

Крістіна Назаренко

Київський національний університет ім. Тараса Шевченка, Україна

ВЕРИФІКАЦІЯ КОРИСТУВАЦЬКОГО КОНТЕНТУ РЕДАКТОРОМ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА

Kristina Nazarenko

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

VERIFICATION OF USER-GENERATED CONTENT BY INTERNET-MEDIA EDITOR

In the article for the first time in Ukrainian scientific discourse, the process of verification of user-generated content by the internet-media editors, the so-called “post-author” verification, was studied. The stages of the editor’s work during the implementation of fact-checking was clarified. The existing technological capabilities and methods that facilitate fast and quality verification of user-generated content within the supplied material was analyzed. The cases when the content cannot be subjected to verification or there is only a single source of its confirming that cannot be named was reviewed. The fundamental axioms of information verification, that can be used by the editor of internet-media while proceeding the verification of user-generated content was covered.

Keywords: verification of user generated content, internet-media editor, fact-checking, fundamental axioms of information verification.

Стрімкий технологічний розвиток людства, транспарентність суспільства та перехід до концепції прос’юмеризму¹ неминуче вплинули на медіадіяльність та медіавиробництво. Численна кількість інформації сьогодні не тільки споживається аудиторією, а й продукується нею. Цей процес набуває глобального масштабу та привертає увагу дослідників інтернет-комунікації. Медіа, в свою чергу, використовують надану користувачами інформацію задля власної мети: світлина, свідчення, коментарі аудиторії все частіше слугують базисом для написання журналістських матеріалів або новин. Використання користувацького контенту безперечно надає медіа-ресурсам великі переваги (інформативність, оперативність, ілюстративність), в той самий час вимагає прискіпливого контролю або верифікації.

Відповідно до усталених журналістських стандартів², обов’язок перевірки джерел інформації покладається безпосередньо на автора матеріалу. Редактор, який несе відповідальність перед читачами за якість опублікованих матеріалів, під час здійснення редакційного контролю має обов’язок пересвідчитись у проведенні фактчекінгу, тобто здійснити «поставторську» верифікацію. Особливо важливим це видається сьогодні, коли, як зазначає Ржевська В., медіа виступають у ролі важливого інструмента введення правдивих і неправдивих фактів у інформаційний обіг³. Окрім того, більшого поширення набувають хибні «блискавичні» новини, замітки, коментарі. Президент Сполучених Штатів Америки Дональд Трамп у своєму Twitter⁴ та у публічних промовах неодноразово нарікав на медіа, які спотворюють інформацію про нього та політику Адміністрації⁵.

¹ Мороз, О. (2017). Просьюмеризм и культура потребления. *ПостНаука*. <<https://postnauka.ru/video/72615>> (2017, лютий, 07).

² International Federation of Journalists (IFJ) (2018). *IFJ Declaration of Principles on the Conduct of Journalists*. <<http://www.ifj.org/about-ifj/ifj-code-of-principles/>>. (2018, червень, 17).

³ Ржевская, В. (2014). Украина на острие информационной войны. Стратегия выживания. *NivistiUA.net*. <<http://novostiua.net/stati/55618-ukraina-na-ostrie-informacionnoy-voyny-strategiya-vyzhivaniya.html>> (2018, квітень, 26).

⁴ Twitter (2016). Donald J. Trump account.. <<https://twitter.com/realdonaldtrump/status/749961528422625281>> (2018, червень, 04).

⁵ Los Angeles Times (2017). *Trump rails against news media in tweets: “A stain on America!”*. <<http://www.latimes.com/politics/la-pol-updates-everything-president-1512945958-htlstory.html>> (2018, грудень, 10).

ЗМІ не нехтують викривленням інформації під час висвітлення військових конфліктів. Зокрема, чимала кількість «фейків» зустрічається у репортажах щодо ситуації у Сирії¹ або на Сході України². Провідні світові медіа намагаються розробити стандарти, які б попереджали поширенню неправдивих відомостей. ВВС, зокрема, ще у 2004 році переглянула власні редакційні настанови через справу Гіллігана-Келлі та публічні звинувачення у хибності механізмів редакційного контролю³.

Питання верифікації журналістами користувацького контенту розглядалися численною кількістю дослідників, як міжнародних, так і українських. Серед них: М. Скотт, К. Вардл, С. Дабберл, П. Браун, А. Жуков, К.О. Горська, М. Остюхіна та О. Сухомлин. Окрім того, були розроблені спеціальні керівництва, які значно спрощують верифікацію користувацького контенту. Водночас менше дослідженою залишається «поставторська» верифікація користувацького контенту, яка здійснюється редактором інтернет-медіа і відіграє важливу роль у контролі за якістю публікацій. Отже, **мета дослідження** – розглянути процес верифікації користувацького матеріалу редактором інтернет-медіа, проаналізувати наявні інструменти перевірки інформації, які можуть дозволити редактору оперативно та якісно реагувати на сучасні виклики медіасередовища.

Верифікація – процес перевірки контенту на вірогідність або істинність. Близьке до цього поняття «фактчекінг» використовуються в сенсі перевірки фактичних тверджень з метою виявлення недомовок, маніпуляцій, розповсюдження неправдивої інформації⁴. В контексті цього дослідження обидва поняття вважаються комутативними, оскільки мають одну й ту саму остаточну мету – перевірити матеріал на правдивість.

Редактор розпочинає процес верифікації з оцінки наданого йому авторського оригіналу й з'ясовує, чи необхідно здійснювати перевірку. Всесвітньовідомий редактор та журналіст Стів Батрі стверджує, що потреба у перевірці інформації виходить із твердження, що більшість з джерел є оманливими: «Джерела також можуть мати хибні спогади або не мати достатніх знань чи розуміння ситуації. Вони можуть приносити шкоду і бути неспроможними говорити все, що знають, чи не бачити повної картини того, що відбувається в даний момент»⁵. У випадках, коли питань щодо якості джерел та правдивості інформації не виникає, а автор матеріалу надає необхідні авторитетні посилання, редактор може зосередитись на здійсненні інших посадових функцій не заглиблюючись у процес верифікації. З метою дотримання стандартів висвітлення інформації, необхідно звертати увагу на кількості джерел інформації. Відомі медіа-експерти із верифікації інформації Ріна Цубакі та Крейг Сільверман стверджують, що кількість джерел має становити не менше трьох.⁶

У випадку, коли джерельна база є відсутньою або виникають питання щодо її авторитетності, зважаючи на обмеження у часі, редактор має бути компетентним перевірити матеріал якісно та оперативно. Обізнаність щодо наявних методів перевірки інформації значно полегшує зазначений етап роботи. Визначені нижче інструменти є однаково доречними як для перевірки користувацького контенту, так і будь-якої іншої інформації або даних.

Для початку, редактор має зосередитись на виокремленні контенту, який необхідно верифікувати і, як зазначає відома американська дослідниця користувацького контенту Клер Вардл, з'ясувати:

- походження контенту (автентичність контенту або його фрагменту);
- джерело походження;

¹ Obozrevatel.ua. (2018). *Все ракеты попали в цель: Пентагон разгромил фейки о Сирии*. <<https://www.obozrevatel.com/abroad/vse-raketyi-popali-v-tsel-pentagon-razgromil-fejki-o-sirii.htm>> (2018, квітень, 14).

² Тиждень.ua (2015). *Фейки російських ЗМІ: самогубство “дідуся розін’ятого хлопчика” та клятва у вірності Гітлеру*. <<http://tyzhden.ua/News/140285>> (2018, липень, 07).

³ BBC Ukrainian.com. (2004). *Доповідь Гаттона і доля Бі-Бі-Сі*. <<https://www.bbc.com/ukrainian/programmes/story/2004/02/microscope1feb.shtml>> (2018, лютий, 01).

⁴ Семчишин, Я. (2018). *Фейк vs Факт. Як перевіряти інформацію від публічних осіб. MediaLab Online*. <<http://medialab.online/news/fejk-vs-fakt-yak-pereviryaty-informatsiyu-vid-publichny-h-osib/>>. (2018, квітень, 26).

⁵ Verificationhandbook.Com (2018). *Steve Buttry. Verification Fundamentals: Rules to Live By. A definitive guide to verifying digital content for emergency coverage*. <<https://verificationhandbook.com/book/chapter2.php>>. (2018, квітень, 26).

⁶ Verificationhandbook.Com (2018). *Craig Silverman. Rina Tsubaki. Creating a Verification Process and Checklist(s). A definitive guide to verifying digital content for emergency coverage*. <<https://verificationhandbook.com/book/chapter9.php>>. (2018, квітень, 26).

- дату створення;
- місце створення.¹

1. Встановлення особи автора або пошук першоджерела контенту.

Отримати більшість інформації можливо встановивши автора чи розповсюджувача користувацького контенту. Саме тому одним із перших кроків у верифікації редактором користувацького контенту є ідентифікація особи автора та/або пошук першоджерела користувацького контенту. Колишній редактор соціальних медіа в Reuters та наразі головний редактор новинного порталу Circa Ентоні Де Роса наголошує, що швидким та дієвим способом ідентифікації автора або першоджерела користувацького контенту є використання соціальних мереж². Трушар Барот, заступник редактора в «Центрі соціальних медіа і виробленого користувачами контенту у BBC News», зазначає: «контакт з особою, яка завантажила зображення, через профіль у соціальній мережі або адресу електронної пошти, з якої було поширено зображення, є першим кроком»³. Найчастіше для цього використовують такі популярні платформи, як Facebook та Twitter.

2. Перевірка особи автора або джерела користувацького контенту.

Наступним кроком, після ідентифікації особи автора або джерела користувацького контенту, має бути їх перевірка. Віце-президент компанії Facebook з управління продуктами Гай Розен у травні цього року повідомив про 583 мільйони профілів користувачів за перші три місяці 2018 року, які були визначені як «фейкові» та заблоковані⁴. Згодом з'явилась інформація про 1,3 мільярда фальшивих профайлів, які були видалені компанією Facebook за перше півріччя 2018⁵. The Washington Post повідомила, що Twitter за травень та червень 2018 року заблокував 70 мільйонів «фейкових» акаунтів⁶. Така невтішна статистика свідчить про необхідність здійснення перевірки особи автора або джерела користувацького контенту перед тим, як посылатися на них. Відомі медіа-експерти із верифікації інформації Ріна Цубакі та Крейг Сільверман стверджують, що перш ніж зв'язатися з джерелом необхідно самостійно зібрати інформацію про нього та/або максимально перевірити всю вже наявну інформацію⁷. Окрім того, соціальна мережа Facebook пропонує алгоритми дій з перевірки «реальності» профілю⁸, які може використовувати редактор задля своєї мети.

Наявні сьогодні високотехнологічні інструменти можуть сприяти швидкій перевірці особи автора користувацького контенту. Серед цифрових механізмів, які дозволяють знаходити контактну інформацію та профілі користувачів, доступними є такі ресурси, як LinkedIn⁹, Pipl.com¹⁰, WebMii¹¹. Функція Facebook Graph Search надає можливість встановити геолокацію людини, відстежувати місця, які вона відвідує та її інтереси¹². Плагін для Google Chrome HoverMe допомагає знайти

¹ Verificationhandbook.Com (2018). Claire Wardle. *Verifying User-Generated. A definitive guide to verifying digital content for emergency coverage*. <<https://verificationhandbook.com/book/chapter3.php>>. (2018, квітень, 26).

² Verificationhandbook.Com (2018). Anthony De Rosa. *Using Social Media as a Police Scanner*. <<https://verificationhandbook.com/book/chapter2.1.php>>. (2018, квітень, 26).

³ Verificationhandbook.Com (2018). Trushar Barot. *Verifying Images. A definitive guide to verifying digital content for emergency coverage*. <<https://verificationhandbook.com/book/chapter4.php>> (2018, квітень, 26).

⁴ Digital trends (2018). *Facebook removed 583 million fake accounts in the first quarter of 2018*.

<<https://www.digitaltrends.com/social-media/facebook-fake-accounts/>> (2018, квітень, 26).

⁵ NewsMediaWorks. (2018). *Facebook removes 1.3b fake accounts*. <<http://www.newsmediaworks.com.au/facebook-removes-1-3b-fake-accounts/>> (2018, червень, 02).

⁶ The Washington Post (2018). *Twitter is sweeping out fake accounts like never before, putting user growth at risk*. <https://www.washingtonpost.com/technology/2018/07/06/twitter-is-sweeping-out-fake-accounts-like-never-before-putting-user-growth-risk/?noredirect=on&utm_term=.80c16cd170bd> (2018, липень, 06).

⁷ Verificationhandbook.Com (2018). Craig Silverman. Rina Tsubaki. *Creating a Verification Process and Checklist(s). A definitive guide to verifying digital content for emergency coverage*. <<https://verificationhandbook.com/book/chapter9.php>>. (2018, квітень, 26).

⁸ Wikihow.Com (2018). *How to Reveal a Fake Facebook Account*. <<https://www.wikihow.com/Reveal-a-Fake-Facebook-Account>>

⁹ LinkedIn (2018). *Homepage* <<https://www.linkedin.com>> (2018, липень, 28).

¹⁰ Pipl.com (2018). *People Search*. <<https://pipl.com>> (2018, липень, 28).

¹¹ WebMii. (2018). *Homepage* <<http://webmii.com>> (2018, липень, 28).

¹² Lifewire.Com (2018). *Facebook Advanced Search Tips – Graph Searching 2.0*.

<<https://www.lifewire.com/facebook-advanced-search-tips-2653972>>. (2018, липень, 28).

профілі користувача в інших соціальних медіа, відштовхуючись від його стрічки новин у Facebook¹. Мережа LinkedIn: надає доступ до профайлів користувачів у вигляді резюме й дозволяє отримати інформацію про місце роботи, професійні або наукові здобутки людини, простежити її діяльність (через компанії/організації, з якими вони нині чи раніше були пов'язані)². Ресурс Pipl.com, дозволяє перевірити імена людей, імена користувачів, адреси електронної пошти і номери телефонів за допомогою перехресних посилань³. Для пошуку в міжнародному масштабі додатковим корисним ресурсом також є WebMe^{4, 5}.

З метою підтвердження отриманої від автора користувацького контенту інформації, та/ або у випадках, коли встановити особу автора користувацького контенту виявилось неможливим, редактор має зосередитися на **ідентифікації оригінальності змісту** – незалежно від того чи це є зображення, відео, текстове повідомлення чи щось інше.

3. Встановлення автентичності контенту.

Для початку, варто з'ясувати, чи можливо знайти такий або схожий контент в інших джерелах, а також:

- коли перша версія контенту була завантажена/знята/поширена;
- чи можливо ідентифікувати місце події;
- чи має контент, надісланий користувачем, гео-позначки;
- чи має контент які-небудь зв'язки з будь-якими веб-ресурсами;
- чи можливо ідентифікувати людину, яка поширила/завантажила цей контент, і зв'язатися з нею аби отримати додаткову інформацію⁶.

У випадку верифікації користувацького фото- або відеоконтенту, зазвичай використовують платформи Google Images⁷ чи TinEye⁸, які дозволяють визначити унікальність фото, знайти інші можливі послання на зображення, пов'язані фото, встановити першоджерело або перевірити оригінальність зображення (тобто виявити чи були зміннені певні окремі частини). Ресурс Foto Forensics шляхом проведення аналізу рівня якості зображення дозволяє встановити частини зображення, які було змінено⁹. Онлайн інструмент Jeffrey's Image Metadata Viewer у разі завантаження файлу фото надає можливість отримати інформацію про дату і час знімання, параметри налаштування камери і, в деяких випадках, GPS координати місця знімання¹⁰.

Платформи, які верифікують місця на фото або відеоматеріалах, є одними із найпопулярніших інструментів перевірки користувацького контенту. Такі ресурси, як NASA Earth Observatory¹¹ або Météo-France¹² надають доступ до супутникових зображень землі, які можуть значно спростити верифікацію позначеного на фото місця. Один із найпростіших та відоміших ресурсів – Google Maps – карта в режимі онлайн, яка надає повітряні та супутникові зображення Землі високої якості й опції перегляду місцевості та її ландшафту, інформацію про погоду і панорамний вид на 360 градусів на рівні вулиць¹³. Популярні фотохостинги Flickr¹⁴ та Instagram¹⁵ також дозволяють шукати фотографії за геолокацією й можуть бути корисними під час розслідувань та перевірки інформації.

¹ Techcrunch.com (2010). *See Your Twitter Friends' Social Profiles With HoverMe*. <<https://techcrunch.com/2010/12/23/see-your-twitter-friends-social-profiles-with-hoverme/>>. (2018, липень, 28).

² LinkedIn (2018). *Homepage* <<https://www.linkedin.com>> (2018, липень, 28).

³ Pipl.com (2018). *People Search*. <<https://pipl.com>> (2018, липень, 28).

⁴ WebMii. (2018). *Homepage* <<http://webmii.com>> (2018, липень, 28).

⁵ Verificationhandbook.Com (2018). *Trushar Barot. Verifying Images. A definitive guide to verifying digital content for emergency coverage*. <<https://verificationhandbook.com/book/chapter4.php>> (2018, липень, 28).

⁶ Verificationhandbook.Com (2018). *Craig Silverman. Rina Tsubaki. Creating a Verification Process and Checklist(s). A definitive guide to verifying digital content for emergency coverage*. <<https://verificationhandbook.com/book/chapter9.php>>. (2018, липень, 28).

⁷ Google Images (2018). *Homepage*. <<https://images.google.com>>. (2018, липень, 28).

⁸ TinEye Reverse Image Search (2018). *Homepage*. <<https://www.tineye.com/>>. (2018, липень, 28).

⁹ FotoForensics (2018). *Homepage*. <<http://fotoforensics.com/>>. (2018, липень, 28).

¹⁰ Jeffrey's Image Metadata Viewer. <<http://exif.regex.info/exif.cgi>>. (2018, липень, 28).

¹¹ NASA Earth Observatory. (2018). *Homepage*. <<https://earthobservatory.nasa.gov>>. (2018, липень, 28).

¹² Site Officiel de Météo-France (2018). *Accueil* <<http://www.meteofrance.com/accueil>>. (2018, липень, 28).

¹³ Google Maps. (2018). *Homepage*. <<https://www.google.com/maps>>. (2018, липень, 28).

¹⁴ Flickr: Find your inspiration. (2018). *Homepage*. <<https://www.flickr.com>>. (2018, липень, 28).

¹⁵ Instagram. (2018). *Homepage*. <<https://www.instagram.com>>. (2018, липень, 28).

У випадках верифікації користувацького контенту в формі коментарів, дописів, свідчень перевірка інформації має здійснюватися переважно через звернення до авторитетних джерел: офіційні органи або заяви публічних осіб. Проте, варто мати на увазі, що й вони можуть припускатися помилок або подавати некоректну інформацію. Так, у 2006 році губернатор Північної Вірджинії Джо Менчін повідомив репортерам, що 12 з 13 гірників, які потрапили у пастку під землею, були врятовані. Насправді ж лише один із гірників врятувався, решта дванадцять померли.¹ Задля уникнення таких випадків варто застосовувати додаткові джерела інформації – від місцевих експертів в університетах, неурядових організацій.

Перевірка фактичної вірогідності матеріалу розрізняється в залежності від поданого редактору матеріалу: об'єму і складності наявного в ньому користувацького контенту. У будь-якому випадку першорядне значення мають компетенція автора й вірогідність представленого ним матеріалу. Якщо вірогідність матеріалу викликає сумнів попри верифікацію й компетенції автора й/або редактора інтернет-медіа недостатньо, в таких випадках варто залучити до роботи експертів.²

4. Залучення експертної думки.

Один із провідних медіа-правників України, юрист Інституту масової інформації Дмитро Чоповський в «Інформаційній довідці по журналістським стандартам» визначає, що «достовірність» полягає в якості перевірки кожного факту в компетентних щодо цього факту джерелах «Про точну цифру бюджетних витрат логічно запитувати у міністра фінансів і (для балансу) – у голови бюджетного комітету парламенту. Про небезпеки ускладнень, пов'язані з черговим штамом грипу, – доцільно запитувати у лікаря-науковця і у лікаря-практика. Журналіст повинен завжди перевіряти будь-який факт у кількох компетентних джерелах. А для цього, розбираючись у черговій темі, він повинен чітко визначати компетентність тих чи інших посадовців або експертів».³

В журналістській та редакторській практиці трапляються непоодинокі випадки, коли інформацію не можливо верифікувати або її можливо підтвердити лише одним джерелом, яке через певні причини, не може бути названим.

Редакційні настанови BBC містять такі пункти щодо таких ситуацій: «Будь-яку пропозицію стосовно того, щоби спиратися на єдине неназване джерело, яке робить серйозне твердження, або надавати анонімність важливому учаснику, слід погоджувати на найвищому редакційному рівні». Серед питань, які впливають на рішення щодо публікації такої інформації враховується:

- суспільна важливість інформації;
- надійність джерела та його здатність мати достатню обізнаність щодо подій, про які ідеться;
- будь-які юридичні питання;
- міркування безпеки (наприклад, щодо інформаторів).⁴

Звертаючись до результатів дослідження у роботі Клер Уордл, вона стверджує, що: «Коли йдеться про оцінку «перевірено» або «не перевірено», чітких галузевих стандартів не існує. The Associated Press не публікуватиме матеріал, поки вони не зазнають верифікації. Оприлюднити неперевірений матеріал не ризикують і інші новинні канали, хоча важко бути на 100 відсотків упевненим у вірогідності фото або відео, знятих кимось, хто не має відношення до редакції. У результаті багато новинних організацій подають зображення або відео, зазначаючи, що це «не може бути піддано незалежній перевірці»». Дослідниця зазначає, що використовувати такі засоби не доречно, оскільки журналісти і редактори можуть провести верифікацію і вказати яку частину контенту вдалося перевірити, а яка фактчекінгу не піддавалася.⁵

Висновки. Отже, процес перевірки користувацького контенту в межах авторського оригіналу – невід'ємний етап роботи редактора з матеріалом. В сучасних реаліях інформаційного

¹ The New York Times (2006). *12 Miners Found Alive 41 Hours After Explosion*. <<https://www.nytimes.com/2006/01/04/us/12-miners-found-alive-41-hours-after-explosion.html>> (2018, січень, 04).

² Близнюк, А.С. (2006). *Робота редактора над авторським оригіналом: Методичні рекомендації*. Житомир, 8.

³ Чоповський, Д. (2011). Журналістські стандарти: інформаційна довідка. Інститут масової інформації. *Imi.Org.Ua* <<http://imi.org.ua/monitorings/jurnalistiski-standarti-informatsiyna-dovidka/>> (2018, травень, 05).

⁴ Редакційні настанови Бі-Бі-Сі. <http://journalib.univ.kiev.ua/BBC_Guidelines_Ukr.pdf>.

⁵ Клер Уордл. Представлення користувацького контенту в розслідувальній журналістиці. Посібник із верифікації для розслідувальної журналістики. <<http://books.irrp.org.ua/verificationhandbook/rozdil-9-predstavleniya-koristuvatskogo-kontentu-v-rozsliduvalnij-zhurnalistitsi/>>.

простору редактор інтернет-медіа має володіти навичками швидкої й якісної перевірки інформації. Велика кількість розроблених для журналістів алгоритмів та інтерактивних цифрових механізмів, в разі їх адаптації під потреби редактора, значно спрощують процес «поставторської» верифікації користувацького контенту, та, як наслідок, можуть сприяти підвищенню якості інформаційних продуктів. У додаток до вищеперахованого інструментарію фактчекінгу, Стів Батрі, пропонує такі фундаментальні аксіоми перевірки інформації, які можуть бути використані редактором:

- Створити план термінової верифікації;
- Встановити контакти з людьми (деякі редактори пропонують створювати та вести власні списки із контактами осіб, які можуть бути доречними під час верифікації, зокрема на цьому наголошує Е. Де Роса¹);
- Зв'язатися з безпосередніми авторами контенту;
- Виходити з того, що вся інформація може бути хибною;
- Консультуватися з перевіреними джерелами;
- Ознайомитися із новими методами пошуку та вивчення інформації, а також із новими інструментами².

Спираючись на такі базові постулати та дотримуючись їх, в додаток до цього використовуючи сучасні механізми перевірки інформації, редактор інтернет-медіа може здійснювати «поставторську» верифікацію користувацького контенту, яка частково вирішує проблему поширення неправдивої інформації у медіа. Зазначені прості кроки з перевірки інформації є необхідними у діяльності медіа в сучасних реаліях, коли користувацький контент використовують задля викривлення соціальних поглядів або маніпулювання думками аудиторії, а медіа залишаються на сторожі інформаційної безпеки суспільства.

References:

1. Moroz, O. (2017). Pros'jumerizm i kul'tura potreblenija [Prosumerism and culture are needed]. *PostNauka*. <<https://postnauka.ru/video/72615>> (2018, February, 07). [in Russian].
2. International Federation of Journalists (IFJ) (2018). *IFJ Declaration of Principles on the Conduct of Journalists*. <<http://www.ifj.org/about-ifj/ifj-code-of-principles/>>. (2018, February, 07). [in English].
3. Rzhetskaja, V. (2014). Ukraina na ostrie informacionnoj vojny. Strategija vyzhivaniya. [Ukraine on the edge of information war. Survival Strategy]. *NivistiUA.net*. <<http://novostiua.net/stati/55618-ukraina-na-ostrie-informacionnoy-voyny-strategiya-vyzhivaniya.html>> [in Ukrainian]. (2014, April, 26).
4. Twitter (2016). *Donald J. Trump account*. <<https://twitter.com/realdonaldtrump/status/749961528422625281>> (2018, June, 04).
5. Los Angeles Times (2017). *Trump rails against news media in tweets: "A stain on America!"*. <<http://www.latimes.com/politics/la-pol-updates-everything-president-1512945958-htmstory.html>> (2017, December, 10). [in English].
6. Obozrevatel.ua. (2018). Vse rakety popali v cel': Pentagon razgromil fejki o Sirii. <<https://www.obozrevatel.com/abroad/vse-rakety-popali-v-tsel-pentagon-razgromil-fejki-o-sirii.htm>> [in Ukrainian]. (2018, April, 14).
7. Tyzhden.ua (2015). Fejky rosijskix ZMI: samogubstvo "didusya rozip'yatogo xlopchyka" ta klyatva u virnosti Gitleru. <<http://tyzhden.ua/News/140285>> [in Ukrainian]. (2018, June, 07).
8. BBC Ukrainian.com (2004). Dopovid` Gattona i dolya BBS. <<https://www.bbc.com/ukrainian/programmes/story/2004/02/microscope1feb.shtml>> [in Ukrainian]. (2018, February, 01).
9. Semchyshyn, Ya. (2018). Fejk vs Fakt. Yak pereviryaty informaciyu vid publichnyx osib. *MadiaLab Online*. <<http://medialab.online/news/fejk-vs-fakt-yak-pereviryaty-informatsiyu-vid-publichny-h-osib/>> (2018, April, 14). [in Ukrainian].
10. Verificationhandbook.Com (2018). *Steve Buttry. Verification Fundamentals: Rules to Live By. A definitive guide to verifying digital content for emergency coverage*. <<https://verificationhandbook.com/book/chapter2.php>>. [in English].
11. Verificationhandbook.Com (2018). *Claire Wardle. Verifying User-Generated. A definitive guide to verifying digital content for emergency coverage*. <<https://verificationhandbook.com/book/chapter3.php>>. (2018, April, 14). [in English].

¹ Anthony De Rosa. Using Social Media as a Police Scanner. *A definitive guide to verifying digital content for emergency coverage*. <<https://verificationhandbook.com/book/chapter2.php>>.

² Steve Buttry. *Verification Fundamentals: Rules to Live By. A definitive guide to verifying digital content for emergency coverage*. <<http://verificationhandbook.com/book/chapter2.1.php>>.

12. Verificationhandbook.Com (2018). *Anthony De Rosa. Using Social Media as a Police Scanner. A definitive guide to verifying digital content for emergency coverage.* <<https://verificationhandbook.com/book/chapter2.1.php>>. (2018, April, 14). [in English].
13. Verificationhandbook.Com (2018). *Trushar Barot. Verifying Images. A definitive guide to verifying digital content for emergency coverage.* <<https://verificationhandbook.com/book/chapter4.php>> (2018, April, 14). [in English].
14. Digital trends (2018). *Facebook removed 583 million fake accounts in the first quarter of 2018.* <<https://www.digitaltrends.com/social-media/facebook-fake-accounts/>> (2018, April, 14). [in English].
15. NewsMediaWorks (2018). *Facebook removes 1.3b fake accounts.* <<http://www.newsmediaworks.com.au/facebook-removes-1-3b-fake-accounts/>> (2018, June, 02). [in English].
16. The Washington Post (2018). *Twitter is sweeping out fake accounts like never before, putting user growth at risk.* <https://www.washingtonpost.com/technology/2018/07/06/twitter-is-sweeping-out-fake-accounts-like-never-before-putting-user-growth-risk/?noredirect=on&utm_term=.80c16cd170bd> (2018, July, 06). [in English].
17. Wikihow.Com (2018). *How to Reveal a Fake Facebook Account.* <<https://www.wikihow.com/Reveal-a-Fake-Facebook-Account>> (2018, July, 28). [in English].
18. WebMii (2018). *Homepage* <<http://webmii.com>> (2018, July, 28). [in English].
19. Lifewire.Com (2018). *Facebook Advanced Search Tips – Graph Searching 2.0.* <<https://www.lifewire.com/facebook-advanced-search-tips-2653972>>. (2018, July, 28). [in English].
20. Techcrunch.com (2018). *See Your Twitter Friends' Social Profiles With HoverMe.* <<https://techcrunch.com/2010/12/23/see-your-twitter-friends-social-profiles-with-hoverme/>>. (2018, July, 28). [in English].
21. LinkedIn (2018). *Homepage.* <<https://www.linkedin.com>> (2018, July, 28). [in English].
22. Pipl (2018). *People Search.* <<https://pipl.com>> (2018, July, 28). [in English].
23. Trushar Barot. *Verifying Images. A definitive guide to verifying digital content for emergency coverage.* <<https://verificationhandbook.com/book/chapter4.php>> (2018, July, 28). [in English].
24. Verificationhandbook.Com (2018). *Craig Silverman. Rina Tsubaki. Creating a Verification Process and Checklist(s). A definitive guide to verifying digital content for emergency coverage.* <<https://verificationhandbook.com/book/chapter9.php>>. [in English].
25. Google Images (2018). *Homepage.* <<https://images.google.com>>. (2018, July, 28). [in English].
26. TinEye Reverse Image Search (2018). *Homepage.* <<https://www.tineye.com/>>. (2018, July, 28). [in English].
27. FotoForensics (2018). *Homepage.* <<http://fotoforensics.com/>>. (2018, July, 28). [in English].
28. Exif.Regex.Info (2018). *Jeffrey's Image Metadata Viewer.* <<http://exif.regex.info/exif.cgi>>. (2018, July, 28). [in English].
29. NASA Earth Observatory (2018). *Homepage.* <<https://earthobservatory.nasa.gov>>. (2018, July, 28). [in English].
30. Site Officiel de Météo-France (2018). *Accueil.* <<http://www.meteofrance.com/accueil>>. (2018, July, 28). [in English].
31. Google Maps. (2018). *Homepage.* <<https://www.google.com/maps>>. (2018, July, 28). [in English].
32. Flickr: Find your inspiration. (2018). *Homepage.* <<https://www.flickr.com>>. (2018, July, 28). [in English].
33. Instagram. (2018). *Homepage.* <<https://www.instagram.com>>. (2018, July, 28). [in English].
34. The New York Times (2006). *12 Miners Found Alive 41 Hours After Explosion.* <<https://www.nytimes.com/2006/01/04/us/12-miners-found-alive-41-hours-after-explosion.html>> (2018, January, 04). [in English].
35. Blyzniuk, A.S. (2006). *Robota redaktora nad avtorskym oryhalom: Metodychni rekomendatsii.* Zhitomir. [in Ukrainian].
36. Chopovskyj, D. (2011). *Zhurnalists`ki standarty: informacijna dovidka.* Instytut masovoyi informaciyi. <<http://imi.org.ua/monitorings/jurnalistski-standarti-informatsiy-na-dovidka/>> (2018, May, 05). [in Ukrainian].
37. Journlib.Univ.Kiev.Ua (2018). *Editorial guidelines for BBC.* <http://journlib.univ.kiev.ua/BBC_Guidelines_Ukr.pdf> (2018, July, 28). [in Ukrainian].