширення контенту, алгоритмічні процеси тощо. Водночас, із появою нових альтернативних соцмереж (alternative social media, ASM) може з'являтися і запит на нові методологічні підходи. Тож оновлення онлайн-середовища завжди вимагатиме відповідного оновлення методів для їх дослідження (Hampton, 2017; Gow, 2022).

### **Список використаних джерел**

- Baym, N. K. (2013). Data not seen: The uses and shortcomings of social media metrics. *First Monday*, 18 (10). <https://doi.org/10.5210/fm.v18i10.4873>.
- Borgatti, S. P., Mehra, A., Brass, D. J., & Labianca, G. (2009). Network analysis in the social sciences. *Science*, 323 (5916), 892–895.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed-methods approaches* (Vol. 1 (1)). Sage.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2011). *Designing and conducting mixed methods research* (2nd ed.). Sage.
- Franzosi, R. (2008). Content analysis: Objective, systematic, and quantitative description of content. *Content analysis*, 1 (1), 21–49.

- Gow, G. A. (2021). Turning to alternative social media. *Social Media Research Methods*, 568. <https://doi.org/10.4135/9781529782943.n40>.
- Hajian, B., & White, T. (2011, October). Modelling influence in a social network: Metrics and evaluation. In *2011 IEEE Third International Conference on Privacy, Security, Risk and Trust and 2011 IEEE Third International Conference on Social Computing* (pp. 497–500). IEEE.
- Hampton, K. N. (2017). Studying the digital: Directions and challenges for digital methods. *Annual Review of Sociology*, 43 (1), 167–188. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-060116-053505>.
- Hein, A., Schreieck, M., Riasanow, T., Setzke, D. S., Wiesche, M., Böhm, M., & Krcmar, H. (2020). Digital platform ecosystems. *Electronic markets*, 30, 87–98. <https://doi.org/10.1007/s12525-019-00377-4>.
- Hevey, D. (2018). Network analysis: a brief overview and tutorial. *Health psychology and behavioral medicine*, 6 (1), 301–328.
- Keeley-Browne, E. (2011). Cyber-Ethnography: The emerging research approach for 21st century research investigation. In *Handbook of research on transformative online education and liberation: Models for social equality* (pp. 330–238). IGI Global.
- Kohavi, R., Longbotham, R., Sommerfield, D., & Henne, R. M. (2009). Controlled experiments on the web: survey and practical guide. *Data mining and knowledge discovery*, 18, 140–181.
- Lin, Y.-R., Margolin, D., Keegan, B., Lazer, D. (2013). Voices of victory: a computational focus group framework for tracking opinion shift in real time. *Proc. 22nd Int. Conf. World Wide Web, Rio de Janeiro* (pp. 737–748). ACM.
- Magnusson, E., & Marecek, J. (2015). *Doing interview-based qualitative research: A learner's guide*. Cambridge University Press.
- Riffe, D., Lacy, S., Watson, B. R., & Lovejoy, J. (2023). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research*. Routledge.
- Snelson, C. L. (2016). Qualitative and mixed methods social media research: A review of the literature. *International Journal of Qualitative Methods*, 15 (1), 1609406915624574. <https://doi.org/10.1177/1609406915624574>.

- The SAGE Handbook of Social Media Research Methods. Luke Sloan, Anabel Quan-Haase (2022). (2nd Edition). SAGE Publications Ltd.
- Tracy, S. J. (2019). *Qualitative Research Methods: Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact*. Wiley & Sons, Incorporated.
- Ward, K. J. (1999). Cyber-ethnography and the emergence of the virtually new community. *Journal of Information technology*, 14 (1), 95–105. <https://doi.org/10.1080/026839699344773>.