

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

(повне найменування вищого навчального закладу)

Навчально-науковий інститут післядипломної освіти

(повне найменування інституту, назва факультету (відділення))

кафедра журналістики

(повна назва кафедри (предметної, циклової комісії))

«Допущено до захисту»

В.о. завідувача кафедри журналістики

_____ Т. В. Сидоренко

“ _____ ” _____ 20 ____ року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття ступеня вищої освіти

бакалавр

(ступінь вищої освіти)

на тему: **МЕДІАМАЙБУТНЄ: ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА
РОБОТУ ЖУРНАЛІСТІВ**

Керівник:

к. н. з соц. ком, доцент

Сидоренко Тетяна Валеріївна

(вчене звання, науковий ступінь, П.І.Б.)

Рецензент:

к. політ. наук, доцент

Тихоненко Ірина Вікторівна

(посада, вчене звання, науковий ступінь, П.І.Б.)

Виконала:

студентка IV курсу групи 448з

Тарасова Анастасія Сергіївна

(П.І.Б.)

Спеціальності:

061 «Журналістика»

(шифр і назва спеціальності)

ОПІ:

«Журналістика»

Зміст

ВСТУП	3
РОЗДІЛ І. ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У СФЕРІ ЖУРНАЛІСТИКИ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ	6
1.1. Визначення та основні концепції штучного інтелекту	6
1.2. Історія впровадження ШІ у медіа	8
1.3. Основні сфери застосування штучного інтелекту в журналістиці	10
Висновки до розділу 1	12
РОЗДІЛ ІІ. ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ПРОФЕСІЮ ЖУРНАЛІСТА	14
2.1. Автоматизація журналістської діяльності: можливості та виклики	14
2.2. Етичні виклики використання ШІ у журналістиці	16
2.3. Взаємодія журналістів і штучного інтелекту: симбіоз чи конкуренція?	19
Висновки до розділу 2	21
РОЗДІЛ ІІІ. ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ЖУРНАЛІСТИКУ	23
3.1. Використання штучного інтелекту у світових і українських медіа: аналіз кейсів	23
3.2. Опитування: оцінка сприйняття ШІ-генерованих новин	26
3.3 Авторські матеріали	30
Висновки до розділу 3	36
ВИСНОВКИ	388
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	400

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю осмислення ролі штучного інтелекту у трансформації журналістської професії. Інструменти на основі ШІ – від генеративних моделей тексту, таких як ChatGPT, до систем автоматичного модераторства і фактчекінгу – поступово змінюють саму суть редакційної діяльності. Постає низка питань: чи збережеться традиційна роль журналіста в майбутньому? Які етичні ризики виникають при використанні ШІ в медіа? Як журналістика може адаптуватися до нових технологічних викликів?

Оцінка сучасного стану дослідження. Питання впливу штучного інтелекту на журналістику розглядаються у роботах як зарубіжних, так і українських науковців. Серед вітчизняних дослідників, що вивчають впровадження ШІ в інформаційне середовище, варто відзначити Білана С., який спеціалізується на питаннях комп'ютерних наук, обробки зображень і технологій штучного інтелекту [1]. Стежко Н. досліджує роль ШІ в електронній комерції, розкриваючи ширший контекст його використання в медіапроцесах [41]. Також Ярошенко О., аспірантка Могилянської школи журналістики, авторка статті «Artificial Intelligence in Journalism: the Future of Media under the Influence of New Technologies», де аналізуються переваги, ризики та етичні виклики використання ШІ в журналістиці [23]. Водолазька С., Крайнікова Т., Рижко О., Соколова К. – дослідниці з Київського національного університету імені Тараса Шевченка, авторки статті «Authors versus AI: Approaches and Challenges», в якій розглядаються підходи до використання ШІ в авторській діяльності та пов'язані з цим етичні та правові аспекти [24]. Харченко С. – автор статті «Artificial Intelligence and Copyediting of Media Texts: Bifurcation Points», де досліджується застосування ШІ в редагуванні медіатекстів та пов'язані з цим етичні стандарти [32]. Чепурко А. – авторка магістерської роботи «Виклики та перспективи використання штучного інтелекту в журналістиці», яка аналізує інтеграцію ШІ

в українські медіа на прикладі видання Texty.org.ua [18]. Сіренко А. – дослідник, який у своїй статті «The Role of Artificial Intelligence in Making Foreign Policy Decisions in the Ukrainian-Russian War» розглядає застосування ІІІ в ухваленні зовнішньополітичних рішень, що може бути релевантним у контексті медіааналізу [40].

Серед іноземних авторів важливий внесок зробили Diakopoulos N., який вивчає автоматизацію новин та алгоритмічну журналістику, а також Graefe A., який досліджує вплив алгоритмів на журналістські стандарти і практики [29]; [31].

Мета роботи – проаналізувати трансформаційний вплив штучного інтелекту на журналістику, визначити ключові тенденції, ризики та потенціал симбіозу журналістської діяльності з алгоритмами штучного інтелекту.

Для досягнення мети у роботі поставлені такі **завдання дослідження**:

1. Визначити поняття штучного інтелекту та його місце в сучасному інформаційному суспільстві;
2. Дослідити історію та етапи впровадження ІІІ у сферу мас-медіа;
3. Проаналізувати основні напрями використання ІІІ в журналістиці (автоматизація новин, персоналізація контенту, аналітика тощо);
4. Розглянути етичні виклики, які виникають під час використання ІІІ в журналістиці;
5. Вивчити взаємодію між журналістами та інтелектуальними алгоритмами: конкуренція чи співпраця?
6. Провести аналіз кейсів використання ІІІ в українських та закордонних ЗМІ;
7. Здійснити власне дослідження – опитування із аналізу сприйняття аудиторією ІІІ-генерованих новин.

Об’єктом дослідження є трансформаційні процеси в журналістиці під впливом впровадження штучного інтелекту.

Предметом дослідження є застосування ШІ в журналістській діяльності, зміни у функціях, професійних ролях і стандартах журналістів.

Методи дослідження:

- аналіз літературних джерел;
- аналіз, синтез, узагальнення матеріалу;
- порівняльний аналіз кейсів;
- опитування.

Наукова новизна полягає у комплексному вивченні змін у журналістиці під впливом ШІ як соціотехнічного феномену. Особливу увагу приділено не лише технологічному аспекту, а й етичним та професійним викликам, які супроводжують взаємодію медіа з алгоритмами.

Практичне значення дослідження полягає у можливості використання його результатів журналістами, редакціями, медіааналітиками та освітянами для адаптації до нових технологічних умов та розробки політик щодо етичного застосування ШІ в медіа.

Апробація результатів дослідження: Авторські матеріали були представлені та опубліковані на офіційному сайті ЧНУ ім. Петра Могили. Основні положення та результати кваліфікаційної роботи обговорювались на XXI Міжнародній науковій конференції «Ольвійський форум-2025: стратегії країн Причорноморського регіону в геополітичному просторі», яка відбулася 16–21 червня 2025 р. Тема доповіді – «Штучний інтелект у журналістиці: можливості, виклики та етичні аспекти майбутнього медіапейзажу».

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел з 45 найменувань. Загальний обсяг роботи – 46 сторінок.

РОЗДІЛ І. ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У СФЕРІ ЖУРНАЛІСТИКИ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

1.1. Визначення та основні концепції штучного інтелекту

Розвиток технологій штучного інтелекту докорінно змінює багато сфер людської діяльності, і журналістика не є винятком. Сучасні алгоритми вже вміють аналізувати великі обсяги інформації, створювати тексти, редагувати відео та навіть імітувати стиль окремих авторів. Це відкриває нові можливості для медіа, прискорюючи процес збору та обробки новин, але водночас викликає питання щодо майбутнього журналістської професії, збереження її етичних стандартів і необхідності адаптації фахівців до нових реалій.

Штучний інтелект не просто автоматизує рутинні завдання – він здатен аналізувати тренди, визначати найбільш актуальні теми та навіть прогнозувати, які новини зацікавлять аудиторію. Це змінює підходи до створення контенту, зумовлюючи зростаючу взаємодію журналістів із цифровими інструментами. Щоб глибше зрозуміти, як саме працює ШІ та які його можливості можуть впливати на майбутнє медіа, потрібно розглянути його основні концепції та принципи функціонування.

Штучний інтелект (Далі – ШІ) – це напрям досліджень у галузі інформатики, що займається створенням систем, здатних виконувати завдання, які, як зазвичай, потребують людського інтелекту. До таких завдань належать розпізнавання мови та зображень, ухвалення рішень, аналіз великих масивів даних і навіть творчі процеси, як-от написання текстів, створення музики або графічних матеріалів [22].

Основна ідея ШІ полягає в тому, що машина може навчитися виконувати певні функції на основі отриманого досвіду або заданих алгоритмів. У цьому контексті важливо розрізняти вузький і загальний штучний інтелект. Вузький (або слабкий) ШІ спеціалізується на конкретних завданнях і не може виходити за межі своєї програми. Прикладами вузького ШІ є:

- Новинні алгоритми та агрегатори (наприклад, Google News або рекомендаційні системи в соціальних мережах). Вони аналізують поведінку користувачів і підбирають найбільш релевантні новини на основі їхніх інтересів.
- Автоматизовані журналістські платформи, такі як Wordsmith, Heliograf або Quill. Ці системи використовуються великими медіа-компаніями для генерації коротких новинних звітів, фінансових аналітик або спортивних оглядів на основі статистичних даних.
- Системи автоматичного перекладу (Google Translate, DeepL), які використовують машинне навчання для покращення якості перекладу з однієї мови на іншу.
- Голосові асистенти (Siri, Alexa, Google Assistant) – вони можуть відповідати на запитання, нагадувати про події чи керувати розумними пристроями, але не розуміють інформацію так, як людина.
- Інструменти перевірки фактів, такі як ClaimBuster або алгоритми, що працюють в Facebook чи Twitter, які аналізують інформацію та визначають потенційно фейковий контент.

Загальний (сильний) ШІ теоретично здатен мислити та вирішувати проблеми так само, як людина. Такий ШІ не просто виконує заздалегідь визначені завдання, а розуміє контекст, адаптується до нових ситуацій і може самостійно знаходити вирішення проблем у різних сферах знань. Однак сучасний розвиток технологій поки що не дозволяє створити повноцінний загальний штучний інтелект, хоча багато дослідників вважають це лише питанням часу.

Попри те, що штучний загальний інтелект ще не створений, у науковій спільноті активно обговорюються можливі його моделі. Уявний приклад такого ШІ можна побачити в науковій фантастиці:

- ШІ з фільму «Ex Machina», що має власну свідомість і здатний маніпулювати людьми.

- Комп'ютер HAL 9000 з «Космічної Одиссеї 2001» – хоч і в негативному контексті, але він демонструє здатність до логічного мислення та самозахисту.
- ШІ Джарвіс із «Залізної людини» – асистент, який розуміє природну мову, виконує складні завдання, взаємодіє з навколишнім світом і навіть має елементи особистості.

Ключову роль у функціонуванні ШІ відіграє машинне навчання – метод, що дозволяє системам адаптуватися та вдосконалювати свої навички без прямого програмування. Найбільш поширеним його підходом є нейронні мережі, що працюють за принципом біологічного мозку: вони отримують дані, аналізують їх і на основі цього будують прогнози або приймають рішення. Наприклад, чат-боти, такі як віртуальні асистенти, використовують саме такі алгоритми, щоб взаємодіяти з користувачами природною мовою [19].

Ще одним важливим поняттям у контексті ШІ є алгоритми обробки природної мови (NLP – Natural Language Processing), які дозволяють машинам розуміти, інтерпретувати та генерувати людську мову [9]. Це технологія, що стоїть за перекладачами, голосовими помічниками та навіть автоматичними системами модерації контенту. Завдяки їй комп'ютери можуть аналізувати тексти, визначати їхній зміст і навіть стилістично адаптувати інформацію під різні потреби.

1.2. Історія впровадження ШІ у медіа

Розвиток штучного інтелекту в медіасфері відбувався поступово, але за останні десятиліття його вплив суттєво зріс. Спочатку медіаорганізації використовували комп'ютерні алгоритми для обробки великих масивів даних, а згодом ШІ почав виконувати більш складні завдання – від автоматичного створення новин до аналізу поведінки аудиторії.

Перші спроби автоматизації журналістики датуються 1980-ми роками, коли редакції почали застосовувати комп'ютерні технології для обробки

великих обсягів інформації. Це включало використання електронних баз даних для зберігання та пошуку матеріалів, а також впровадження систем для автоматизації процесів верстки та редагування. Однак ці технології мали обмежені можливості через недостатній розвиток обчислювальної техніки та програмного забезпечення того часу [5]; [6]. Крім того, журналісти часто стикалися з труднощами адаптації до нових інструментів, що стримувало широке впровадження автоматизації в редакціях.

У 2000-х роках ситуація змінилася завдяки розвитку технологій та появі концепції великих даних (Big Data). Великі дані – це масиви структурованої та неструктурованої інформації, які постійно збільшуються з високою швидкістю та потребують спеціальних методів обробки [26].

У журналістиці це означало можливість аналізувати величезні обсяги інформації з різних джерел, виявляти тенденції та створювати більш глибокі та обґрунтовані матеріали. Завдяки цьому стали можливими такі проєкти, як автоматизоване генерування новин, аналіз соціальних мереж та персоналізація контенту для аудиторії.

Одним із перших прикладів використання штучного інтелекту в журналістиці стало програмне забезпечення Quakebot, яке у 2014 році впровадила редакція Los Angeles Times [36]. Ця система була розроблена для оперативного повідомлення про землетруси: вона отримувала дані від Геологічної служби США та миттєво генерувала короткі новини на основі встановленого шаблону. Вперше Quakebot довів свою ефективність, коли повідомив про землетрус у Каліфорнії швидше, ніж це змогли зробити журналісти [12].

Ще одним значущим кроком стало використання автоматизованих платформ для написання новинних текстів. Наприклад, у 2016 році видання The Washington Post запустило Heliograf – програму, яка допомагала створювати спортивні репортажі, аналітику виборів і короткі новини. Heliograf використовував алгоритми обробки природної мови, щоб швидко аналізувати

статистику та трансформувати її у зрозумілі для читача тексти. Його ефективність стала особливо помітною під час виборів у США, коли система змогла швидко генерувати оновлення та аналітику на основі підрахунку голосів [43].

Водночас подібні технології почали розвиватися в інших галузях медіа. Наприклад, компанія Bloomberg використовує ШІ для складання фінансових звітів, а Reuters впровадила систему Lynx Insight, яка допомагає журналістам аналізувати дані, знаходити закономірності та навіть пропонувати теми для статей.

Окрім текстових матеріалів, ШІ почав активно застосовуватися в створенні аудіо- та відеоконтенту. Такі технології, як «розумний дубляж», дозволяють синтезувати голоси та автоматично перекладати відеоконтент різними мовами.

Завдяки розвитку нейромереж, ШІ почав не тільки допомагати журналістам, а й виступати в ролі самостійного автора. У 2020 році OpenAI представила модель GPT-3, яка здатна генерувати складні тексти, вести діалоги та навіть імітувати стиль певних авторів [30]. Це викликало дискусію в медіасередовищі: чи може штучний інтелект повністю замінити людину в журналістиці, чи він залишиться лише допоміжним інструментом?

Очевидно, що історія впровадження ШІ у медіа ще далека від завершення. Сучасні технології продовжують розвиватися, і щоразу вони відкривають нові можливості для журналістики – від автоматичного створення контенту до глибокої аналітики суспільних трендів.

1.3. Основні сфери застосування штучного інтелекту в журналістиці

Штучний інтелект уже не є лише допоміжним інструментом для автоматизації окремих редакційних завдань – сьогодні він активно формує нові підходи до збору, аналізу, створення та розповсюдження інформації. Його

застосування охоплює кілька ключових сфер, які не тільки підвищують ефективність роботи журналістів, а й змінюють саму суть медіаіндустрії.

Однією з найважливіших сфер є аналіз великих масивів даних. Журналістика даних (data journalism) спирається на можливості штучного інтелекту для обробки складної статистики, соціальних трендів і урядових звітів. Наприклад, платформи на основі ШІ можуть швидко аналізувати тисячі документів, виявляючи в них закономірності та аномалії [15]. Це особливо важливо для розслідувальної журналістики – такі технології допомагали у виявленні офшорних схем, корупційних схем і фальсифікацій у виборчих процесах [11].

Друга важлива сфера – автоматичний фактчекінг. У часи інформаційних війн та маніпуляцій перевірка фактів стає критично важливою. Штучний інтелект допомагає швидко виявляти фейкові новини, аналізуючи джерела, контекст і перехресні посилання [4]. Наприклад, ШІ-платформи, такі як ClaimBuster або Google Fact Check Explorer, здатні порівнювати заяви політиків із перевіреними фактами та знаходити потенційні маніпуляції [27].

Персоналізація контенту – ще одна сфера, де ШІ відіграє ключову роль. Алгоритми аналізують поведінку користувачів, їхні уподобання та історію взаємодії з контентом, пропонуючи матеріали, які найбільше відповідають їхнім інтересам. Такі підходи вже широко використовуються платформами на зразок Google News та Facebook News Feed. Вони не просто підбирають статті, а й формують індивідуальний інформаційний простір, що водночас викликає дискусії про ефект «інформаційної бульбашки».

Ще одна важлива сфера застосування ШІ – автоматичне створення відео та аудіоконтенту. Штучний інтелект уже здатний генерувати текстові новини, але його можливості розширюються і в мультимедійних форматах. Наприклад, технології синтезу голосу дозволяють створювати аудіоновини без участі дикторів, а ШІ-моделі для відеомонтажу можуть автоматично створювати репортажі на основі відеоматеріалів [14]. У деяких медіакомпаніях

використовують так званий «розумний дубляж», який синхронізує штучно згенеровані голоси з мовленням у відео, зберігаючи інтонацію та стиль оригіналу.

Також не варто забувати про ботів та віртуальних журналістів. ШІ-асистенти, такі як чат-боти, допомагають користувачам швидко отримувати інформацію, відповідати на запитання та навіть взаємодіяти з новинним контентом у режимі реального часу. Наприклад, деякі ЗМІ створюють власних чат-ботів, які у месенджерах надсилають актуальні новини або навіть персоналізовані зведення за інтересами читача. Також це усім відомі спамові розсилки на пошту чи у месенджери великих організацій, повідомлення про акцію з гучними гаслами «Встигни купити!» й подібні ШІ-інструменти для взаємодії великих компаній з споживачами [3].

Штучний інтелект у журналістиці вже вийшов далеко за межі простої автоматизації. Він формує нові методи збору та аналізу інформації, допомагає у боротьбі з дезінформацією, адаптує контент до індивідуальних уподобань та навіть створює мультимедійний продукт. Однак разом із новими можливостями постають і виклики, які потребують етичного та професійного осмислення.

Висновки до розділу 1

Штучний інтелект поступово перетворюється на невід'ємний елемент сучасної журналістики, змінюючи як сам процес створення новин, так і роль журналіста у медіапросторі. Аналіз теоретичної основи впровадження ШІ у журналістику дає змогу зрозуміти його сутність, еволюцію та основні напрямки використання.

Визначення штучного інтелекту є багатограним, і хоча воно постійно змінюється відповідно до розвитку технологій, основною його метою залишається здатність імітувати людське мислення та виконувати когнітивні завдання. Важливо розрізняти вузький ШІ, що спеціалізується на виконанні

конкретних завдань, і загальний ШІ, який потенційно може перевершити людський інтелект у всіх сферах. Саме вузький ШІ нині активно використовується у журналістиці, виконуючи такі завдання, як автоматичне генерування новин, аналіз великих масивів даних та перевірка фактів.

Нині штучний інтелект використовується у журналістиці в кількох основних сферах, серед яких автоматизація новинного контенту, аналіз великих масивів даних, фактчекінг, персоналізація новин, генерація мультимедійного контенту та взаємодія з аудиторією через чат-боти та алгоритми рекомендацій. Використання ШІ значно підвищує швидкість обробки інформації та її точність, але водночас породжує низку викликів, зокрема етичних та професійних.

Попри всі переваги, впровадження ШІ у журналістику викликає дискусії щодо його впливу на професію журналіста. З одного боку, технології дозволяють автоматизувати рутинні процеси, звільняючи журналістів для більш творчих та аналітичних завдань. З іншого боку, існує ризик втрати унікального авторського стилю та зростання залежності від алгоритмів, що може призвести до зниження різноманіття у медіаконтенті. Крім того, питання відповідальності за помилки ШІ залишається відкритим, оскільки алгоритми не завжди можуть правильно інтерпретувати контекст або розрізняти правдиву інформацію від маніпуляцій.

Розвиток штучного інтелекту в журналістиці є невідворотним процесом, що відкриває широкі можливості для вдосконалення медійного простору, але потребує відповідального та критичного підходу. Майбутнє журналістики з штучним інтелектом залежатиме від того, як саме технології будуть інтегровані у редакційну діяльність та які механізми контролю будуть застосовуватися для забезпечення об'єктивності, достовірності та етичності контенту.

РОЗДІЛ II. ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ПРОФЕСІЮ ЖУРНАЛІСТА

2.1. Автоматизація журналістської діяльності: можливості та виклики

У сучасній журналістиці автоматизація стає одним із важливих аспектів, що формує нову реальність професії. Впровадження штучного інтелекту у журналістську діяльність значно полегшує виконання багатьох завдань, проте водночас породжує нові виклики. Одним із основних напрямів автоматизації є обробка великих обсягів даних, що дозволяє журналістам швидше отримувати, аналізувати та систематизувати інформацію. Раніше цей процес займав багато часу і зусиль, а зараз за допомогою алгоритмів штучного інтелекту можна автоматично витягувати значущі дані з величезних масивів текстів або числових показників.

Одним із прикладів такої автоматизації є створення новинних статей на основі зібраних фактів. ШІ-системи можуть самостійно писати тексти новин, орієнтуючись на встановлені шаблони та стандарти [4]. Вони здатні аналізувати, наприклад, фінансові звіти чи спортивні події, і на їх основі генерувати статті без значної участі журналістів. Це не тільки знижує навантаження на працівників медіа, але й дозволяє покращити оперативність у висвітленні подій. Такі інструменти значно збільшують швидкість створення контенту, а також дозволяють знизити витрати на ручну працю.

Однак, автоматизація не є бездоганною. Важливим викликом є збереження якості журналістського контенту. Машини можуть створювати базові новини, але їм складно врахувати нюанси контексту, емоційні відтінки або глибину аналізу, які часто є важливими у журналістській роботі. Тому в медіасфері виникає питання про те, як правильно поєднувати людський фактор і технологічну автоматизацію. Залишення за журналістами творчої частини роботи, пов'язаної з інтерпретацією подій та створенням унікальних

матеріалів, є необхідним для забезпечення високої якості новин і збереження стандартів професії.

Іншим важливим аспектом є зміна функцій журналістів. Якщо раніше журналісти часто мали виконувати рутинні операції, наприклад, збір та обробку інформації, то з автоматизацією ці завдання частково передаються ІІІ-системам. Це дозволяє журналістам більше часу приділяти аналітиці, створенню інтерв'ю, глибокому дослідженню тем. Водночас, на тлі автоматизації з'являється й небезпека зменшення кількості традиційних журналістських посад, особливо в тих редакціях, які активно використовують нейромережу для створення контенту. Це може призвести до скорочення робочих місць і зміни професійної ієрархії в медіапросторі.

З точки зору етики, автоматизація створює додаткові питання. Оскільки машини не здатні до розуміння контексту в повному обсязі, існує ризик розповсюдження неточної або перекрученої інформації. Це підвищує важливість ретельного контролю за використанням ІІІ в журналістиці. У разі помилок автоматизованих систем може виникнути серйозна загроза для репутації медіа та довіри до журналістської професії.

У впровадженні штучного інтелекту в журналістику спостерігаються випадки, коли технології не виправдовують очікувань або призводять до небажаних наслідків. Ці інциденти підкреслюють важливість обачного та етичного підходу до використання ІІІ в медіа.

Наприклад, газета The New York Times подала до суду на компанії OpenAI та Microsoft, стверджуючи, що їхні моделі ІІІ, такі як ChatGPT, генерують контент, який майже точно відтворює стиль матеріалів видання [35]. Це, на думку газети, підриває можливості захисту та монетизації контенту, оскільки моделі ІІІ навчаються на журналістських матеріалах, включаючи ті, що захищені авторським правом.

Крім того, Комісія з журналістської етики звертає увагу на обмеження генеративних моделей ІІІ. Вони можуть створювати тексти, схожі на

матеріали інших медіа, але не здатні відрізнити правду від брехні, плагіат від оригінального тексту, перевіряти факти, критично мислити та уникати упереджень. Відповідальність за такі матеріали лежить на авторі та редакції, навіть якщо під час їх підготовки використовувалися інструменти ШІ [7].

Хоча автоматизація і має величезний потенціал для покращення ефективності роботи журналістів, ці приклади підкреслюють необхідність ретельного контролю та етичного підходу до використання ШІ в журналістиці, щоб уникнути потенційних негативних наслідків та зберегти довіру аудиторії. Журналісти повинні адаптуватися до нових технологій, знаходячи баланс між машинною допомогою і власною творчою діяльністю, а також постійно стежити за етичними стандартами у використанні нових технологій.

2.2. Етичні виклики використання ШІ у журналістиці

Використання штучного інтелекту в журналістиці відкриває нові можливості, але водночас ставить перед професією серйозні етичні виклики. Оскільки ШІ здатен швидко аналізувати величезні обсяги інформації і генерувати тексти, виникає питання про відповідальність за матеріали, які створюються або редагуються за допомогою таких технологій. Важливо розуміти, що технології не можуть бути абсолютно об'єктивними та бездоганними, і тому їх використання потребує чітких етичних рамок.

Один із головних етичних викликів полягає в можливості використання ШІ для створення фальшивих новин або маніпуляцій з інформацією. Машини, хоча і можуть генерувати текст, не здатні здійснювати критичний аналіз або оцінювати контекст ситуації на рівні людини. Їх база знань не настільки обширна, щоб швидко реагувати на світові зміни, розуміти противаги та без впливу інших сторін подавати інформацію. Вони можуть створювати матеріали, які на перший погляд здаються правдоподібними, але насправді містять недостовірну або перекручену інформацію. Наприклад, генеровані

алгоритмами текстові матеріали можуть бути легко використані для створення пропаганди або фальшивих новин, що ставить під загрозу довіру до медіа.

Ще однією етичною проблемою є питання прозорості та публічного контролю за використанням ШІ в журналістиці. Читачі повинні знати, коли і як була використана технологія для створення чи редагування контенту. Відомо, що деякі медіа використовують ШІ для написання новин, але не завжди інформують про це свою аудиторію. Це ставить під сумнів чесність медіа та здатність аудиторії довіряти отримуваній інформації [8]. Окрім того, навіть коли в матеріалі є вказівка на використання ШІ, не завжди зрозуміло, чи дотримувались етичних норм при формуванні контенту.

Іншим етичним питанням є те, як ШІ може посилити існуючі упередження в журналістиці. Технології ШІ навчаються на великих наборах даних, серед яких можуть бути присутні стереотипи або упередження щодо різних соціальних, етнічних чи політичних груп [39]. Коли ці моделі використовуються для створення новин або іншого контенту, вони можуть неусвідомлено відтворювати ці упередження. Це може призвести до того, що певні групи або питання будуть представлятися в медіа через призму стереотипів, що порушує принцип об'єктивності журналістики.

Наприклад, системи розпізнавання обличчя, розроблені на основі даних, що переважно складаються з зображень білих людей, можуть мати труднощі з точним розпізнаванням облич афроамериканців та азіатів [33]. У деяких випадках такі системи помилково визначали зображення цих груп як тварин або людей, які примружилися. Це відбувається через те, що алгоритми ШІ навчаються на даних, які можуть відображати расові та гендерні стереотипи, створюючи так звану «проблему білого чоловіка» [21].

Дуже серйозний випадок був виявлений у розслідуванні, опублікованому ProPublica. Виявилося, що поширене програмне забезпечення для оцінки ризику рецидивізму серед злочинців мало вдвічі більшу ймовірність помилково визначити темношкірих обвинувачених як тих, хто має вищий

ризик скоєння злочину в майбутньому. Білі обвинувачені, в свою чергу, мали вдвічі більшу ймовірність бути неправильно оціненими як ті, що мають менший ризик рецидиву [34].

ШІ можуть відтворювати стереотипи, які присутні в суспільстві. Наприклад, якщо модель ШІ навчена на даних, які містять упередження щодо певної статі, раси або іншої групи, вона може генерувати дискримінаційні результати або підтверджувати існуючі стереотипи. Це може призводити до небажаних наслідків, таких як посилення соціальних упереджень та дискримінації [17].

Етичні питання виникають і у контексті захисту персональних даних. Використання ШІ для збору та аналізу інформації може порушувати приватність осіб, особливо коли мова йде про обробку даних без згоди їх власників. Журналісти, які використовують технології ШІ для збору та обробки інформації, повинні враховувати питання конфіденційності та безпеки даних, щоб уникнути порушень етичних стандартів та законодавства. Ось кілька прикладів:

- Cambridge Analytica: У 2018 році було виявлено, що компанія Cambridge Analytica використовувала ШІ для збору та обробки персональних даних мільйонів користувачів Facebook без їхнього відома та згоди. Це призвело до порушення конфіденційності та приватності даних.
- Технології розпізнавання обличчя: Використання ШІ для розпізнавання обличчя може становити загрозу приватності. Наприклад, системи, які аналізують відео з камер спостереження, можуть збирати та обробляти дані про людей без їхнього відома, що викликає занепокоєння щодо можливості масового стеження.
- Аналіз даних у реальному часі: ШІ може використовуватися для збору та аналізу даних мільйонів людей у режимі реального часу, що

підвищує ризик порушення приватності та безпеки особистої інформації [20].

Отже, хоча ШІ може значно полегшити роботу журналістів, його використання несе серйозні етичні ризики. Журналісти і медіа-компанії повинні створювати чіткі етичні стандарти для використання цих технологій, що дозволить забезпечити прозорість, об'єктивність та відповідальність у процесі створення новинного контенту.

2.3. Взаємодія журналістів і штучного інтелекту: симбіоз чи конкуренція?

Враховуючи швидкий розвиток технологій, виникає питання, чи є ШІ помічником для журналістів, чи він може стати їхнім конкурентом. Це питання не має однозначної відповіді, оскільки залежить від того, як саме ШІ використовується та яких результатів очікують від його інтеграції в роботу медіа.

ШІ надає журналістам безліч інструментів для покращення продуктивності та ефективності роботи. Наприклад, технології автоматизованого написання новин, як у випадку з платформою Wordsmith, дозволяють журналістам швидко генерувати новини з поданих даних. Це дозволяє звільнити час для більш глибокого аналізу та розслідувань, а також покращити оперативність у створенні новин. Багато редакцій використовують ШІ для покращення процесу редагування та перевірки фактів, що значно підвищує якість контенту.

Проте, з розвитком таких технологій виникає і занепокоєння щодо того, що ШІ може стати конкурентом для журналістів. За допомогою алгоритмів та великих даних ШІ може створювати певні матеріали, які не поступаються за якістю людському контенту, при цьому значно знижуючи витрати на виробництво новин. Моделі, як ChatGPT або GPT-3, можуть генерувати тексти, які дуже схожі на роботи людей, іноді їх дуже важко відрізнити

самостійно. Це ставить під сумнів роль журналістів у створенні базового новинного контенту, оскільки деякі новини можуть бути автоматично згенеровані без значних витрат часу чи ресурсів. Адже ШІ не вміє самостійно відділяти маніпулятивні думки від фактів так якісно, як це зробить людина. Також його база знань, як вказувалось раніше, дуже обмежена і не може оновлюватись і оброблятись так швидко, як зробить це журналіст.

Масове впровадження автоматизації також викликає дискусії щодо майбутнього зайнятості в медіасфері. Автоматизація рутинних журналістських завдань потенційно зменшує потребу у менш досвідчених журналістах, але водночас створює потребу у фахівцях, здатних критично оцінювати та редагувати машинний контент. Це змінює вимоги до професії: від механічного написання новин – до ролі аналітика, редактора, фактчекера, контент-стратега.

Використання ШІ ставить етичні питання. Алгоритми можуть відтворювати упередження, що були у тренувальних даних (bias), або підсилювати маніпуляції, якщо ними неправильно скористатися. Саме тому важливо розуміти принципи *algorithmic accountability* – тобто відповідальності за алгоритмічні рішення – які є однією з ключових тем сучасної цифрової журналістики [44].

ШІ не вміє самостійно відділяти маніпулятивні думки від фактів так якісно, як це зробить людина. Також його база знань, як вказувалося раніше, дуже обмежена і не може оновлюватись і оброблятись так швидко, як зробить це журналіст. Журналісти, з їхнім розумінням контексту та здатністю виявляти важливі нюанси, залишаються незамінними для забезпечення якісного контенту. Крім того, ШІ може бути використаний журналістами як інструмент для підтримки їхньої роботи, але не для її повного заміщення. Технології допомагають обробляти великі обсяги даних, виявляти патерни та тренди, але самі по собі вони не можуть замінити інтуїцію та критичне мислення, які є необхідними для якісної журналістської роботи.

Взаємодія між журналістами і ШІ є не стільки конкуренцією, скільки симбіозом. Технології відкривають нові можливості для журналістської діяльності, допомагають підвищити ефективність і якість роботи, але не здатні повністю замінити людину в процесі створення контенту, аналізу ситуацій і надання етичних оцінок. Ця співпраця дозволяє зберегти баланс між технологічним прогресом і необхідністю збереження професіоналізму в журналістиці.

Висновки до розділу 2

У підрозділі «Автоматизація журналістської діяльності: можливості та виклики» було розглянуто та проаналізовано широке застосування технологій штучного інтелекту в сучасній журналістиці. Процеси автоматизації можуть значно спростити та прискорити створення новинного контенту, що дозволяє знижувати витрати на виробництво та збільшувати оперативність. Проте, незважаючи на численні переваги, автоматизація також несе певні виклики для журналістської професії, зокрема в контексті точності, етики та довіри до контенту, який генерується за допомогою ШІ.

Однією з основних переваг автоматизації є можливість обробляти великі обсяги даних та швидко генерувати текстові матеріали на основі цієї інформації. Для новин, що базуються на чітких і визначених фактах, таких як результати подій у спорті або фінансові звіти, використання ШІ може значно прискорити процеси збору інформації та її публікації. Однак, це також викликає побоювання щодо скорочення робочих місць у журналістів, особливо коли мова йде про стандартні та рутинні новини, які можуть бути легко автоматизовані. Більш того, це призводить до питання: яким чином уникнути того, щоб ШІ не замінив журналістів у їхніх традиційних функціях, зокрема у розслідувальній журналістиці та глибокому аналізі?

Важливим аспектом є ризик технічних збоїв, які можуть виникати в роботі ШІ. Як показують приклади збоїв у розпізнаванні обличчя або

помилкової оцінки ризиків рецидивізму в судових системах, навіть найсучасніші алгоритми не завжди можуть гарантувати точність та об'єктивність. Журналісти мають забезпечити додаткову перевірку та відповідальність за контент, навіть якщо він генерується за допомогою автоматизованих систем. Це наголошує на необхідності людського контролю, особливо коли мова йде про складні питання, що вимагають розуміння контексту, етичної оцінки та врахування соціальних наслідків.

Ще одним важливим аспектом є виклики в контексті етики, особливо коли йдеться про те, як ШІ може відображати соціальні стереотипи. Наприклад, алгоритми можуть відтворювати або навіть посилювати дискримінаційні питання, якщо навчені на упереджених даних. Це може призвести до того, що певні групи людей, зокрема представники меншості, будуть неправомірно оцінені чи зображені в медіа, що погіршить ситуацію з рівністю та справедливістю в журналістиці. Ось чому важливо розуміти, як саме формується контент, створений ШІ, та забезпечити, щоб технології були використані етично.

Впровадження штучного інтелекту в журналістиці має як переваги, так і ризики. Це дозволяє значно підвищити ефективність роботи, особливо в тих випадках, коли важливі оперативність та швидкість. Проте, в той самий час, важливо ретельно підходити до використання ШІ, забезпечувати належну перевірку фактажу, уникати стереотипів і дискримінації, а також розвивати критичне мислення та етичну відповідальність у професії. Відповідно, хоча ШІ може бути потужним інструментом для журналістів, він не може повністю замінити людину, особливо в тих аспектах, які вимагають аналізу, інтерпретації та глибокого розуміння соціальних процесів. Тому важливо бачити в технологіях ШІ не конкурента, а партнера, що допомагає журналістам ефективніше виконувати свою роботу.

РОЗДІЛ III. ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ЖУРНАЛІСТИКУ

3.1. Використання штучного інтелекту у світових і українських медіа: аналіз кейсів

Ще кілька років тому застосування штучного інтелекту у журналістиці звучало як щось із футуристичного фільму. Сьогодні ж це вже частина повсякденної практики редакцій, і не лише за кордоном. Від написання коротких новин до глибокого аналізу даних – ШІ поступово стає повноцінним учасником медійного процесу. Щоправда, залежно від регіону, можливостей ринку та технічної бази, цей процес має свою динаміку та особливості.

Одним із найвідоміших прикладів застосування ШІ у журналістиці став досвід агенції Associated Press. Ще у 2014 році вона почала використовувати автоматизовану систему Wordsmith від компанії Automated Insights для створення фінансових звітів [38]. Система дозволяла щокварталу генерувати тисячі текстів про прибутки компаній – швидко, структуровано та з мінімальними людськими ресурсами. Згодом цю практику поширили на спортивні новини, де велика кількість матчів і статистики ідеально підходить для автоматизації. Попри певну сухість стилю, такі тексти повністю задовольняли запити аудиторії, яка шукала швидкий і фактичний контент.

У Європі показовий кейс демонструє BBC, яка інтегрувала ШІ не лише у створення новин, а й у розподіл контенту [25]. Алгоритми аналізують уподобання користувачів і пропонують їм персоналізовані добірки матеріалів. Це не лише підвищує залученість аудиторії, а й відкриває складні етичні питання щодо формування «інформаційної бульбашки», коли люди читають лише те, що відповідає їхнім інтересам або переконанням.

У Франції, особливо після терористичних атак 2015 року, медіа почали активно використовувати системи аналізу ризиків та перевірки фактів, як-от Le Monde із платформою Decodex [28]. Хоч ця система і не є ШІ в повному

сенсі, але вона стала частиною тенденції до автоматизації перевірки інформації, що надходить у редакцію.

Ще один кейс, що викликав жваве обговорення – діяльність китайської агенції Xinhua, яка у 2018 році представила “цифрового ведучого новин”, створеного на основі ШІ [45]. Це була анімована віртуальна копія справжнього журналіста, яка щодня читала новини на сайті агенції. Реакція громадськості була змішаною: одні бачили в цьому технологічний прорив, інші – загрозу для професії журналіста як живої, мислячої людини. Втім, факт залишається фактом – ШІ здатен не лише писати, а й «озвучувати» новини, що розширює поле для медіаекспериментів.

Варто зазначити й інше: самі журналісти також починають вивчати ШІ як інструмент, а не як конкурента. У 2022–2024 роках в багатьох редакціях почали з’являтися внутрішні гайдлайни щодо використання генеративного ШІ. Reuters та The Guardian офіційно задекларували, що матеріали, створені повністю нейромережею, мають бути чітко марковані як такі, а ШІ може використовуватись лише як допоміжний інструмент – для транскрибування інтерв’ю, пошуку джерел або редагування чернеток [37], [42].

Українські ЗМІ поки що не мають таких потужних ресурсів, але поступово адаптуються до нових технологічних викликів. У травні 2025 року Україна зробила значний крок у напрямі регулювання та впровадження штучного інтелекту, ставши однією з перших країн, що підписали Рамкову конвенцію Ради Європи про штучний інтелект, права людини, демократію та верховенство права. Від України документ підписав заступник міністра цифрової трансформації Борняков О., а з боку Ради Європи – заступник генерального секретаря Берге Б. Конвенція є першим у світі міжнародним договором, який покликаний забезпечити етичне використання технологій штучного інтелекту з дотриманням прав людини [16].

Цей крок став результатом кількарічної роботи міжнародної експертної групи, до якої долучилась і українська ІТ-спільнота. Зокрема, Асоціація ІТ

Ukraine ще два роки тому приєдналася до робочої групи, яка працювала над розробкою положень законодавства у сфері ШІ, зокрема так званого AI Act. Підписання конвенції не лише демонструє готовність держави адаптуватися до нових технологічних викликів, а й засвідчує прагнення України формувати майбутнє цифрової держави відповідно до міжнародних стандартів.

Документ встановлює базові принципи, яких мають дотримуватися держави під час створення законодавства, розробки та застосування ШІ-продуктів, особливо у публічному секторі. Серед них – повага до людської гідності та приватності, забезпечення прозорості й підзвітності, недискримінація, надійність та безпечність інновацій. Таким чином, підписання цієї конвенції є важливим етапом на шляху інтеграції України до глобального ШІ-простору та створення умов для етичного й відповідального розвитку цієї технології в медіасфері зокрема.

Також у річному звіті Texty.org.ua, які працюють на межі журналістики даних і аналітики, ШІ дедалі частіше використовується як інструмент для аналізу великих обсягів інформації, зокрема під час виборів або моніторингу медіа.

У цьому звіті описано проект «Текстовий аналіз фейкових новин в українських онлайн-медіа», де команда Texty.org.ua проаналізувала близько 1 мільйона текстів і створила рейтинг маніпулятивних сайтів за допомогою моделі штучного інтелекту [13].

Отже, сучасна журналістика вже не просто експериментує з ШІ – вона навчається з ним жити. Попри різні темпи впровадження, як світові, так і українські кейси демонструють, що штучний інтелект перестає бути екзотикою і поступово стає інструментом, який доповнює роботу редакцій, але не скасовує потребу в людській аналітиці, етичному виборі та критичному мисленні.

3.2. Опитування: оцінка сприйняття ШІ-генерованих новин

Штучний інтелект сьогодні активно використовується для створення інформаційного контенту, зокрема – новинних матеріалів. Його здатність швидко генерувати тексти на задану тему, дотримуючись стилістики новинної журналістики, викликає чималий інтерес не лише серед розробників, але й у журналістській спільноті. Проте важливим залишається питання – як саме читачі сприймають такі матеріали? Чи довіряють вони контенту, створеному машиною, так само, як і текстам, написаним живими журналістами? Саме це питання стало основою для невеликого дослідження в межах цієї дипломної роботи.

Ідея опитування виникла як продовження попереднього аналізу – практичний спосіб перевірити на емоційному рівні, чи здатен ШІ обманути аудиторію, чи, навпаки, викликав неї підсвідому настороженість. Для цього було створено дві версії новинного тексту: одна написана авторкою вручну у звичному журналістському стилі, інша – згенерована за допомогою ШІ (модель ChatGPT-4o). Обидві версії тексту містили однакову інформацію, однак відрізнялися способом подачі, лексикою, стилістичними акцентами та відтінком інтонації.

На наступному етапі було створено онлайн-опитування (<https://forms.gle/NiZqecsDvYhtj2GB7>), у якому респондентам пропонувалося прочитати обидва тексти, не знаючи, який з них є «людським», а який – згенерованим машиною.

Усього в опитуванні взяли участь 8 респондентів. Попри невелику вибірку, учасники представляли різні вікові групи, що варіюються в межах від 20 до 25 років, що дозволяє розглядати відповіді як думки молодшої аудиторії, потенційно дотичної до активного споживання новинного контенту.

Опитування тривало протягом одного тижня, упродовж якого респонденти мали змогу ознайомитися з низкою текстових матеріалів різних

жанрів, виконаних як журналістами, так і генеративними системами штучного інтелекту.

У межах анкети учасникам було запропоновано оцінити якість кожного з текстів (репортажів, оглядів, публіцистичних матеріалів) за п'ятибальною шкалою: дуже хороша, хороша, середня, погана, дуже погана. Після ознайомлення з парою текстів респонденти мали відповісти на запитання: який із двох матеріалів, на їхню думку, був згенерований штучним інтелектом. Такий підхід дозволив зібрати дані не лише про суб'єктивне сприйняття якості, а й про здатність респондентів розпізнавати AI-контент.

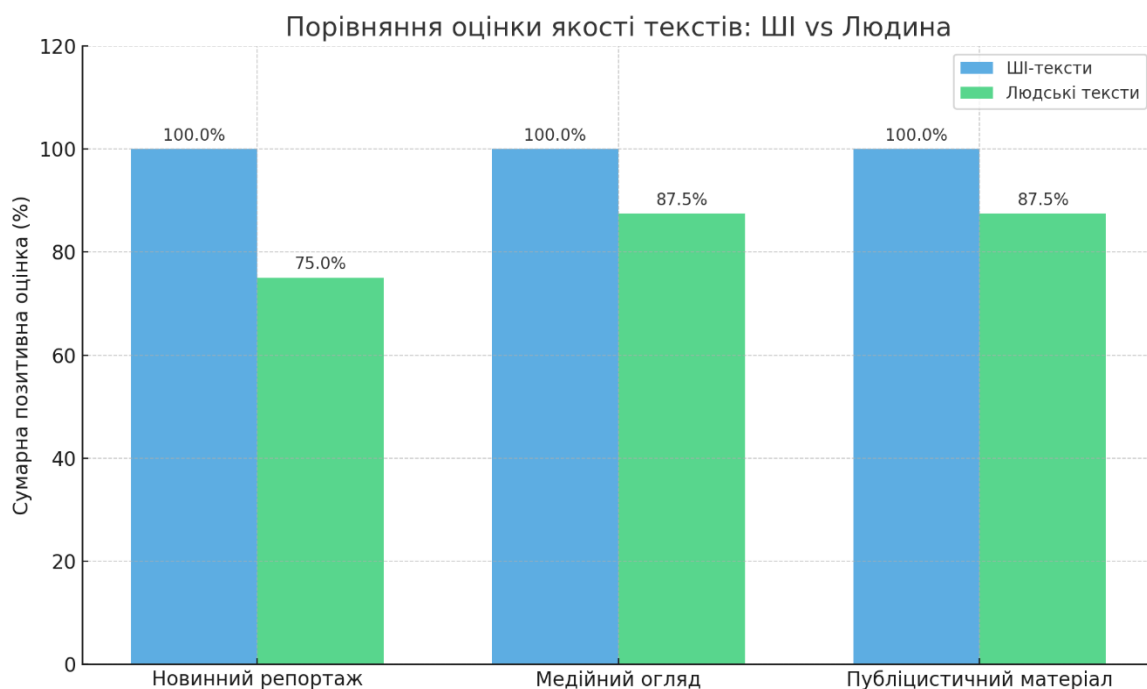
Дослідження стало не лише оцінкою якості контенту, але й способом зрозуміти, наскільки читач здатен «впізнати» руку машини в журналістському тексті.

Такий підхід дозволяє поглянути на проблему не з боку технологій, а з боку реального споживача інформації. Це дає змогу краще зрозуміти, чи готове суспільство до повноцінної інтеграції ШІ у сферу новинної журналістики. Варто зазначити, що подібне опитування – це нагода протестувати межі довіри аудиторії, її чутливість до мови та інтонації, а також сформулювати вектор для подальших етичних та професійних обговорень у медіа-середовищі.

Результати дослідження, зібрані в цьому розділі, дозволяють зробити перші висновки щодо того, як саме змінюється сприйняття новин під впливом факту їхнього «неживого» походження – і чи має значення для аудиторії те, хто насправді створив текст, якщо він написаний якісно.

Результати опитування продемонстрували різне сприйняття аудиторією текстів, створених людиною та штучним інтелектом, залежно від жанру. У випадку з новинним репортажем більшість респондентів позитивно оцінили якість обох варіантів: ШІ-текст 62,5% учасників визнали «хорошим», ще 37,5% – «дуже хорошим», тоді як людський текст отримав 75% позитивних відгуків як «хороший», хоча по 12,5% респондентів оцінили його як

«посередній» і «поганий». Примітно, що 62,5% опитаних помилково ідентифікували людський текст як машинний, а лише 37,5% правильно визначили походження ШІ-варіанту. У жанрі медійного огляду оцінки були більш змішаними: людський текст отримав 37,5% оцінок «хороший», 25% – «посередній», 25% – «дуже хороший» і 12,5% – «поганий». ШІ-текст був оцінений як «хороший» і «посередній» по 37,5%, і ще 25% визнали його «дуже хорошим». У цьому випадку 62,5% респондентів правильно розпізнали машинне авторство ШІ-огляду, тоді як 37,5% помилково приписали його людині. Найбільше розходжень в оцінках і впізнаваності спостерігалось у публіцистичному жанрі: людський текст 75% респондентів визнали «хорошим», 12,5% – «дуже хорошим» і ще 12,5% – «посереднім», тоді як ШІ-варіант отримав 62,5% «хороших» і 37,5% «дуже хороших» оцінок. Щодо розпізнавання авторства, думки розділилися порівну: 50% вважали, що ШІ-матеріал написаний людиною, а інші 50% – що людський текст створив алгоритм. Це засвідчує складність ідентифікації джерела тексту та водночас підтверджує, що штучний інтелект може успішно імітувати журналістський стиль, особливо в структурованих або менш емоційно насичених жанрах.



Стовпчикова діаграма на основі результатів опитування

Отримані результати свідчать про цікаву й водночас тривожну тенденцію. Аудиторія здебільшого позитивно оцінює якість матеріалів, згенерованих штучним інтелектом, і часто сприймає їх на рівні з текстами, написаними людиною. З'ясувалося, що респонденти не завжди здатні правильно ідентифікувати, хто є автором конкретного матеріалу: у двох із трьох випадків більшість опитаних помилилася з визначенням джерела тексту. Особливо цікавим є те, що саме в жанрі публіцистики ШІ найбільше наближається до людини – результати виявилися майже рівними. Це означає, що технологія вже зараз здатна створювати тексти, які не лише не викликають відторгнення в читача, а навпаки – здобувають довіру або емоційне прийняття. Водночас така ситуація порушує низку важливих викликів: зокрема, постає потреба етичного маркування ШІ-контенту, переосмислення ролі журналіста й збереження унікальності людського авторства в інформаційному просторі.

3.3 Авторські матеріали

Стаття на тему **«Картинка майбутнього: як ШІ змінює відеожурналістику та фотозйомку в медіа»**.

Матеріал опубліковано на офіційному сайті Чорноморського національного університету імені Петра Могили (<https://chmnu.edu.ua/kartinka-majbutnogo-yak-shi-zminyuye-videozhurnalistiku-ta-fotozjomku-v-media/>).

Чорноморський національний університет імені Петра Могили EN UK

Про університет Факультети Вступники Студенти Наука Міжнародні зв'язки International students Документи Поліклініка ЧНУ

КАРТИНКА МАЙБУТНЬОГО: ЯК ШІ ЗМІНЮЄ ВІДЕОЖУРНАЛІСТИКУ ТА ФОТОЗЙОМКУ В МЕДІА

Ще кілька років тому якісна зйомка вимагала цілої команди: оператора, звукорежисера, монтажера, фоторедактора. Сьогодні ж журналіст з одним смартфоном і парюю ШІ-інструментів може створити повноцінний відеорепортаж, а неймережа — обробити кадри, додати субтитри та навіть змінити фон в реальному часі. Штучний інтелект активно заходить у сферу фото- й відеожурналістики, змінюючи все: від моменту натискання кнопки зйомки до публікації матеріалу в мережі.

Це не просто інструмент автоматизації — це новий погляд на візуальний контент, на його створення, редагування і навіть правдивість. Як змінюється професія? Чи витіснять камери з ШІ живих фотографів і операторів?

Події та оголошення

05 ЧЕРВНЯ
Запрошуємо на гостьову лекцію «Domesticating vs Foreignising Approaches to Translation»

31 ЛИПНЯ
Посольства Румунії в Україні оголосило початок прийому заявок на отримання 40 стипендій для іноземних громадян на 2025–2026 навчальний рік

30 ТРАВНЯ
«Zawaska NAWA – пропозиція для приїжджих студентів і науковців 2025 – 2026»: оголошено набір кандидатів на участь у міжнародному двосторонньому співробітництві у сфері вищої освіти в рамках програми обміну для студентів та науковців

Новини

Практичний психолог ЧНУ імені Петра Могили Лада Захарова взяла участь у V Всеукраїнській міждисциплінарній науково-практичній конференції «Інклюзивна освіта: ідея, стратегія, результат»

У статті розглядається, як штучний інтелект трансформує візуальну складову журналістики – зокрема, відео- та фотозйомку. Авторка аналізує, як технології, що ще донедавна були доступні лише професійним студіям, сьогодні опинилися у смартфоні кожного журналіста.

Стаття акцентує не лише на технологічних можливостях, а й на викликах, які постають перед сучасною журналістикою. Піднімаються питання достовірності візуального контенту, проблеми дипфейків і маніпулятивних зображень. Також наведено приклади використання ШІ у війсьній журналістиці – зокрема, для оперативної обробки відео з дронів, захисту облич свідків і швидкої трансляції подій у реальному часі.

Публікація демонструє, що ШІ стає не лише засобом оптимізації роботи журналіста, а й фактором, що змінює етичні та професійні стандарти.

Підсумовуючи, авторка робить висновок: майбутнє візуальної журналістики – у гібридній моделі, де алгоритм виконує рутинну технічну роботу, а людина зберігає роль критично мислячого спостерігача й етичного комунікатора.

Підготовлено статтю на тему: «Без обличчя, але з голосом: як ШІ створює новинні аватари».

Матеріал опубліковано на офіційному сайті Чорноморського національного університету імені Петра Могили (<https://chmnu.edu.ua/bez-oblichchya-ale-z-golosom-yak-shi-stvoryuye-novinni-avatari/>).

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

Про університет Факультети Вступники Студенту Наука Міжнародні зв'язки International students Документи Поліклініка ЧНУ

БЕЗ ОБЛИЧЧЯ, АЛЕ З ГОЛОСОМ: ЯК ШІ СТВОРЮЄ НОВИННІ АВАТАРИ

Уявіть: ви вмикаєте новини, а на екрані — ведуча з ідеальною вимовою, рівним тоном і жодною емоційною похибкою. Вона не втомлюється, не робить пауз, не захворіє і ніколи не запізниться на ефір. Така ведуча не існує в реальному житті — це аватар, створений штучним інтелектом. І ні, це не кадр із фантастичного фільму, а вже звична практика в деяких країнах. У Південній Кореї, Китаї, Індії чи ОАЕ новини все частіше ведуть цифрові обличчя, озвучені штучним голосом або синтезованим на основі голосу реальної людини.

Ресурс – <https://surl.li/ruzawm>

ШІ-ведучі не просто читають текст із суфлера. Вони мають імітацію міміки, адаптивні рухи губ, базову жестикуляцію. У деяких випадках — навіть персональність. Але що стоїть за створенням таких аватарів, як вони працюють, і чи можуть сповлі замінити живих

Події та оголошення

Запрошуємо на гостьову лекцію «Domesticating vs Foreignising Approaches to Translation»

Посольства Румунії в Україні оголосило початок прийому заявок на отримання 40 стипендій для іноземних громадян на 2025–2026 навчальний рік

«Zawacka NAWA – пропозиція для приїжджених студентів і науковців 2025 – 2026»: оголошено набір кандидатів на участь у міжнародному двосторонньому співробітництві у сфері вищої освіти в рамках програми обміну для студентів та науковців

Новини

Практичний психолог ЧНУ імені Петра Могили Лада Захарова взяла участь у V Всеукраїнській міждисциплінарній науково-практичній конференції «Інклюзивна освіта: ідея, стратегія, результат»

У статті досліджено феномен цифрових ведучих – синтетичних аватарів, створених за допомогою штучного інтелекту для подачі новинного контенту. Розглянуто технологічні етапи створення віртуальних персонажів: від аналізу міміки та синтезу рухів обличчя до генерації голосу за допомогою глибинного машинного навчання. Описано, як системи на кшталт Synthesia, DeepBrain, Rephrase.ai та інших впроваджуються у редакційні процеси в таких країнах, як Китай, Індія, ОАЕ, забезпечуючи безперервний новинний потік і багатомовність без залучення реальних журналістів.

Підкреслено як переваги цифрових ведучих – оперативність, економічність, масштабованість і технічна досконалість, – так і ризики, що виникають при їх широкому застосуванні. Насамперед – це етичні питання, зниження рівня довіри до інформації та поступова втрата емоційної автентичності в медіа. Зазначено, що в умовах, коли глядачі не завжди розуміють, що перед ними не людина, а аватар, виникає небезпека маніпуляцій і дезінформації, особливо з огляду на можливість клонування голосів та створення реалістичних deepfake-образів.

У фокусі дослідження – дилема між технологічним прогресом і збереженням людської присутності в новинному просторі. Робиться висновок про необхідність вироблення чітких етичних норм і принципів прозорості щодо використання ШІ в журналістиці, аби зберегти довіру аудиторії та не допустити повного витіснення живих журналістів із публічного простору. Матеріал акцентує на важливості пошуку балансу між інновацією та гуманністю в інформаційній сфері.

Стаття на тему: **«Алгоритми й емоції: чи вміє ШІ розповідати історії»**

Матеріал опубліковано на офіційному сайті Чорноморського національного університету імені Петра Могили (<https://chmnu.edu.ua/algoritmi-j-emotsiyi-chi-vmiye-shi-rozpovidati-istoriyi/>).


Чорноморський національний університет імені Петра Могили




EN
UK

[Про університет](#)
[Факультети](#)
[Вступники](#)
[Студенти](#)
[Наука](#)
[Міжнародні зв'язки](#)
[International students](#)
[Документи](#)
[Поліклініка ЧНУ](#)

АЛГОРИТМИ Й ЕМОЦІЇ: ЧИ ВМІЄ ШІ РОЗПОВІДАТИ ІСТОРІЇ

Історії — це серце журналістики. Саме через них ми відчуваємо близькість до далеких подій, емпатію до незнайомих і краще розуміємо складні процеси. Репортажі, колонки, інтерв'ю — усе це не просто передача фактів, а спосіб «оживити» інформацію, зробити її відчутною. Сторітелінг — не технологія, а мистецтво, яке потребує не тільки логіки, а й емоцій.



Ресурс – <https://surl.li/dqiano>

Та сьогодні поруч із живими авторами в гру вступають алгоритми. Штучний інтелект уже вміє писати новини, готувати пресрелізи і навіть створювати літературні сюжети. Але чи здатен він розповісти історію так, щоб вона зачепила? Чи може машина, яка не має власного досвіду, створити щось по-справжньому людське?

Події та оголошення

05

ЧЕРВНЯ

31

ЛИПНЯ

30

ТРАВНЯ

Запрошуємо на гостьову лекцію «Domesticating vs Foreignising Approaches to Translation»

Посольства Румунії в Україні оголосило початок прийому заявок на отримання 40 стипендій для іноземних громадян на 2025–2026 навчальний рік

«Zawaska NAWA – пропозиція для приїжджих студентів і науковців 2025 – 2026»: оголошено набір кандидатів на участь у міжнародному двосторонньому співробітництві у сфері вищої освіти в рамках програми обміну для студентів та науковців

Новини

Практичний психолог ЧНУ імені Петра Могили Лада Захарова взяла участь у V Всеукраїнській міждисциплінарній науково-практичній конференції «Інклюзивна освіта: ідея, стратегія, результат»

У статті йдеться про те, як штучний інтелект поступово входить у сферу журналістики – не тільки як інструмент для обробки даних чи створення коротких новин, а вже як потенційний «оповідач». Авторка досліджує межу між просто якісно згенерованим текстом і справжнім сторітелінгом – тим, що викликає емоції, занурює у досвід іншої людини й тримає читача до останнього речення.

Текст спирається на приклади використання ШІ в медіа – як міжнародних, так і загальні тенденції, – і водночас наголошує: попри всі технологічні прориви, алгоритмам бракує головного – власного досвіду. Машина може грамотно побудувати текст, відтворити емоції на основі тисяч подібних прикладів, але вона не здатна по-справжньому відчувати. А тому – не здатна розповідати історії так, як це робить людина, яка сама пережила момент або щиро перейнялася долею героя.

Матеріал не протиставляє журналіста й ШІ, а навпаки – показує, що майбутнє журналістики полягає в їхній взаємодії. Штучний інтелект може допомагати – зі збором інформації, аналізом, підготовкою чернеток, створенням відео чи візуального контенту. Але той самий живий погляд, увага до деталей, здатність вловити суть – поки що це виключно людська зона

відповідальності. Саме вона й робить історію не просто правильною, а справжньою.

Написано статтю на тему: **«Роботи чи репортери? Як штучний інтелект змінює журналістику»**.

Матеріал опубліковано на офіційному сайті Чорноморського національного університету імені Петра Могили (<https://chmnu.edu.ua/roboti-chi-reporteri-yak-shtuchnij-intelekt-zminyuye-zhurnalistiku/>).



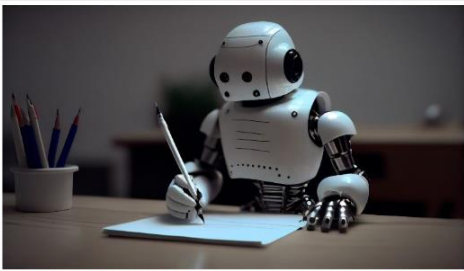
Чорноморський національний університет імені Петра Могили

Про університет Факультети Вступники Студенту Наука Міжнародні зв'язки International students Документи Поліклініка ЧНУ

РОБОТИ ЧИ РЕПОРТЕРИ? ЯК ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЗМІНЮЄ ЖУРНАЛІСТИКУ

Сьогоднішні реалії важкі для журналістської професії: осучаснення технік написання текстів, впровадження передових технологій, таких як штучний інтелект, та заміщення професійних навичок текстами, створеними нейромережами, а не людьми.

Чи все так погано, як нам розповідають звідусіль? Штучний інтелект як концепція з'явився ще у 50-х роках ХХ століття, коли вчені вперше заговорили про можливість створення машин, здатних мислити. 1956 року на конференції в Дартмуті Джон Маккарті запропонував термін «штучний інтелект», і з цього почалася його офіційна історія.



Ресурс: <https://surl.li/ghvmbg>

У наступні десятиліття ШІ переживав підйоми та спади: від оптимістичних прогнозів до періодів застою через технічні обмеження. Лише в 2000-х розвиток обчислювальних потужностей і нейромереж дозволив створювати справді розумні системи.

Події та оголошення

05 **КЕРВНЯ**
Запрошуємо на гостьову лекцію «Domesticating vs Foreignising Approaches to Translation»

31 **ЛИПНЯ**
Посольства Румунії в Україні оголосило початок прийому заявок на отримання 40 стипендій для іноземних громадян на 2025–2026 навчальний рік

30 **ТРАВНЯ**
«Zawaska NAWA – пропозиція для приїжджих студентів і науковців 2025 – 2026»: оголошено набір кандидатів на участь у міжнародному двосторонньому співробітництві у сфері вищої освіти в рамках програми обміну для студентів та науковців

Новини

Практичний психолог ЧНУ імені Петра Могили Лада Захарова взяла участь у V Всеукраїнській міждисциплінарній науково-практичній конференції «Інклюзивна освіта: ідея, стратегія, результат»

У цьому матеріалі авторка звертається до теми, яка сьогодні є найактуальнішою: як впливають на професію нейромережі, що можуть писати новини, створювати контент і частково брати на себе завдання, які раніше виконували живі люди. У центрі уваги – зіткнення двох реальностей: класичної журналістики та стрімкого технічного прогресу.

Стаття не намагається налякати читача чи застерегти, і водночас не романтизує майбутнє – натомість пропонує тверезий погляд: ШІ не забере роботу у журналіста, якщо той зуміє адаптуватися. Ідеться про те, як великі редакції вже зараз застосовують штучний інтелект: для написання фінансових новин, спортивних оглядів, створення інфографіки, аналізу трафіку або

створення новин, але з появою ШІ зміни стали особливо швидкими та помітними. Авторка окреслює, як саме алгоритми вже сьогодні беруть участь у створенні контенту, від автоматичного написання новин до перевірки фактів і аналізу великих обсягів даних. У матеріалі наведено конкретні приклади використання ШІ в редакціях світових медіа, що демонструє його практичну ефективність.

Водночас авторка не ідеалізує технології. У тексті підкреслюється, що попри всі можливості алгоритмів, ключові аспекти журналістики – критичне мислення, етична відповідальність, уміння розпізнавати маніпуляції, розуміння контексту і здатність бачити за сухими фактами живу історію – залишаються у зоні відповідальності людини. Порушується також питання ризиків: від поширення дезінформації до потенційного витіснення журналістів із професії.

У підсумку стаття не ставить питання «хто сильніший – людина чи алгоритм», натомість пропонує тверезий погляд: штучний інтелект уже став частиною медіапроцесів, але саме людина лишається відповідальною за зміст, якість і етичність журналістики. Майбутнє галузі – у розумному балансі між людським досвідом та технологічною допомогою.

Висновки до розділу 3

Проведений практичний аналіз продемонстрував, що штучний інтелект уже сьогодні займає помітне місце в медіасфері, змінюючи як підходи до створення контенту, так і сприйняття журналістики загалом. Світові та українські кейси підтвердили: ШІ дедалі активніше інтегрується в редакційні процеси, виконуючи як технічні, так і творчі функції – від генерації текстів до персоналізації контенту та автоматизації аналітики. При цьому, попри всі побоювання, технологія не лише пришвидшує роботу редакцій, а й іноді задає нову планку якості, зокрема в оперативності та структурованості подачі інформації.

Опитування, проведене в межах цього розділу, дало змогу краще зрозуміти, як саме аудиторія сприймає ШІ-генерований контент. Результати засвідчили, що читачі здебільшого оцінюють такі тексти позитивно, часто не відрізняючи їх від матеріалів, створених людьми. Зокрема, у двох із трьох жанрів (новинний репортаж та медійний огляд) більшість респондентів помилилася у визначенні авторства, тоді як у публіцистиці оцінки якості виявилися майже однаковими. Це свідчить про поступове зменшення розриву між людським і машинним стилем викладу, а також про здатність ШІ адаптуватися до жанрових вимог сучасної журналістики.

У підрозділі з авторськими матеріалами було на практиці показано, як саме людський досвід, емоційність та індивідуальний стиль мислення формують справжню глибину журналістського тексту. Саме такі елементи створюють унікальне враження гуманності, який не просто інформує, а спілкується з читачем на емоційному рівні. Ці приклади підтвердили, що хоча ШІ може імітувати структуру та логіку викладу, він не здатен передати внутрішню мотивацію автора, його сумніви, переконання та світогляд. У цьому і полягає принципова відмінність: людські тексти – це не просто набір фактів, а форма співпереживання та осмислення реальності, яку штучний інтелект поки що не здатен відтворити.

Отже, на основі всіх трьох підрозділів можна зробити комплексний висновок: ШІ вже є впливовим інструментом у сфері медіа, здатним генерувати контент, який сприймається аудиторією як якісний і авторитетний. Проте повна заміна журналіста наразі неможлива. Найцінніше у професії – людський досвід, критичне мислення, емпатія та відповідальність – залишаються за межами можливостей сучасного штучного інтелекту. У майбутньому оптимальним шляхом розвитку стане не конкуренція, а симбіоз людини й машини, де ШІ стане помічником, а не заміником, а журналіст зможе зосередитися на тому, що машина зробити не здатна – мислити, розуміти, співпереживати та формувати ціннісний простір інформації.

ВИСНОВКИ

Штучний інтелект стрімко трансформує всі сфери сучасного життя, зокрема медіа. Журналістика, як галузь, що тісно пов'язана з технологічними інноваціями, вже сьогодні зазнає суттєвих змін – від автоматизації рутинних завдань до появи повністю згенерованих алгоритмами матеріалів. У такому контексті надзвичайно актуальним постає питання: якою стає журналістика під впливом нейромережі, і чи здатна вона зберегти свою соціальну місію в умовах стрімкого технічного прогресу?

Особлива увага приділена не лише технічним аспектам використання ШІ, а й етичним викликам, зміні взаємодії між журналістом і технологією, а також сприйняттю таких змін аудиторією. Такий підхід дозволяє сформувати цілісне уявлення про трансформації в медіасфері та окреслити перспективи подальшого розвитку професії в добу штучного інтелекту.

Упродовж дослідження було здійснено комплексний аналіз впливу штучного інтелекту на сучасну журналістику – як у теоретичному, так і в практичному аспектах. Це дало змогу сформувати цілісне уявлення про трансформації, що відбуваються в медіасфері під впливом новітніх технологій, і зробити низку висновків:

1. Визначено поняття штучного інтелекту та його місце в сучасному інформаційному суспільстві. Встановлено, що ШІ є не лише технологією, а й соціокультурним явищем, яке змінює способи створення та споживання інформації.

2. Досліджено історію та етапи впровадження ШІ у сферу мас-медіа. Проаналізовано розвиток технологій від перших автоматизованих рішень до стрімкого поширення генеративних моделей, що започаткували якісні зрушення в цифровій журналістиці.

3. Проаналізовано основні напрями використання ШІ в журналістиці. Виокремлено автоматизацію рутинної журналістської роботи,

персоналізацію контенту, аналітику великих обсягів даних і візуалізацію інформації як ключові сфери застосування.

4. Розкрито етичні виклики, які виникають під час використання ШІ в журналістиці. Серед них – проблеми авторства, відповідальності за помилки, прозорості алгоритмів та їхньої упередженості, що потребують постійної уваги й регулювання.

5. Вивчено взаємодію між журналістами та інтелектуальними алгоритмами. Проаналізовано різні моделі цієї взаємодії: змагальну, кооперативну й симбіотичну, причому остання визнана найбільш перспективною, адже передбачає збереження людського контролю й творчості при залученні ШІ як інструменту.

6. Проведено аналіз кейсів використання ШІ в українських та зарубіжних ЗМІ. Виявлено різний рівень інтеграції: від простих автоматизованих рішень до повної генерації новинного контенту без участі людини.

7. Здійснено власне дослідження – опитування з аналізом сприйняття аудиторією ШІ-генерованих новин. Результати свідчать про те, що багато читачів не можуть розрізнити походження текстів, проте авторські публіцистичні матеріали передають глибину, індивідуальність та емоційність, якої ШІ поки не досягає.

У підсумку встановлено, що штучний інтелект вже сьогодні змінює журналістику як на рівні контенту, так і в контексті професійної діяльності. Ці зміни вимагають не лише технологічної адаптації, а й збереження фундаментальних цінностей журналістики: довіри, правдивості, етики та гуманістичного підходу. ШІ не витіснить журналіста, але стане каталізатором його розвитку – із наголосом на аналітиці, емпатії, інтонації та здатності формулювати складні речі просто і зрозуміло.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білан С. – Факультет інформаційних технологій. Факультет інформаційних технологій – Київський національний університет імені Тараса Шевченка. URL: <https://fit.knu.ua/en/archives/19187?utm> (дата звернення: 23.11.2024).
2. Гук О., Артеменко Л., Хитровська Ю. Історія штучного інтелекту в медіа бізнесі: етапи розвитку, особливості застосування, виклики та перспективи. ResearchGate. URL: https://www.researchgate.net/publication/387433740_ISTORIA_STUCNOGO_IN_TELEKTU_V_MEDIA_BIZNESI_ETAPI_ROZVITKU_OSOBLIVOSTI_ZASTOSUVANNA_VIKLIKI_TA_PERSPEKTIVI (дата звернення: 30.05.2025).
3. Економічна правда. Журналісти на вихід. Працює штучний інтелект. Економічна правда. URL: https://epravda.com.ua/publications/2017/03/1/622126/?fbclid=IwY2xjawIwTMdleHRuA2FlbQIxMQABHeXtWX-6GwEApN-FiP7FLYepZ7ca4c_0-z20qTiV3gmd-WybmU1QErig0A_aem_yjDel3hqGyWNn477gFv33g (дата звернення: 20.04.2025).
4. Ефективний фактчекінг за допомогою ШІ: рекомендації StopFake. Ірта-fax. URL: https://irtafax.com/efektyvnyj-faktchekinh-za-dopomohoiu-shi-rekomendatsii-stopfake/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 19.05.2025).
5. Історія української журналістики. Матеріали для підготовки практичних занять, самостійної та індивідуальної роботи. Кафедра журналістики – Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника. URL: <https://kjourn.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/54/2024/12/khrestomatiia-z-istorii-ukrainskoi-zhurnalistyky.pdf> (дата звернення: 28.03.2025).
6. Історія української журналістики. Навчально-методичні матеріали для самостійної роботи студентів третього курсу факультету

журналістики. Головна — Факультет журналістики.

URL: https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/04/Istoriia-ukrains-koi-zhurnalistyky_1.pdf (дата звернення: 20.03.2025).

7. Комісія з журналістської етики. Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо використання штучного інтелекту для створення журналістських матеріалів. Комісія з журналістської етики. URL: <https://cje.org.ua/statements/rekomendatsii-komisii-z-zhurnalistskoi-etyky-shchodo-vykorystannia-shtuchoho-intelektu-dlia-stvorennia-zhurnalistskykh-materialiv/?utm> (дата звернення: 17.04.2025).

8. Мінцифра. Як відповідально використовувати штучний інтелект: розробили рекомендації для медіа. Міністерство цифрової трансформації України. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/yak-vidpovidalno-vikoristovuvati-shtuchniy-intelekt-rozrobili-rekomendatsii-dlya-media> (дата звернення: 30.11.2024).

9. Обробка природної мови (NLP): як це працює, переваги та виклики. Shaip, 2023. URL: <https://uk.shaip.com/blog/what-is-nlp-how-it-works-benefits-challenges-examples/> (дата звернення: 18.12.2024).

10. Основи журналістики. Розділ 3. Інфраструктура журналістики. Бібліотека українських підручників. URL: <https://westudents.com.ua/glavy/26420-rozdl-3-nfrastruktura-jurnalstiki.html> (дата звернення: 29.03.2025).

11. Пасічник В. Роль штучного інтелекту в розвитку сучасної журналістики: тенденції та виклики міжнародного досвіду. Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Філологія, 2025, № 1(15). С. 54–60. URL: <https://journals.maup.com.ua/index.php/philology/article/download/4700/5005/5390> (дата звернення: 02.04.2025).

12. Повідомлення про землетрус для Los Angeles Times написав робот. ms.detector.media. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/1342/2014-03-20->

[povidomlennya-pro-zemletrus-dlya-los-angeles-times-napysav-robot/](#) (дата звернення: 10.02.2025).

13. Річний звіт 2018. Texty.org.ua. URL: https://texty.org.ua/pdf/Zvit_2018_ukr.pdf (дата звернення: 10.11.2024).

14. Список сервісів ШІ, які стануть у пригоді журналістам. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/news/spysok-servisiv-shi-yaki-stanut-u-nagodi-zhurnalistam-i62865> (дата звернення: 11.05.2025).

15. Технології штучного інтелекту в сучасному освітньому процесі: переваги та недоліки. Вища освіта України. URL: <https://journals.udu.kyiv.ua/index.php/vou/article/view/249/207> (дата звернення: 29.04.2025).

16. Україна підписала Рамкову конвенцію про штучний інтелект та права людини. Ministry of Digital Transformation of Ukraine. IT Ukraine Association. URL: <https://itukraine.org.ua/ukrayina-pidpisala-ramkovu-konventsuyu-pro-shtuchnij-intelekt-ta-prava-lyudini/> (дата звернення: 25.05.2025).

17. Упередження ШІ та культурні стереотипи: наслідки, обмеження та пом'якшення. Unite.AI. URL: <https://surli.cc/zcljcz> (дата звернення: 12.04.2025).

18. Чепурко А. Виклики та перспективи використання штучного інтелекту в журналістиці (за матеріалами публікацій видання texty.org.ua). Головна сторінка DSpace. URL: <https://etnuir.tnu.edu.ua/handle/123456789/216?utm> (дата звернення: 27.11.2024).

19. Штучний інтелект – що це: види, приклади, програми ШІ – Ukrainian Digital Community. Ukrainian Digital Community. URL: <https://ukrainiandigital.com/strong-yak-stvoryty-vlasne-onlayn-navchannia-strong/> (дата звернення: 12.03.2025).

20. Штучний інтелект та «нова дискримінація»: як технології впливають на права та життя людини?. Inspired. URL:

<https://inspired.com.ua/creative/technology/shtuchnyj-intelekt-ta-nova-dyskryminatsiya-yak-tehnologiyi-vplyvayut-na-prava-ta-zhyttya-lyudyny/?utm>
(дата звернення: 10.11.2024).

21. Штучний інтелект та проблема «білого чоловіка». Політична критика. URL: <https://politkrytyka.org/2017/01/03/shtuchnij-intelekt-ta-problema-bilogo-cholovika/> (дата звернення: 30.11.2024).

22. Штучний інтелект: сутність, аналіз застосування, перспективи розвитку. Scientific Bulletin of Kherson State University. Series Economic Sciences. URL: <https://ejournal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/405/401> (дата звернення: 12.01.2025).

23. Artificial Intelligence in Journalism: the Future of Media under the Influence of New Technologies – Scientific Notes of the Institute of Journalism. Наукові записки Інституту журналістики – Науковий журнал. URL: <https://www.scientific-notes.com/en/archives/2131> (date of access: 22.11.2024).

24. Authors versus AI: Approaches and Challenges. Current Issues of Mass Communication. URL: <https://cimc.knu.ua/article/view/2632?utm> (date of access: 23.11.2024).

25. BBC unveils blueprint for long-term research driven by AI and IP. Streaming Media Magazine. URL: <https://www.streamingmediaglobal.com/Articles/News/Featured-News/BBC-unveils-blueprint-for-long-term-research-driven-by-AI-and-IP-169016.aspx> (date of access: 13.03.2025).

26. Big Data – що це: характеристики, можливості, використання – Ukrainian Digital Community. Ukrainian Digital Community. URL: <https://ukrainiandigital.com/strong-efektyvnist-instrumentu-big-data-v-biznesi-vyklyky-trendy-perspektyvy-strong/> (дата звернення: 23.03.2025).

27. ClaimBuster: Automated Live Fact-Checking. IDIR Lab, University of Texas at Arlington. URL: <https://idir.uta.edu/claimbuster/> (дата звернення: 12.05.2025).

28. Décodeurs L. Les Décodeurs ont 10 ans : l'abécédaire d'une décennie de fact-checking, data et enquête. Le Monde.fr. URL: https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2024/03/10/les-decodeurs-ont-10-ans-l-abecedaire-d-une-decennie-de-fact-checking_6221141_4355770.html (date of access: 30.02.2025).

29. Diakopoulos N. Algorithmic Accountability. Tandfonline. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2014.976411?utm> (date of access: 12.12.2024).

30. GPT-3 powers the next generation of apps. OpenAI. URL: <https://openai.com/index/gpt-3-apps/> (дата звернення: 29.02.2025).

31. Graefe A. Guide to Automated Journalism. Columbia Journalism Review. URL: https://www.cjr.org/tow_center_reports/guide_to_automated_journalism.php (date of access: 28.11.2024).

32. Kharchenko S. Artificial intelligence and copyediting of media texts: bifurcation points. Ouci. URL: <https://ouci.dntb.gov.ua/works/735Wm10I/> (date of access: 01.12.2024).

33. Lee O. Camera Misses the Mark on Racial Sensitivity. Gizmodo. URL: <https://web.archive.org/web/20180726195133/https://gizmodo.com/5256650/camera-misses-the-mark-on-racial-sensitivity> (date of access: 16.03.2025).

34. Machine Bias. ProPublica. URL: <https://www.propublica.org/article/machine-bias-risk-assessments-in-criminal-sentencing> (date of access: 12.02.2025).

35. New York Times Sues Microsoft and OpenAI for Copyright Infringement. Bloomberg. URL: https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-12-27/new-york-times-sues-microsoft-and-openai-for-copyright-infringement?utm_content=business&utm_medium=social&cmpid=socialflow-twitter-business&utm_source=twitter&utm_campaign=socialflow-organic (date of access: 28.05.2025).

36. Quakebot – Los Angeles Times. Los Angeles Times. URL: <https://www.latimes.com/people/quakebot> (date of access: 19.03.2025).

37. Reuters. Reuters and AI. Reuters, 30 жовтня 2024. URL: <https://www.reuters.com/info-pages/reuters-and-ai/> (дата звернення: 17.03.2025).

38. Roetzer P. How the AP Writes Thousands of Content Pieces in Seconds. Marketing AI Institute. Artificial Intelligence for Marketing. URL: <https://www.marketingaiinstitute.com/blog/how-the-associated-press-and-the-orlando-magic-write-thousands-of-content-pieces-in-seconds> (date of access: 11.02.2025).

39. Simonite T. Google Mistakenly Tags Black People as «Gorillas», Showing Limits of Algorithms. The Wall Street Journal. URL: <https://blogs.wsj.com/digits/2015/07/01/google-mistakenly-tags-black-people-as-gorillas-showing-limits-of-algorithms/> (дата звернення: 11.03.2025).

40. Sirenko A. THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN MAKING FOREIGN POLICY DECISIONS IN THE UKRAINIAN-RUSSIAN WAR | Європейські соціо-правові та гуманітарні студії. Наукова періодика України. URL: <https://journals.uran.ua/jjournal-ehs/article/view/306107?utm> (дата звернення: 13.12.2024).

41. Stezhko N. Google Scholar. URL: <https://scholar.google.com.ua/citations?user=ILgLDe0AAAAJ&hl=ru> (date of access: 24.11.2024).

42. The Guardian. The Guardian's approach to generative AI. The Guardian, 16 червня 2023. URL: <https://www.theguardian.com/help/insideguardian/2023/jun/16/the-guardians-approach-to-generative-ai> (дата звернення: 10.05.2025).

43. The Washington Post. The Washington Post to use artificial intelligence to cover nearly 500 races on Election Day. The Washington Post, 19 жовтня 2016. URL: <https://www.washingtonpost.com/pr/wp/2016/10/19/the-washington-post-uses-artificial-intelligence-to-cover-nearly-500-races-on-election-day/> (дата звернення: 12.02.2025).

44. What is Algorithmic Accountability? Process & Examples peopleHum. URL: <https://www.peoplehum.com/glossary/algorithmic-accountability> (date of access: 29.11.2024).

45. Xinhua News Agency. World's first AI news anchor makes «his» China debut. Xinhua, 8 листопада 2018. URL: https://www.xinhuanet.com/english/2018-11/08/c_137591813.htm (дата звернення: 12.02.2025).