

**Ухтомський А. О.**

*кандидат богослов'я, доцент,*

*доцент кафедри журналістики, видавничої справи, поліграфії  
та редагування*

*ЗВО «Відкритий міжнародний університет розвитку людини  
«Україна»*

*м. Київ, Україна*

## **ФЕЙКОВІ НОВИНИ ЯК НОВА ПАНДЕМІЯ. ПІВДЕННОКОРЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ЗАХИСТУ**

Явище фейкових новин з'явилося давно. Ще у 44 до Р. Х. римський правитель Октавіан Август намагався дискредитувати конкурента Марка Антонія, поширивши чорну пропаганду, вигравірувавши на монетах текст про те, що Антоній ігнорував традиційні римські цінності, був одержимий Клеопатрою, та завжди був п'яним... Сьогодні поширення фейків перетворилося на соціальну загрозу завдяки швидкому розвитку ЗМІ та електронних технологій.

Дослідники з Університету Південної Каліфорнії Ян Андерсон та Венді Вуд з'ясували, що поширенню фейкових новин сприяє внутрішня природа соціальних медіа, «яка заохочує користувачів формувати звички ділитися новинами, що залучає інших і привертає соціальне визнання» [1]. Велику роль у процесі поширення фейкових новин відіграють не лише люди, а й облікові записи ботів, які автоматично створюють і доставляють фейковий контент.

В Кореї існує дві найбільші платформи, Naver і Какао, що вживають заходів для запобігання фейковим новинам. Naver – це найбільша пошукова платформа в Південній Кореї, що працює з 1999 р. їй належить майже 80% пошукового ринку країни. Компанія Naver (<https://www.naver.com/>) створила та впровадила політику захисту молоді, щоб допомогти молоді вирости здоровими особистостями.

Компанія запобігає доступу молодих людей до шкідливої інформації через встановлення та застосування окремих пристроїв автентифікації, щоб запобігти доступу молоді до шкідливої для молоді інформації без будь-яких обмежень, і вживає превентивних заходів для запобігання впливу молоді до шкідливої інформації. Також проводяться тренінги для інформаційно-комунікаційних працівників щодо законів, пов'язаних із захистом молоді, і стандартів санкцій, як реагувати на виявлення шкідливої інформації та процедур

повідомлення про порушення. Naver залучає професійний персонал для надання консультацій і вирішення скарг, викликаних шкідливою інформацією для молоді, щоб запобігти поширенню шкоди.

Користувачі можуть вимагати консультації щодо збитків та розгляду скарг по телефону або електронною поштою.

В 2021 р. Naver скасовує «швидко зростаючі терміни пошуку». Було визнано, що побічні ефекти були більшими, ніж початкова мета надання інформації про різні інтереси користувачів. Було багато випадків зловживань, які суперечать початковій меті, наприклад, рекламні ключові слова піднімаються на вершину пошукових термінів у реальному часі або слова, пов'язані з конкретними політичними питаннями, концентруються в пошукових термінах. Naver пояснив, що вони продовжуватимуть досягати популярної мети пошукових термінів – повертати дані про пошукові слова, отримані від користувачів, як цінну інформацію, яку користувачі зможуть використовувати через «Лабораторію даних». З вересня 2022 року компанія покращила доступність сторінки збору інформації про виправлення та почала запобігати поширенню фейкових новин, вміст яких відрізняється від фактів, збираючи та надаючи виправлення, спростування та майбутні звіти.

Пошукового портал Какао (<https://www.kakaocorp.com/page/>), що також має декілька додатків також регулює дописи та видавців, чий вміст вважається неправдивим серед дописів, які видають себе за або викрадають назву медіа-компанії чи позицію медіа-компанії через свою власну операційну політику.

Крім того, незважаючи на те, що Какао не уточнював, що це фейкові новини, з липня 2014 р. портал повідомив, що фільтрує шкідливий контент, зокрема фейкові новини, за допомогою технології штучного інтелекту (ШІ)

У випадку КакаоTalk, яка є відкритою платформою, практично неможливо попередньо цензурувати фейкові новини або шахрайство з видаванням себе за іншу особу через можливість порушення конфіденційності. розглядається якомога швидше, і санкції накладаються відповідно до внутрішньої політики.

Ситуація в Кореї щодо поширення фейків дещо краща завдяки саморегулюванню основних порталів.

Приклад корейського інформаційного агентства Йонап (Yonhap News) зі збору персональної інформації згідно «Закону про сприяння використанню інформаційно-комунікаційних мереж і захисту інформації» (набув чинності 28 жовтня 2024 р.).

Компанія збирає особисту інформацію для реєстрації членства, консультації клієнтів, подання заявки на обслуговування тощо.

Загальний член має зареєструватися та використовувати такі служби: ідентифікатор, пароль, ім'я, псевдонім, стать, рік народження, електронна пошта, статус отримання електронної пошти, інформація про автентифікацію підписки. Також він має надсилати інформаційний бюлетень (необов'язково): електронну пошту, сфери інтересів.

Збір особистої інформацію відбувається через веб-сайт, у письмовій формі, факсом, телефоном, електронною поштою. Наступна інформація може автоматично генеруватися та збиратися під час використання веб-сайту ПК та мобільного веб-сайту/програми: записи про використання служби, такі як IP-адреса, файли cookie, дата й час відвідування, записи про використання служби та записи про неналежне використання, а також інформація про пристрій.

Таким чином інформаційне агентство забезпечило себе зворотнім зв'язком, примусовим та на добровільній основі задля ідентифікації споживачів й уникнення несправжніх споживачів. Що стосується пошукових порталів Naver та Kakao, вони мають систему відстежування й захисту від фейків, які працюють на законодавчій основі, задля уникнення дезінформації перш зі все із сусідньої Північної Кореї. Цю законодавчу та збройну ініціативну можна перейняти, зокрема у наш час російської агресії в Україні.

### **Література:**

1. Anderson I. A., Wood W. Sharing of misinformation is habitual, not just lazy or biased // Proceedings of the National Academy of Sciences. 2023 Vol. 120 No. 4 URL: <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.2216614120> (дата звернення: 10. 12. 24).

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-464-4-54>

**Шуляк Н. В.**

*незалежний дослідник*

*м. Київ, Україна*

## **КИТАЙ У СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРИ**

У сучасному світі медіапростір виступає ключовим елементом глобальної інформаційної системи, що визначає суспільні настрої, політичні процеси та економічні тенденції. Китай, як одна з провідних держав світу, створив унікальну модель медіа, яка інтегрує жорсткий