МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ

КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему «Трансформація журналістських жанрів в епоху штучного інтелекту»

Виконав студент 4 курсу, групи _

спеціальності С7 журналістика

освітньої програми _

спеціалізації _

Р. В. Стрюк

Керівник : к.н.із соц.ком. Костюк Ю.В.

Рецензент : к.філол. н. Тяпкіна Н.І.

Запоріжжя 2026

ЗМІСТ

Реферат

Завдання

Вступ……8

Розділ 1. Теоретичні та історичні основи трансформації журналістських жанрів……

1.1. Концептуалізація журналістського жанру: від морфологічного до функціонального підходу.

1.2. Компаративний аналіз української та західної шкіл жанрології: від канону до прагматизму.

Розділ 2. Технологічна типологія штучного інтелекту та жанрово-стилістичні модифікації у світовій медіапрактиці

2.1. Функціональна класифікація інструментів штучного інтелекту в сучасному медіавиробництві.

2.2.. Мультимодальний наратив та комп'ютерний зір у розслідуваннях (на прикладі The New York Times).

Висновки

Список використаних джерел

Декларація академічної доброчесності

Abstract

РЕФЕРАТ

Тема кваліфікаційної роботи бакалавра: «Трансформація журналістських жанрів в епоху штучного інтелекту».

Обсяг основного тексту: 35 сторінок.

Кількість використаних джерел – 25.

Мета роботи – теоретично узагальнити процес трансформації журналістських жанрів в епоху штучного інтелекту та проаналізувати структурно-стилістичні і професійно-етичні наслідки алгоритмізації медіавиробництва.

Для досягнення поставленої мети було виконано такі завдання:

1) Дослідити теоретичні підходи до визначення журналістських жанрів та порівняти українську і західну школи жанрології;
2) Класифікувати сучасні інструменти штучного інтелекту, що застосовуються в медіапрактиці;
3) Проаналізувати зміни в структурі та стилістиці матеріалів на прикладах провідних світових видань;
4) Розглянути особливості моделі спільної діяльності людини та алгоритму «Human-in-the-loop»;
5) Виявити та описати етичні і професійні ризики делегування творчих функцій штучному інтелекту.

Об'єкт дослідження – жанрова система та стилістична структура сучасних мас-медіа в умовах цифрової трансформації.

Предмет дослідження – технологічні, структурно-семантичні та професійно-етичні трансформації журналістських жанрів під впливом алгоритмів штучного інтелекту.

Ключові слова: журналістика, штучний інтелект, Ші-журналістика, мас-медіа, human-in-the-loop, журналістські жанри.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет журналістики
Кафедра журналістики
Рівень вищої освіти
бакалавр
Спеціальність 061 Журналістика
Освітня програма «Журналістика»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____
«___»_____2026
року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА СТУДЕНТЦІ

Стрюка Романа Віталійовича

1. Тема роботи – «Трансформація журналістських жанрів в епоху штучного інтелекту» («The Transformation of Journalistic Genres in the Era of Artificial Intelligence»)

керівник роботи: канд. соц. ком., доцент Костюк Юрій Вікторович, затверджені наказом ЗНУ від «08» грудня 2025 року №1776-с

2. Строк подання студентом роботи – 5 червня 2026 р.
3. Вихідні дані до роботи: наукові джерела таких учених, як наукові праці М. Здоровега, І. Михайлин, О. Сербенська, Е. Мосс, М. Харрісон та інших вітчизняних і зарубіжних дослідників журналістики та мультимедійних комунікацій; мультимедійні матеріали закордонних онлайн-видань «Reuters», «Bloombers»; наукові статті, монографії, навчальні посібники й інтернет-джерела з теми дослідження.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки: теоретичні основи трансформації журналістських жанрів в епоху ШІ; вплив воєнного стану на трансформацію журналістських форматів; аналіз мультимедійних матеріалів провідних закордонних онлайн-видань («Reuters», «The Washington Post», «Associated Press»); особливості боротьби з дипфейками відповідними редакціями, фактор економічний та зниження ролі роботи журналіста в епоху прогресивного впровадження штучного інтелекту в роботу медіа редакцій, загрози професійної та когнітивної деградації журналістів в еру застосування ШІ.

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Вступ	Костюк Ю.В., доц.	04.12.2025	04.12.2025
Розділ 1	Костюк Ю.В., доц.	23.01.2025	23.01.2025
Розділ 2	Костюк Ю.В., доц.	28.02.2026	28.02.2026
Висновки	Костюк Ю.В., доц.	20.03.2026	20.03.2026

6.

7. Дата видачі завдання - 10 грудня 2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об'єкт, предмет дослідження	16.11.2025	Виконано
2	Написати попередній варіант вступу і змісту та дібрати наукову літературу	23.12.2025	Виконано
3	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину, оформити список літератури.	04.01.2026	Виконано
4	Написати всі інші підрозділи практичної частини. Формування творчого доробку.	28.02.2026	Виконано
5	Доробити творчий проєкт.	18.03.2026	Виконано
6	Написати висновки і остаточний варіант вступу.	06.05.2026	Виконано
7	Оформити додатки.	25.05.2026	Виконано
8	Здати роботу на нормоконтроль.	04.06.2026	Виконано
9	Виправити недоліки оформлення	08.06.2026	Виконано

Студент Р.В. Стрюк.

Керівник роботи _____Ю.В.Костюк

(підпис)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____Романюк Н.В.

(підпис) (ініціали та прізвище)

’ВСТУП

Сучасний етап розвитку мас-медіа характеризується стрімкою інтеграцією технологій штучного інтелекту (ШІ) в редакційні процеси. Впровадження алгоритмів, здатних не лише автоматизовано збирати інформацію, а й самостійно генерувати медіатексти та персоналізувати контент, докорінно змінює традиційну архітектуру медіавиробництва. У цих умовах особливої гостроти зокрема набуває проблема трансформації жанрових структур, які довгий час слугували стійкими канонами журналістської праці. Саме необхідність комплексного теоретичного осмислення та практичного аналізу професійних, жанрових та етичних викликів, спричинених алгоритмізацією медіасфери, визначає актуальність даного дослідження.

Мета роботи – теоретично узагальнити процес трансформації журналістських жанрів в епоху штучного інтелекту та проаналізувати структурно-стилістичні і професійно-етичні наслідки алгоритмізації медіавиробництва.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

1. Дослідити теоретичні підходи до визначення журналістських жанрів та порівняти українську і західну школи жанрології.
2. Класифікувати сучасні інструменти штучного інтелекту, що застосовуються в медіапрактиці.
3. Проаналізувати зміни в структурі та стилістиці матеріалів на прикладах провідних світових видань (Reuters, Bloomberg, The New York Times).
4. Розглянути особливості моделі спільної діяльності людини та алгоритму "Human-in-the-loop".
5. Виявити та описати етичні і професійні ризики делегування творчих функцій штучному інтелекту.

Об'єктом дослідження є жанрова система та стилістична структура сучасних мас-медіа в умовах цифрової трансформації.

Предмет дослідження: технологічні, структурно-семантичні та професійно-етичні трансформації журналістських жанрів під впливом алгоритмів штучного інтелекту.

Структура роботи. Дипломна робота бакалавра складається з реферату, вступу, трьох розділів, загальних висновків та списку використаної літератури. Обсяг роботи – 35 сторінок. Список використаної літератури містить 25 найменувань (викладені на 2 сторінках).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ІСТОРИЧНІ ОСНОВИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ ЖАНРІВ

1.1. Концептуалізація журналістського жанру: від морфологічного до функціонального підходу

Становлення журналісиикознавства як окремої науки прямо пов'язане з пошуком чітких правил поділу творчої роботи на види. Відтак, питання того, як правильно визначати жанри сучасних матеріалів, уже давно викликає суперечки серед дослідників. Жанр у медіа – не просто структура тексту, а складна модель взаємодії, котра визначає, як саме автор сприймає реальність, переробляє інформацію та доносить її до читача.

Тривалий час традиційна вітчизняна теоретична школа спиралася на морфологічний підхід, згідно з яким жанр визначається як відносно стала типологічна структура, що виникає на перетині трьох основних чинників, так званої "жанротворчої тріади" [5–8]:

1. Предмет відображення – конкретний сегмент соціальної дійсності, на який спрямована увага журналіста.

2. Цільова установка – функціональне призначення тексту (оперативне інформування, поглиблений аналіз чи емоційний вплив).

3. Метод освоєння дійсності – сукупність прийомів збору та обробки інформації (раціонально-логічний або художньо-образний).

У межах цього підходу жанри поділялися на три великі групи: інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні. Така класифікація забезпечувала чітку ієрархію та зрозумілі стандарти якості журналістської роботи, проте в умовах цифрової трансформації та появи комбінованих платформ цей підхід почав демонструвати певну обмеженість, оскільки є орієнтованим на статичний текст, а не на динамічний мультимедійний потік.

Альтернативний та більш прагматичний погляд на природу жанру висуває західна медіалогія. Каролін Міллер (Carolyn Miller) у своїй знаковій праці "Genre as Social Action" пропонує відійти від розуміння жанру як суто літературної категорії, визначаючи його як "типову риторичну відповідь на повторювані ситуації в соціумі" [1]. Згідно з цим твердженням, жанр виникає не через те, що існують правила написання, а тому, що суспільство починає потребувати певного типу комунікації.

Наприклад, поява формату "термінових новин" у цифрових медіа є не звичайним скороченням традиційної замітки, а соціальною реакцією на прискорення життєвого темпу та прагненням аудиторії до миттєвої орієнтації в подіях. Спираючись на це, можна сказати, що трансформація жанрів під впливом штучного інтелекту – це закономірне продовження соціальної еволюції; так, якщо суспільство потребує миттєвої фінансової аналітики, виникає жанр "алгоритмічного звіту", який штучний інтелект здатен згенерувати набагато швидше за людину.

Окрім цього, ключовою для розуміння сучасних трансформацій є теорія "рідкої журналістики" (liquid journalism), розроблена Марком Дьозе (Mark Deuze) [2; 3]. Спираючись на філософію "плинної сучасності" Зигмунта Баумана [4], Дьозе зазначає, що в цифрову епоху журналістика втрачає свої чіткі обриси та інституційні межі, стаючи динамічним процесом, а не кінцевим продуктом. Це призводить до жанрової дифузії – процесу інтенсивного змішування ознак різних жанрів у межах одного медіапродукту. Сучасний матеріал у провідних онлайн-виданнях є складним гібридним утворенням, що поєднує:

а) інформаційну основу (факт);

б) інтерактивну інфографіку (аналітика даних);

в) вбудовані відео та аудіоподкасти (елементи репортажу);

г) гіперпосилання на першоджерела (документальна база).

Така мультимедійність робить дещо вразливою традиційну жанрову систему, адже один і той же матеріал може одночасно функціонувати і як стаття, і як розслідування, і як мультимедійний лонгрід.

В завершення теоретичного огляду підходів варто також згадати концепцію "обчислювальної журналістики" (computational journalism) Ніколаса Діакопулоса (Nicholas Diakopoulos) [9], згідно з якою сучасний жанр визначається не лише автором, а насамперед алгоритмом розповсюдження. Технологічні платформи починають диктувати правила текстотворення: структуру заголовків, довжину речень, щільність ключових слів та особливості внутрішньої будови, тим самим адаптуючи контент під алгоритми Meta, Google чи ByteDance.

Унаслідок цього виникає та активно поширюється явище «автоматизованої замітки», коли, після самостійного аналізу великих обсягів інформації, алгоритми штучного інтелекту автоматично створюють на їхній основі готовий текст без жодної допомоги людини.. Процес створення форми матеріалу перестає залежати від автора:

На етапі збору інформації штучний інтелект самостійно моніторить бази даних (біржові зведення, результати спортивних матчів, метеорологічні карти тощо).

На етапі створення тексту алгоритм обирає відповідний шаблон і за мить перетворює цифри на звичну для нас розповідь.

Це покладає початок новій категорії алгоритмічних жанрів, структура та стиль яких насамперед призначені для зчитування пошуковими системами та штучним інтелектом. Таким чином, спостерігається зміщення наукового фокусу з вивчення внутрішньої будови тексту до вивчення його функціонування в цифровому середовищі.

Дослідження еволюції журналістських жанрів неможливе без урахування концепції технологічного детермінізму. Згідно з нею, саме розвиток технологій комунікації є основним чинником, який визначає не лише спосіб доставки інформації, а й її внутрішню структуру, мову та жанрову приналежність. За

останні два століття журналістика пережила кілька переломних моментів, кожен з яких змінював тогочасні жанри.

До середини XIX століття журналістика тяжіла до літературної традиції: матеріали в тогочасних газетах мали форму подорожніх нотаток, розлогих есе або епістолярних звітів, де авторська суб'єктивна думка та авторське «Я» були домінантними. І тут першим переломним чинником, який докорінно змінює побудову журналістських матеріалів, стає винаходження Семюелем Морзе електричного телеграфу.

Технічні недосконалості тогочасних ліній зв'язку та висока вартість кожного передаваного слова змусили журналістів розробити нову, лаконічну стилістику. Саме в цей період з'являється канонічна модель, відома сьогодні як модель «перевернутої піраміди», у якій найважливіша інформація подається на самому початку, а деталі – лише в кінці. Це призвело до виокремлення інформаційної замітки в самостійний та провідний жанр, який згодом став основним для світових інформаційних агенцій.

Друга хвиля трансформації пов'язана з аудіовізуальною революцією XX століття: поява радіо, а згодом і телебачення, повернула в журналістику «живе слово». У той час як газети орієнтувалися на раціональне сприйняття тексту, радіостанції спирались на емоції та особистість ведучого. Це призвело до розквіту репортажних жанрів та інтерв'ю, які з письмового опису трансформувалися в динамічну трансляцію події у реальному часі. Телебачення, у свою чергу, додало візуальну складову, що спричинило появу таких гібридних форм як відеосюжет та ток-шоу, де межі між журналістикою, театром та соціологічним опитуванням почали стиратися.

Виникла концепція «ефекту присутності», яка змінила вимоги до журналістського методу, де спостереження тепер стало одним із головних інструментів. У цей же період класичні газетні канони руйнуються на користь видовищності та оперативності.

Наступним етапом розвитку стає цифрова революція, яка перенесла журналістику в мережевий простір, зруйнувавши фізичні обмеження обсягу та

лінійність викладу. Основною зміною стала гіпертекстуальність – текст перестав бути замкненою структурою; гіперпосилання дозволили читачеві виходити за межі одного матеріалу, що змусило журналістів адаптуватися до «клікової» поведінки аудиторії. Найбільш показовим жанром цієї епохи є мультимедійний лонгрід, який став відповіддю на поверхневість цифрового читання, запропонувавши глибоке занурення в історію через поєднання різних типів медіа: тексту, паралакс-ефектів, інфографіки та вбудованих постів із соціальних мереж.

Тут ми вже спостерігаємо повну жанрову дифузію, коли в одному матеріалі присутні ознаки аналітичної статті, фоторепортажу та документального фільму. Водночас із цим розвиток соціальних мереж породив «мікрожанри», які стали новими формами оперативної журналістики (тред, пост-коментар, стрім тощо).

1.2. Компаративний аналіз української та західної шкіл жанрології: від канону до прагматизму

Сучасний етап розвитку, що характеризується як епоха інтеграції штучного інтелекту в редакційні процеси, є закономірним завершенням еволюції медіавиробництва – від «ручного», авторського написання текстів до їхнього автоматизованого генерування. У цій системі штучний інтелект виступає вже не просто як технічний помічник на кшталт текстового редактора чи браузера, а практично як самостійний творець контенту, здатний формувати структуру, стиль та головну мету медіатексту без людської допомоги.

Таким чином, проаналізувавши історію трансформацій журналістських жанрів крізь призму технологічного детермінізму, ми бачимо послідовний шлях від класичного літературного мистецтва до алгоритмічної обробки й структурування даних. Крок за кроком кожна нова медіатехнологічна хвиля віддаляла живого автора від процесу безпосереднього створення текстової форми.

Колись журналіст самостійно вибудовував композицію матеріалу, керуючись власною логікою та почуттям естетики, – нині ж ці творчі завдання дедалі частіше переходять до технічних систем. Жанр у звичному розумінні втрачає свою людську складову та перетворюється на продукт математичного моделювання та автоматичного сортування інформації.

Для повного розуміння процесів трансформації журналістських жанрів варто провести порівняльний аналіз вітчизняного та західного підходів, оскільки вони спираються на різні професійні та філософські погляди. Українське журналістикознавство (праці В. Здоровеги, І. Михайлина, О. Сербенської, А. Москаленка) історично тяжіє до філологічної традиції [5–8], де жанр розглядається насамперед як інструмент формування суспільної думки, а не тільки спосіб передачі фактів.

Вітчизняна школа дотримується чіткої класифікації: інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні жанри. Особливе місце тут посідають останні, де визначальними є авторське «Я», емоційність та стилістична майстерність. З погляду української школи штучний інтелект розглядається як загроза саме публіцистичному сегменту, оскільки алгоритм не володіє фундаментальними для публіцистики категоріями – «душею» та громадянською позицією.

Західна ж школа (зокрема англо-американська, представлена працями М. Дьозе, С. Льюїса, Н. Діакопулоса) базується на соціологічному та економічному підходах [2; 9; 10]. У західному медіапросторі таке поняття як «публіцистика» практично відсутнє або замінене терміном «opinion journalism» (журналістика думок). Там жанр сприймається як домовленість між медіа та аудиторією – коли читач відкриває матеріал певного жанру, то вже має набір очікувань, котрі журналісти зобов’язані виконати.

Порушення цієї угоди призводить до кризи довіри та втрати репутації. Основне розмежування проходить між «hard news» (оперативні, жорсткі новини) та «features» (історії, що розкривають складні теми через призму

людського досвіду); замість літературних канонів тут панують «storytelling» (розповідь історій) та «user experience» (досвід користувача).

З прагматичного погляду західних дослідників штучний інтелект сприймається лише як інструмент оптимізації робочого процесу. Для них трансформація жанру під впливом ШІ – не втрата «мистецтва», а еволюція ефективності. І якщо українська школа традиційно спирається на присутність авторського «Я» у багатьох жанрах, то західна вимагає максимальної об’єктивності та «стерильності», що робить тексти ідеальними для штучного інтелекту.

Розрив простежується і в самій термінології: українське поняття «жанр» є більш строгим та підпорядкованим суворим правилам, тоді як західне «формат» – значно пластичніше і легко адаптується під вимоги платформ. Однак масове впровадження штучного інтелекту вже змушує українських фахівців запозичувати західні терміни, оскільки класична тріада (предмет-мета-метод) не завжди здатна пояснити природу нових медіаявищ, таких як, наприклад, згенеровані штучним інтелектом дайджести, у яких традиційне уявлення про збір інформації та жанрову чистоту повністю руйнується.

Сучасна трансформація журналістських жанрів під впливом штучного інтелекту відбувається на перетині цих двох шкіл, проте швидкість та алгоритмічна точність західної моделі вже починають домінувати над українською публіцистичною розважливістю. Але у той же час саме українська увага до авторського «Я» в майбутньому може стати захистом від повної дегуманізації медіатексту.

Інтеграція ШІ в структуру медіа охоплює широкий спектр технологій: від простих алгоритмів автоматизації до складних генеративних моделей. Задля розуміння цього явища слід класифікувати основні інструменти штучного інтелекту.

Генеративні мовні моделі (LLM) як інструменти текстотворення та рерайтингу

Великі мовні моделі, такі як GPT-4, Claude 3 та Gemini виходячть за межі простої допомоги у написанні текстів. На основі одного лише чернеткового матеріалу вони здатні створити аналітичну статтю для сайту, серію публікацій для соціальних мереж та сценарій для подкасту, а також миттєво змінити тональність та формат матеріалу. Це призводить до "багатоканальної дифузії", де одна ідея автоматично перетворюється на різні жанри.

Інструменти на зразок Grammarly або Hemingway, інтегровані зі штучним інтелектом, окрім виправлення помилок пропонують також структурні зміни тексту, оптимізуючи його під параметри читабельності та SEO-вимоги. Це створює «алгоритмічний стиль» – бездоганний, але позбавлений індивідуальності.

Аналітичний штучний інтелект та інструменти обробки великих даних (Data Mining)

Ця категорія інструментів спеціалізується на розслідуваннях та аналітиці, де штучний інтелект виступає в якості "супер-асистента", здатного обробляти величезні обсяги інформації, недоступні для людини.

Алгоритми машинного навчання використовуються для аналізу фінансових даних, судових рішень або декларацій посадовців. Інструменти, такі як OCCRP Aleph [20], дозволяють знаходити приховані зв'язки між суб'єктами, що може бути основою, наприклад, для корупційних викриттів.

Комп’ютерний зір (Computer Vision) аналізує супутникові знімки або записи з камер спостереження. Алгоритми автоматично ідентифікують типи озброєння або руйнування у розслідуваннях про воєнні злочини, що перетворює репортажі на форму «візуального доказу».

Тут тексти створюються на основі структурованих даних без участі журналіста. Інструменти на кшталт Wordsmith [21] або Heliograf [22] перетворюють цифрові дані результатів виборів, спортивних рахунків або котирування акцій на зрозумілий текст. Агенції Bloomberg та Reuters завдяки цим системам можуть публікувати тисячі коротких новин щомісяця. Це

породжує новий тип журналістики, де швидкість випереджає зміст, а жанр інформаційної замітки стає повністю автоматизованим.

Штучний інтелект в аудіо та віртуальні ведучі

Ці технології дозволяють перетворювати текст на звук та автоматизувати роботу дикторів. Такі програми, як EvenLabs, можуть трансформувати друковану статтю в якісний аудіозапис за лічені секунди; ба більше, штучний інтелект здатен скопіювати голос реального журналіста, і машина зачитуватиме новини практично так само, як жива людина.

Сервіси на кшталт Synthesia чи HeyGen можуть створювати цифрових персонажів, що виглядають і говорять як справжні люди на екрані. Такі віртуальні ведучі спроможні зачитувати «жорсткі новини» цілодобово, ніколи не втомлюючись, а також миттєво перекладати свій виступ десятками мов для глядачів з усього світу. Тепер людям більше не обов’язково дивитися на екран – вони можуть слухати новини, озвучені штучним інтелектом, знаходячись у русі. Проте для медіаіндустрії це означає, що тримати у штаті живих дикторів лише для зачитування сухих фактів стає невигідно.

РОЗДІЛ 2

ТЕХНОЛОГІЧНА ТИПОЛОГІЯ ШІ ТА ЖАНРОВО-СТИЛІСТИЧНІ МОДИФІКАЦІЇ У СВІТОВІЙ МЕДІАПРАКТИЦІ

2.1. Функціональна класифікація інструментів штучного інтелекту в сучасному медіавиробництві

Ці інструменти дають журналістам можливість швидко створювати ілюстрації та відеоролики. За допомогою програм на зразок Midjourney або DALL-E 3 можна згенерувати, наприклад, унікальну обкладинку або ілюстрацію для статті без авторських прав, увівши простий запит. У майбутньому це може повністю вирішити проблему пошуку зображень на фотостоках.

Такі ШІ-моделі як Sora чи Runway за текстовим описом можуть створити вже відеокліп. У журналістських розслідуваннях або історичних репортажах це дає можливість приблизно змоделювати події, які не вдалося зняти на камеру (наприклад, відтворити схему аварії чи показати вигляд міста минулого століття).

Gemini Omni – революційне сімейство мультимодальних ШІ-моделей, анонсоване командою Google DeepMind у травні 2026 [19]. Головна концепція моделі описується як «створюй будь-що з будь-чого» (Create anything from anything). На відміну від класичних генераторів, які створюють ролики виключно за текстовим запитом, Omni працює як повноцінний симулятор реальності, приймаючи будь-яку комбінацію даних (текст, ескіз, фото, аудіо чи фрагменти інших відео), після чого об’єднує їх у єдиний послідовний ролик. Тепер, якщо результат генерації не задовольнив користувача, зі штучним інтелектом можна спілкуватися як із відеомонтажером – кожне наступне редагування спирається на попередній контекст. Модель також автоматично

додає реалістичний звуковий супровід, що відповідає подіям у кадрі, та враховує закони фізики.

Наразі Google випустила першу, полегшену модель сімейства, здатну створити ролик тривалістю не більше 10 секунд, однак подальший розвиток цієї технології має потенціал перетворити її на один із провідних інструментів у сфері мультимедійної журналістики.

Класифікація інструментів за функціональним призначенням (робота з даними, текстом, звуком та візуальними образами) показує, що штучний інтелект уже є базовим елементом сучасного медіавиробництва, що проявляється у здатності алгоритмів забезпечувати наскрізний процес створення контенту – від автоматизованої аналітики та генерації текстів до їхнього одночасного перетворення на аудіо та візуальні формати. Однак, через стрімку інтеграцію цих технологій загострюється проблема якості контенту, де контекстуальна глибина часто витісняється швидкістю та оперативністю.

Аби перейти від теорії жанрових змін до практики, необхідно дослідити контент провідних світових видань. Глобальна медіаіндустрія сьогодні активно впроваджує алгоритми штучного інтелекту, що виступають уже не в якості інструментів технічної підтримки, а як самостійні учасники, які безпосередньо створюють та структурують тексти.

Зміни в структурі та формі сучасних журналістських текстів найбільш помітні у сфері оперативних новин. Традиційна структура новинних та аналітичних матеріалів понад століття залишалася поступовою, побудовуючись або за часом розгортання подій, або за класичним правилом «перевернутої піраміди». У такій схемі думка послідовно йшла від головного факту в першому абзаці через детальні обставини до підсумків у кінці. Детальний же розбір сучасної роботи міжнародного інформаційного агентства Reuters демонструє відмову від такої послідовності на користь «блокової структури» новин [14]. Тепер медіатекст складається з окремих елементів-модулів, які алгоритми штучного інтелекту створюють та об’єднують у цілісний матеріал.

Технологічна програма Highlights на платформі Reuters автоматично аналізує зміст щойно написаної журналістом новини, після чого миттєво створює блок головних тез безпосередньо перед початком основного тексту матеріалу. Спричинені впровадженням цієї моделі зміни у традиційній будові новини проявляються в кількох важливих напрямках:

1. Повторення інформації: найважливіша суть події тепер згадується двічі – спочатку у вигляді декількох чітких тез від штучного інтелекту, а потім у звичайному журналістському ліді.

2. Ефект поділу контенту на частини: завдяки автоматичному стисненню текст розпадається на окремі самостійні смислові елементи. Тепер користувач дізнається про всі головні факти події за кілька секунд, навіть не почавши читати саму статтю. При цьому цінність розгорнутого тексту для пізнання втрачається, оскільки штучний інтелект уже заздалегідь зробив усю роботу з відбору та стиснення.

Перехід від класичного послідовного тексту, де весь обсяг інформації подавався як послідовна історія під першим абзацом, до блокової структури, сформованої штучним інтелектом, кардинально змінює сприйняття контенту. Така будова, впроваджена Reuters, безпосередньо пристосована під фізіологічні зміни сприйняття інформації в цифрову епоху. Автоматично або напівавтоматично довгі аналітичні статті розділяються на ізольовані підблоки, кожен з яких підлаштований під конкретну задачу:

Поділ на елементи, де текстові абзаци штучно перериваються ШІ-генераціями, такими як автоматично підібрані вставки-цитати, довідки чи миттєво створена інфографіка, яка наочно показує надані в цьому ж абзаці цифри.

Підлаштування під особливості уваги, орієнтоване на забезпечення швидкого перегляду (сканувального читання або швидкого прокручування сторінки). Погляд читача більше не ходить по рядках зліва направо, а рухається вертикально, чіпляючись за спеціально розставлені візуальні та текстові зачіпки.

З погляду теорії жанрів, приклад Reuters доводить, що штучний інтелект перетворює журналістський твір із цілісного тексту, який вимагає тривалого утримання уваги, на технологічний конвеєр контенту. Текст стає набором блоків, де форма підпорядкована винятково швидкості споживання інформації, а авторський стиль розчиняється у вимогах зручності екранного інтерфейсу.

Процес активної автоматизації створення новин неминуче змінює не тільки форму та внутрішню будову журналістських жанрів, а й саму основу медійної мови. Робота фінансово-інформаційного агенства Bloomberg є одним із найбільш наочних прикладів таких змін: впровадження спеціальної великої мовної моделі BloombergGPT – нейромережі, створеної та навченої на величезному обсязі особливих фінансових документів і власних матеріалів агентства [12] – призвело до появи унікального мовного явища, відомого як «алгоритмічний акцент» медіатексту. Це особлива мовна схема, для якої притаманні максимальне спрощення змісту, однотипна будова речень та повне зникнення будь-яких ознак індивідуального авторського стилю. Дане явище чітко проявляється у двох головних напрямках:

Детальний аналіз сучасного потоку новин та оперативної аналітики Bloomberg свідчить про свідоме, налаштоване алгоритмами спрощення мови. Нейромережеві моделі орієнтовані на максимальне полегшення сприйняття під час читання, унаслідок чого відбуваються такі зміни:

Алгоритми повністю уникають довгих складних речень, багаторівневих описів та будь-яких двозначностей у словах;

Із текстів послідовно зникають метафори, порівняння, приховані змісти та інші стилістичні прийоми, за допомогою яких створювався глибинний підтекст;

Модель речення зводиться до суворих, коротких і чітких конструкцій на кшталт "Підмет – Присудок – Додаток".

Таке спрощення стилю має просте пояснення: контент Bloomberg сьогодні створюється не лише для читання людьми, а насамперед для автоматичного зчитування алгоритмами, що критично важливо для миттєвого ухвалення

рішень, наприклад, про купівлю чи продаж акцій, де навіть частка секунди вирішує долю мільйонних прибутків, а будь-яке художнє порівняння чи складна побудова речення несуть ризик уповільнити або спотворити розпізнавання змісту тексту комп'ютерною програмою.

Другою важливою ознакою «алгоритмічного акценту» є усунення людської складової із загального настрою текстів через повне очищення новинних жанрів від особистих оцінок та емоцій.

В класичній журналістиці автори, аби передати масштаб дії, використовували особливі слова та прикметники навіть у строгих інформаційних повідомленнях, але впровадження BloombergGPT кардинально змінило цей підхід. Якщо раніше журналіст міг описати ситуацію на ринку як «тривожне падіння акцій» або «катастрофічний обвал цін», то штучний інтелект використовує лише точні математичні показники. Згенерований текст просто доносить сухий факт без будь-яких пояснень, роздумів чи оцінок; з одного боку, такий підхід відповідає найвищим стандартам точності фактів і забезпечує цілковиту об’єктивність журналістського матеріалу, з іншого – подібне очищення мови повністю знебарвлює текст та позбавляє його емоційного зв’язку з читачем. Зникає інтуїтивне розуміння настроїв на ринку та психологічних обставин, які завжди вважалися основою якісного людського аналізу; журналістський текст втрачає характер живої розмови і перетворюється на звичайне текстове продовження бази даних, де мова, по суті, слугує лиш інструментом передачі цифрових показників.

Традиційне правило журналістики про «єдиний авторський стиль» або незмінний голос видання повністю руйнується об таку комп’ютерну гнучкість. З’являється «адаптивний стиль» – штучний інтелект знищує фірмову подачу редакції, перетворюючи її на своєрідний конструктор, який легко перебудовується під звички кожної окремої групи людей в інтернеті. Відтепер журналіст пише лише головну суть новини – основу з фактів, після чого штучний інтелект видозмінює матеріал задля отримання якомога більшого числа переглядів та показників утримання аудиторії.

У результаті можна впевнено сказати, що структура журналістських текстів сьогодні переживає кардинальну перебудову. Класичні новини століттями будувалися як послідовна розповідь, де журналіст веде читача за своєю думкою від початку до кінця, але нині цей підхід стрімко змінюється. Раніше метою автора було створення цілісної, глибокої статті, яка вважалася справжнім витвором журналістського мистецтва, а тепер медіа дедалі частіше перетворюються на зручний та гнучкий інформаційний сервіс, у якому головним є швидка подача автоматично підлаштованої під читача інформації, а не висловлення автора.

З одного боку, використання гнучких даних та автоматична зміна заголовків під кожного читача роблять сучасні медіа відкритішими та ближчими до людей. Але якось надто іронічно, що живі люди не приймають участі в цих процесах.

З іншого боку, ми яскраво бачимо зворотний бік:

Штучний інтелект змушує редакції стандартизувати стиль: з текстів зникають специфічні вирази, метафори та вишукані мовні звороти, бо комп'ютер краще працює з простими словами.

Складні мовні конструкції та довгі абзаци замінюються короткими чіткими фразами, що полегшує автоматичний переклад та дозволяє легше читати новини з екранів телефонів на ходу.

Тексти різних авторів і навіть різних видань стають схожими між собою. Унікальний, живий голос журналіста, його особиста думка та стиль поступаються місцем сухій, робочій та штучній точності.

У підсумку спостерігається вкрай суперечливий процес: сучасна журналістика стає технологічно досконалішою, набагато оперативнішою та точнішою в перевірці фактів за допомогою комп’ютерних програм, але водночас із цим неминуче втрачає свою особливу творчість, глибину людського сприйняття подій та емоційний зв’язок із читачем. Стаючи ідеальними

цифровими продуктами, новини перестають бути мистецтвом слова, що кидає серйозний виклик мистецькій складовій у професії журналіста.

Нині процес підготовки матеріалу у провідних ЗМІ виглядає приблизно так: журналіст просто пише головну тезу, після чого система додає необхідну інфографіку з бази даних, пропонує список експертів, з якими варто зв'язатися, та вказує на потенційні логічні розбіжності в тексті. Штучний інтелект бере на себе більшу частину технічної роботи, збираючи факти, перевіряючи правопис та форматуючи матеріал, але залишає журналістові найвідповідальніше – інтерпретацію, етичний вибір та надання унікального авторського голосу. Це дозволяє редакціям не просто швидше працювати, а й значно розширювати обсяги покриття тем. The Washington Post, наприклад, завдяки штучному інтелекту покриває сотні локальних виборчих перегонів одночасно, що було б фізично неможливим для штату людей.

Делегування творчих та когнітивних функцій штучному інтелекту в журналістиці створює низку безпрецедентних викликів. Якщо раніше технології змінювали лише швидкість передачі даних та опосередковано впливали на будову, то сьогодні вони втручаються в інтелектуальну складову професії, породжуючи ризики для якості матеріалу і, як наслідок, довіри аудиторії.

2.2. Мультимодальний наратив та комп'ютерний зір у розслідуваннях (на прикладі The New York Times)

На відміну від стратегії фінансового агентства Bloomberg, яка спрямована на максимальне спрощення новин, редакція The New York Times використовує штучний інтелект за зовсім іншим принципом. У роботі цього видання ШІ стає інструментом збагачення та розвитку внутрішньої форми журналістських матеріалів, завдяки чому звичайні аналітичні статті та розслідування трансформуються в багатоформатні проєкти. Впровадження алгоритмів

комп'ютерного зору, створення об'ємних цифрових моделей та автоматичний комп'ютерний аналіз великих обсягів відео чи фото докорінно змінили як внутрішню будову тексту, так і значення самої журналістської розповіді.

Класичний друкований текст у сучасних інтерактивних розслідуваннях The New York Times перестав бути головним джерелом інформації. Коли журналісти аналізують воєнні руйнування за допомогою автоматичного порівняння тисяч супутникових знімків, моделюють траєкторії польоту ракет або синхронізують сотні аматорських відео з мобільних телефонів, традиційна розповідь відходить на другий план. У межах цього нового жанру повністю змінюється звична структура розслідування, а роль тексту та візуальних елементів трансформується:

друковане слово більше не переказує події у хронологічному порядку і не містить розгорнутих авторських роздумів – текст перетворюється на стислий експертний супровід, який лише спрямовує увагу читача та допомагає йому орієнтуватися в інтерактивних картах, 3D-моделях та відеоматеріалах;

сюжет розслідування відмовляється від класичних літературних правил із обов'язковою зав'язкою, розвитком подій, кульмінацією та розв'язкою. Тепер побудова матеріалу цілком залежить від місця та часу появи доказів, оброблених комп'ютерними алгоритмами. Читач просувається матеріалом не за ходом думки журналіста, а слідом за рухом віртуальної камери або за хронологічною шкалою відеозаписів, об'єднаних штучним інтелектом в єдину часову послідовність.

Нова роль тексту також повністю змінила його мовні особливості. У цифрових розслідуваннях The New York Times виникає особлива мова медіа – стиль «доказової бази». Журналісти тепер не просто описують події, а ведуть репортаж так, ніби складають офіційний експертний висновок, свідомо відмовляючись від художніх описів, гучних слів та спроб емоційного впливу на читача; текст стає максимально стриманим, з чіткими формулюваннями, запозиченими з криміналістичних експертиз, судових документів та технічних звітів військових аналітиків. Замість образних метафор про масштаб руйнувань,

текст детально пояснює саму технологію розслідування, фіксує конкретні географічні координати, точний час подій, оптичні параметри знімків та результати комп'ютерного аналізу цифрових зображень. Читачеві розкривають, за допомогою яких алгоритмів нейромережа підтвердила справжність запису, або як саме штучний інтелект розпізнав тип ракети за її формою.

Таке навмисне очищення мови від емоцій зовсім не відлякує аудиторію, а навіть навпаки – сухий тон суттєво підвищує довіру до журналістів. Особисті переживання автора у часи фейків та загального скепсису програють сухим фактам, а стриманий технічний звіт, поєднаний із візуальними доказами, де кожне слово підтверджене математично точними даними, сприймається багатьма як еталон чесної журналістики.

Напевно, найяскравішим прикладом того, наскільки сильно штучний інтелект змінив сучасні медіа, є впровадження швидкого комп'ютерного тестування та підлаштовування контенту під читача. Досвід провідного світового ЗМІ The Washington Post, яке працює на власній платформі Arc XP із вбудованими ШІ-модулями [22], демонструє повну зміну підходу до подачі новин. Використання штучного інтелекту для створення персоналізованих заголовків та лідів зруйнувало класичне правило того, що журналістська стаття має бути незмінною. У сучасних медіа одна й та сама новина більше не є статичним текстом, – тепер вона автоматично розділяється на десятки різних версій, вибір яких залежить від історії переглядів, віку, статі та звичок конкретної групи читачів на сайті; штучний інтелект самостійно адаптує тон розповіді та добір слів під інтереси користувачів, щомиті аналізуючи реакцію людей на матеріал:

Для молодшої аудиторії, яка споживає контент переважно через мобільні пристрої та соціальні мережі, штучний інтелект миттєво генерує заголовки та вступні абзаци у стилі "click-worthy" (клікабельно-привабливий). Використовується більш неформальна лексика, сучасний сленг та робиться акцент на емоційності.

Для ділової або старшої вікової аудиторії той самий матеріал автоматично перетворюється на звіт із сухими фактами, діловими термінами та корисними прогнозами. Прибираються будь-які емоції, а початок статті будується так, щоб його можна було швидко переглянути й одразу зрозуміти суть.

У сучасних медіадослідженнях основною відповіддю на виклики якості та етики став перехід від повної автоматизації до моделі HITL (Human-in-the-loop – людина в центрі процесу). Ця модель передбачає не заміну журналіста штучним інтелектом, а створення комбінованої системи, у якій алгоритм виконує обчислювальну та рутинну роботу, тоді як людина здійснює стратегічне керування, етичний нагляд та фінальну перевірку [13].

Весь редакційний ланцюжок створення матеріалу при цьому розділяється на три окремі етапи, кожен з яких має чітко визначені завдання, межі технічних можливостей та правила взаємодії між живим працівником і комп'ютерним алгоритмом.

На початковому етапі збору інформації штучний інтелект діє як швидкий "помічник-пошуківець", який займається пошуком інформаційних приводів, збором первинного матеріалу та опрацюванням баз даних. Людина тут лише формулює правильні запити та задає потрібні параметри пошуку необхідних даних.

На другому етапі, коли розпочинається безпосереднє створення матеріалу, штучний інтелект береться за написання чернеткової версії статті, структуруючи розрізнені факти у логічній послідовності, після чого людина переходить до аналізу смислів, пошуку прихованих зв'язків та пояснення складної інформації читачеві.

І, нарешті, на фінальному етапі перевірки фактів та етичного аналізу комп’ютерні системи повністю відходять від ухвалення рішень через нездатність адекватно оцінювати правові, репутаційні чи суспільно-політичні наслідки публікації, залишаючи людину єдиним учасником процесу, який повністю контролює текст та покладає на себе всю відповідальність за вихід готового матеріалу.

Станом на 2026 рік редакційні системи вже еволюціонували до рівня "агентського ШІ". Тепер алгоритми не чекають на команди від людини, а діють наперед:

Нова система AP Newsroom від Associated Press [23] шукає інформацію на основі природної мови, завдяки чому журналісти миттєво знаходять матеріали в архівах аж з 1895 року. Штучний інтелект також сам пропонує ідеї того, як краще розкрити тему.

Система створює декілька варіантів заголовків та лідів, підібраних під різні групи читачів, ґрунтуючись на тому, які статті мали успіх раніше.

Інструменти самі перетворюють аудіоінтерв'ю в текст, додають SEO-теги та роблять короткі висновки для мобільних додатків.

Одним із серйозних професійних ризиків є втрата унікального авторського голосу. Великі мовні моделі схильні до генерації стилістично одноманітних текстів, оскільки навчаються на усереднених статистичних масивах даних. Таким чином знищується конкурентна перевага медіабрендів, яка раніше будувалася зокрема на впізнаваності стилю провідних колумністів та репортерів, оскільки використання штучного інтелекту призводить до того, що різні видання починають писати однаковою, стерильною мовою. Також під загрозою занепаду в умовах тотальної автоматизації опиняються художньо-публіцистичні жанри, які окрім стилю базуються також на суб’єктивному досвіді та емоційному інтелекті автора. Штучний інтелект може імітувати емоції, але не здатен їх переживати, що робить згенеровані тексти «порожніми» для глибокого сприйняття.

Критичного значення для журналістської етики також набуває проблема недостовірності контенту, згенерованого штучним інтелектом. Феномен «галюцинацій», коли алгоритм створює вигадані факти, посилаючись на неіснуючі джерела, підриває довіру – головний актив медіа. При цьому виникає юридична та етична суперечність: хто несе відповідальність за наклеп або помилку, допущену штучним інтелектом? Звісно ж, модель спільної діяльності покладає цю відповідальність на журналіста, проте здатність живої людини

швидко помітити мікропомилку у величезному обсязі ШІ-тексту є досить обмеженою. Саме через це необхідність маркування контенту стає етичним імперативом, а приховане використання штучного інтелекту для написання статей розцінюється аудиторією як обман, що призводить до репутаційних втрат видання.

Процес інтеграції алгоритмів у медіавиробництво неминуче супроводжується поступовою деградацією ремісничих та когнітивних стандартів, які тривалий час являли собою основу професійності журналіста. Постійне, хоч і некритичне, покладання на інструменти штучного інтелекту в довгостроковій перспективі приховує у собі деструктивний потенціал, здатний призвести до атрофії базових журналістських навичок.

Коли алгоритм бере на себе виконання рутинних процесів, журналіст не лише звільняє час для творчих завдань, а й починає поступово втрачати ті навички, які перестають використовуватися на постійній основі.

Першою та однією з найбільш значущих загроз є втрата навичок критичного аналізу. Традиційна журналістська епістемологія базується на принципі тотального сумніву та самостійної перевірки фактів (фактчекінгу) через систему перехресних джерел, проте в умовах, коли ШІ-інструменти автоматично генерують історичний бекграунд, здійснюють первинний аналіз документів або пропонують довідкові досьє, виникає небезпечний ефект «сліпої довіри до системи».

Професійна звичка «вірити на слово» штучному інтелекту руйнує головну суспільну функцію журналіста – перевіряти факти та доносити суспільну правду. Даний процес нерозривно пов'язаний із кризою, яку в медіафілософії класифікують як професійну інтелектуальну лінь. Різке зниження когнітивного навантаження під час письма, яке завжди вимагало від журналіста пошуку точних метафор, причинно-наслідкових зв'язків та унікальних логічних переходів, призводить до поступового спрощення аналітичного мислення в усьому професійному середовищі. Через делегування цієї функції нейромережам мозок журналіста позбавляється важливого інтелектуального

тренажу, унаслідок чого сучасна журналістика ризикує з процесу активного інтелектуального розслідування та пошуку нових сенсів перетворитися на суто технічний процес «редагування видачі алгоритму» (post-editing).

Популярна концепція, згідно з якою журналіст майбутнього є шляхетним куратором алгоритмів, у дійсності трансформується в монотонну працю на цифровому конвеєрі; із творця та розслідувача журналіст перетворюється на пасивного коректора, чиє завдання – лише згладити стилістичні нерівності, прибрати очевидні логічні помилки, галюцинації, та підігнати згенерований матеріал під форматні вимоги видання. Усе це не лише знецінює професію економічно, а й призводить до вже згадуваної однорідності медіапростору, коли тексти різних видань за своєю структурою мало чим відрізняються, оскільки є результатом роботи все тієї ж обмеженої кількості великих мовних моделей.

Впровадження генеративного штучного інтелекту в медіаіндустрію змінило не лише структуру журналістських жанрів, а й саму економічну основу функціонування засобів масової комунікації. Тотальна автоматизація виробництва текстових та мультимедійних форм породила цілий комплекс криз, серед яких – безпрецедентна правова криза, пов’язана з проблемою авторського права в епоху великих мовних моделей.

Технологічні гіганти, які розробляють генеративний штучний інтелект, здійснюють навчання своїх нейронних мереж через масштабний веб-скрейпінг (web scraping) – автоматичне завантаження та індексацію всього масиву якісного контенту, що створювався провідними світовими медіа протягом багатьох років, без отримання на це їхньої юридичної згоди та без виплати фінансових компенсацій.

Це породжує правовий і моральний парадокс сучасної медіаіндустрії: технологічні компанії безкоштовно використовують створений завдяки багатомільйонним інвестиціям видань та важкій роботі кореспондентів і розслідувачів унікальний інтелектуальний продукт, після чого навчений на цих матеріалах штучний інтелект виходить на ринок як продукт комерційний, який за лічені секунди видає користувачам готові відповіді та реферати статей,

позбавляючи тим самим першоджерела прямих переходів на сайти і, як наслідок, рекламного трафіку.

Сьогодні це вже переросло у низку масштабних судових процесів (зокрема, позови видання The New York Times проти OpenAI та Microsoft [15]), які демонструють, що медіасистема швидко втратить економічний стимул для фінансування оригінальних розслідувань та створення унікального контенту без законодавчого врегулювання та захисту авторських прав журналістів.

Аналіз трансформації медіасфери в епоху штучного інтелекту демонструє також глибокий конфлікт між суспільною місією журналістики та комерційними інтересами медіабізнесу. Через економічний прагматизм власників компаній штучний інтелект із корисного помічника часто перетворюється на інструмент витіснення людини з професії та знецінення її праці.

Головним економічним ризиком є пряме заміщення людей алгоритмами заради скорочення витрат – великі світові медіахолдинги замість організації моделей спільної діяльності (Human-in-the-loop) вбачають у штучному інтелекті лише спосіб скоротити витрати на заробітну плату працівникам. Процеси масових звільнень та повної заміни цілих новинних відділів автоматичними системами генерації вже стали реальністю для таких компаній, як CNET, BuzzFeed та Axel Springer [16]. Крім усього вищесказаного, безкоштовний або дешевий ШІ-продукт створює демпінг на ринку праці, знижуючи фінансову цінність і статус професії журналіста загалом.

Окрім того, знецінення праці проявляється у програші глибокої людської аналітики в умовах «економіки уваги». Припущення того, що цінність живого журналіста сьогодні полягає у створенні складних контекстуальних наративів, які рятують читача від генеративного інформаційного шуму, здається логічним, проте руйнується об жорсткі закони цифрової монетизації, орієнтованої на кліки та трафік. Великі аналітичні лонгріди, які потребують на своє створення багато часу та значних фінансових витрат, у конкуренції за увагу споживача

поступаються швидкому, емоційному та візуально агресивному контенту, котрий легко та швидко створюється алгоритмами.

Яскравим підтвердженням знецінення медіапраці є радикальна реформа пошукової системи Google та впровадження алгоритмів AI Overviews. Перехід від класичних посилань до «системи готових відповідей», коли штучний інтелект безкоштовно збирає матеріали журналістів з різних сайтів та переказує їх на головній сторінці пошуку, провокує кризу «нульових кліків» (Zero-Click). Як наслідок, якісна аналітика та думки впливових експертів тепер дедалі частіше переходять на платну підписку, тоді як більша частина аудиторії залишається ізольованою всередині заповненого однотипними текстами та клікбейтними заголовками безкоштовного інформаційного простору.

Ще одним руйнівним чинником є глобальна економічна нестабільність самої індустрії штучного інтелекту. Дедалі частіше починають проявлятися ознаки так званої «ШІ-бульбашки» (AI Bubble), коли фінансові витрати на розбудову інфраструктури, закупівлю чипів та енергозабезпечення дата-центрів значно перевищують реальні прибутки від впровадження цих технологій, що створює подвійну загрозу для медіабізнесу: з одного боку, редакції зазнають збитків через низьку окупність інвестицій у технологічні інновації (впровадження штучного інтелекту, закупівля програм, навчання персоналу); з іншого боку, загроза різкого падіння ринку штучного інтелекту та ймовірне згортання надмірного фінансування ШІ-стартапів ставлять під сумнів стабільність подальшого розвитку та технічної підтримки тих систем, під які ЗМІ вже адаптували своє виробництво.

Отже, тотальна залежність медіатексту від технологій, життєздатність яких залишається під питанням, є серйозним системним ризиком для сучасної журналістики.

У підсумку автоматизація запускає деструктивну ланцюгову реакцію: знецінюється вартість «живого» друкованого слова, редакції отримують можливість масово скорочувати фахівців, експлуатуючи при цьому їхню

попередню працю, а ризики фінансового колапсу незалежної журналістики як ніколи загострюються.

Одним із найбільш серйозних ризиків для сучасної журналістики є розвиток технологій дипфейків (deepfakes). Створені за допомогою нейронних мереж, ці синтетичні медіа дозволяють з високою точністю підміняти обличчя, міміку, голос та жести реальних людей у відео чи аудіофайлах. В епоху, коли візуальний контент є основним джерелом довіри аудиторії, поява дипфейків ставить під загрозу існування журналістики як інституту перевірки фактів, а використання штучного інтелекту для створення фейкових інтерв'ю відкриває шлях до можливостей небачених маніпуляцій громадською думкою.

Головною цінністю в межах журналістського жанру «інтерв'ю» завжди була автентичність прямої мови героя, проте дипфейки дозволяють створювати відео, де публічні особи виголошують заяви, яких вони ніколи не робили. Якщо підробку не буде розпізнано вчасно, журналістика ризикує ненароком стати інструментом поширення «синтетичної дезінформації». З іншого боку, розповсюдження дипфейків створює ситуацію, коли вже реальні особи можуть заперечувати справжність відеодоказів своїх правопорушень, називаючи їх підробкою штучного інтелекту, через що навіть цілком достовірний запис тепер може бути поставлений під сумнів.

Колись фотографія та відеозапис сприймалися як неспростовні докази, але сучасний генеративний штучний інтелект здатен створювати гіпер-реалістичні зображення подій, яких ніколи не відбувалося; і коли аудиторія усвідомлює, що без особливих зусиль можна згенерувати будь-яку картинку чи ролик, починають зростати сумніви навіть у справжніх кадрах, що знецінює роботу військових кореспондентів та фоторепортерів, чия діяльність базується на документуванні істини. Безліч медіа вже використовують штучний інтелект для створення ілюстрацій до статей, однак межа між художнім колажем та фейковим фотодоказом є тоншою, ніж здається на перший погляд, і без чіткого маркування згенероване зображення може бути сприйняте частиною аудиторії за реальний знімок події.

Боротьба з дипфейками вимагає від редакцій впровадження нових технологічних стандартів перевірки:

Цифрові водяні знаки та криптографічні підписи: використання протоколів (наприклад, ініціатива C2PA), які фіксують історію створення файлу від камери до публікації.

Спеціалізоване програмне забезпечення для детекції: використання алгоритмів, які шукають малопомітні сліди роботи нейромереж у відео, такі як неприродне кліпання очима, розсинхронізація губ та нерівномірність тіней.

Отже, феномен дипфейків кидає сучасній журналістиці серйозний виклик та вимагає радикальних перевірок. Жанрова природа репортажу та інтерв'ю має бути захищена новими етичними кодексами, де будь-який візуальний доказ відтепер піддається такому ж суворому скепсису, як і анонімне текстове джерело. Роль журналіста-верифікатора у світі сентитичного контенту стає більш важливою, ніж роль журналіста-автора.

ВИСНОВКИ

У дипломній роботі здійснено комплексне дослідження процесів трансформації журналістських жанрів під впливом технологій штучного інтелекту. Отримані результати дозволяють сформулювати такі основні висновки:

Журналістські жанри перестали бути сталими, незмінними шаблонами; тепер медіаформати стали динамічними: штучний інтелект миттєво адаптує та переформатовує один і той же масив даних під різні потреби – від короткого сповіщення в соціальних мережах до аналітичної довідки.

Алгоритми повністю взяли на себе швидку генерацію новин, що базуються на чітких цифрах (фінансові звіти, спортивна статистика, погода). Поєднання мовних моделей, аналізу Big Data та технологій синтезу медіаконтенту породило «алгоритмічний наратив» – новий тип тексту, де головною цінністю є швидкість та точність обробки інформації.

Традиційне описове документування витісняється модульною будовою тексту, а мова сучасних новин зазнає стандартизації через орієнтацію на практичність та так званий «алгоритмічний акцент».

Роль журналіста зміщується від безпосереднього написання текстів до глибинної аналітики, інтерпретації подій та надання контексту. Концепція "Human-in-the-loop" показує, як штучний інтелект має виступати інструментом збільшення продуктивності, в той час як людина залишається головним гарантом змістової глибини.

Прагнення власників медіа до економії коштів веде до знецінення журналістської праці та масових звільнень. Постійний поспіх створює ефект «автоматизованого упередження», через який журналісти можуть втрачати навички перевірки фактів.

Через те, що ШІ-платформи відбирають рекламний трафік у традиційних медіа, якісна людська аналітика дедалі частіше переходить на платну підписку. Це розділяє суспільство: меншість отримує якісний і перевірений контент за гроші, тоді як більшість аудиторії залишається всередині безкоштовного

простору, заповненого однотипними ШІ-текстами та деструктивним клікбейтом.

Практичні кризи та скандали навколо видань CNET, Sports Illustrated та Gannett наочно демонструють, як безконтрольне використання штучного інтелекту призводить до серйозних помилок, генерації безглуздих шаблонів та появи фейків. Ці випадки доводять, що штучний інтелект не здатен замінити людське критичне мислення, емпатію та етичну відповідальність, які все ще залишаються головними критеріями якісної журналістики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості. Львів: ПАІС, 2004. 268 с.

2. Михайлин І. Л. Основи журналістики. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 496 с.

3. Москаленко А. З. Теорія журналістики. Київ: ЕксОб, 2008. 336 с.

4. Сербенська О. А. Культура усного мовлення. Київ: Видавничий центр "Академія", 2001. 256 с.

5. Associated Press. AP Newsroom: AI-powered search and discovery. 2025. URL: https://www.ap.org/ap-newsroom/.

6. Automated Insights. Wordsmith Platform. URL: https:// automatedinsights.com.

7. Bauman Z. Liquid Modernity. Cambridge: Polity Press, 2000. 232 p.

8. Deuze M. Media Work. Cambridge: Polity Press, 2007. 288 p.

9. Deuze M. Liquid Journalism // International Journal of Communication. 2016. Vol. 10. P. 4509–4529.

10. Diakopoulos N. Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media. Cambridge: Harvard University Press, 2019. 312 p.

11. Folkenflik D. Gannett halts AI-written high school sports articles after embarrassing errors // NPR. August 22, 2023. URL: https://www.npr.org/ 2023/08/22/1195124736/gannett-halts-ai-written-high-school-sports-articles-after-embarrassing-errors.

12. Google DeepMind. Gemini Omni: Create anything from anything. Announcement, May 2026 (pre-release).

13. Harrison M. Sports Illustrated published articles by fake AI-generated writers // The Verge. November 27, 2023. URL: https://www.theverge.com/ 2023/11/27/23976798/sports-illustrated-ai-generated-writers-fake.

14. Lewis S. C. Journalism in an Era of Big Data // Digital Journalism. 2015. Vol. 3, No. 3. P. 321–330.

15. Lynx Insight Reuters. Internal tool. URL: https://www.reuters.com/media-center/how-ai-helps-power-trusted-news-at-reuters/.

16. Miller C. Genre as Social Action // Quarterly Journal of Speech. 1984. Vol. 70, No. 2. P. 151–167.

17. Moss E., Watkins E. A., Metcalf J. Human-in-the-Loop Machine Learning: A Practical Guide. O'Reilly Media, 2021. 250 p.

18. OCCRP. Aleph: Data Platform for Investigative Journalism. URL: https://www.occrp.org/en/aleph.

19. OpenAI. GPT-4 Technical Report. 2023. URL: https://arxiv.org/abs/2303.08774.

20. OpenAI. (2026). ChatGPT (GPT-4o version) [Large language model]. https://chatgpt.com (Виправлення граматичних помилок та добір більш точних формулювань для дотримання наукового стилю роботи).

21. Reuters Institute. Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2025. Oxford, 2025. 56 p.

22. The New York Times. Complaint against OpenAI and Microsoft. December 27, 2023. URL: https://www.nytimes.com/2023/12/27/business/media/new-york-times-open-ai-microsoft-lawsuit.html.

23. Sato M. CNET pauses AI-generated articles after numerous errors // The Verge. January 20, 2023. URL: https://www.theverge.com/2023/1/20/23563216/cnet-ai-written-articles-errors-corrections.

24. The Washington Post. The Washington Post's Heliograf robot journalism. September 1, 2016. URL: https://www.washingtonpost.com/pr/2016/09/01/the-washington-posts-heliograf-robot-journalism/.

25. Wu S. et al. BloombergGPT: A Large Language Model for Finance. 2023. URL: https://arxiv.org/abs/2303.17564.

ABSTRACT

Bachelor's Thesis Title: Transformation of Journalistic Genres in the Era of Artificial Intelligence

Aim and Objectives: The aim of this thesis is to theoretically synthesize the transformation of journalistic genres in the era of artificial intelligence and to analyze the structural, stylistic, professional, and ethical consequences of algorithmizing media production. To achieve this aim, the following objectives were addressed:

1) To investigate theoretical approaches to defining journalistic genres and compare Ukrainian and Western schools of genre studies;
2) To classify contemporary artificial intelligence tools deployed in media practice;
3) To analyze shifts in the structure and stylistics of media content using case studies from leading global publications;
4) To examine the features of the «Human-in-the-loop» collaborative model between humans and algorithms;
5) To identify and outline the ethical and professional risks associated with delegating creative functions to artificial intelligence.

Object of the study: The genre system and stylistic structure of modern mass media amid digital transformation.

Subject of the study: Technological, structural-semantic, and professional-ethical transformations of journalistic genres under the influence of artificial intelligence algorithms.

Keywords: journalism, artificial intelligence, AI journalism, mass media, human-in-the-loop, journalistic genres.

Декларація

Академічної доброчесності

Здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Стрюк Роман Віталійович, студент 4 курсу, заочної форми навчання, факультету журналістики, спеціальність журналістика, адреса електронної пошти detectivpika@gmail.com:

- підтверджую, що написана мною дипломна робота на тему «Трансформація журналістських жанрів в епоху штучного інтелекту» відповідає вимогам Академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений;
- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згоден на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.