

Андрій Боборикін,
аспірант Навчально-наукового інституту журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

 <https://orcid.org/0009-0000-8595-2358>
 andrew.boborykin@gmail.com

Andrii Boborykin,
PhD student,
Educational and Scientific Institute of Journalism,
Taras Shevchenko National University of Kyiv

ПЛАТФОРМІЗАЦІЯ ЯК НАУКОВА ПРОБЛЕМА

PLATFORMIZATION AS A SCIENTIFIC PROBLEM

Актуальність дослідження зумовлена всеосяжним трансформаційним впливом цифрових платформ на економічне, соціальне та культурне життя, що робить платформізацію критичною науковою проблемою. У статті стверджується, що платформізація вимагає систематичного міждисциплінарного дослідження. Аналіз останніх досліджень і публікацій у галузях критичних медіадосліджень, політичної економії, досліджень програмного забезпечення, управління та досліджень культури (зокрема праць Т. Гіллеспі, А. Гельмонд, Х. ван Дейк, Н. Срничека) дозволив концептуалізувати платформізацію як проникнення інфраструктури, економічних процесів та управлінських структур платформ у різні сфери суспільства та реорганізацію культурних практик навколо них. Метою статті є визначення та концептуалізація платформізації як самостійної наукової проблеми. Для досягнення мети застосовано комплекс загальнонаукових методів: огляд та аналіз наукової літератури, концептуальний аналіз, синтез та узагальнення. У результаті дослідження визначено чотири ключові, взаємопов'язані виміри платформізації: інфраструктурний (датафікація, алгоритмічна курація, еволюція платформ), економічний (багатосторонні ринки, платформний капіталізм, видобуток даних, платформна праця), управлінський (приватне встановлення правил, модерація контенту, регуляторна політика) та соціокультурний (трансформація культурного виробництва, соціальна логіка). Доведено, що платформи здійснюють особливу форму влади, фундаментально переформатовуючи соціальні та економічні відносини. Висвітлено значні методологічні виклики (непрозорість, динамічність, доступ до даних, потреба в міждисциплінарності). У висновках наголошено на необхідності розробки цілісної дослідницької програми для розуміння влади платформ, її суспільних наслідків та узгодження розвитку платформ із суспільними цінностями, враховуючи фрагментарність поточних досліджень та швидку еволюцію самих платформ.

Ключові слова: платформізація, цифрові платформи, влада платформ, управління платформами, дослідження платформ, датафікація, соціальні медіа.

The relevance of the research is determined by the comprehensive transformative impact of digital platforms on economic, social, and cultural life, making platformization a critical scientific problem. The article asserts that platformization requires systematic interdisciplinary research. An analysis of recent studies and publications in critical media studies, political economy, software studies, governance studies, and cultural studies (including works by T. Gillespie, A. Helmond, J. van Dijck, N. Srnicek) has allowed for the conceptualization of platformization as the penetration of platform infrastructure, economic processes, and governance structures into various spheres of society and the reorganization of cultural practices around them. The article aims to define and conceptualize platformization as an independent scientific problem. To achieve this aim, a set of general scientific methods was employed: a review and analysis of scientific literature, conceptual analysis, synthesis, and generalization. The research identified four key, interconnected dimensions of platformization: infrastructural (datafication, algorithmic curation, platform evolution), economic (multi-sided markets, platform capitalism, data extraction, platform labour), governance (private rule-setting, content moderation, regulatory policy), and socio-cultural (transformation of cultural production, social logic). It is proven that platforms exert a specific form of power, fundamentally reshaping social and economic relations. Significant methodological challenges (opacity, dynamism, data access, the need for interdisciplinarity) are highlighted. The conclusions emphasize the necessity of developing a comprehensive research program to understand platform power, its societal consequences, and the alignment of platform development with societal values, considering the fragmentation of current research and the rapid evolution of platforms themselves.

Keywords: platformization, digital platforms, platform power, platform governance, platform studies, datafication, social media.

© Боборикін А., 2025

Вступ. Цифрові платформи, такі як Фейсбук, Гугл, Амазон, Нетфлікс і Тікток, глибоко вкоренилися в сучасне життя, чинячи всеосяжний і трансформаційний вплив на різні сектори економіки та соціальні сфери [7; 45]. Ці глобальні компанії відіграють дедалі важливішу роль у всьому: від споживання новинного та розважального контенту до організації праці, спілкування та участі у громадському житті [38]. Стрімке розширення впливу платформ, процес, який отримав назву «платформізація», створює складні, багатогранні виклики, що виходять далеко за межі суто технологічних або економічних змін [9]. Складний характер та фундаментальний вплив платформізації вимагають її осмислення та дослідження як окремої та критичної наукової проблеми [10].

Платформізація означає проникнення інфраструктури, економічної логіки та управлінських структур цифрових платформ у різні сектори економіки та сфери життя, а також реорганізацію культурних практик і уявлень навколо цих платформ [16; 21; 38]. Цей процес характеризується значною «владою платформ» (platform power), що охоплює економічний контроль, інфраструктурне домінування, управлінську та кураторську владу, створюючи асиметрію між операторами платформ та їх користувачами [6; 17; 35; 54]. Складність та динамічність платформізації кидають виклик існуючим концептуальним рамкам і вимагають розробки нових теоретичних підходів [26]. Відповідно, ця стаття ставить за мету визначити та концептуалізувати платформізацію як самостійну наукову проблему, що потребує системного міждисциплінарного дослідження.

Огляд наукової літератури свідчить, що дослідження платформізації є відносно новою, але швидкозростаючою галуззю, яка спирається на доробок різних дисциплін [12; 32]. Дослідження спирається на значний масив наукових праць з різних галузей, зокрема критичних медіадосліджень, досліджень комунікації, соціології, політичної економії та науково-технічних досліджень (НТД). Концептуально робота перетинається з кількома усталеними теоретичними традиціями: політичною економією комунікації, яка аналізує питання власності, контролю та ринкової динаміки [11; 18]; теоріями наглядового капіталізму (surveillance capitalism), розробленими зокрема Ш. Зубофф [58], що фокусуються на видобуванні та монетизації даних; теоріями мереж та інфраструктурних досліджень, що акцентують увагу на технологічних залежностях та мережових ефектах, як описано Ж.-К. Плантемом та ін-

шими [37] та А. Гельмонд [21]; дослідженнями медіаіндустрії, що аналізують ринкові трансформації та владу платформ, наприклад, у працях Т. Евенса та К. Дондерса [10] або Т. Пула, Д. Б. Ніборга та Б. Е. Даффі [39]; та НТД, що досліджують взаємне формування технологій та суспільства [21; 23; 37].

Ключові внески зроблено на основі досліджень програмного забезпечення, які підкреслюють активну роль коду та інтерфейсів, критичної політичної економії, що викриває капіталістичну логіку платформ, досліджень бізнесу, що аналізують багатосторонні ринки та стратегії платформ, та культурних досліджень, що вивчають трансформацію практик та значення у платформному середовищі [22]. Такі автори, як Т. Гілеспі [14; 15], А. Гельмонд [21], Х. ван Дейк, Т. Пул та Д. Б. Ніборг [41; 54], зробили значний внесок у визначення термінів «платформа» та «платформізація», відрізняючи їх від більш ранніх концепцій, таких як Веб 2.0 [15], критику якого представили Х. ван Дейк та Д. Б. Ніборг [53].

Роботи А. Гельмонд, Д. Б. Ніборга та Ф. Н. ван дер Вліста [22; 23] та А. Гельмонд та Д. Б. Ніборга [33] відстежують еволюцію платформ, таких як Фейсбук, від окремих сервісів до складних інфраструктур. Ця «інфраструктуризація», як її називають Ж.-К. Плантен та інші [37], стала центральною темою досліджень. З цієї еволюцією пов'язані процеси датафікації, досліджені У. Мехіасом та Н. Колдрі [31] та Х. ван Дейк [52], та алгоритмічної курації, проаналізованої Т. Бухер [1] та А. Матаморос-Фернандес та іншими [28]. Непрозорість алгоритмів («чорні скриньки»), підкреслена Ф. Паскуале [36], залишається ключовим викликом, як зазначають Б. Рідер та Й. Гофманн [43].

Економічний вимір платформізації, зокрема концепція платформного капіталізму, була теоретизована Н. Срінеком [50]. Монополістичні тенденції та ринкова концентрація аналізуються Ю. Гаукапом та У. Гаймесгоффом [20] та Л. М. Майер та В. Манзеролле [30]. Вплив на працю та виникнення платформної праці досліджуються в роботах Т. Пула, Д. Б. Ніборга та Б. Е. Даффі [39], а асиметрія влади та залежність постачальників від платформ — Д. Кутоло та М. Кенні [6]. Роль фінансування та венчурного капіталу розглядається Л. Цзя та іншими [26] та Д. Б. Ніборгом та Т. Пул [34]. Специфіка китайської платформної економіки та гендерні аспекти аналізуються С. Хань [17].

Питання управління платформами є ще однією важливою сферою досліджень. Т. Гілеспі аналізує роль платформ як «охоронців Інтерне-

ту» та політику модерації контенту [15]. Р. Горва [16] та Х. ван Дейк та інші [54] працюють над визначенням та переосмисленням управління платформами та влади платформ. Взаємодія між приватним управлінням та державним регулюванням досліджується А. Влассісом [57], Дж. В. Чіоффі та іншими [3], Г. Енлі та іншими [9]. Альтернативні моделі, такі як кооперативні платформи, пропонуються Т. Шольцом [48]. Геополітичні аспекти, включаючи державний платформний капіталізм, аналізуються С. Рольфом та С. Шіндлером [47] та Д. Й. Цзінь [27].

Соціокультурний вплив платформ на різні сфери, такі як журналістика [40, 35], музична індустрія [4; 30; 41] та творча праця [34; 39], є предметом активного вивчення. Взаємодію логіки платформи та соціальної логіки досліджують Х. ван Дейк та Т. Пул [55] та Дж. А. Шварц [49]. Концепція «платформного суспільства», що підкреслює ключову роль платформ у суспільному житті та вплив на публічні цінності, розроблена Х. ван Дейк, Т. Пул та М. де Ваал [56]. Вплив на міське середовище розглядається С. Гардакер [18], а на соціальну нерівність — М. Гаррака та іншими [19].

Незважаючи на значний прогрес, існують методологічні виклики [27, 50], що вимагають подальшої розробки та застосування цифрових методів [45], лонгітюдних підходів та міждисциплінарної співпраці [7; 32; 38; 49]. Ця стаття, узагальнюючи наявні дослідження, прагне сприяти формуванню більш цілісного та системного розуміння платформізації як наукової проблеми.

Мета та завдання дослідження — визначити та концептуалізувати платформізацію як окрему, складну та багатогранну наукову проблему, що вимагає системного міждисциплінарного підходу, шляхом синтезу та узагальнення існуючих критичних досліджень з різних наукових галузей.

Завдання дослідження

1. *Проаналізувати та синтезувати* різноманітні наукові перспективи (критичні медіадослідження, комунікаційні дослідження, соціологія, політична економія, НТД) для формування комплексного розуміння платформізації.

2. *Визначити ключові поняття* «платформа» та «платформізація», відмежовуючи їх від попередніх концепцій та підкреслюючи їхню специфіку в сучасному цифровому середовищі.

3. *Ідентифікувати та охарактеризувати* чотири основні взаємопов'язані виміри платформізації: інфраструктурний, економічний, управлінський та соціокультурний.

4. *Висвітлити та обговорити* суттєві методологічні виклики, що постають перед дослідниками платформ, зокрема проблеми непрозорості («чорних скриньок»), динамічності систем, доступу до даних та необхідності міждисциплінарності.

5. *Обґрунтувати необхідність* розробки цілісної, міждисциплінарної дослідницької програми, спрямованої на глибоке розуміння влади платформ, її суспільних наслідків та можливостей для узгодження розвитку платформ із суспільними цінностями та добробутом.

Методологія дослідження. Для досягнення поставленої мети та вирішення завдань у статті застосовано комплекс загальнонаукових методів. Теоретичною основою роботи став огляд та аналіз фахової наукової літератури з різних дисциплін, зокрема критичних медіадосліджень, політичної економії, досліджень програмного забезпечення, науково-технічних досліджень та культурологічних досліджень. Ключові поняття, такі як «платформа» та «платформізація», були визначені та уточнені за допомогою концептуального аналізу та абстрагування. На основі аналізу джерел було здійснено синтез різних теоретичних підходів та емпіричних знахідок для формування цілісного уявлення про платформізацію як наукову проблему та її основні виміри. Метод узагальнення дозволив виявити та систематизувати ключові характеристики та закономірності досліджуваного явища, а також сформулювати висновки щодо сучасного стану досліджень та перспектив подальшого наукового пошуку. Опис використовувався для характеристики основних вимірів платформізації та методологічних викликів, окреслених у проаналізованій літературі. Застосування цих методів дозволило структурувати аргументацію та концептуалізувати платформізацію як окрему наукову проблему.

Результати й обговорення. Платформізація проявляється у декількох взаємопов'язаних вимірах, кожен з яких містить окремі наукові виклики. Для розуміння платформізації необхідно проаналізувати ці інфраструктурні, економічні, урядові та соціокультурні шари, визнаючи їх глибоку взаємозалежність.

Інфраструктурний вимір. В основі платформізації лежить зростання ролі платформ як фундаментальної інфраструктури. Замислені як додатки або сервіси, домінуючі платформи, такі як Фейсбук, еволюціонували в складні «платформи-як-інфраструктури» (platforms-as-infrastructure) [23]. Ця «інфраструктуризація платформ» [37] означає перехід до створення фундаменту, від якого залежать інші послуги,

підприємства та соціальні взаємодії. Вони досягають цього за допомогою технічних компонентів, таких як інтерфейси прикладного програмування (application programming interface, API) та набори засобів розробки програмного забезпечення (software development kit, SDK), які дозволяють третім сторонам («доповнювачам») підключатися до платформи, створювати продукти на її основі та обмінюватися даними, тим самим розширюючи її охоплення та глибше вбудовуючи її в цифрове середовище [21; 33; 38]. Наприклад, Facebook Messenger перетворився з простого додатку для обміну повідомленнями на інтегровану інфраструктуру, що полегшує зв'язок з третіми сторонами, такими як розробники та рекламодавці [33]. Ця інфраструктурна роль нерозривно пов'язана з датафікацією, процесом, за допомогою якого платформи перетворюють соціальні дії, взаємодії та процеси на кількісно вимірювані дані [31; 38; 52]. За допомогою додатків, трекерів та інтегрованих послуг платформи постійно збирають значні обсяги даних користувачів, перетворюючи повсякденні дії на цінні активи [12]. Ці дані живлять алгоритмічне сортування та упорядкування, формуючи досвід користувачів, визначаючи видимість та керуючи користувацькими взаємодіями [1; 28]. Алгоритми, які часто працюють як «чорні скриньки» [36], вирішують, які новини бачать користувачі, які продукти потрапляють в рекомендації [28] або яка музика визначає певний настрій за допомогою підібраних плейлистів [41]. Науковий виклик тут є фундаментальним: дослідники повинні розібратися у складній, мінливій технічній архітектурі цих платформ, їх глибокій взаємозалежності з соціальними та економічними процесами, а також значних перешкодах, пов'язаних з непрозорістю алгоритмів та обмеженням доступом до внутрішніх даних платформ і процесів прийняття рішень [43].

Економічний вимір. Платформізація фундаментально змінює економічні відносини. Платформи функціонують як багатосторонні ринки (або «двосторонні ринки»), виступаючи посередниками, що з'єднують різні групи користувачів (наприклад, споживачів, творців контенту, рекламодавців, розробників) та структурують умови їх взаємодії [10; 38; 44]. Вони використовують мережеві ефекти, коли цінність платформи зростає для всіх учасників у міру того, як до кожної «сторони» приєднується все більше користувачів [29; 46], що часто призводить до концентрації ринку [20]. Ця економічна модель є основою для платформного капіталізму, який характеризується

видобутком і монетизацією даних як основного джерела цінності та новим способом накопичення капіталу [22; 50; 58]. Платформи накопичують величезні масиви даних, що дозволяє здійснювати таргетовану рекламу, надавати персоналізовані послуги та розробляти нові продукти на основі даних, що часто призводить до утворення нових цифрових монополій [30]. Ця економічна логіка має значний вплив на працю, створюючи нові форми платформної праці (platform labour), які часто характеризуються нестабільністю, та сприяючи залежності між підприємствами та виробниками контенту, які покладаються на платформи для доступу до ринку та видимості [39]. Ці підприємці, залежні від платформ, стикаються із значною асиметрією влади та ризиками, що впливають із контролю платформ над інфраструктурою, даними та ринковими правилами [6]. Це очевидно навіть у таких, на перший погляд, сприятливих контекстах, як китайська економіка «ванхун» (інфлюенсерів), де переважно жінки-творці долають обмеження платформ та патріархальні структури [8; 17; 48]. Крім того, ключову роль відіграє фінансовізація, коли величезні інвестиції венчурного капіталу стимулюють швидке розширення, поглинання та конгломераційні стратегії великих компаній [26; 34]. Науковий виклик полягає в аналізі цих нових, часто глобалізованих ринкових структур, розумінні складних ланцюгів створення цінності, відображенні асиметричних владних відносин та залежностей, а також у з'ясуванні динаміки накопичення капіталу, що рухається платформами, та його впливу на працю та конкуренцію.

Вимір управління. Платформи є не лише учасниками ринку або інфраструктурою, а й потужними управлінськими суб'єктами. Вони здійснюють контроль за допомогою низки механізмів управління, зокрема юридично зобов'язуючих умов надання послуг (УНП), правил спільноти, що застосовуються через модерацію контенту, дизайну користувацьких інтерфейсів, які дозволяють певні дії, обмежуючи інші, і, що найважливіше, алгоритмічних систем, які сортують контент і регулюють взаємодію [15; 38; 54]. Платформи також управляють своїми екосистемами за допомогою обмежуючих ресурсів, таких як API та SDK, контролюючи, як зовнішні розробники можуть взаємодіяти з платформою та будувати продукти на її основі [13; 16]. Таке приватне регулювання часто створює конфлікти, що призводить до складної регуляторної політики, оскільки правила та діяльність платформ суперечать

існуючим національним і регіональним правовим рамкам, культурним нормам та цілям державної політики [3; 57]. Політики борються з викликами, що варіюються від питань конкурентного права та антимонопольного законодавства [5; 10] до регулювання діяльності медіа [9; 57], захисту даних та регулювання шкідливого контенту. Платформи, натомість, займаються лобіюванням та стратегічними маневрами, щоб вплинути на регуляторні процеси [3]. Ця динаміка ще більше ускладнюється геополітичною конкуренцією, коли держави можуть використовувати платформи для стратегічних цілей, що призводить до таких явищ, як «державний платформний капіталізм» [47]. Поточна дискусія між саморегулюванням та зовнішнім регулюванням вказує на напругу між автономією платформ та публічною підзвітністю [15; 56]. У відповідь на занепокоєння щодо концентрації влади платформ з'являються пропозиції щодо альтернативних моделей управління, таких як багаторівневі або децентралізовані системи [25]. Науковий виклик полягає у розплутуванні складної взаємодії між приватним управлінням платформами та державними регуляторними рамками, аналізі політичної економії нормотворення в цих багаторівневих системах, оцінці ефективності та наслідків різних підходів до управління, а також у розумінні того, як відбувається розподіл влади між платформами, державами та користувачами [24; 40].

Соціокультурний вимір. Платформізація має глибокий вплив на соціальне та культурне життя. Вона передбачає реорганізацію культурних практик у багатьох сферах, зокрема журналістиці [35; 40], розповсюдженні та курації музики [4; 30; 41], творчій праці [34; 39], соціальну взаємодію та формування ідентичності, наприклад щодо гендерної динаміки, як це спостерігається в економіці «вангун» [17]. Ця реорганізація відбувається частково через взаємодію між логікою платформ та соціальною логікою [49; 55]. Особливості платформ, їхні функції, інтерфейс та алгоритмічні пріоритети формують поведінку користувачів та нормалізують певні культурні форми та цінності (наприклад, популярність, датафікація) [2]. Це призводить до ширшої концептуалізації платформного суспільства, де платформи виступають ключовими посередниками в суспільному житті, формуючи доступ до інформації, сприяючи соціальній організації та суттєво впливаючи на дискусії щодо суспільних цінностей, таких як приватність та справедливість [56]. Важливе значення має також те, як платформи сприймаються та обговорюються.

Науковий виклик полягає в аналізі складного, взаємного формування платформних технологій та соціокультурних практик, розумінні трансформації конкретних культурних сфер під впливом платформізації та оцінці ширших суспільних наслідків, включаючи вплив на громадянство, публічний дискурс, міські простори та соціальну нерівність [18; 19].

Методологічні виклики та підходи в дослідженнях платформізації. Дослідження платформізації як наукової проблеми пов'язане із суттєвими методологічними викликами, що значною мірою зумовлені природою самих платформ як складних, динамічних і часто навмисно непрозорих соціально-технічних систем. Для вирішення цих проблем необхідні методологічна рефлексія, інновації та поєднання різних підходів.

Проблема спостережності. Основною складністю у вивченні платформ є проблема спостережності [43]. Платформи часто функціонують як «чорні скриньки», де важливі внутрішні механізми, зокрема алгоритмічні процеси та практики обробки даних, захищені від зовнішнього контролю [36]. Компанії захищають свої алгоритми та дані як власність, обмежуючи доступ дослідників до основної внутрішньої логіки, що формує досвід користувачів та ключові показники. Ця непрозорість ускладнює безпосереднє вивчення того, як платформи курують контент, ранжують інформацію, впливають на користувачів або як приймаються управлінські рішення. Дослідники часто покладаються на непрямі методи, аналізуючи результати діяльності платформ (такі як рекомендації або результати пошуку), або загальнодоступні документи (такі як патенти або програмні заяви), які дають лише часткове розуміння [28; 43]. Відсутність прозорості перешкоджає зусиллям щодо притягнення платформ до відповідальності та повному усвідомленню їх впливу на суспільство [43].

Методологічний плюралізм. З огляду на багатогранний характер платформізації та складність спостереження, жодного методу недостатньо. Ефективні дослідження вимагають методологічного плюралізму [32]. Якісні методи, такі як інтерв'ю з працівниками платформ, користувачами або розробниками, а також етнографічні дослідження використання платформ або культури їх розвитку, забезпечують глибоке розуміння контексту [17; 39]. Кількісні підходи, такі як статистичний аналіз доступних наборів даних (наприклад, ринкові дані, статистика користувачів), можуть виявити більш широкі закономірності та кореляції [6].

Обчислювальні методи, які часто називають «цифровими методами» [45], мають вирішальне значення для аналізу потоків даних платформ, мапування мереж, вивчення API, а іноді й спроб реверсивного аналізу функцій платформ [21; 51]. Критичний дискурсивний аналіз є надзвичайно важливим для розуміння того, як платформи представлені та легітимізовані [14; 17], тоді як політико-економічний аналіз залишається необхідним для виявлення структур власності, ринкових стратегій та трудових відносин [22; 34]. Інтеграція цих різноманітних методів дозволяє дослідникам побудувати більш комплексну картину [38].

Вивчення еволюції та динаміки. Платформи не є статичними утвореннями; це системи, що постійно розвиваються. Їхні функціональні особливості, алгоритми, умови надання послуг, бізнес-стратегії та відносини з партнерами часто змінюються [23; 33]. Ця властивість платформам динаміка становить виклик для досліджень, оскільки висновки, що базуються, наприклад, на знімку екрана, можуть швидко застаріти. Для відображення еволюції та динаміки платформізації необхідні довготривалі підходи. Вони можуть включати історичний аналіз, що відстежує розвиток конкретних платформ або екосистем у часі [23], багаторазовий збір даних для відстеження змін у практиках користувачів [28], або методи відстеження процесів для розуміння того, як виникли та змінилися конкретні функції або політики платформ [40]. Вивчення цієї динаміки має вирішальне значення для розуміння того, як змінюється влада платформ і як платформи адаптуються до ринкових викликів та регуляторних втручань.

Міждисциплінарність. Оскільки платформізація охоплює технічну, економічну, соціальну, культурну та політичну сфери, ефективні дослідження вимагають міждисциплінарності. Для розуміння архітектури платформ та алгоритмів необхідні знання з інформатики; економіка та дослідження бізнесу дають інформацію для аналізу ринкової динаміки та стратегії [7]; право та політичні науки мають вирішальне значення для вивчення управління та регулювання платформ [3; 57]; соціологія надає інструменти для аналізу соціальних взаємодій та нерівності [18; 19]; а медіа- та комунікаційні дослідження та культурологія зосереджуються на контенті, репрезентації та культурних практиках [38; 39]. Наукові та технологічні дослідження (НТД) пропонують цінні концептуальні рамки для розуміння взаємного розвитку технологій та суспільства [37]. Поєднання цих

дисциплінарних перспектив є необхідним для формування цілісного розуміння логіки функціонування платформ та їх впливу на суспільство [49].

Етичні міркування. Нарешті, вивчення платформ порушує важливі етичні питання. Дослідження часто пов'язані з потенційно чутливими даними користувачів, що порушує питання конфіденційності. Отримання доступу часто вимагає переговорів зі платформними компаніями, що може поставити під загрозу незалежність досліджень. Дослідники також повинні враховувати власне становище та потенційний вплив своєї роботи на користувачів і спільноти, які вони вивчають, особливо коли мають справу з вразливими групами або працівниками платформ, які перебувають у незахищеному становищі. Розуміння цих етичних складнощів вимагає ретельного аналізу протягом усього процесу дослідження.

Узагальнення наукової проблеми. Попередній аналіз підкреслює, що платформізація не є монолітним або прямолінійним процесом, а скоріше є складним, багатовимірним явищем, що вимагає ретельного міждисциплінарного наукового дослідження. Його характеристика як наукової проблеми впливає із складної взаємодії його інфраструктурних основ, особливої економічної логіки, нових форм управління та глибоких соціально-культурних наслідків.

Основний аргумент, що впливає з літератури, полягає в тому, що платформи, завдяки своїй унікальній конфігурації як керованих даними, інфраструктурних, ринкових та управлінських утворень, здійснюють особливу форму влади, яка фундаментально переформатовує соціальні та економічні відносини [38; 50; 54]. Ця влада не є лише економічним домінуванням на ринку — вона вбудована в технічну архітектуру [23; 37], кодифікована в системах управління [15; 16] і втілена в культурних практиках, сформованих навколо логіки платформ [34; 55].

Критична оцінка сучасного стану знань виявляє значний прогрес, але і певні прогалини. З одного боку, зростає кількість критичних досліджень платформ, що базуються на різних дисциплінарних підходах: дослідження програмного забезпечення, що висвітлюють технічні основи [21], політична економія, що викриває динаміку влади та капіталу [11; 50], культурні дослідження, що аналізують зміни в користувацьких практиках [39], та дослідження управління, що вивчають регулювання та контроль [15; 57]. Вчені успішно концептуалізували основні механізми, такі як датафікація [52], платформ-

на праця [6], алгоритмічна курація [1] та саме платформне суспільство [56].

Однак залишаються значні слабкі місця та прогалини. Дослідження часто фрагментовані між різними дисциплінами, що перешкоджає розробці справді інтегрованих теоретичних рамок [7; 38]. Методологічні виклики, зокрема щодо непрозорості платформ та доступу до даних, продовжують перешкоджати емпіричним дослідженням та обмежують потенціал для надійного порівняльного аналізу [32; 43]. Значна частина досліджень залишається зосередженою на домінуючих західних платформах, що вимагає додаткової роботи в різних геополітичних контекстах [26; 27; 47]. Крім того, сама швидкість еволюції платформ — постійні оновлення, стратегічні зміни та поява нових типів платформ, таких як супердодатки (superapps) [26] — ускладнює науковий аналіз, який не встигає за цими змінами [23].

Нове синтезоване розуміння платформізації повинно підкреслювати взаємозв'язок її вимірів. Вибір інфраструктурних рішень (наприклад, структури API, архітектура даних) не є нейтральним, а активно сприяє розвитку конкретних економічних моделей (наприклад, цільова реклама, абонентські тарифи) [21; 33]. Ці економічні моделі своєю чергою вимагають особливих режимів управління (наприклад, політика модерації контенту для підтримки довіри рекламодавців, політика використання даних користувачів) [15]. Ці режими управління та інфраструктурні можливості потім формують соціокультурні практики, впливаючи на все: від споживання новин [40] і звичок прослуховування музики [41] до моделей організації праці [6] та вираження ідентичності [17]. Отже, влада платформ виникає завдяки синергетичному ефекту між цими сферами [54]. Розглядаючи ці виміри окремо, неможливо охопити системний характер наукової проблеми, яку представляє платформізація. Для вирішення цієї проблеми потрібні підходи, які визнають і досліджують ці складні взаємозв'язки.

Висновки та перспективи досліджень. У цій статті було доведено, що платформізація — всепроникна інтеграція інфраструктури, економіки, систем управління та логіки цифрових платформ в суспільство — є важливою і складною науковою проблемою. Її багатовимірний характер, що охоплює технічну, економічну, політичну та соціокультурну сфери, вимагає постійних, спільних і методологічно інноваційних досліджень, які виходять за межі окремих дисциплін. Влада, якою користуються платформи, не є лише ринковою, а й інфраструктурною,

управлінською та кураторською, і це фундаментально змінює галузі, працю, суспільний дискурс і повсякденне життя [56]. Фрагментарне або поверхнєве розуміння цих процесів може призвести до неадекватних законодавчих заходів, які не враховують взаємозв'язки в межах платформної влади, що потенційно може призвести до необмеженої концентрації влади, поглиблення соціальної нерівності, підризу суспільних цінностей та посилення шкідливих економічних і трудових практик [3; 6; 56].

Тому для розгляду платформізації як наукової проблеми необхідна **перспективна програма досліджень**, зосереджена на таких ключових напрямках.

Теоретична інтеграція. Існує нагальна потреба в розробці більш інтегрованих теоретичних рамок, які б поєднували знання з різних галузей. Майбутні дослідження повинні прагнути поєднати аналіз інфраструктури платформ [23; 37] з критичною політичною економією [22; 50], нюансами управління платформами та їх регулювання [15; 57], а також трансформаціями культурних і соціальних практик [34; 55]. Синтез цих перспектив є вирішальним для комплексного розуміння проблематики платформізації [7; 38].

Методологічні інновації. Виклики, пов'язані з непрозорістю та динамічністю платформ, вимагають постійних методологічних інновацій. Дослідники повинні вдосконалювати та поєднувати методи для покращення спостережності платформ [43]. Це включає удосконалення цифрових методів аналізу API та даних платформ (де це можливо) [21; 32], розробку надійних методів аудиту алгоритмів та практик модерації, сприяння партнерствам, які можуть створити умови для доступу до даних, використання довгострокових методів для відстеження еволюції платформ [23; 40], а також творче інтегрування якісних даних в аналіз.

Порівняльні дослідження. Дослідження повинні виходити за межі домінуючих платформ та географічних контекстів (передусім США, ЄС та, все більше, Китаю). Необхідні порівняльні дослідження різних типів платформ (наприклад, соціальні медіа, електронна комерція, стрімінг), різних секторів (наприклад, новини, музика, транспорт, освіта) та різних національних і регіональних контекстів [26; 42]. Це має вирішальне значення для розуміння різноманітних проявів платформізації, ролі відносин між державою і платформами [47] та потенціалу альтернативних моделей платформ (наприклад, кооперативних платформ, платформ державних послуг) [48].

Фокус на динаміці влади. Хоча влада платформ широко визнана, її механізми, медіація та управління потребують більш глибокого дослідження. Дослідження повинні зосередитися на тому, як встановлюються та підтримуються асиметрії влади [6; 24], як партнери платформ опосередковують владу [51], як різні актори (видавці, творці, працівники, користувачі) домовляються про свої позиції в екосистемах платформ [40], а також на те, як кураторська влада формує культурне споживання та виробництво [4; 41].

Дослідження суспільного інтересу. Як наслідок, наукове вивчення платформізації повинно бути орієнтоване на суспільні інтереси. Дослідження повинні бути спрямовані на інформування суспільної дискусії, розширення можливостей суб'єктів громадянського суспільства та надання доказів для програмних заходів, спрямованих на пом'якшення шкоди та узгодження розвитку платформ з демократичними принципами та суспільними цінностями, такими як справедливість, підзвітність, прозорість та рівність [3; 43; 56].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bucher, T. *If... Then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford University Press. 2018. DOI: <https://doi.org/10.1093/oso/9780190493028.001.0001>
2. Bucher, T., & Helmond, A. The Affordances of Social Media Platforms. In J. Burgess, A. Marwick, & T. Poell (Eds.), *The SAGE Handbook of Social Media*. 2017. Pp. 233–253. Sage. DOI: <https://doi.org/10.4135/9781473984066.n14>
3. Cioffi, J. W., Kenney, M. F., & Zysman, J. Platform Power and Regulatory Politics: Polanyi for the twenty-first century. *New Political Economy*. 2022. 27(5). Pp. 820–836. DOI: <https://doi.org/10.1080/13563467.2022.2027355>
4. Colbjørnsen, T. The Streaming Network: Conceptualizing distribution economy, technology, and power in streaming media services. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. 2021. 27(5). Pp. 1264–1287. (Published online 2020). DOI: <https://doi.org/10.1177/1354856520966911>
5. Culpepper P. D., Thelen K. Are we all Amazon Primed? Consumers and the Politics of Platform Power. *Comparative Political Studies*. 2019. 53(2). Pp. 288–318. DOI: <https://doi.org/10.1177/0010414019852687>
6. Cutolo, D., & Kenney, M. Platform-Dependent Entrepreneurs: Power Asymmetries, Risks, and Strategies in the Platform Economy. *Academy of Management Perspectives*. 2021. 35(4). Pp. 584–605. URL: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3372560>
7. de Reuver, M., Sørensen, C., & Basole, R. C. The digital platform: a research agenda. *Journal of Information Technology*. 2018. 33(2). Pp. 124–135. DOI: <https://doi.org/10.1057/s41265-016-0033-3>
8. Duffy B. E. The Romance of Work: Gender and aspirational labour in the digital culture industries. *International Journal of Cultural Studies*. 2016. 19(4). Pp. 441–457. DOI: <https://doi.org/10.1177/1367877915572186>
9. Enli G., Raats T., Syvertsen T., Donders K. Media policy for private media in the age of digital platforms. *European Journal of Communication*. 2019. 34(4). Pp. 395–409. DOI: <https://doi.org/10.1177/0267323119861512>
10. Evens T., Donders K. *Platform Power and Policy in Transforming Television Markets*. Palgrave Macmillan. 2018. URL: <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-74246-5>
11. Fuchs C. *Social Media: A critical introduction*. Sage, 2017.
12. Gerlitz C., Helmond A. The Like Economy: Social buttons and the data-intensive web. *New Media & Society*. 2013. 15(8). Pp. 1348–1365. DOI: <https://doi.org/10.1177/146144481247232>
13. Ghazawneh A., Henfridsson O. Balancing Platform Control and External Contribution in Third-Party Development: The Boundary Resources Model. *Information Systems Journal*. 2013. 23(2). Pp. 173–192. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1365-2575.2012.00406.x>
14. Gillespie T. The Politics of “platforms”. *New Media & Society*. 2010. 12(3). Pp. 347–364. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444809342738>
15. Gillespie T. *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media*. Yale University Press. 2018.
16. Gorwa R. What is platform governance? *Information, Communication & Society*. 2019. 22(6). Pp. 854–871. DOI: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1573914>
17. Han X. Platform as new “daddy”: China’s gendered wanghong economy and patriarchal platforms behind. *Internet Policy Review*. 2022. 11(1). DOI: <https://doi.org/10.14763/2022.1.1631>
18. Hardaker S. Platform Economy: (dis-) embeddedness processes in urban spaces. *Urban Transformations*. 2021. 3(12). DOI: <https://doi.org/10.1186/s42854-021-00029-x>
19. Harracá M., Castelló I., Gawer A. How Digital Platforms Organize Immaturity: A Sociosymbolic Framework of Platform Power. *Business Ethics Quarterly*. 2023. 33(3). Pp. 448–480. DOI: <https://doi.org/10.1017/beq.2022.40>
20. Haucap J., Heimeshoff U. Google, Facebook, Amazon, eBay: Is the Internet driving competition or market monopolization? *International Economics and Economic Policy*. 2014. 11(1–2). Pp. 49–61. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10368-013-0247-6>
21. Helmond A. The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready. *Social Media + Society*. 2015. 1(2). DOI: <https://doi.org/10.1177/2056305115603080>

22. Helmond A., Nieborg D. B., van der Vlist F. N. The Political Economy of Social Data: A Historical Analysis of Platform-Industry Partnerships. *Proceedings of the 8th International Conference on Social Media & Society (#SMSociety 17)*. Association for Computing Machinery. 2017. URL: <http://dx.doi.org/10.1145/3097286.3097324>
23. Helmond A., Nieborg D. B., van der Vlist F. N. Facebook's evolution: Development of a platform-as-infrastructure. *Internet Histories*. 2019. 3(2). Pp. 123–146. DOI: <https://doi.org/10.1080/24701475.2019.1593667>
24. Ihlebæk K. A., Sundet V. S. Global Platforms and Asymmetrical Power: Industry dynamics and opportunities for policy change. *New Media & Society*. 2021. 25(8). Pp. 2183–2200. DOI: <https://doi.org/10.1177/14614448211029662>
25. Jhaver S., Frey S., Zhang A. X. Decentralizing Platform Power: A Design Space of Multi-Level Governance in Online Social Platforms. *Social Media + Society*. 2023. 9(4). DOI: <https://doi.org/10.1177/20563051231207857>
26. Jia L., Nieborg D. B., Poell T. On Super Apps and App Stores: Digital media logics in China's app economy. *Media, Culture & Society*. 2022. 44(8). Pp. 1437–1453. DOI: <https://doi.org/10.1177/01634437221128937>
27. Jin D. Y. *Digital Platforms, Imperialism and Political Culture*. Routledge. 2015. URL: <http://dx.doi.org/10.4324/9781315717128>
28. Matamoros-Fernández A., Gray J. E., Bartolo L., Burgess J. & Suzor N. What's "Up Next"? Investigating Algorithmic Recommendations on YouTube Across Issues and Over Time. *Media and Communication*. 2021. 9(4). Pp. 234–249. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v9i4.4184>
29. McIntyre D. P., Srinivasan A. Networks, Platforms, and Strategy: Emerging views and next steps. *Strategic Management Journal*. 2017. 38(1). Pp. 141–160. DOI: <https://doi.org/10.1002/smj.2596>
30. Meier L. M., Manzerolle V. Rising tides? Data capture, platform accumulation, and new monopolies in the digital music economy. *New Media & Society*. 2019. 21(3). Pp. 543–561. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444818800998>
31. Mejias U., Couldry N. Datafication. *Internet Policy Review*. 2019. 8(4). DOI: <https://doi.org/10.14763/2019.4.1428>
32. Nieborg D. B., Duffy B. E., Poell T. Studying Platforms and Cultural Production: Methods, Institutions, and Practices. *Social Media + Society*. 2020. 6(3). DOI: <https://doi.org/10.1177/2056305120943273>
33. Nieborg D. B., Helmond A. The political economy of Facebook's platformization in the mobile ecosystem: Facebook Messenger as a platform instance. *Media, Culture & Society*. 2019. 41(2). Pp. 196–218. DOI: <https://doi.org/10.1177/0163443718818384>
34. Nieborg D. B., Poell T. The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*. 2018. 20(11). Pp. 4275–4292. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444818769694>
35. Nielsen R. K., Ganter S. A. *The Power of Platforms: Shaping Media and Society*. Oxford University Press. 2022. DOI: <https://doi.org/10.1093/oso/9780190908850.001.0001>
36. Pasquale F. *The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information*. Harvard University Press. 2015.
37. Plantin J.-C., Lagoze C., Edwards P. N. & Sandvig C. Infrastructure studies meet platform studies in the age of Google and Facebook. *New Media & Society*. 2018. 20(1). Pp. 293–310. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444816661553>
38. Poell T., Nieborg D., van Dijck J. Platformisation. *Internet Policy Review*. 2019. 8(4). DOI: <https://doi.org/10.14763/2019.4.1425>
39. Poell T., Nieborg D. B., Duffy B. E. *Platforms and Cultural Production*. Polity Press. 2022.
40. Poell T., Nieborg D. B., Duffy B. E. Spaces of Negotiation: Analyzing Platform Power in the News Industry. *Digital Journalism*. 2022. 11(8). Pp. 1391–1409. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2103011>
41. Prey R. Locating Power in Platformization: Music Streaming Playlists and Curatorial Power. *Social Media + Society*. 2020. 6(2). DOI: <https://doi.org/10.1177/2056305120933291>
42. Raats T., Evens T. "If you can't beat them, be them": A critical analysis of the local streaming platform and Netflix alternative Streamz. *MedieKultur: Journal of media and communication research*. 2021. 37(70). Pp. 50–65. DOI: <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v37i70.122208>
43. Rieder B., Hofmann J. Towards Platform Observability. *Internet Policy Review*. 2020. 9(4). DOI: <https://doi.org/10.14763/2020.4.1535>
44. Rochet J.-C., Tirole J. Platform Competition in Two-Sided Markets. *Journal of the European Economic Association*. 2003. 1(4). Pp. 990–1029. DOI: <https://doi.org/10.1162/154247603322493212>
45. Rogers R. *Digital Methods*. The MIT Press. 2013. DOI: <https://doi.org/10.7551/mitpress/8718.001.0001>
46. Rohlfs J. A Theory of Interdependent Demand for a Communications Service. *The Bell Journal of Economics and Management Science*. 1974. 5(1). Pp. 16–37. DOI: <https://doi.org/10.2307/3003090>
47. Rolf S., Schindler S. The US–China rivalry and the emergence of state platform capitalism. *EPA: Economy and Space*. 2023. 55(5). Pp. 1255–1280. DOI: <https://doi.org/10.1177/0308518X221146545>
48. Scholz T. *Platform cooperativism. Challenging the corporate sharing economy*. Rosa Luxemburg Foundation. 2016.
49. Schwarz J. A. Platform Logic: An Interdisciplinary Approach to the Platform-Based Economy. *Policy & Internet*. 2017. 9(4). Pp. 374–394. DOI: <https://doi.org/10.1002/poi3.159>
50. Srnicek N. *Platform capitalism*. Polity Press. 2017.
51. van der Vlist F. N., Helmond A. How partners mediate platform power: Mapping business and data partnerships in the social media ecosystem. *Big Data & Society*. 2021. 8(1). DOI: <https://doi.org/10.1177/20539517211025061>
52. van Dijck J. Datafication, dataism and dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology. *Surveillance & Society*. 2014. 12(2). Pp. 197–208. DOI: <https://doi.org/10.24908/ss.v12i2.4776>
53. van Dijck J., Nieborg D. B. Wikinomics and Its Discontents: A critical analysis of Web 2.0 business manifestos. *New Media & Society*. 2009. 11(5). Pp. 855–874. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444809105356>

54. van Dijck J., Nieborg D., Poell T. Reframing Platform Power. *Internet Policy Review*. 2019. 8(2). DOI: <https://doi.org/10.14763/2019.2.1414>
55. van Dijck J., Poell T. Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*. 2013. 1(1). Pp. 2–14. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v1i1.70>
56. van Dijck J., Poell T., de Waal M. *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press. 2018. DOI: <https://doi.org/10.23860/MGDR-2018-03-03-08>
57. Vlassis A. Platform governance and the politics of media regulation: The review of the European Audiovisual Media Services Directive. *Journal of Digital Media & Policy*. 2023. 14(1). Pp. 115–132. DOI: https://doi.org/10.1386/jdmp_00084_1
58. Zuboff S. *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. Profile Books. 2019.

REFERENCES

- Bucher, T. (2018). *If... Then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/oso/9780190493028.001.0001>
- Bucher, T., & Helmond, A. (2017). The Affordances of Social Media Platforms. In J. Burgess, A. Marwick, & T. Poell (Eds.), *The SAGE Handbook of Social Media* (pp. 233–253). Sage.
<https://doi.org/10.4135/9781473984066.n14>
- Cioffi, J. W., Kenney, M. F., & Zysman, J. (2022). Platform Power and Regulatory Politics: Polanyi for the twenty-first century. *New Political Economy*, 27(5), 820–836.
<https://doi.org/10.1080/13563467.2022.2027355>
- Colbjørnsen, T. (2021). The Streaming Network: Conceptualizing distribution economy, technology, and power in streaming media services. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 27(5), 1264–1287.
<https://doi.org/10.1177/1354856520966911>
- Culpepper, P. D., & Thelen, K. (2019). Are we all Amazon Primed? Consumers and the Politics of Platform Power. *Comparative Political Studies*, 53(2), 288–318.
<https://doi.org/10.1177/0010414019852687>
- Cutolo, D., & Kenney, M. (2021). Platform-Dependent Entrepreneurs: Power Asymmetries, Risks, and Strategies in the Platform Economy. *Academy of Management Perspectives*, 35(4), 584–605. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3372560>
- de Reuver, M., Sørensen, C., & Basole, R. C. (2018). The Digital Platform: a research agenda. *Journal of Information Technology*, 33(2), 124–135.
<https://doi.org/10.1057/s41265-016-0033-3>
- Duffy, B. E. (2016). The Romance of Work: Gender and aspirational labour in the digital culture industries. *International Journal of Cultural Studies*, 19(4), 441–457.
<https://doi.org/10.1177/1367877915572186>
- Enli, G., Raats, T., Syvertsen, T., & Donders, K. (2019). Media policy for private media in the age of digital platforms. *European Journal of Communication*, 34(4), 395–409.
<https://doi.org/10.1177/0267323119861512>
- Evens, T., & Donders, K. (2018). *Platform Power and Policy in Transforming Television Markets*. Palgrave Macmillan.
<http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-74246-5>
- Fuchs, C. (2017). *Social media: A critical introduction*. Sage.
- Gerlitz, C., & Helmond, A. (2013). The like economy: Social buttons and the data-intensive web. *New Media & Society*, 15(8), 1348–1365.
<https://doi.org/10.1177/146144481247232>
- Ghazawneh, A., & Henfridsson, O. (2013). Balancing Platform Control and External Contribution in Third-Party Development: The Boundary Resources Model. *Information Systems Journal*, 23(2), 173–19.
<https://doi.org/10.1111/j.1365-2575.2012.00406.x>
- Gillespie, T. (2010). The politics of ‘platforms’. *New Media & Society*, 12(3), 347–364.
<https://doi.org/10.1177/1461444809342738>
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media*. Yale University Press.
- Gorwa, R. (2019). What is platform governance? *Information, Communication & Society*, 22(6), 854–871.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1573914>
- Han, X. (2022). Platform as new “daddy”: China’s gendered wanghong economy and patriarchal platforms behind. *Internet Policy Review*, 11(1).
<https://doi.org/10.14763/2022.1.1631>
- Hardaker, S. (2021). Platform economy: (dis-) embeddedness processes in urban spaces. *Urban Transformations*, 3(12).
<https://doi.org/10.1186/s42854-021-00029-x>
- Harracá, M., Castelló, I., & Gawer, A. (2023). How Digital Platforms Organize Immaturity: A Sociosymbolic Framework of Platform Power. *Business Ethics Quarterly*, 33(3), 448–480.
<https://doi.org/10.1017/beq.2022.40>

- Haucap, J., & Heimeshoff, U. (2014). Google, Facebook, Amazon, eBay: Is the Internet driving competition or market monopolization? *International Economics and Economic Policy*, 11(1-2), 49–61.
<https://doi.org/10.1007/s10368-013-0247-6>
- Helmond, A. (2015). The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready. *Social Media + Society*, 1(2).
<https://doi.org/10.1177/2056305115603080>
- Helmond, A., Nieborg, D. B., & van der Vlist, F. N. (2017). The Political Economy of Social Data: A Historical Analysis of Platform-Industry Partnerships. *Proceedings of the 8th International Conference on Social Media & Society (#SMSociety 17)*. Association for Computing Machinery.
<http://dx.doi.org/10.1145/3097286.3097324>
- Helmond, A., Nieborg, D. B., & van der Vlist, F. N. (2019). Facebook's evolution: Development of a platform-as-infrastructure. *Internet Histories*, 3(2), 123–146.
<https://doi.org/10.1080/24701475.2019.1593667>
- Ihlebaek, K. A., & Sundet, V. S. (2021). Global platforms and asymmetrical power: Industry dynamics and opportunities for policy change. *New Media & Society*, 25(8), 2183–2200.
<https://doi.org/10.1177/14614448211029662>
- Jhaver, S., Frey, S., & Zhang, A. X. (2023). Decentralizing Platform Power: A Design Space of Multi-Level Governance in Online Social Platforms. *Social Media + Society*, 9(4).
<https://doi.org/10.1177/20563051231207857>
- Jia, L., Nieborg, D. B., & Poell, T. (2022). On super apps and app stores: digital media logics in China's app economy. *Media, Culture & Society*, 44(8), 1437–1453.
<https://doi.org/10.1177/01634437221128937>
- Jin, D. Y. (2015). *Digital Platforms, Imperialism and Political Culture*. Routledge.
<http://dx.doi.org/10.4324/9781315717128>
- Matamoros-Fernández, A., Gray, J. E., Bartolo, L., Burgess, J., & Suzor, N. (2021). What's «Up Next»? Investigating Algorithmic Recommendations on YouTube Across Issues and Over Time. *Media and Communication*, 9(4), 234–249.
<https://doi.org/10.17645/mac.v9i4.4184>
- McIntyre, D. P., & Srinivasan, A. (2017). Networks, platforms, and strategy: Emerging views and next steps. *Strategic Management Journal*, 38(1), 141–160.
<https://doi.org/10.1002/smj.2596>
- Meier, L. M., & Manzerolle, V. (2019). Rising tides? Data capture, platform accumulation, and new monopolies in the digital music economy. *New Media & Society*, 21(3), 543–561.
<https://doi.org/10.1177/1461444818800998>
- Mejias, U. & Couldry, N. (2019). Datafication. *Internet Policy Review*, 8(4).
<https://doi.org/10.14763/2019.4.1428>
- Nieborg, D. B., Duffy, B. E., & Poell, T. (2020). Studying Platforms and Cultural Production: Methods, Institutions, and Practices. *Social Media + Society*, 6(3).
<https://doi.org/10.1177/2056305120943273>
- Nieborg, D. B., & Helmond, A. (2019). The political economy of Facebook's platformization in the mobile ecosystem: Facebook Messenger as a platform instance. *Media, Culture & Society*, 41(2), 196–218.
<https://doi.org/10.1177/0163443718818384>
- Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*, 20(11), 4275–4292.
<https://doi.org/10.1177/1461444818769694>
- Nielsen, R. K., & Ganter, S. A. (2022). *The Power of Platforms: Shaping Media and Society*. Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/oso/9780190908850.001.0001>
- Pasquale, F. (2015). *The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information*. Harvard University Press.
- Plantin, J.-C., Lagoze, C., Edwards, P. N., & Sandvig, C. (2018). Infrastructure studies meet platform studies in the age of Google and Facebook. *New Media & Society*, 20(1), 293–310.
<https://doi.org/10.1177/1461444816661553>
- Poell, T., Nieborg, D., & van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review*, 8(4).
<https://doi.org/10.14763/2019.4.1425>
- Poell, T., Nieborg, D. B., & Duffy, B. E. (2022). *Platforms and Cultural Production*. Polity Press.
- Poell, T., Nieborg, D. B., & Duffy, B. E. (2022). Spaces of Negotiation: Analyzing Platform Power in the News Industry. *Digital Journalism*, 11(8), 1391–1409.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2103011>
- Prey, R. (2020). Locating Power in Platformization: Music Streaming Playlists and Curatorial Power. *Social Media + Society*, 6(2).
<https://doi.org/10.1177/2056305120933291>
- Raats, T., & Evens, T. (2021). 'If you can't beat them, be them': A critical analysis of the local streaming platform and Netflix alternative Streamz. *MedieKultur: Journal of media and communication research*, 37(70), 50–65.
<https://doi.org/10.7146/mediekultur.v37i70.122208>
- Rieder, B., & Hofmann, J. (2020). Towards platform observability. *Internet Policy Review*, 9(4).
<https://doi.org/10.14763/2020.4.1535>

- Rochet, J.-C., & Tirole, J. (2003). Platform Competition in Two-Sided Markets. *Journal of the European Economic Association*, 1(4), 990–1029.
<https://doi.org/10.1162/154247603322493212>
- Rogers, R. (2013). *Digital Methods*. The MIT Press.
<https://doi.org/10.7551/mitpress/8718.001.0001>
- Rohlf, J. (1974). A Theory of Interdependent Demand for a Communications Service. *The Bell Journal of Economics and Management Science*, 5(1), 16–37.
<https://doi.org/10.2307/3003090>
- Rolf, S., & Schindler, S. (2023). The US–China rivalry and the emergence of state platform capitalism. *EPA: Economy and Space*, 55(5), 1255–1280.
<https://doi.org/10.1177/0308518X221146545>
- Scholz, T. (2016). Platform Cooperativism. Challenging the corporate sharing economy. Rosa Luxemburg Foundation.
- Schwarz, J. A. (2017). Platform Logic: An Interdisciplinary Approach to the Platform-Based Economy. *Policy & Internet*, 9(4), 374–394.
<https://doi.org/10.1002/poi3.159>
- Srnicek, N. (2017). *Platform Capitalism*. Polity Press.
- van der Vlist, F. N., & Helmond, A. (2021). How partners mediate platform power: Mapping business and data partnerships in the social media ecosystem. *Big Data & Society*, 8(1).
<https://doi.org/10.1177/20539517211025061>
- van Dijck, J. (2014). Datafication, Dataism and Dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology. *Surveillance & Society*, 12(2), 197–208.
<https://doi.org/10.24908/ss.v12i2.4776>
- van Dijck, J., & Nieborg, D. B. (2009). Wikinomics and Its Discontents: A critical analysis of Web 2.0 business manifestos. *New Media & Society*, 11(5), 855–874.
<https://doi.org/10.1177/1461444809105356>
- van Dijck, J., Nieborg, D., & Poell, T. (2019). Reframing Platform Power. *Internet Policy Review*, 8(2).
<https://doi.org/10.14763/2019.2.1414>
- van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1), 2–14.
<https://doi.org/10.17645/mac.v1i1.70>
- van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.
<https://doi.org/10.23860/MGDR-2018-03-03-08>
- Vlassis, A. (2023). Platform Governance and the Politics of Media Regulation: The review of the European Audiovisual Media Services Directive. *Journal of Digital Media & Policy*, 14(1), 115–132.
https://doi.org/10.1386/jdmp_00084_1
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. Profile Books.

Надіслано до редакції 07.05.2025.