

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-8-72-29>

УДК 342.727:[004.77:070]

Чалабієва М.Р.

Харківський національний університет внутрішніх справ

ПОНЯТТЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК ОСОБЛИВОГО ВИДУ ЕЛЕКТРОННИХ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Анотація. Досліджено окремі аспекти діяльності соціальних мереж як специфічного виду електронних засобів масової інформації. Встановлено обґрунтованість віднесення соціальних мереж до сучасних мас-медіа. Проаналізовано сутність понять «медіа», «соціальні медіа», «мультимедіа». Окреслено обґрунтоване осмислення соціальних мереж як невід'ємного елементу конституційної держави. Представлено авторське бачення вагомості соціальних мереж у побудові конституційної «електронної країни» В.О. Зеленського. Стаття спрямована на стимулювання позитивних зрушень у законодавчій базі щодо питання діяльності електронних засобів масової інформації, зокрема, соціальних мереж. У статті сформульовано визначення «соціальна мережа як електронне ЗМІ», виокремлено її властивості та особливості.

Ключові слова: соціальна мережа, Інтернет, мас-медіа, електронні засоби масової інформації, електронна країна.

Chalabieva Mariiam

Kharkiv National University of Internal Affair

CONCEPT OF SOCIAL NETWORKS AS A SPECIAL TYPE OF ELECTRONIC MASS MEDIA

Summary. It is difficult to imagine the life of each person in a state of information vacuum, so it is natural that information becomes the main value of today. And the main tools in the process of its dissemination are mass media, in particular electronic media. The Internet is gradually becoming a universal, all-encompassing communication environment for us, connecting many people, regardless of distances and national borders. The online audience is steadily multiplying and therefore the impact of this communication channel on the society is increasing. As the audience grows, there is a steady increase in the amount of time people spend each day in the online communication process. Social networks are rapidly outpacing the "old" comprehensible media, benefiting from feedback from the audience. They listen to the wishes of readers / viewers, become an authoritative information channel. All this speaks to the urgent need for effective regulatory regulation of the activity of social networks, such as electronic media, by the state. Social networks have ceased to be typical tools for the transmission of information; it is a fully segregated structure that requires "working" laws, with a clear conceptual apparatus. They have long been the holders of rights and responsibilities, endowed with constitutional personality, as electronic media. The article is devoted to research of real factors of activity of modern events as special electronic data of mass information. Investigated the validity of advanced measures to modern mass media. The essence of the concept of "media", "social media", "multimedia" is analyzed. The substantiated comprehension of the rigid measures, as not singled out by the element of constitutional development, is outlined. The authors emphasize the importance of international events in the constructed institute of the "e-country" V.O. Zelensky. The article attempted to stimulate positive changes in the legislature concerning the issues of electronic data of the mass media, necessary, as well as reliable changes. At the same time, "social measurement as electronic media" is formed, which clearly defines its properties and features.

Keywords: social network, Internet, mass media, electronic media, e-country.

Постановка проблеми. Наразі важко уявити побут кожної людини у стані інформаційного вакууму, тому природно, що головною цінністю сьогодення стає інформація. А основні інструменти у процесі її поширення – засоби масової комунікації, зокрема, електронні мас-медіа. Інтернет поступово стає для нас універсальним всепоглинаючим комунікативним середовищем, він пов'язує значну кількість людей незалежно від відстаней та державних кордонів. Інтернет-аудиторія неухильно помножується, а отже, зростає вплив цього каналу комунікації на суспільство. Поруч з нарощенням аудиторії, відбувається постійне збільшення часу, який люди щоденно витрачають у процесі «Інтернет-спілкування».

Соціальні мережі стрімко випереджають «старі» зрозумілі ЗМІ, вигравачи за рахунок зворотного контакту з аудиторією. Вони прислухаються до побажань читачів/глядачів, стають авторитетним інформаційним каналом.

Все це говорить про гостру необхідність ефективного нормативно-правового регулювання ді-

яльності соціальних мереж, як електронного ЗМІ, з боку держави. Соціальні мережі перестали бути типовими інструментами для передачі інформації, це повноцінна відокремлена структура, яка потребує «працюючих» законів, з чітким поняттяним апаратом. Вони давно є носіями прав і обов'язків, наділені конституційною правосуб'єктністю, як електронні засоби масової інформації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Враховуючи кричущу популярність соціальних мереж, вони стали об'єктом дослідження багатьох вчених, зокрема, О. Радкевича, К. Афанасьєва, В. Іванова, Д. Цехан, Л. Ткачук, М. Федотова, А. Баранова, Г. Почепцова, Н. Ковальова та ін. Але вищезазначені вчені представили лише аналіз загально-правових аспектів діяльності соціальних мереж, не відносячи їх до особливого виду Інтернет-ЗМІ та електронних засобів масової інформації.

Актуальність теми дослідження підтверджується ступенем важливості і необхідності формулювання поняття «соціальна мережа», як

електронного засобу масової інформації, задля подальшого нормативно-правового врегулювання інформаційної діяльності, гарантування державою безпечного Інтернет-простору.

Метою статті є стимулювання позитивних зрушень у питаннях конституційно-правової практики врегулювання інформаційних відносин з електронними соціальними мережами. Задля цього слід представити авторське бачення поняття «соціальна мережа», як електронного засобу масової інформації; теоретично обґрунтувати яке місце Інтернет-ЗМІ займають у системі суб'єктів конституційного права.

Виклад основного матеріалу. Поняття «соціальна мережа» було сформовано у далекому 1954 році соціологом Манчестерської школи Джеймсом Барнсом, який визначав її, як соціальну структуру, складену з групи вузлів, якими є соціальні об'єкти (соціальна група, людина, особистість, індивід) і зв'язки між ними (соціальні взаємовідносини) [1], але масове розповсюдження цей термін отримав лише з появою Інтернету, для визначення ресурсів, функції якого дозволяють презентувати себе у медіа-просторі, створюючи індивідуальну сторінку-акаунт для спілкування з іншими користувачами.

У своїй праці Є. Патаркін описує соціальні мережі, як платформи на основі яких учасники можуть встановлювати зв'язки один з одним [2], а С. Івашнова визначає соціальні мережі, як певний віртуальний майданчик, що забезпечує своїми засобами спілкування, підтримку, створення, розбудову, відображення та організацію соціальних контактів, у тому числі й безпосередній обмін даними між різними користувачами, при цьому передбачає обов'язкове створення власного облікового запису [3]. Таку думку підтримує А. Назарчук, одночасно розширюючи поняття до «абсолютно нової соціальної комунікації, що стрімко трансформуює інститути і практики сучасного суспільства» [4, с. 61].

При великій кількості різноманітних праць на тему Інтернету та його мереж, виникла плутанина з термінологією, яка перешкоджає єдиному визначенню дефініції соціальних мереж, відокремлюючи «мультимедіа», «соціальні медіа», «електронні соціальні мережі» та «медіа».

Медіа (з лат. *medium* – засіб) використовується у всьому світі як синонім засобів масової інформації та комунікації. До них відносять всі види засобів масової інформації: друковані видання, телебачення, радіо та комп'ютерні системи, тобто Інтернет, і зокрема, соціальні мережі [5, с. 44–45]. Мультимедіа ж представляє собою особливу комп'ютерну технологію, яка об'єднує у собі як традиційну статичну візуальну інформацію (текст, графіка), так і динамічну – мову, музику, відеоряд, анімацію й інше [6, с. 9–10]. При цьому це поняття настільки широке, що багато науковців його уникають, оперуючи тим, що «воно туманне та не передкладається нормальною мовою» [7]. І. Вернер у своїй праці відмічає особливість «нової технологічної форми інформаційного суспільства через технологію мультимедіа, яка відкриває принципово новий рівень обробки інформації і інтерактивної взаємодії людини з комп'ютером» [8, с. 7].

Соціальні медіа – це медіа, які створені для поширення відомостей через соціальну інтер-

активність з використанням доступних інструментів, функціонально вирішуючих проблему людської потреби взаємодії, за допомогою Інтернет-сервісів [9]. У свою чергу, електронні соціальні мережі – це один із елементів соціальних медіа, з можливістю налаштувати власний акаунт, який є спеціальним особистим майданчиком задля відчуття унікальності та «персоналіті». Резюмуючи, важливо сказати, що збіг об'єктів, функцій та понять вищезазначених термінів у сфері медіа-досліджень, вказує на можливість їх ототожнення у площині юридичних досліджень мережевої парадигми [10, с. 47].

Так, для того, щоб сформулювати поняття соціальна мережа як електронний засіб масової комунікації, слід, по-перше, співвіднести визначення «електронний засіб масової інформації» за властивостями з соціальними медіа; по-друге, поповнити коло суб'єктів конституційно-правового регулювання соціальними мережами, як окремим підвидом Інтернет-ЗМІ, які, власне, й входять до системи електронних мас-медіа.

Як ми вже визначили у минулому дослідженні, електронний засіб масової інформації – це юридична особа (організація), діяльність якої направлена на вироблення та швидку передачу інформаційної продукції публічного характеру (але з наявністю певних категорій, відповідно до віку), для великої кількості споживачів, і яка функціонує шляхом використання технічних засобів, що працюють безперервно, користуючись властивістю електрона [11, с. 108]. На нашу думку, ми можемо сміливо віднести соціальні мережі до електронних засобів масової комунікації з огляду на наступне.

– Як юридична особа (організація).

Першою світовою соціальною мережею був *classmates.com*, який з'явився у 1995 році, за нею з'явився наступний інформаційний сервіс – *SixDegrees.com*. Початок XXI століття ознаменувався появою сайтів, які опиралися на технологію «Коло друзів», яка давала змогу створювати групи за смаковими вподобаннями та інтересами [12, с. 155].

Вже з 2004 року почала працювати соціальна мережа Facebook, яку створив Марк Цукерберг, а в листопаді 2010 року компанія Facebook стала третьою за величиною веб-компанією в США після Amazon і Google [13].

У свій час, на вітчизняних теренах більшої поширеності набули мережі «ВКонтакте» та «Однокласники» [12, с. 155]. Але останні стрімко втратили свою популярність внаслідок підписання у 2017 році Президентом України Наказу, яким було введено в дію рішення РНБО [14] про оновлення списку санкцій проти певних російських компаній. Крім того, Рішення РНБО передбачало введення санкцій проти юридичних осіб, серед яких вищезазначені соціальні мережі, ТОВ «Яндекс», та поштовий сервіс «Mail.ru».

Також факт віднесення соціальних мереж до юридичних осіб підтверджується пунктом 12 Постанови Пленуму ВСУ «Про судову практику у справах про захист гідності та честі фізичної особи, а також ділової репутації фізичної та юридичної особи» від 27.02.2009 р., де належним відповідачем у разі поширення оспорюваної інформації в мережі Інтернет є автор відповідного інформаційного матеріалу та власник веб-сайта, особи яких позивач

повинен установити та зазначити в позовній заяві (п. 2 ч. 2 ст. 119 ЦПК) [15]. Тобто очевидно, що соціальна мережа (в особі її власника) є суб'єктом приватноправових відносин.

– Діяльність направлена на вироблення та передачу інформаційної продукції публічного характеру.

Існуюча тематична класифікація соціальних мереж, поділяє їх на декілька видів: загальнотематичні та мережі дозвілля; навчальні та соціалізуючі; ділові; політичні; мережі, що опікуються проблемами дому та сім'ї; мережі релігійної тематики [16]. Усі вони є сучасним інструментом реалізації конституційного права на інформацію, тобто цілодобової змоги отримувати будь-яких відомостей та фактів про осіб, явища та події [17].

– Велика кількість споживачів.

У березні 2019 року компанія Research & Branding Group спільно з Агентством кризових комунікацій «НЕТ» провели соціологічне дослідження присвячене користувачам соціальних мереж в Україні. Встановлено, що за період з травня 2018 року в Україні помітно збільшилося число таких користувачів соцмереж, як Facebook (до 50%), YouTube (30%), Instagram (27%) і суттєво зменшилася кількість таких користувачів соцмереж, як Однокласники (6%) і ВКонтакте (10%) [19].

Дослідженням компаній WeAreSocial та Hootsuite встановлено, що у 2019 році нараховується 3,48 мільярди користувачів соціальних мереж, тобто за останній рік цей показник виріс на 288 мільйонів [20]. Складно уявити який обсяг інформаційної продукції проходить через ці канали комунікації.

– Функціонування шляхом використання технічних засобів.

Важливою ознакою саме електронних засобів масової інформації є цілодобова доступність, яка залежить лише від наявності електроенергії чи заряду акумулятора на необхідному електронному «засобі-приймачі» (функцію якого може виконувати мобільний телефон, планшет, ноутбук чи комп'ютер) та доступ до мереж Інтернет [11, с. 107].

Важливо підкреслити, що відповідно до статистики станом на січень 2019 року 3,26 мільярда людей у світі користуються соціальними мережами саме на мобільних пристроях [20].

Так, соціальні мережі відповідають усім властивостям електронного засобу масової інформації, а тому, представляють собою не тільки спеціальний підвид Інтернет-ЗМІ у системі електронних засобів масової інформації, а й займають безпосереднє місце у системі суб'єктів конституційного права. Крім того, окреслене доводить дослідження щодо різноманітності реалізації прав людини у процесі користування соціальними медіа: право на вільний розвиток своєї особистості, право на освіту, право на працю, право на свободу об'єднання у політичні партії та громадські організації, право на свободу світогляду та віросповідання; охорона принципу «сім'я, дитинство, материнство і батьківство охороняються державою» [10, с. 47].

Резюмуючи, соціальна мережа – це підвид Інтернет-ЗМІ, яка відноситься до системи електронних засобів масової інформації (що, у свою чергу, складається з триади – телебачення, радіо та Інтернет-медіа [11]); це спеціальний сучасний

канал медіа комунікації, який представляє собою організацію (юридичну особу), з широким аудиторним колом споживачів (які необмежені відстанями та кордонами), функціонує виключно за допомогою мережі Інтернет та додаткових «засобів-приймачів» (телефон, планшет, ноутбук та ін.), та наразі є авторитетним «джерелом» реалізації цілого ряду конституційних прав.

Наостанок хочу зазначити, що динамічний процес глобалізації характеризується міцним проникненням комп'ютерних технологій у всі сфери суспільства – будь то політика, чи економіка.

Органи державної влади не волюють залишатися осторонь, про що свідчить інноваційна ідея створення «електронної держави» у смартфоні/комп'ютері кожного. В.О. Зеленський ще у своїй передвиборчій програмі зробив акцент на цьому [21]. Електронна країна передбачає повне забезпечення усього населення доступом до аудіовізуального медіа – Інтернет-ЗМІ [11]. Держава широким пропагує цифрову освіченість серед населення незалежно від віку. Все це спрямовано на діалог між владою на громадянами, на долучення кожного до прийняття доленосних для країни рішень. Крім того, зазначене мінімізує можливість корупційних розтрат бюджетних коштів, стимулює прозорість у процесі тендерів та державних закупівель. На наше переконання, «електронна країна» у майбутньому стане камеральною соціальною мережею, яка спровокує більшу довіру громадян до органів державної влади.

Висновки. Ціннісні орієнтири сьогодення чітко відображені у Інтернет-ЗМІ, зокрема, у соціальних мережах. Вони давно стали генераторами світових макро- і мікро-тенденцій.

Цей могутній комунікаційний канал є повноцінним суспільним ресурсом, а отже, й невід'ємним елементом конституційної держави. Усі, від юридичної/фізичної особи до органів державної влади, щохвилини використовують принади цього мас-медіа у власній діяльності.

У свою чергу, питання конституційно-правового регулювання Інтернет-ЗМІ досі невирішене. Відсутній уніфікований понятійний апарат, який би дав змогу ефективно врегулювати діяльність усієї медіа-системи. Без визначення конституційно-правового статусу електронних засобів масової інформації, неможливо говорити про повноцінне врегулювання їх діяльності, а отже, й гарантувати безпеку кібернетично-інформаційного простору.

Натомість, ми пропонуємо авторське визначення соціальної мережі, як підвиду Інтернет-ЗМІ, яка відноситься до системи електронних засобів масової інформації; це спеціальний сучасний канал медіа комунікації, який представляє собою організацію (юридичну особу), з широким аудиторним колом споживачів (які необмежені відстанями та кордонами), функціонує виключно за допомогою мережі Інтернет та додаткових «засобів-приймачів» (телефон, планшет, ноутбук та ін.), та наразі є авторитетним «джерелом» реалізації цілого ряду конституційних прав.

Пропонуємо трансформувати «електронну країну» В.О. Зеленського у сучасну камеральну соціальну мережу, яка стане першим кроком до демократії, стабільності і процвітання країни.

Список літератури:

1. Barnes J.A. Classand Committees in Norwegian Island Parish. *Human relations*. 1954. № 7. P. 39–58.
2. Патаркін Е.Д. Педагогічний дизайн соціальної мережі Scratch. *Освітні технології і суспільство (Education Technology & Society)*. 2013. Т. 16. № 2. С. 505–528.
3. Івашнова С.В. Використання соціальних сервісів та соціальних мереж в освіті. *Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. Психолого-педагогічні науки*. 2012. № 2. С. 15–17.
4. Назарчук А.В. Мережеве суспільство і його філософське осмислення. *Питання філософії*. 2008. С. 61–75.
5. Коневщинська О.Е., Литвинова С.Г. Електронні соціальні мережі як складник сучасних соціальних медіа. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2016. Т. 55. № 5. С. 42–54.
6. Шликова О.В. Культура мультимедіа : Учебний посібник для студентів. Москва, 2004. 415 с.
7. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. Основні поняття і визначення прикладної інтернететики. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/libdoc/01nsaopi.htm> (дата звернення: 17.07.2019).
8. Інженблек В. Все про мультимедіа. Київ, 1996. 352 с. URL: <http://www.libex.ru/detail/book288851.html> (дата звернення: 17.07.2019).
9. Шульга М.І. Система соціальних медіа у процесі інтеграції у маркетинговій комунікації. URL:<http://naub.org.ua/?p=1245> (дата звернення: 17.07.2019).
10. Чалабієва М.Р. Соціальні мережі як засіб реалізації прав людини в Україні. *Jurnal uljuridicnațional: teorieș i practică*. 2019. Вип. № 3. С. 46–49.
11. Чалабієва М.Р. Поняття електронних засобів масової інформації. *Legesiviata*. 2019. Вип. № 6/2. С. 105–109.
12. Лобовікова О.О. Соціальні мережі як феномен інформаційного суспільства. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*. 2011. Випуск 5. С. 154–160.
13. Facebook. URL:<https://igroup.com.ua/seo-articles/facebook/> (дата звернення: 17.07.2019).
14. «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України «Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)» : Указ Президента України від 28 квітня 2017 р. № 133/2017 / Президент України. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/133/2017> (дата звернення: 17.07.2019).
15. «Про судову практику у справах про захист гідності та честі фізичної особи, а також ділової репутації фізичної та юридичної особи» : Постанова Пленуму ВСУ від 27 лютого 2009 р. № 1 / Пленум ВСУ. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v_001700-09 (дата звернення: 17.07.2019).
16. Онищенко О., Горовий В., Попик В. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства : монографія. НАН України, Нац. б-ка України ім. В.І. Вернадського. Київ, 2014. 260 с.
17. Конституція України : Закон України від 28 черв. 1996 р. № 254к/96-ВР / Верховна Рада України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 17.07.2019).
18. Research & Branding Group. URL: http://rb.com.ua/blog/praktika-polzovanijacossetjamiukraine/?fbclid=IwAR3LAJVpOwYpGdWdQ7uqkvWxUnX8S_rkXry9nhmtuxsNUsinpNnn96zIvs (дата звернення: 17.07.2019).
19. РБК-Україна. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/news/sostavlen-reyting-populyarnosti-sotsialnyh-1555070035.html> (дата звернення: 17.07.2019).
20. We are social. URL: <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates> (дата звернення: 17.07.2019).
21. Вибори Президента України 2019. Центральна виборча комісія. URL: <https://www.cvk.gov.ua/pls/vp2019/wr005pt021f01=233pt001f01=719.html> (дата звернення: 17.07.2019).

References:

1. Barnes J.A. (1954). Classand Committees in Norwegian Island Parish. *Human relations*, no. 7, pp. 39–58.
2. Patarkin E.D. (2013). Pedagogichny`j dy`zajn social`noy merezhi Scratch [Pedagogical design of social network Scratch]. *Education Technology & Society*, no. 2, pp. 505–528. (in Ukrainian)
3. Ivashnova S.V. (2012). Vykorystannia sotsialnykh servisiv ta sotsialnykh merezh v osviti [Use of social services and social networks in education]. *Scientific notes of NDU them. M. Gogol. Psychological and pedagogical sciences*, no. 2, pp. 15–17. (in Ukrainian)
4. Nazarchuk A.V. (2008). Merezheve suspilstvo i yoho filosofske osmyslennia [Network society and its philosophical understanding.]. *Questions of philosophy*, pp. 61–75. (in Ukrainian)
5. Konevshchynska O.E., Lytvynova S.H. (2016). Elektronni sotsialni merezhi yak skladnyk suchasnykh sotsialnykh media. [Electronic social networks as a component of modern social media]. *Informatsiini tekhnolohii i zasoby navchannia*, no. 5, pp. 42–54. (in Ukrainian)
6. Shlykova O.V. (2004). Kultura multimedia : Uchbovyi posibnyk dlia studentiv [Multimedia culture : A textbook for students]. Moscow, p. 415. (in Russian)
7. Osnovni poniattia i vyznachennia prykladnoi internetyky (2001). [Basic concepts and definitions of applied Internet]. V.I. Vernadsky National Library of Ukraine. Available at: <http://www.nbuv.gov.ua/libdoc/01nsaopi.htm> (accessed 17 July 2019). (in Ukrainian)
8. Inhenblek V. (1996). Vse pro multymedia [It's all about multimedia]. Kyiv, p. 352. Available at: <http://www.libex.ru/detail/book288851.html> (accessed 17 July 2019). (in Ukrainian)
9. Shulha M.I. Systema sotsialnykh media u protsesi intehratsii u marketynhovi komunikatsii [The system of social media in the process of integration in marketing communications]. Available at: <http://naub.org.ua/?p=1245> (accessed 17 July 2019). (in Ukrainian)
10. Chalabiieva M.R. (2019). Sotsialni merezhi yak zasib realizatsii prav liudyny v Ukraini [Social networks as a means of realizing human rights in Ukraine]. *National law journal: theory and practice*, no. 3, pp. 46–49. (in Ukrainian)
11. Chalabiieva M.R. (2019). Poniattia elektronnykh zasobiv masovoi informatsii [The concept of electronic media]. *Law and life*, no. 6/2, pp. 105–109. (in Ukrainian)
12. Lobovikova O.O. (2011). Sotsialni merezhi yak fenomen informatsiinoho suspilstva [Social networks as a phenomenon of information society]. *Bulletin of the University of Lviv. The series is sociological*, no. 5, pp. 154–160. (in Ukrainian)
13. Igroup. Facebook. Available at: <https://igroup.com.ua/seo-articles/facebook/> (accessed 17 July 2019). (in Ukrainian)
14. «Pro rishennia Rady natsionalnoi bezpeky i obrony Ukrainy «Pro zastosuvannia personalnykh spetsialnykh ekonomichnykh ta inshykh obmezhuvalnykh zakhodiv (sanktsii)» : Ukaz Prezydenta Ukrainy vid 28 kvitnia

- 2017 r. No. 133/2017 / Prezydent Ukrainy [«On the decision of the National Security and Defense Council of Ukraine» On the application of personal special economic and other restrictive measures (sanctions)» : Presidential Decree of April 28, 2017 No. 133/2017 / President of Ukraine]. Available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/133/2017> (accessed 17 July 2019). (in Ukrainian)
15. «Pro sudovu praktyku u spravakh pro zakhyst hidnosti ta chesti fizychnoi osoby, a takozh dilovoi reputatsii fizychnoi ta yurydychnoi osoby» : Postanova Plenumu VSU vid 27 liutoho 2009 r. no. 1 / Plenum VSU [«On Judicial Practice in Cases on the Protection of the Dignity and Honor of an Individual, as well as the Business Reputation of an Individual and Legal Entity» : Resolution of the AFU Plenum of February 27, 2009 No. 1 / AFU Plenum]. Available at: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v_001700-09 (accessed 17 July 2019). (in Ukrainian)
 16. Onyshchenko O., Horovyi V., Popyk V. (2004). Sotsialni merezhi yak instrument vziaiemovplyvu vlady ta hromadianskoho suspilstva : monohrafiia [Social networks as a tool of interaction between government and civil society: a monograph]. *NAN Ukrainy, Nats. b-ka Ukrainy im. V.I. Vernadskoho*. Kyiv, p. 260. (in Ukrainian)
 17. Konstytutsiia Ukrainy : Zakon Ukrainy vid 28 cherv. 1996 r. No. 254k/96-VR / Verkhovna Rada Ukrainy [Constitution of Ukraine: Law of Ukraine of 28 June. 1996 No. 254k / 96-VR / The Verkhovna Rada of Ukraine]. Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80> (accessed 17 July 2019). (in Ukrainian)
 18. Research & Branding Group (2019). Available at: http://rb.com.ua/blog/praktika-polzovanijasocsetjamiukraine/?fbclid=IwAR3LAJVPowYPgDWdQ7uqvkWXrUnX8S_rkXry9nhmtuxsNUsinpNnn96zIvs (accessed 17 July 2019). (in Ukrainian)
 19. RBK-Ukraina (2019). [RBC-Ukraine]. Available at: <https://www.rbc.ua/ukr/news/sostavlenn-reyting-populyarnosti-sotsialnyh-1555070035.html> (accessed 17 July 2019). (in Ukrainian)
 20. We are social. URL: Available at: <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates> (accessed 17 July 2019).
 21. Vybory Prezydenta Ukrainy 2019 (2019). Tsentralna vyborcha komisiiia [Presidential Election 2019]. Available at: <https://www.cvk.gov.ua/pls/vp2019/wp005pt021f01=233pt001f01=719.html> (accessed 17 July 2019). (in Ukrainian)