

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»**

Кафедра міжнародних відносин та журналістики
Спеціальність 061 «Журналістика»

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему:

КОНТЕНТ-АНАЛІЗ ФЕЙКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В МЕДІАПРОСТОРИ

Уляновської Альони Ігорівни
групи ЖУР-20зн

Науковий керівник:
Професор, кандидат
філологічних наук
доцент, Момот Неля
Миколаївна

(науковий ступінь, вчене звання або
посада)

Попередній захист:

(Висновок: «До захисту в Екзаменаційній комісії»)

Завідувач кафедри _____ Момот Н.М. _____
(Підпис) (Прізвище, ініціали) (Дата)

Київ — 2024 рік

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕЙКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

- 1.1. Визначення та характеристика фейкової інформації
- 1.2. Розповсюдження фейкової інформації в медіапросторі
- 1.3. Методи та інструменти аналізу контенту за обраними джерелами

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФЕЙКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В МЕДІАПРОСТОРИ

- 2.1. Виділення основних тем та тематик фейкових матеріалів
- 2.2. Аналіз структури та стилістики фейкової інформації
- 2.3. Виявлення потенційних джерел походження фейків

РОЗДІЛ 3. ВПЛИВ ФЕЙКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ ТА ЗАСОБИ ПРОТИДІЇ

- 3.1. Психологічні та соціальні аспекти впливу фейкової інформації
- 3.2. Протидія та запобігання поширенню фейкової інформації

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. З поширенням інтернету та соціальних мереж фейкова інформація стає важливим аспектом загрози інформаційній безпеці. Дослідження цього явища дозволяє розуміти масштаб та вплив фейкової інформації на суспільство, бізнес та політичні процеси.

Фейкова інформація може значно впливати на громадську думку, створюючи спотворені уявлення про події та особистості. Дослідження її контенту допомагає визначити засоби та методи впливу. Фейкова інформація підриває довіру до медіа. Розуміння та виявлення її особливостей допомагає розвивати стратегії для підвищення медійної грамотності та впізнавання фейків. З розвитком технологій стає все легше створювати вірогідно виглядаючу фейкову інформацію. Актуальність полягає в розумінні новітніх технік та алгоритмів, які використовуються для створення та поширення фейків. Фейкова інформація може впливати на соціокультурні процеси, формуючи стереотипи та впливаючи на сприйняття подій. Аналіз контенту допомагає розкрити цей вплив. Фейкова інформація може бути використана для маніпулювання політичними процесами та виборами. Дослідження сприяє розкриттю політичних наслідків та розробці стратегій протидії. З урахуванням цих аспектів вивчення фейкової інформації стає важливим завданням, яке визначає різні сфери сучасного суспільства.

Ступінь наукової розробки проблеми. Окремі аспекти досліджуваної проблеми вивчалися в роботах таких дослідників, як М. О. Кіца [8; 9], Є. Глуцук [3], Є. О. Кияниці [7], О. О. Клочко [10], Р. Ф. Черниш [25; 26] та інших.

Метою дослідження є здійснення контент-аналізу фейкової інформації в медіапросторі.

Досягнення вказаної мети передбачає вирішення таких **завдань**:

- 1) охарактеризувати теоретичні засади фейкової інформації в медіапросторі;
- 2) встановити методи та інструменти аналізу контенту за обраними джерелами;

- 3) здійснити виділення основних тем та тематик фейкових матеріалів;
- 4) проаналізувати структуру та стилістику фейкової інформації та виявити потенційні джерела походження фейків;
- 5) розглянути вплив фейкової інформації на громадську думку та засоби протидії.

Об'єктом дослідження є джерела інформації медіапростору.

Предметом дослідження є контент фейкової інформації, включаючи його структуру, мовленнєві засоби, теми, методи поширення, вплив на аудиторію, та інші аспекти.

Методи дослідження. За допомогою методу аналізу змісту здійснювалося визначення ключових тем, структури та основних елементів фейкової інформації, частоти зустрічання певних тем, слів чи фраз в фейкових повідомленнях; метод мовленнєвого аналізу використовувався при розгляді значень та семантичних аспектів використовуваних термінів та фраз та визначенні емоційного тону використовуваного мовлення. Аналіз засобів масової інформації застосовувався при вивченні джерел та механізмів поширення фейкової інформації через різні медіаплатформи та визначення зв'язків та впливу між різними джерелами. Метод соціологічного аналізу використовувався для аналізу впливу фейкової інформації на громадську думку та ставлення до певних тем.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у виявленні особливостей поширення фейкової інформації в конкретних медійних середовищах або соціальних мережах, що може включати аналіз статистичних даних та трендів та вивченні психологічних аспектів сприйняття фейкової інформації, що може включати дослідження впливу фейкових новин на поведінку та переконання людей.

Практична значущість одержаних результатів полягає у забезпеченні підґрунтя для подальших досліджень у сфері боротьби з фейковою інформацією та розвитку стратегій протидії дезінформації в медіапросторі.

Структура дипломної роботи обумовлена метою та завданнями дослідження. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків і

списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 72 сторінки, з яких 6 сторінок – список використаних джерел із 60 найменувань.

ВИСНОВКИ

1) Таким чином, у результаті дослідження було охарактеризовано теоретичні засади фейкової інформації в медіапросторі. Фейкова інформація, часто відома як "фейки", "дезінформація" або "псевдоновини", - це неправдива або маніпулятивна інформація, яка призначена обманувати аудиторію та впливати на її переконання, дії або поведінку. Це може включати неправдиві повідомлення, фальшиві фотографії, вигадані цитати та інші змістові елементи, які призводять до спотворення реальності. Характеристики фейкової інформації включають недостовірність джерела, відсутність підтверджуючих доказів, схильність до маніпуляції та широке поширення через соціальні мережі та інші медіа-канали.

Фейкова інформація поширюється в медіапросторі через різні канали, включаючи соціальні мережі, веб-сайти, традиційні медіа, месенджери та інші платформи. Соціальні мережі зазвичай виявляються найпоширенішими каналами для поширення фейкової інформації через їхню швидкість, широкий охоплення та можливість взаємодії користувачів. Часто фейкові новини отримують велику популярність завдяки вірогідному вигляду та емоційно зарядженому змісту, що сприяє їхньому вірогідному розповсюдженню.

2) Було встановлено методи та інструменти аналізу контенту за обраними джерелами. Для аналізу контенту за обраними джерелами можна використовувати різноманітні методи та інструменти, включаючи перевірку джерела: перш ніж ділитися інформацією, варто перевірити її джерело на достовірність та авторитетність. Використання фактчекерських ресурсів або інструментів для перевірки правдивості тверджень та фактів, що містяться в інформаційних матеріалах. Важливо розглядати інформацію в контексті та аналізувати її зміст для виявлення елементів маніпуляції чи недостовірності. Технології штучного інтелекту можуть допомогти автоматизувати аналіз контенту, виявляти патерни фейкової інформації та ідентифікувати її джерела.

3) Здійснено виділення основних тем та тематик фейкових матеріалів.

Основні теми та тематики фейкових матеріалів можуть варіюватися в залежності від суспільно-політичного контексту та цілей тих, хто їх створює. Однак деякі загальні теми можуть включати політику, соціальні питання, міжнародні конфлікти, здоров'я та медицину, екологію та інші актуальні теми. Фейкові матеріали часто спрямовані на виклик емоцій, використання сенсаційної інформації та маніпуляцію аудиторією.

4) Проаналізовано структуру та стилістику фейкової інформації та виявлено потенційні джерела походження фейків. Структура та стилістика фейкової інформації часто підлаштовується таким чином, щоб вона виглядала вірогідно та авторитетно. Це може включати використання академічного або офіційного тону, додавання посилань на вигадані джерела, а також використання фотографій або відео, що створюють враження об'єктивності. Однак часто фейкові матеріали мають внутрішній протиріччя або недостовірність фактів, яка може бути виявлена при докладному аналізі.

Виявлення потенційних джерел походження фейків включає дослідження джерела інформації, перевірку його авторитетності та історії, а також вивчення контексту, в якому ця інформація з'явилася. Підозрілі джерела можуть включати недостовірні новинні сайти, анонімні акаунти у соціальних мережах, а також індивідуальних користувачів з сумнівною репутацією.

5) Розглянуто вплив фейкової інформації на громадську думку та засоби протидії. Фейкова інформація може мати значний психологічний та соціальний вплив на індивідів та суспільство в цілому. Психологічно, вона може спричиняти почуття страху, обурення, непевності та роздратування. Люди можуть повірити фейковій інформації через емоційне завороження, підсилене соціальними мережами та алгоритмами, які підкріплюють ізольовані світогляди та вподобання.

Соціально, фейкова інформація може призводити до розколу у суспільстві, збільшення напруги між групами, а також погіршення довіри до ЗМІ та інституцій. Це може мати серйозні наслідки для демократичних процесів, наприклад, впливати на результати виборів та призвести до подальшого поділу у

суспільстві.

Протидія та запобігання поширенню фейкової інформації вимагає комплексного підходу, що включає медійну грамотність, розвиток технологій, залучення соціальних мереж, підтримку професійної журналістики та ефективне законодавство.

Серед іншого, вважаємо, що може бути дієвим застосування таких стратегій, як навчання людей критично мислити про інформацію, яку вони споживають, адже медійна грамотність допомагає розпізнати фейкові новини і розуміти, як правильно перевіряти джерела інформації; журналісти повинні дотримуватися етичних стандартів та перевіряти факти перед публікацією матеріалів – це також потребує як навчання, так і контролю та моніторингу щодо достовірності інформативних даних. Варто зауважити, що застосування штучного інтелекту і алгоритмів машинного навчання може допомогти виявляти фейкові новини та їх джерела, а спільні зусилля між країнами у виявленні та протидії цьому явищу можуть бути ефективними. Також платформи соціальних мереж можуть впроваджувати політики, спрямовані на боротьбу з фейковою інформацією, такі як маркування сумнівних матеріалів або зменшення їх видимості, що ми маємо можливість спостерігати нині, зокрема, на платформах Facebook, LinkedIn, Twitter та інших. Вагомим також вважаємо наявність ефективного законодавства щодо поширення дезінформації, яке може відігравати важливу роль у запобіганні поширенню фейкових новин, адже, як було виявлено в процесі дослідження, фейкові новини відіграють значну негативну роль і в державницькому та геополітичному вимірах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 11.03.2021 року «Про створення Центру протидії дезінформації» : Указ Президента України. База даних «Законодавство України». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/106/2021> (Дата звернення : 19.02.2024)
2. Атака кульових блискавок на Україну виявилася експериментальним фейком. URL : <https://ua.news/ua/ataka-kulovyhblyskavok-na-ukrayinu-vuyavylasya-eksperymentalnym-fejkom> (Дата звернення : 19.02.2024)
3. Глушук Є. Фейки як інструмент тиску в умовах війни: специфіка застосування та сприйняття. Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. 2023. Вип. 67. С. 96-107
4. Гордієнко Т. Чотири рецепти дослідження фейків за допомогою онлайн-інструментів. Детектор медіа. 06.02.2018. URL : <https://ms.detector.media/how-to/post/20527/2018-02-06-chotyry-retsepty-doslidzhennya-feykiv-za-dopomogoyu-onlayn-instrumentiv/> (Дата звернення : 19.02.2024)
5. Гороховський О. М. Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи : практичний посібник. Дніпро : ЛІРА, 2017. 133 с.
6. Драпак М. Міжцарство, або імітація реальності. Medialab. 02.04.2019. URL : <https://medialab.online/news/imitationofreality/> (Дата звернення : 19.02.2024)
7. Кияниця Є. О. Фактори формування та сприйняття медіаконтенту сучасними аудиторіями. Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Соціальні комунікації. Т. 31 (70). № 3. Ч. 3. 2020. С. 210–215
8. Кіца М. О. Особливості та методи виявлення фейкової інформації в українських ЗМІ. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія : Журналістські науки. 2017. Вип. 883. С. 28–32
9. Кіца М. О. Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію. Наукові записки Української академії друкарства. 2016. № 1. С. 281–287

10. Ключко О. О. Мовні засоби фейкових новин. Перекладацькі інновації : матеріали XIII Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, м. Суми, 24 листопада 2023 р. Суми : Сумський державний університет, 2023. С. 31-32
11. Котубей О. Про що цього року брехала Росія : фейки, дезінформація та вкиди про російсько-українську війну і як їм протидіяти. Суспільне культура. 21.12.2023. URL : <https://suspilne.media/culture/636550-pro-so-cogo-roku-brehala-rosia-fejki-dezinformacia-ta-vkidi-pro-rosijsko-ukrainsku-vijnu-i-ak-im-protidiati/> (Дата звернення : 20.02.2024)
12. Літвінчук І. С. Дезінформація в соціальних мережах : алгоритми протидії. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Журналістика. 2023. № 1. С. 181-186
13. Маляренко В. І. Кращі практики зарубіжного досвіду боротьби з фейками та дезінформацією. Інформація і право. 2021. № 3. С. 21-27
14. Машкова Я. Українські медіа та війна. Підсумки моніторинрів ІМІ 2023 року. Інститут масової інформації. 09.01.2024. URL : <https://imi.org.ua/monitorings/-i58282> (Дата звернення : 20.02.2024)
15. Медіазнавчі студії в євроінтеграційному дискурсі України : колективна монографія / наук. ред. В. Л. Іващенко. Київ : ДП «Експрес-об`ява», 2022. 200 с.
16. Миколайчук Б. Епідемія дезінформації : чому фекки стали частиною нашого життя і як «вакцинуватися». Центр демократії та верховенства права. 22.07.2021. URL : <https://cedem.org.ua/analytics/epidemiya-dezinformatsiyi/> (Дата звернення : 20.02.2024)
17. Михайлів В. Фейк Україна нібито оголосила депортацію жителів Харкова, готуючи його до оборони. Детектор медіа. 07.03.2024. URL : <https://disinfo.detector.media/post/ukraine-nibyto-oholosyla-deportatsiiu-zhyteliv-kharkova-hotuiuchy-ioho-do-oborony> (Дата звернення : 10.03.2024)
18. Мицко Л. Медіаклони й дезінформація. Лайфхаки та інструменти для боротьби з фейками. Медіамейкер. 01.11.2023. URL :

<https://mediamaker.me/mediaklony-j-dezinformacziya-lajfhaky-ta-instrumenty-dlya-borotby-z-fejkamy-5540/> (Дата звернення : 20.02.2024)

19. Момот Н.М. Історія комунікаційного простору української культури в публіцистиці Є. Маланюка. Комунікаційний простір постінформаційного суспільства : проблеми та перспективи: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, 30 травня 2023 року). Вінниця : ТВОРИ, 2023. С. 67-70

20. Мудра І. Поняття "фейк" та його види у ЗМІ. Теле- та радіожурналістика. 2016. Вип. 15. С. 184-188

21. Півторак О. «Постійне дежавю». Аналіз фейків про Україну від січня 2015 до лютого 2024 року. Детектор медіа. 29.02.2024. URL : <https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplivi/post/34319/2024-02-29-postiynne-dezhavyu-analiz-feykiv-pro-ukrainu-vid-sichnya-2015-do-lyutogo-2024-roku/> (Дата звернення : 11.03.2024)

22. "Потреба США та Заходу в мирних переговорах стає все нагальнішою" : добірка фейків та маніпуляцій світових ЗМІ за 27 лютого. Еспресо. 27.02.2024. URL : <https://espreso.tv/viyna-z-rosiyeyu-potreba-ssha-ta-zakhodu-v-mirnikh-peregovorakh-stae-vse-nagalnishoyu-dobirka-feykiv-ta-manipulyatsiy-svitovikh-zmi-za-27-lyutogo> (Дата звернення : 10.03.2024)

23. Сливенко О. Фейк Український волонтер нібито отримав подяку від Міноборони, а разом повістку й запрошення «служити» у ЗСУ. Детектор медіа. 08.03.2024. URL : <https://disinfo.detector.media/post/ukrainskyi-volonter-nibyto-otrymav-podiaku-vid-minoborony-a-zarazom-povistku-i-zaproshehnia-sluzhyty-u-zsu> (Дата звернення : 11.03.2024)

24. Сучасні методи виявлення фейків у соціальних мережах. Optima Academy. URL : <https://optima.study/blog/suchasni-metodi-viyavlennya-feykiv-u-socialnih-merezhah> (Дата звернення : 11.03.2024)

25. Фейк на 20 тисяч репостів. Як українець у Facebook експериментував. URL : <https://life.pravda.com.ua/society/2018/03/19/229641/> (Дата звернення : 12.03.2024)

26. Черниш Р. Ф. Соціальні мережі, як спосіб деструктивного впливу спецслужбами Російської Федерації на свідомість молоді. Сучасні тенденції розбудови правової держави в Україні та світі : зб. наук. ст. за матеріалами III Міжнар. наук.-практ. конф. (Житомир, 14 трав. 2015 р.), 2015. С. 402–406
27. Черниш Р. Ф. Фейк як один із інструментів негативного впливу на національну безпеку України в умовах ведення гібридної війни. Вісник Київського університету права. 2019. № 2. С. 109-114
28. Як визначити та зловити фейк? Інститут масової інформації. 07.09.2018. URL : <https://imi.org.ua/advice/yak-vyznachyty-ta-zlovyty-fejk-i2388> (Дата звернення : 27.02.2024)
29. Adeeb Rana A., Mirhoseini M. The Impact of Affect on the Perception of Fake News on Social Media : A Systematic Review. Soc. Sci. 2023. № 12(12). URL : <https://doi.org/10.3390/socsci12120674> (Дата звернення : 27.02.2024)
30. Aimeur E., Amri S., Brassard G. Fake news, disinformation and misinformation in social media : a review. Social Network Analysis and Mining. 2023. Volume 13. № 30. URL : <https://link.springer.com/article/10.1007/s13278-023-01028-5> (Дата звернення : 27.02.2024)
31. Aldwairi M., Alwahedi A. Detecting Fake News in Social Media Networks. Procedia Computer Science. 2018. № 141. Pp. 215–222
32. Berente Nicholas C. A. de L. S. Is That Social Bot Behaving Unethically? Communications of the ACM. 2017. Vol. 60, no. 9. Pp. 29–31
33. Bondielli A., Marcelloni F. A survey on fake news and rumour detection techniques. Sciencedirect. 2019. Volume 497. Pages 38-55
34. Candice Benjes-Small Fake News Definition. William & Mary Libraries. URL : <https://guides.libraries.wm.edu/fakenews>
35. Characteristics of Fake News & Media Bias. Thompson Rivers University Library. 02.08.2022. URL : <https://libguides.tru.ca/fakenews/characteristics>
36. Del Vicario M., Bessi A., Zollo F. etc. The spreading of misinformation online. Pnas. 04.01.2016. № 113 (3). Pp. 554-559
37. Erdelyi Karina M. The Psychological Impact of Information Warfare &

Fake News. Psycom. 12.08.2020. URL : <https://www.psycom.net/iwar.1.html>

38. Escolà-Gascón Á., Dagnall N., Denovan A. etc. Who falls for fake news? Psychological and clinical profiling evidence of fake news consumers. *Personality and Individual Differences*. 2023. Volume 200. URL : <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886922003981#s0095> (Дата звернення : 28.02.2024)

39. Fake News and Information Literacy. University of Oregon. 08.09.2023. URL : <https://researchguides.uoregon.edu/fakenews/issues/defining> (Дата звернення : 25.02.2024)

40. "Fake News" & Misinformation. Macdonald-Kelce Library. 15.12.2023. URL : <https://utopia.ut.edu/FakeNews/factcheck> (Дата звернення : 24.02.2024)

41. Han L., Meng C., Ying C. Network Structural Perturbation and its Applications for Controlling Misinformation Diffusion. *Security and Communication Networks*. 2021. URL : <https://www.hindawi.com/journals/scn/2021/7999760/> (Дата звернення : 26.02.2024)

42. How is Fake News Spread? Bots, People like You, Trolls, and Microtargeting. Center for Information Technology & Society. URL : <https://cits.ucsb.edu/fake-news/spread> (Дата звернення : 26.02.2024)

43. Kanozia R., Arya R., Singh S., etc. A Study on Fake News Subject Matter, Presentation Elements, Tools of Detection, and Social Media Platforms in India. *Asian Journal for Public Opinion Research*. 2021. № 9(1). Pp. 48–82

44. Kiely E., Robertson L. How to Spot Fake News. *Factcheck*. 18.11.2016. URL : <https://www.factcheck.org/2016/11/how-to-spot-fake-news/> (Дата звернення : 02.03.2024)

45. Kwek A., Peh L., Tan J., Lee Jin X. Distractions, analytical thinking and falling for fake news : A survey of psychological factors. *Humanities and Social Sciences Communications*. 2023. Volume 10. № 319. URL : <https://www.nature.com/articles/s41599-023-01813-9#Sec26> (Дата звернення : 02.03.2024)

46. Lamprou E., Antonopoulos N., Anomeritou I., Apostolou C.

Characteristics of Fake News and Misinformation in Greece : The Rise of New Crowdsourcing-Based Journalistic Fact-Checking Models. *Journal. Media.* 2021. № 2(3). Pp. 417-439

47. News : Fake News, Misinformation & Disinformation. Campus Library. 27.02.2024. URL : <https://guides.lib.uw.edu/bothell/news/misinfo> (Дата звернення : 02.03.2024)

48. Pennycook G., Rand David G. The Psychology of Fake News. *Trends in Cognitive Sciences.* 2021. Volume 25, Issue 5. Pp. 388-402

49. Polger M. A. Misinformation and Disinformation : Thinking Critically about Information Sources. College of Staten Island Library. 29.11.2016. URL : <https://library.csi.cuny.edu/misinformation> (Дата звернення : 03.03.2024)

50. Rahmanian E. Fake news : a classification proposal and a future research agenda. *Spanish Journal of Marketing – ESIC.* 19.04.2023. URL : <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/SJME-09-2021-0170/full/html> (Дата звернення : 03.03.2024)

51. Rocha Yasmim M., de Moura Gabriel A., Desidério Gabriel A. The impact of fake news on social media and its influence on health during the COVID-19 pandemic : a systematic review. *Z Gesundh Wiss.* 2021. URL : <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8502082/> (Дата звернення : 05.03.2024)

52. Rubin Victoria L., Chen Y., Conroy Nadia K. Deception detection for news : Three types of fakes. *Asistdl.* 24.02.2016. URL : <https://asistdl.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/pr2.2015.145052010083> (Дата звернення : 05.03.2024)

53. Schultz J. Identifying fake news in an infodemic. *Lumivero.* 10.02.2023. URL : <https://lumivero.com/resources/identifying-fake-news-in-an-infodemic/> (Дата звернення : 18.02.2024)

54. Shane T. The psychology of misinformation : Why we're vulnerable. First draft. 30.06.2020. URL : <https://firstdraftnews.org/articles/the-psychology-of-misinformation-why-were-vulnerable/> (Дата звернення : 07.03.2024)

55. Talwar S., Dhir A., Singh D., etc. Sharing of fake news on social media: Application of the honeycomb framework and the third-person effect hypothesis. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2020. Volume 57. URL : <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698920306433#sec6> (Дата звернення : 08.03.2024)

56. 13 online tools that help to verify the authenticity of a photo. Stopfake. 29.07.2014. URL : <https://www.stopfake.org/en/13-online-tools-that-help-to-verify-the-authenticity-of-a-photo/> (Дата звернення : 09.03.2024)

57. Wang W.Y., "Liar, liar pants on fire" : A new benchmark dataset for fake news detection. CoRR abs/1705.00648. 2017. URL : <http://arxiv.org/abs/1705.00648>, arXiv:1705.00648 (Дата звернення : 10.03.2024)

58. What is fake news? Gcfglobal. URL : <https://edu.gcfglobal.org/en/digital-media-literacy/what-is-fake-news/1/> (Дата звернення : 09.03.2024)

59. What psychological factors make people susceptible to believe and act on misinformation? American Psychological Association. 01.03.2024. URL : <https://www.apa.org/topics/journalism-facts/misinformation-belief-action> (Дата звернення : 09.03.2024)

60. Why Truth Matters : The Psychological Impact of "Fake News" and Misinformation. Breakthrough Psych Sol. 24.02.2023. URL : <https://www.psychbreakthrough.com/breakthrough-blog/why-truth-matters-the-psychological-impact-of-fake-news-and-misinformation> (Дата звернення : 13.03.2024)