

УДК 004.78:316.472.45:355.425 (470:477)

Соцмережа Фейсбук та захист українського інформаційного простору в умовах російсько-українського конфлікту

Артем ОНКОВИЧ

канд. пед. н., доц.

Київський національний
університет культури
і мистецтв

вул. Є. Коновальця, 36,
01133, Київ, Україна

e-mail: ioj@ukr.net

ORCID ID 0000-0003-2241-3714

© Онкович А., 2020

У представленому доробку — спроба проаналізувати значущість, місце і роль соціальних мереж як одного із інструментів проведення інформаційно-психологічних операцій гібридної війни.

Серед іншого, в статті розглянуто:

- причини становлення та популярності соціальних мереж в ролі масовокомунікаційного інструменту, його переваги порівняно із класичними мас-медійними платформами;
- деякі наукові розробки щодо методів та цілей проведення інформаційних операцій в умовах гібридної війни;
- конкретні приклади використання такого інструментарію в проведенні інформаційно-психологічних операцій гібридної війни, зокрема, щодо формування негативного іміджу України, підриву її мобілізаційної готовності, поширення панічних настроїв, відчуття небезпеки, соціальної непевності серед її громадян засобами соціальних мереж;
- а також деякі засоби протидії таким операціям в умовах «війни п'ятого виміру».

Перелічено інструменти спротиву в умовах інформаційної війни, в тому числі із міжнародної практики (юридичні, освітні, журналістські та громадські ініціативи).

Продемонстровано активність на державному, приватному, громадянському та споживацькому рівнях щодо ефективного забезпечення суспільства від потенційних шкідливих впливів на суспільство та державу з боку її недоброзичливців.

Подано практичні рекомендації на рівні користувача соціальних мереж щодо унеможливлення/зменшення небажаних ефектів від інформаційно-психологічних операцій, наголошено про важливість інформаційної гігієни та медіаграмотності, як для пересічних користувачів соціальних мереж, так і для тих, кому Фейсбук слугує професійним інструментом комунікації: громадським діячам, журналістам.

Стаття може стати в нагоді журналістам-практикам, студентам, науковцям, а також широкому колу користувачів соціальних мереж, що хотіли б підняти свій користувацький рівень, а також власне розуміння інформаційних процесів в умовах гібридної війни та їх утілення в соцмережах.

Ключові слова: Україна, інформаційна війна, гібридна війна, соціальні мережі, Фейсбук.

SOCIAL NETWORK "FACEBOOK" AND UKRAINIAN INFORMATION SPACE PROTECTION IN THE CONDITIONS OF RUSSIAN-UKRAINIAN CONFLICT

Artem Onkovych

PhD in Pedagogics, Associate Professor
Kyiv National University of Culture and Arts
36 Konovalets str., 01133, Kyiv, Ukraine
e-mail: ioj@ukr.net
ORCID ID 0000-0003-2241-3714

The presented work is an attempt to analyze the significance, place and role of social networks as one of the tools for conducting information and psychological operations of hybrid warfare.

Among other things, the article considers:

- *the reasons for the formation and popularity of social networks in the role of mass communication tool, its advantages over traditional media platforms;*
- *some scientific developments on the methods and purposes of conducting information operations in a hybrid war;*
- *specific examples of such tools using in conducting information and psychological operations of hybrid warfare, in particular the formation of Ukraine's negative image, undermining its mobilization readiness, panic spreading, feelings of danger, social insecurity among its citizens through social networks;*
- *and also some means of counteracting such operations in the "fifth-dimension war" context.*

The tools of resistance in the information war conditions, including those from the international practice (legal, educational, journalistic and public initiatives) are listed.

Here is demonstrated the activity at the public, private, civic and consumer levels towards effective society protection from potentially harmful effects on society and the state by its enemies.

Practical recommendations at the level of social network users on preventing/reducing the side effects of information and psychological operations are given, the importance of information hygiene and media literacy is emphasized both for ordinary social networks users and for those for whom Facebook serves as a professional communication tool: public figures, journalists.

The article can be useful for practicing journalists, students, scientists, as well as a wide range of social network users who would like to raise their user level, as well as their own understanding of information processes in a hybrid war and their implementation in social networks.

Keywords: *Ukraine, information war, hybrid war, social networks, Facebook.*

Актуальність проблеми

Умови інформаційного спротиву, в яких Україна вимушено опинилась у результаті військово-політичних процесів (як відкритого, так і прихованого характеру) з боку Російської федерації, загострились з 2014-го року та спонукають до розуміння інструментів ведення агресивної інформаційної політики, яка спрямована проти загального миру, суверенітету, територіальної цілісності, соціального-політичного спокою та безпеки, якості життя та громадської поінформованості, міжнародного іміджу України. Ця проблема тим важливіша для вивчення, що все більше воєнні операції доповнюються операціями гібридного характеру, і постають у тісному комплексі з ними.

Постановка проблеми

За таких умов постає необхідність у розумінні завдань та методів ведення гібридної війни на інформаційному (як виявилось, надзвичайно важливому) фронті, зокрема у соціальних мережах, одному із потужних інструментів інформаційного впливу та соціальної комунікації.

Невирішеними питаннями залишаються методи та засоби ефективної протидії небажаним та недружнім інформаційно-психологічним операціям щодо нашої держави, в тому числі у соціальних мережах. Також проблематичним є дотримання балансу свобода/безпека в умовах інформаційної війни.

Аналіз досліджень

Термін «гібридна війна» увійшов до активного обігу науковців та медіа з початку XXI століття, проте популярність, судячи з пошукових запитів, отримав лише з початком україно-російського протистояння. Так, американські військові теоретики Франк Гофман та Джеймс Меттіс (Mattis & Hoffman, 2005), Деніел Лесіка (Lasica, 2012) та Томас Хеммс (Hammes, 2006) розглядали можливість асиметричних відповідей на військові загрози (інформаційні в тому числі), а російський генерал Валерій Герасимов (Герасимов, 2013), чинний голова генштабу РФ, бере цю тактику для використання збройними силами Російської федерації на практиці.

З розвитком теорій гібридних війн, саме в ці роки розвивається таке явище, як соціальні мережі, увагу на які звернуло чимало науковців, серед яких, зокрема, Беррі Уеллман (Wellman, 2001), Франк Гофманн (Mattis & Hoffman, 2005). Починаючи із так званої «Арабської весни», соцмережі, і, зокрема, Фейсбук як найпопулярніший із таких сервісів, став інструментом координації та самоорганізації сторін конфлікту. З часом цю мережеву платформу почали використовувати як засіб дезінформації та дезорганізації, пропаганди та зумисної маніпуляції, іншими словами — інформаційну зброю.

У зв'язку з цим, починаючи з 2013-го року, різко зростає науковий, медійний та суспільний інтерес до використання соцмереж як інстру-

менту інформаційних воєн, що проявилось у дослідженнях, зокрема Георгія Почепцова (2011), Дмитра Кулеби (2019) та інших. Пояснення такому інтересу дуже просте: із теоретичних викладок інформаційна війна дуже швидко перейшла в реалії.

Завдання статті

З'ясувати роль та місце соціальної мережі Фейсбук як інструменту «війни п'ятого рівня». Розробити практичні рекомендації щодо спротиву небажаним інформаційним впливам в умовах такого протистояння.

Виклад основного матеріалу

Поширення інформаційно-телекомунікаційних технологій WEB2.0 призвело до появи нового засобу комунікацій, який увібрав у себе характеристики як індивідуальної, так і колективної, і масової комунікації.

Простота і доступність користувацького інтерфейсу; характеристики, що були властиві класичним ЗМІ на тлі можливості спілкування віз-а-ві; глобальний рівень спілкування призвели до популярності соцмереж: кількість користувачів яких давно налічує мільярди по всьому світу та десятки мільйонів — в Україні. Швидкість передачі повідомлень та можливість їх адресації, дешевизна та (як мінімум — видима) можливість керування інформаційними потоками, анонімність та транскордонність, відносна довіра — все це, порівняно із класичними ЗМІ, призвело до того, що соцмережа впевнено продовжує витіснити з інформаційного простору класичні ТБ, радіо, пресу та WEB1.0, які просто вимушені використовувати платформи соцмереж задля саморепрезентації, і, в такий спосіб, посилюють позиції своїх технологічних конкурентів («Ставлення населення», б.р.). Показово, що для значної кількості пересічних користувачів час, проведений в соцмережах, за тривалістю став другим після тривалості сну.

Розширення функціоналу соціальних мереж від звичайного засобу особистої комунікації до засобу вертикальної та горизонтальної організації суспільства привернуло увагу політичних партій та рухів, релігійних течій, об'єднань за інтересами чи фахом, земляцтв, фан-груп тощо.

Водночас і через це новий інструмент породив нові виклики перед користувачами («Фабрика тролів», б.р.; «Інтернет 30», 2019), ЗМІ («Добірка матеріалів», б.р.), урядами («Слухання в Сенаті», 2018), науковцями (Гриняев, б.г.; Кулеба, 2019), бізнесами (передусім, власниками цих інформаційних ресурсів) («Facebook», б.г.).

Мова, зокрема, про застосування соціальних мереж як інструмента «війни п'ятого виміру» (інформаційного, який виокремлюють на додачу сухопутного, морського, повітряного, космічного вимірів ведення воєнних дій).

Так, уже згаданий генерал В. Герасимов (2013) констатує використання інформаційного протистояння на всіх етапах гібридної війни (як у підготовчій, так і активній фазах).

Із форм сучасної інформаційної боротьби за С. Гриняєвим (Гриняєв, б.г.), виокремимо їх відображення (ключовими тезами) в антиукраїнському дискурсі соцмереж:

1. Створення аури бездуховності й аморальності, негативного ставлення до культурної спадщини противника. *Фашисти, бандерівці, хунта, карателі. Розп'ятий мальчик в трусиках, звалтована епилептичка, дівчинці задули монтажну піну. Україна, нібито, держава без історії, перемог. Україна — вигадка австро-угорського генштабу. Майдан розстріляв себе сам.*

2. Виявлення та посилення протиріч. *Росіянин і українець — один народ. Новороси — не українці. Поділ на «лівобережні-правобережні». Вуйки керують країною. Рагулі в'їхали в наше місто. Томос неканонічний. Провалились католикам.*

3. Маніпулювання суспільною свідомістю соціальних груп населення країни з метою створення політичної напруженості та хаосу. *Захист російськомовного населення. Україна — фейлстейт, країна 404. «Западенці» — другосортні. Крим — наш. Федералізація.*

4. Дестабілізація політичних відносин між партіями, об'єднаннями й рухами з метою провокації конфліктів, розпалення недовіри, підозрілості, загострення політичної боротьби, провокування репресій проти опозиції і навіть громадянської війни. *Фейки й тролінг однієї партії від імені ідеологічно близької партії. Навішування ярликів. «Кишенькова» соціологія. Порушення Закону про декомунізацію.*

5. Зниження рівня інформаційного забезпечення органів влади й управління, інспірація помилкових управлінських рішень. *Іловайський котел. Капітуляція — це мир. Основна загроза суспільству — УБД.*

6. Дезінформація населення про роботу державних органів, підірвав їхнього авторитету, дискредитація органів управління. *Порошенко відпочиває на курортах. Зеленський — інфантильний. Армія небоєздатна. В уряді всі злодії та корупціонери.*

7. Підірвав міжнародного авторитету держави, його співробітництва з іншими країнами. *Україна — договоронездатна. Порушує мінські угоди.*

8. Масове подання дезінформації в інформаційних каналах супротивника чи глобальних мережах для впливу на осіб, які приймають рішення. *Порошенко — Вальцман, збагатився за час президентства в 40 разів, братовбивця.*

Цей перелік не є і не може бути вичерпним, оскільки до вигаданих раніше вишукуються та вигадуються все нові і нові фейки, створюються та посилюються нові протиріччя, російські пропагандисти

продовжують створення альтернативної інформаційної реальності. Чого варті лише взаємосуперечливі версії про загибель МН-17 чи опис початку конфлікту на Південному сході України в подачі федеральних ЗМІ.

Така активна інформаційна діяльність, регулярна і систематична увага росЗМІ призвела до майже стовідсоткової наявності в підсумкових телепередачах, вечірніх новинах української тематики.

Ця інформація підхоплюється корпоративними сторінками федеральних ЗМІ у фейсбуці, а згодом — шириться через агентів впливу, ботів, звичайними користувачами соцмереж. Зазначимо, що «інформаційні впливи» не є однорідними: одні із них орієнтовані окремо для різних стратів Фейсбуку (подібно до діяльності Кембридж Аналітика), залежно від їх громадянства, національності, віросповідання, політичних уподобань, інші — мають широкий масовий характер.

Важливо зазначити, що кожен окремий пропагандистський вплив є ефективними відносно короткий час, проте кожен із них, і всі вони сукупно, залишають за собою умовні «трасери». Навіть у цифрову епоху, коли доступний широкий спектр засобів інформування, і, здавалося б, легко знайти спростування фейку, альтернативну точку зору, самостійно провести фактчекінг, чи банально знайти першоджерело інформації, залишається прошарок людей, які щиро вірять в чорний піар щодо своєї країни; будь-які контраргументи для такої аудиторії неефективні, оскільки порушують картину світу, вибудовану у них ворожою пропагандою. З іншого боку, пропагандистська машина вимушена регулярно підживлювати свою аудиторію усе новими і новими матеріалами, підтримуючи градус ненависті й обману.

Окремо зауважимо, що жертвами російської пропаганди за кордонами Росії, як правило, стають малосоціалізовані громадяни, що не знають мови країни перебування, тому основним джерелом отримання інформації про життя планети для них стають виключно федеральні ЗМІ. Така ситуація притаманна країнам Західної Європи, Ізраїлю, США. Як бачимо, мовний аспект у створенні смислів і образів є дуже вагомим, і, знову ж таки, виступає інструментом інформаційного протистояння.

Що можна протиставити навалі негативного наративу?

1. Блокування (фільтрування) небажаних джерел:

а) на рівні держави. (Указ Президента України Петра Порошенка № 133/2017 від 15 травня 2017 р. «Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)», які призвели до обмеження користування на падіння популярності таких ресурсів, як в ВКонтакті, Однокласники, Mail.ru, Яндекс, Лабораторія Касперського, Dr.Web. Хоча існують технічні можливості оминати блокування, ці сервіси втратили (і продовжують втрачати) у

частці аудиторії, а також понесли іміджеві втрати. Окрім того, блокування ресурсів відбилося в першу чергу на невпевнених інтернет-користувачах, які перебувають у «зоні дезінформаційних ризиків».

Такі заходи призвели до падіння популярності російських інформаційних ресурсів (за даними дослідження TNS за 2020 рік щодо популярності інтернет-ресурсів, серед Топ-25 немає жодного російського («Добірка матеріалів», б.р.).

В Україні на суспільний розгляд винесено законопроект «Про боротьбу з дезінформацією». Такі кроки викликають суспільну дискусію, оскільки сприймаються опонентами як утиски свободи слова, зокрема в доступі до інформації. Утім, дилема «свобода/безпека» в умовах війни, як правило, вирішується на користь «безпеки».

На жаль, малопомітними для українських ЗМІ залишаються регулярні активні заходи СБУ (так, на початку року було викрито злочинне угруповання «мінерів», що тероризували мешканців столиці з метою розбалансування соціального спокою. Водночас, ці ж громадяни вели активну підіривну антидержавну діяльність у соцмережах), хоча висвітлення таких дій є так само важливим, як і їх проведення.

б) На рівні власників соцмереж. Політика спільноти Фейсбук (яка, своєю чергою, відповідає законодавству США) щодо видалення акаунтів, сторінок, груп, діяльність яких має небезпечний характер, призводить до регулярного їх відсіювання. Зокрема, за 2014–2020 рр. видалено тисячі антиукраїнських майданчиків на цьому ресурсі, ведуться розробки щодо використання програмних алгоритмів для автоматизації таких дій. Проте, технічно відкриття неприйнятної Політикою Спільноти акаунту, вимагає менше ресурсів, ніж його виявлення та закриття.

Також компанією Фейсбук розглядається механізм введення спеціальної Ради з питань протистояння поширенню небажаним інформаційним повідомленням, що складатиметься переважно з юристів та журналістів.

в) На громадянському рівні. Політика «руконепотискання», відмова від співпраці з ворожими агентами впливу (як приклад — власник популярного ресурсу work.ua, що відмовив А. Шарію у розміщенні на цьому ресурсі будь-яких оголошень щодо працевлаштування у структурі одіозного блогера. Така політика є ефективним соціальним засобом витіснення небажаних елементів на маргінес суспільства).

г) На рівні користувача. (Відмова від використання та поширення шкідливого інформаційного продукту; дотримання інфогієни).

2. Проведення медіаосвітніх програм щодо запобігання шкідливій інформації. Цікавий приклад демонструє фінська система освіти, де до навчальних програм середньої школи введено дисципліну «Медіабезпека». Також важливою в цьому ключі видається робота жур-

налістів (наприклад, тематичні передачі «Антизомбі», «СтопФейк», постійна аналітика від «Детектор Медіа» тощо). Корисними є тренінги та курси на базі університетів та інших освітніх майданчиків, направлені на підвищення компетентності журналістів, щодо розвитку навичок фактчекінгу зокрема. Показово, що введення до фінської програми середньої школи дисципліни «Медіабезпека», ймовірно, призвело до скорочення аудиторії РІА Спутнік уже серед дорослої аудиторії цієї країни (мовлення російського каналу зупинено «голосуванням ногами»).

3. Варто пам'ятати про можливість симетричної та асиметричної відповіді у інформаційних війнах (деякі з них вважаються неприйнятними для окремих користувачів, чи неприйнятними для цілих професій). Будь-хто має можливість вираження власної громадянської позиції на мережевих ресурсах, в тому числі ворожих, що пропагують антиукраїнські ідеї, створюють негативний імідж держави. Це — надзвичайно ефективний засіб пробиття «інформаційного конону» (information bulb), в якому могли опинитись споживачі російського пропагандистського контенту. Такий вид спротиву навіть отримав жартівливу назву «диванні війська».

У будь-якому випадку, для всіх форм інформаційної війни важливою є «гра на випередження»: набагато легше блокувати доступ до інформаційного ресурсу, що поширює небажану інформацію (бан, ігнор, блокування, медіаосвітні заходи), ніж усувати наслідки шкідливої діяльності.

Висновки

Безпека держави — вагомий компонент її існування. Зовнішні відносини, інвестиційна та туристична привабливість, сприйняття життя та рівень соціального спокою багато в чому залежать від того, як вибудовано її інформаційний простір. Ворожі, злонамірні інформаційні посягання та руйнування інформаційного простору країни (чи руйнування держави через її інформаційний простір) є одним із інструментів гібридної війни, і, за аналогією до живої природи, вимагають вироблення імунітету, захисних реакцій, дій на випередження. В умовах війни (читай — самозбереження) питання вибору «свобода чи безпека?» вирішуються на користь аргументу «безпека».

Для користувача соціальних мереж ефективним інструментом інформаційної безпеки є фільтрування інформаційних потоків (відсіювання із користувацьких ресурсів таких, що мають сумнівну репутацію; у попередній діяльності яких помічено поширення фейкової інформації; які мають яскраво виражену ангажовану позицію; які подають інформацію безапеляційно й однобічно).

Варто вдумливо поширювати будь-які повідомлення, не піддаючись на провокації: фейкньюз створені для того і так, щоб користу-

вач сам почав передавати неправдиві новини. Критичне мислення, підтвердження/спростування викладених у повідомленні фактів можуть вплинути на те, щоб користувачеві не довелося відчувати ніяковиння через поширення ним неправдивої інформації, ставши у такий спосіб «корисним ідіотом».

Розважливе ставлення до інформаційної діяльності, розуміння quo prodest поширених повідомлень може стати ефективним інструментом у інформаційному протистоянні.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Герасимов, В. В. (2013). Ценность науки в предвидении. *Военно-промышленный курьер*, 8 (476). <https://www.vpk-news.ru/articles/14632>.
- Гриняев, С. (б.г.). Информационное противоборство в современную эпоху. *Psyfactor*. psyfactor.org/infowar1.htm.
- Добірка матеріалів за пошуковим запитом «рейтинг сайтів». (б.р.). *Детектор медіа*. <https://ms.detector.media/theme/24463/>.
- Интернету 30: Тім Бернерс-Лі занепокоєний. (2019, 12 марта). *Телекритика*. telekritika.ua/uk/internet/internetu-30-t-tim-berners-li-obespokoeni.
- Кулеба, Д. (2019, 13 лютого). Пророцтва справджуються. Уривок із книги «Війна за реальність: Як перемагати у світі фейків, правд і спільнот». *Детектор медіа*. goo.gl/EYKXUA.
- Почепцов, Г. (2011, 19 червня). Нові види комунікативних стратегій у суспільстві. *Politiko*. <http://politiko.ua/blogpost63913>.
- Слухання в Сенаті США щодо Фейсбуку: Цукерберг каже про «гонку озброєнь» з Росією. (2018, 11 квітня). *Радіо Свобода*. goo.gl/X4g8AU.
- Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів ЗМІ в Україні (2018 р.). (б.р.). *Проект У-Медіа*. goo.gl/11CJRv.
- Фабрика тролів*. (б.р.). [Добірка матеріалів за пошуковим запитом «ботоферма»]. *Детектор медіа*. detector.media/tag/2745/.
- Юрасов, С. (2019, 13 лютого). В Facebook уже 13 млн українців. Хто вони і де живуть. *Ліга.net*. goo.gl/CykzDR.
- Facebook. Нормы сообщества*. (б.г.). goo.gl/i1JTnX.
- Hammes, T. X. (2006). *The Sling and the Stone: On War in the 21st Century*. Zenith Press.
- Lasica, D. T. (2012). *Strategic Implications of Hybrid War: A Theory of Victory*. BiblioScholar.
- Mattis, J. N., & Hoffman, F. G. (2005). Future Warfare: The Rise of Hybrid Wars. *Proceedings*, 132 (131), 18–19.
- Nadkarni, A., & Hofmann, S. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences*, 52, 243–249.
- Wellman, B. (2001). Computer Networks As Social Networks. *Computers and Science*, 293, 2031–2034.

REFERENCES

- Dobirka materialiv za poshukovym zapytom «reitynh saitiv» [Selection of materials for the search query «site ranking»]. (n.d.). *Detektor media*. <https://ms.detektor.media/theme/24463/> [in Ukrainian].
- Fabryka troliv [Troll factory]*. (n.d.). [Dobirka materialiv za poshukovym zapytom «botoferma»]. *Detektor media*. detector.media/tag/2745/ [in Ukrainian].
- Facebook. Normy soobshchestva [Facebook. Community Standards]*. (n.d.). goo.gl/i1JThX [in Russian].
- Gerasimov, V. V. (2013). Tcennost nauki v predvidenii [The value of science in prediction]. *Voенно-promyshlennyi kurer*, 8 (476). <https://www.vpk-news.ru/articles/14632> [in Russian].
- Grinjaev, S. (n.d.). Informacionnoe protivoborstvo v sovremennuju jepohu [Information confrontation in the modern era]. *Psyfactor*. psyfactor.org/infowar1.htm [in Russian].
- Hammes, T. X. (2006). *The Sling and the Stone: On War in the 21st Century*. Zenith Press [in English].
- Internetu 30: Tim Berners-Li zanepokoienyi [Internet 30: Tim Berners-Lee is concerned]. (2019, March 12). *Telekrytyka*. telekritika.ua/uk/internet/internetu-30-t-tim-berners-li-obespokoien [in Ukrainian].
- Kuleba, D. (2019, February 13). Prorotstva spravdzhuiutsia. Uryvok iz knyhy «Viina za realnist: Yak peremahaty u sviti feikiv, pravd i spilnot» [The prophecies come true. Excerpt from the book «The War for Reality: How to Win in the World of Fakes, Truths and Communities»]. *Detektor media*. goo.gl/EYKXUA [in Ukrainian].
- Lasica, D. T. (2012). *Strategic Implications of Hybrid War: A Theory of Victory*. BiblioScholar [in English].
- Mattis, J. N., & Hoffman, F. G. (2005). Future Warfare: The Rise of Hybrid Wars. *Proceedings*, 132 (131), 18–19 [in English].
- Nadkarni, A., & Hofmann, S. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences*, 52, 243–249 [in English].
- Pocheptsov, H. (2011, June 19). Novi vydy komunikatyvnykh stratehii u suspilstvi [New types of communication strategies in society]. *Politiko*. <http://politiko.ua/blogpost63913> [in Ukrainian].
- Slukhannia v Senati SShA shchodo Feisbuku: Tsukerberh kazhe pro «honku ozbroien» z Rosiieiu [US Senate hearing on Facebook: Zuckerberg talks about «arms race» with Russia]. (2018, April 11). *Radio Svoboda*. goo.gl/X4g8AU [in Ukrainian].
- Stavlennia naselennia do ZMI ta spozhyvannia riznykh typiv ZMI v Ukraini (2018 r.) [Attitude of the population to the media and consumption of different types of media in Ukraine (2018)]. (n.d.). *Proiekt U-Media*. goo.gl/11CJRv [in Ukrainian].
- Wellman, B. (2001). Computer Networks As Social Networks. *Computers and Science*, 293, 2031–2034 [in English].
- Yurasov, S. (2019, February 13). V Facebook uzhe 13 mln ukrainsiv. Khto vony i de zhyvut [There are already 13 million Ukrainians on Facebook. Who they are and where they live]. *Liha.net*. goo.gl/CykzDR [in Ukrainian].