МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

Кваліфікаційна робота магістра

На тему: «ChatGPT як інструмент ШІ у журналістській діяльності

Виконав: студент 2 курсу, групи 8.0614-мк
Спеціальності 061 «Журналістика»
(освітня програма «Медіакомунікації»)
Коновальчук Є.А.
Керівник: д. соц. ком., професор
Чернявська Л.В.
Рецензент: к. філол. н., доцент
Тяпкіна Н.І.

Запоріжжя – 2025

ЗМІСТ

Реферат……3

Summary……..4

Завдання……5

Вступ…….....7

Розділ 1. ChatGPT як інструмент ШІ у медіасфері ……10

1.1 ChatGPT – нове явище у сфері ШІ ……..10

1.2 Переваги та ризики ChatGPT для медіапрацівника……...29

1.3 Створення фейків і дезінформації з використанням ChatGPT та боротьба з цими явищами…….....40

Розділ 2. Використання ChatGPT у роботі журналіста……..55

2.1 ChatGPT в роботі медіаредакцій та рекомендації використання ШІ для журналістської практики……..55

2.2 Кейси для аналізу дотримання ChatGPT журналістських стандартів……...64

Висновки……..……..……73

Список використаних джерел…….…….....78

Додаток А. Фрагмент сайту медіаредакції «061.ua»…….....……..87

Додаток Б. Фрагмент сайту медіаредакції «inform.zp.ua»……88

Додаток В. Фрагмент сайту медіаредакції «Слово про Слово»……89

Додаток Г. Відповіді ChatGPT на кейс 1……90

Додаток Д. Відповіді ChatGPT на кейс 2……91

Додаток Е. Декларація академічної доброчесності……...93

РЕФЕРАТ

Тема магістерської роботи: ChatGPT як інструмент ШІ у журналістській діяльності. Обсяг основного тексту: 70 сторінок. Кількість використаних джерел: 72.

Мета дослідження – дослідити особливості ШІ та інструмент GPT і визначити переваги й загрози нейромережі на роботу журналіста.

Мета роботи передбачає виконання наступних **завдань**:

1) проаналізувати особливості штучного інтелекту та його інструмента ChatGPT;

2) дослідити переваги та ризики ChatGPT для медіапрацівників;

3) визначити як боротися із фейками та дезінформацією, які створюють з використанням ChatGPT;

4) дослідити застосування ChatGPT у роботі українських медіаредакцій;

5) описати рекомендації використання штучного інтелекту для журналістської практики;

6) надати ChatGPT певні кейси для аналізу дотримання ним журналістських стандартів.

Об'єктом дослідження є медіаматеріали, створені за допомогою штучного інтелекту, ChatGPT як інструмент у медіадіяльності.

Предметом дослідження є використання ChatGPT як інструмента штучного інтелекту у журналістській діяльності.

Отримані результати: проаналізовані особливості GPT як інструмента ШІ та його негативний та позитивний вплив у роботі медійників. Проведено опитування у медіаредакцій щодо використання штучного інтелекту в їх діяльності. Надані рекомендації як обережно та ефективно працювати редакціям з нейромережею. Завдяки певним кейсам проведено експеримент наскільки GPT дотримується журналістських стандартів.

Ключові слова: штучний інтелект, ШІ, ChatGPT, GPT, нейромережа, машинна технологія, медіасфера, медіапрацівники, журналіст, редакція.

SUMMARY

Our master's thesis is devoted to the topic of ChatGPT as an AI tool in journalism.

The purpose of the study is to examine the features of artificial intelligence and the GPT tool and to identify the advantages and threats of neural networks to the work of journalists.

The objectives of the work were as follows:

– to analyze the features of artificial intelligence and the ChatGPT tool;

– to explore the advantages and risks of ChatGPT for media professionals;

– to determine how to combat fakes and disinformation created using ChatGPT;

– to explore the use of ChatGPT in the work of Ukrainian media outlets;

– to describe recommendations for the use of artificial intelligence in journalism;

– to provide ChatGPT with specific cases for analysis of its compliance with journalistic standards.

The object of the study is media content created using artificial intelligence, with ChatGPT as a tool in media activity. The subject of the study is the use of ChatGPT as an artificial intelligence tool in journalistic activity.

The results of our study can be used in media editorial offices, media platforms, and by users of artificial intelligence. Researchers and students can apply the results in further research and expansion of this topic.

The scientific novelty of the results obtained in this qualified work lies in a broader understanding of the characteristics of AI and its GPT tool, as well as in the influence of neural networks on media activities. In addition, research was conducted on the compliance of machine technology with journalistic standards.

Keywords: artificial intelligence, AI, ChatGPT, GPT, neural network, machine technology, media sphere, media workers, journalist, editorial office.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет: журналістики
Кафедра: журналістики
Рівень вищої освіти: магістр
Спеціальність: 061 «Журналістика»
Освітня програма: 8.0614-мк «Медіакомунікації»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Чернявська Л.В.
«_____»_____20__ року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА СТУДЕНТОВІ

Коновальчуку Євгену Андрійовичу

1. Тема роботи: ChatGPT як інструмент ШІ у журналістській діяльності.
Керівник роботи: Чернявська Людмила Віталіївна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, завідувач кафедри, затверджені наказом ЗНУ від «12» березня 2025 року № 378-с.
2. Строк подання студентом роботи (проєкту) – 10.12.2025.
3. Вихідні дані до роботи: М. Аббасімехр, А. Бахріні, М. Барнум, Д. Бесерра-Алонсо, С. Бісвас, П. Брезау, Д. Варона-Арамбуру, А. Височин, В. Гавриленко, М. Кастільйо-Кампос, Н. Катсос, Г. Кисінджер, Є. Коновальчук, В. Луценко, Р. Масталі, М. Мордвинцев, В. Наконечний, В. Наместнік, М. Пасехвар, Дж. Павлік, Р. Ріггс, О. Романчук, В. Сайко, П. Скарбик, Е. Сміт, О. Соколова, Д. Сітіраман, С. Томпсон, С. Фіялка, М. Хамошифар, Д. Хатенлокер, Т. Хсу, Л. Чернявська, М. Чабаненко, Б. Цирек, М. Есмаеїлі, Н. Яблоновська.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) проаналізувати особливості штучного інтелекту та його інструмента ChatGPT; 2) дослідити переваги та ризики ChatGPT для медіапрацівників; 3) визначити як боротися із фейками та дезінформацією, які створюють з використанням ChatGPT; 4) дослідити застосування ChatGPT у роботі українських медіаредакцій; 5) описати рекомендації використання штучного інтелекту для журналістської практики; 6) надати ChatGPT певні кейси для аналізу дотримання ним журналістських стандартів.

5. Консультанти розділів роботи.

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Вступ	Чернявська Л. В., проф.	08.12.2025	08.12.2025
Розділ 1	Чернявська Л. В., проф.	06.08.2025	06.08.2025
Розділ 2	Чернявська Л. В., проф.	08.12.2025	08.12.2025
Висновки	Чернявська Л. В., проф.	09.12.2025	09.12.2025

6. Дата видачі завдання:

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити об’єкт і предмет дослідження, мету, завдання.	23.10.2024	Виконано
2	Написати попередній варіант вступу і змісту	04.12.2025	Виконано
3	Підібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела	17.01.2025	Виконано
4	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину	06.08.2025	Виконано
5	Провести наукове дослідження	04.11.2025	Виконано
6	Написати практичну частину	04.11.2025	Виконано
8	Виправити недоліки, сформулювати висновки, оформити додатки	22.11.2025	Виконано
9	Здати роботу на нормоконтроль, пройти рецензування	01.12.2025	Виконано

Студент _____ Є. А. Коновальчук

Керівник роботи (проекту) _____ Л. В. Чернявська

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Н. В. Романюк

ВСТУП

Актуальність дослідження. У світі стрімко розвиваються нові технології. Особливу роль відіграє штучний інтелект. Він впливає на різні сфери суспільства. Ним користуються все більше людей. Один із напрямів роботи цифрової машини – медіа. Журналісти впроваджують у свою роботу використання ШІ. Також з'являються та розвиваються безліч інструментів машинної технології. Одні засоби штучного інтелекту роблять акцент на написанні та редагуванні тексту. Другі – на дизайні. Треті – на відео та аудіо. Четверті – на зборі інформації та дослідженні матеріалу. А є такі інструменти, які мають широкий функціонал.

Один із таких впливових інструментів є ChatGPT. Його популярність зросла після 2022 року. Тому актуальність дослідження полягає у розумінні властивостей та впливу ШІ та, зокрема, чат-бота на діяльність журналіста. Завдяки визначенню наслідків використання GPT можна зрозуміти перспективи та загрози, що постають перед медіапрацівниками.

Мета дослідження – дослідити особливості ШІ та інструмент GPT, і визначити переваги й загрози нейромережі на роботу журналіста.

Завданнями дослідження є:

1) проаналізувати особливості штучного інтелекту та його інструмента ChatGPT;
2) дослідити переваги та ризики ChatGPT для медіапрацівників;
3) визначити як боротися із фейками та дезінформацією, які створюють з використанням ChatGPT;
4) дослідити застосування ChatGPT у роботі українських медіаредакцій;
5) описати рекомендації використання штучного інтелекту для журналістської практики;
6) надати ChatGPT певні кейси для аналізу дотримання ним журналістських стандартів.

Об'єкт дослідження: є медіаматеріали, створені за допомогою штучного інтелекту, ChatGPT як інструмент у медіадіяльності.

Предмет дослідження: використання ChatGPT як інструмента штучного інтелекту у журналістській діяльності.

Серед *методів дослідження* у теоретичній частині ми використали спостереження та аналіз. Під час практичної частини – метод опитування та експеримент.

Методологічної й теоретичної основи роботи: теоретичні засади журналістики та медіакомунікацій – А. Височин, В. Гавриленко, В. Наместнік, В. Наконечний, В. Сайко, М. Мордвинцев, В. Луценко, А. Середюк, Н. Яблоновська; професійні стандарти та етика журналістики – О. Романчук, П. Скарбик, О. Соколова, М. Чабаненко, Л. Чернявська, Є. Коновальчук, С. Фіялка; цифрова журналістика та вплив штучного інтелекту на медіа – Дж. Павлік, Д. Сітіраман, Т. Хсу, С. Томпсон, М. Барнум, Р. Ріггс; ШІ й машинне навчання в медіасфері – А. Бахріні, М. Хамошифар, Г. Аббасімехр, М. Есмаеїлі, Р. Масталі, М. Пасехвар, С. Бісвас; філософські та суспільні аспекти розвитку штучного інтелекту – Г. Кисінджер, Е. Сміт, Д. Хатенлокер; європейські дослідження цифрових медіа та алгоритмічної журналістики – П. Брезау, Н. Катсос, М. Кастільйо-Кампос, Д. Варона-Арамбуру, Д. Бесерра-Алонсо, Б. Цирек.

Наукова новизна одержаних результатів кваліфікованої роботи:

Уперше:

– проведено опитування у медійний редакцій «061.ua», «inform.zp.ua» та «Слово про Слово» щодо роботи із штучним інтелектом;

– проведене дослідження відповідей GPT щодо: написання новини про будівництво підземних навчальних закладів у Запорізькій області; аналізу дезінформуючого та маніпулюючого матеріалу про здачу у полон 38-бригади ЗСУ до російських військових.

Удосконалено:

– розуміння впливу GPT у журналістській діяльності, зокрема його дотримання журналістських стандартів.

Набули подальшого розвитку:

– вивчення переваг і недоліків чат-бота, розширення рекомендацій у використанні нейромережі.

Теоретичне та практичне значення одержаних результатів. Наші дані можна використовувати в редакціях ЗМІ, медіаплатформах, користувачу штучного інтелекту. Науковці та студенти можуть застосовувати результати в подальшому дослідження та розширенні цієї теми.

Апробація результатів дослідження представлені науковому журналі «Держава та регіони» у серії «Соціальні комунікації» №4 (60) (2024): Чернявська Л., Коновальчук Є. Чат-бот GPT як інструмент у роботі журналіста. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2024. № 4. С. 63—69.

Структура магістерської роботи. Структура дослідження складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг кваліфікованої роботи становить 93 сторінки. Список використаних джерел – 72.

РОЗДІЛ 1
CHATGPT ЯК ІНСТРУМЕНТ ШІ У МЕДІАСФЕРІ

1.1. ChatGPT – нове явище у сфері ШІ

У світі дуже швидко з’являються та розвиваються новітні технології. Людство стикається з ними кожного дня. Вони впливають на усі сфери життя. Це може призводити як до позитивних наслідків, так і до негативних. Такою технологією став штучний інтелект.

Ця інновація «зосереджується на створенні інтелектуальних машин, здатних імітувати людську мову та мислення» [56, с. 81]. Тлумачний словник по штучному інтелекту описує це явище так – «науковий напрямок, в рамках якого ставляться і вирішуються завдання апаратного або програмного моделювання тих видів людської діяльності, які традиційно вважаються інтелектуальними» [5, с. 7]. Серйозність та актуальність питання штучного інтелекту знаходить свою важливість у тому, що ця технологія виходить на рівень наукового напрямку. Імітація людської мови та мислення стало основним підґрунтям цього явища.

Головною причиною появи ШІ стало бажання їх творців створити комп’ютер, який міг ми мислити так само як люди. Це явище бере початок з 20 ст. Відтоді завдяки розвитку машинного навчання, робототехніки та ефективнішій обробці природньої мови, технологія стрімко вдосконалювалась та знаходила нові можливості впливати на суспільство [53, с. 82].

Олег Романчук переконаний, що поява ШІ впливає на соціальні наслідки. Тепер людство стане новою системою, яка тісно пов’язана із штучним інтелектом [31, с. 181]. Машинна технологія має ширшу оперативну пам’ять – тобто охоплює велику кількість інформації, – та аналізує інформацію. До того ж автор підкреслює, що ця новітня система «значно перевершуватиме інтелект людини» [31, с. 182].

Творці ШІ дійсно хотіли показати світу нову реальність співпраці людини й машинної програми. Як ми бачимо сьогодні, у них та їхніх прихильників це вдається. За словами Бреннена і Нільсена, ШІ «представлений як рішення практично всіх видів проблем» [51, с. 101]. Тепер ця технологія впливає своїми діями як на окрему людину, так і на цілу країну.

Наразі явище штучного інтелекту охоплює майже кожну галузь суспільства: освіта, медицина, політика, господарство, бізнес, спорт, культура, журналістка, і багато інших сфер.

Київський міжнародний інститут соціології провів опитування у населення України упродовж 14 лютого—4 березня 2025 року [4]. У своєму дослідженні інститут додав питання про штучний інтелект. Розберемо детальніше їх результати.

Було опитано 1029 респондентів. Серед тих, хто не використовує ШІ – 64 %. А практичний досвід користування мають 26%. Виявляється, що 88% українців обізнані у штучному інтелекті, однак ними користуються менша частина (рис. 1.1).



Рис. 1.1 Діаграма опитування КМІС щодо використання ШІ (Київський міжнародний інститут соціології)

Згідно дослідження КМІС, найбільше користуються штучним інтелектом молодь 18—29 років – 54%. Лише 21% становить показник 30—44 років респондентів. А серед людей від 60 років використовують ШІ 4% (рис. 1.2).

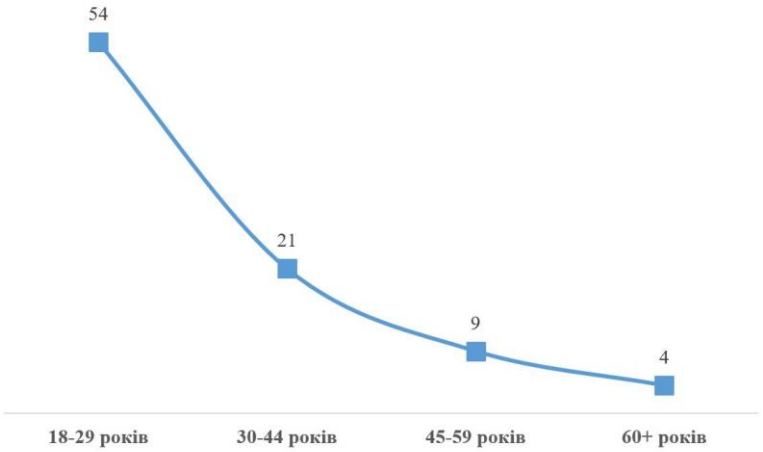


Рис 1.2 Діаграма опитування КМІС щодо використання ШІ (Київський міжнародний інститут соціології)

Крім цього в анкетуванні було запитання про вплив технології на світ і людей (рис. 1.3). Серед опитаних, більшість – 45% українців – вважають, що штучний інтелект «містить значні ризики та може призвести до серйозних проблем або навіть катастроф». Однак 39% респондентів обрали варіант, що ШІ «сприяє прогресу й наближає людство до кращого майбутнього».

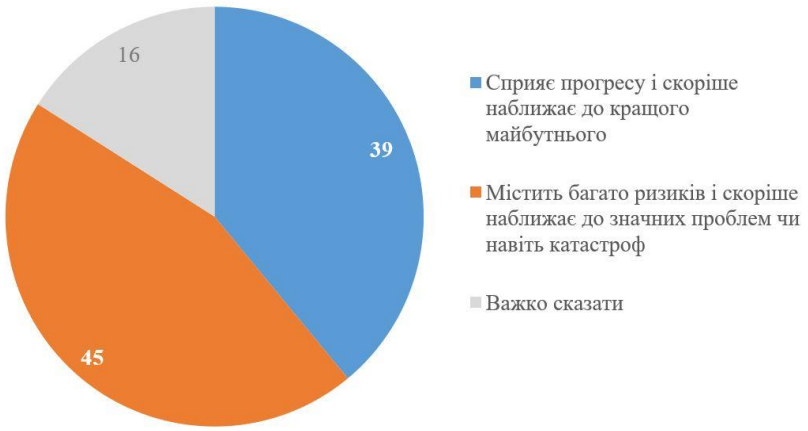


Рис 1.3 Діаграма опитування КМІС щодо впливу використання ШІ (Київський міжнародний інститут соціології)

За результатами цього дослідження, українці віком 18—29 вважалися оптимістами – таких аж 63 %. А 30% – песимісти.

Київський інститут переконаний, що «[в]икористання штучного інтелекту в сучасному суспільстві не просто важливе, а критично необхідне для розвитку технологій, економіки та соціальних процесів. Штучний інтелект (ШІ) відкриває нові горизонти в науці, медицині, освіті, бізнесі, державному управлінні тощо, сприяючи підвищенню ефективності, точності та продуктивності в різних сферах. Ступінь використання ШІ може бути одним з індикаторів потенціалу сучасної держави» [4]. Ми бачимо, що опитування показало особливості нашого часу. Людей можуть чути про сучасні технології й навіть активно користуватись ними.

Машинна технологія не минула і медіасферу. Працівники ЗМІ активно використовують новітню технологію у своїх матеріалах на платформах веб-сайтів, соціальних мережах, TV, радіо, месенджерах тощо. Як вважають Оксана Гоцур та Ростислав Добрянський «штучний інтелект – це основний інструмент впливу на медіа та працю журналістів зокрема» [10, с. 273].

Торік Інститут масової інформації провело опитування серед 120 журналістів України щодо основних інновацій. За результатами дослідження, на першому місці серед інновацій у 2024 році був штучний інтелект. Його використовували 63% респондентів. До того ж 7% медійників «створили та використовують у своїй роботі власні ШІ-розробки, програми для аналізу баз даних тощо» [30].

Серед український видань «Українська правда» також використовує ШІ у своїй діяльності. На конференції Школи журналістики та комунікацій УКУ, яка відбулась 2 березня 2024 року, головна редакторка сказала: «ШІ пришвидшує роботу редакції, зокрема, із розшифруванням, фактчекінгом і перетворенням тексту у звук» [19]. Машинну інновацію застосовують також у закордонних популярних виданнях, таких як: «The Washington Post, The New York Times, Reuters, BBC, Associated Press, Bloomberg News, Buzzfeed, Daily Mirror, Daily Express, Alex Springer» тощо [37, с. 24].

Зазначені медіаплатформи зберігають, обробляють та перетворюють у текст великі обсяги даних. Крім того, вони агрегують інформацію для створення новин, також формують безпечний інфопростір, щоб перевіряти факти та виявлення дезінформації, і тому подібне [37, с. 24].

Зокрема, в газеті «The Washington Post» спеціальний робот виконує чорнову роботу зі збору фактів. Наприклад, на їхньому сайті виставляли замітки про Олімпійські ігри в Ріо-де-Жанейро. Також відомо, що видання Associated Press генерує новинні історії у звітах про корпоративні доходи завдяки програмному забезпеченню [42, с. 97]. Ми бачимо по цим прикладам, що новітня технологія залучена для збирання і оформлення інформації. І це не тільки новинні факти, а й бухгалтерські дані.

Крім цього, ШІ вміє обробляти «відгуки, згадки про компанію, бренд (настрій: позитивний, негативний чи нейтральний) <…>, моніторинг соціальних мереж, ЗМІ тощо» [32, с. 60]. Тобто машинний розум здатний комунікувати із клієнтами, рекламувати їм товар, звітувати щодо аналізу соцмереж та інших медіаплатформ.

За словами С. Фіялки, штучний інтелект «виявляти та виправляти граматичні, орфографічні помилки та структурні недоліки в тексті, класифікувати матеріали за різними темами або жанрами, пропонувати альтернативні варіанти фраз та висловлювань для поліпшення стилю та зрозумілості тексту, а в разі надання відповідних запитів запропонувати додаткову інформацію, посилання чи довідковий матеріал, що допоможе редакторові покращити текст; рекомендувати оптимальні зміни для поліпшення читабельності та структурованості тексту; оцінювати великі обсяги текстової інформації, що допомагає редакторам в ефективному аналізі та редагуванні; допомагати аналізувати реакцію аудиторії на публікації та надавати редакторам важливі дані для подальшої роботи» [37, с. 30].

Як ми бачимо, світ медіа активно впроваджує новітнє явище у свою сферу для створення контенту та підтримку його, а також для взаємодії з аудиторією.

Подивимось ще на два дослідження за 2024 та 2025 рік. Почнемо з опитування, яке опублікувало Reuters Institute for the Study of Journalism [66]. До аналізу було залучено 326 медіа зі 51 країн. Компанія опитало респондентів про зміни за 2020-2024 рік. Нас цікавить вплив саме ШІ. Опитані визнають, що нова технологія може вносити певні зміни, але також бути перспективним інструментом для роботи. У Таблиці 1.1 коротко наведено деякі результати дослідження, яке описала Українська Медіа Ліга.

Таблиця 1.1 – Вплив ШІ на медіадіяльність, згідно дослідження Reuters Institute

Зміни та вплив ШІ	**Перспективи завдяки ШІ**
Редакції новин змінюються через технологію (87%)	Покращення персоналізація контенту (80%)
Спрощують пошук новин	Поліпшення рекомендацій (80%)
Є конкурентом традиційній журналістиці	Удосконалення створення контенту (77%)
Зниження трафіку через ШІ-генеровані огляди новин (74%)	Поліпшення збору новин, перевірки фактів, даних та розслідувань (73%)
Змінюються алгоритми пошукових систем	
Зниження видимості новин	

Медіаредакції зазнали більше різних змін через вплив технології. Він вплинув на їх роботу й став конкурентом до традиційних медіаінструментів. З іншої сторони штучний інтелект став помічником для певних функцій у роботі медіа і завдяки ньому можна покращувати діяльність.

Ми ще детальніше поговоримо більше про переваги та загрози ШІ у подальшому розділі. А зараз хочемо ще навести дані із дослідження Reuters Institute щодо впливу ШІ на медіа: «З 2020 р. медіа почали використовувати ШІ

для транскрипції та перекладу, зростала популярність подкастів і цифрового аудіо. У 2021 р. ШІ активно впроваджували для персоналізації та автоматизації, активніше розвивався контент для молодшої аудиторії і пандемія прискорила цей процес. У 2022-2023 рр. ШІ став важливим інструментом у створенні контенту та зборі новин. У 2024-2025 р. інтеграція ШІ зростала, включаючи формування оглядів та звітів, аналізувати взаємодію з аудиторією» [66].

Звернемо увагу на дослідження, яке провела Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення у червні—липні 2025 року [3]. Тема опитання стосувалась використання ШІ українськими медіа. Участь взало 343 респондентів. Областей для аналізу нарахувалось 20.

В анонсі автори зазначили причину та напрями дослідження: «Поряд із активним освоєнням нових технологій спостерігається високий рівень стурбованості щодо їх наслідків. Дослідження охопило всі основні типи медіа – від друкованих видань до телеканалів та онлайн-платформ. Це дало змогу отримати повне уявлення про стан галузі та виявити як загальні тенденції, так і специфічні особливості різних сегментів медіаринку» [3]. За результатами опитування, активно використовують інструменти ШІ у своїй роботі 41,86% медіа. Однак не застосовують технологію 50,4% респондентів (рис. 1.4).

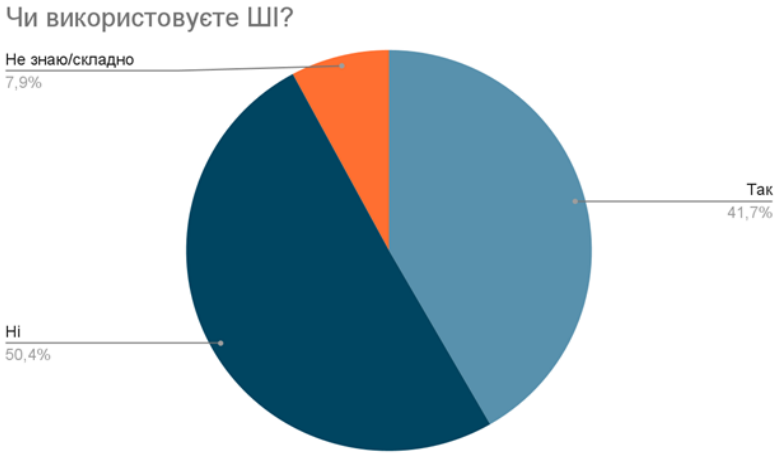


Рис 1.4 Діаграма результатів дослідження (Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення)

На думку Національної ради, більшість проголосувало про невикористання ШІ через брак знань про можливості технологій та безпечне впровадження. А також війна могла спричинити обмеженість ресурсами для використання ШІ.

Серед впроваджень штучного інтелекту у роботу медіа, 25,1% респондентів виділило редагування тексту, 23,3% – розшифровку відео в текст і навпаки, 21,3% – переклад із розпізнаванням мови, 13,4% – генерацію журналістських текстів.

Крім цього, згідно дослідження, українські медіа сприймають загрози від застосування ШІ загалом для медіа дуже суттєвими (рис. 1.5). Понад 90% назвали такі небезпеки: витіснення людини з журналістики, сприяння поширенню дезінформації, втрата довіри аудиторії, порушення приватності даних. Такі варіанти, як низька наявність продукту використання, непрозорість алгоритмів ШІ та дороговартісність технології набрали менший відсоток.

Однак для локаційних медіа варіант дорогу вартість обрало найбільше респондентів (44,90%).

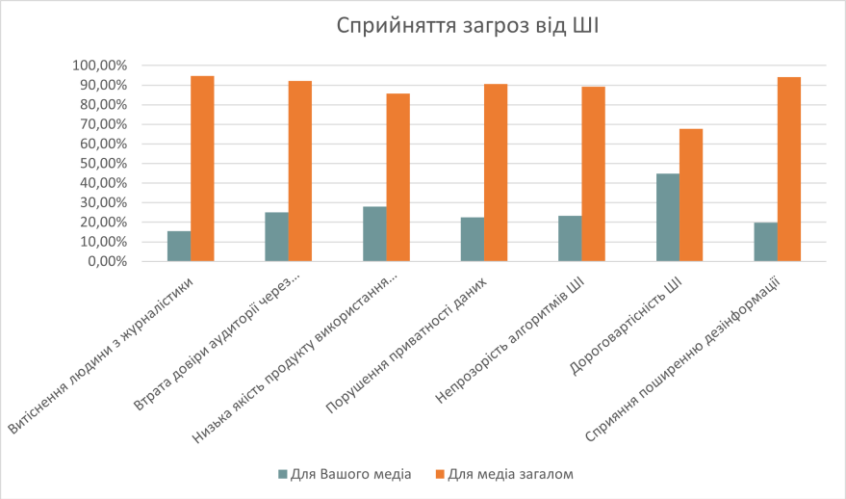


Рис. 1.5 Результати дослідження щодо сприйняття загроз ШІ (Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення)

Автори опитування дослідили, що медіа потребують мають потребу в навчанні у процесі впровадження нової технології (рис. 1.6). Зокрема найбільше медіа хочуть мати експертну підтримку у:

– фактчекінгу й боротьбі з дезінформацією (27,4%);
– генерації журналістських текстів (25,9%);
– виявленні трендів і настроїв аудиторії (25,7%);
– боротьбі з кіберзагрозами (25,4%);
– розвитку зворотнього зв'язку з аудиторією (близько 25%).

Найменше редакції (менше 20%) потребують підтримки у:

– підготовці дайджестів новин;
– перекладі із розпізнаванням мови;
– написанні сценаріїв до відео.



Рис. 1.6 Результати дослідження щодо підтримки та навчання для впровадження ШІ у свою діяльність (Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення)

У своєму висновку Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення підкреслюють про важливість системного підходу до впровадження інновації. Таку необхідність вимагають стурбованість щодо загроз ШІ та потреба українських медіаредакцій у навчанні.

Крім цього автори дослідження переконані у розробці програми навчання медіа з використання ШІ. До такої ініціативи важливо залучити державні органи, неурядові організації та експертів. Більше того, «програма повинна враховувати пріоритетні напрями, виявлені дослідженням, та охоплювати питання дотримання принципів захисту інтелектуальної власності» [3], заявили в результатах дослідження.

Ми бачимо, що новітня технологія стає ще потужніше та впливовіше. Інформаційні ресурси активно використовують цей інструмент у своїй роботі. І в подальшому ШІ може ще більш брати участь у діяльності медіасфери.

Штучний інтелект – дуже широке та складне явище. Він має безліч різних програм для створення контенту. Chatgpt Academy пропонує найкращі, на їх думку, інструменти ШІ для створення контенту у 2025 році [16]. Ці засоби описані у Таблицях 1.2, 1.3, 1.4, 1.5.

Таблиця 1.2 – Найкращі інструменти ШІ для створення контенту у 2025 році

Написання контенту	
Інструмент	**Ознаки**
1. ChatGPT	Обмірковує ідеї, пише статті, створює пости в соцмережі. Допомагає описувати оповідання, сценарії, персоналізований маркетинговий матеріали, вивчати мову, викладачам робити захоплюючі навчання.
2. Grammarly	Перевіряє граматику та орфографію. Вдосконалює структуру речень, тон й стиль. Може створити діалог із персонажем в грі, пише автоматизовані електронні листи.
3. Hemingway Editor	Робить текст чітким та лаконічним.

	Видаляє довгі речення та типові помилки. Доопрацьовує публікації у соцмережі, оптимізує статті у блозі, допомагає створити електронні бюлетені.

Автор виділяє три платформи, які роблять акцент на написанні контенту. За перший інстурмент – GPT – ми будемо говорити детальніше. Перейдемо до наступних засобів.

Таблиця 1.3 – Найкращі інструменти ШІ для створення контенту у 2025 році

Створення візуального змісту	
Інструмент	**Ознаки**
Canva	Створює візуальні ефекти, дизайни та загальні зображення. В ньому існує широкий вибір шаблонів і елементів дизайну.

ШІ-інструментом Canva можуть користуватись навіть недизайнери, які хочуть створювати візуальні матеріали професійної якості [16].

Таблиця 1.4 – Найкращі інструменти ШІ для створення контенту у 2025 році

Створення аудіо- та відеоконтенту	
Інструмент	**Ознаки**
Descript	Створює і редагує аудіо та відео. За допомогою ШІ транскриптує аудіо- та відеофайли. Може клонувати голос та автоматично видаляти слова-заповнювачі.

Журналісти часто стикаються з роботою у сфері аудіо та відео. Тому на думку автора аналізу, інструмент Descript «спрощує процес редагування редагування та покращує якість вмісту» [16].

Таблиця 1.5 – Найкращі інструменти ШІ для створення контенту у 2025 році

Написання контенту AI	
Інструмент	**Ознаки**
1. Jasper	Швидко створює високоякісний вміст. Містить різні шаблони та параметри налаштування.
2. Writesonic	Спеціалізується на створенні дописів в блогах, оголошенні, цільових сторінках. Його вміст цікавий, релевантний та має досконалі алгоритми.
3. Copy.ai	Використовується у маркетингових текстах, публікаціях у соцмережах і коротких вмістах. Створений текст є креативним і переконливим.

Ці засоби технології також допомагають створювати контент, подібно до перших трьох. Водночас у дослідженні Владислав Зінов’єв чітко не обґрунтував їх виокремлення серед інших інструментів.

Зазначені інструменти можна використовувати у будь-якому форматі: текст, відео, аудіо тощо. Машинна програма спеціалізується на створенні якісного та ефективного контенту, який впливатиме на аудиторію: пропонувати товари й послуги, інформувати про щось, закликати до дії, описувати ту, чи іншу подію тощо.

Один із таких популярних інструментів та генерацій є ChatGPT. Поговоримо детальніше про значення, появу та застосування цього явища.

Технологія GPT – «це тип генеративного штучного інтелекту, який може відповідати людським текстом, зображеннями, аудіо чи відео, створеними штучним інтелектом», сказав Джон Мартіндейл [62]. Тобто чат-бот не працює сам від себе. Передусім він згенерований ШІ. Як повідомив Джон, GPT може надавати інформацію у різних форматах: текст, зображення, аудіо, відео.

Зазначимо що означає абревіатура нашого об’єкта дослідження:

– **Generative** – відповіді чату не запрограмовані заздалегідь, а згенеровані ШІ.

– **Pre-trained** – програма вже попередньо навчена як реагувати та відповідати на кейси.

– **Transformer** – він належить до машинного навчання, на якому вже побудований GPT [62].

Як зазначалося, програма навчена завдяки попередньо отриманої інформації від людини-вчителя (Таблиця 1.6).

Таблиця 1.6 – Етапи навчання ChatGPT

Етап	**Опис**
1. Нульовий	На початку нейромережа аналізує текст на основі заданих параметрів, яких у чата не менше 175 мільярдів
2. Перший	Далі тексти піддаються сформуванню та аналізу. GPT може генерувати тексти на комп’ютерний код, оскільки чат тренували ще й мовами програмування, крім природних мов
3. Другий	На цьому етапі спеціалісти вивчають відповіді, які згенерував GPT на основі поставлених запитань. Результати розташовують від кращого до гіршого. Після цього створюється PPO-модель. Тобто до алгоритму роботи штучний інтелект може вносити зміни

4. Третій	Даний етап передбачає пропускання запиту через базовий алгоритм та PPO-модель. Цикл може повторитися у разі поставлення додаткового запитання. Через це технологія пам’ятає слова користувачів, що дозволяє їй розуміти краще за них. ChatGPT розвивається, він не фінальний продукт, тому у майбутньому може стати більш ефективним та кращим [6]

Крім цього, в основі ChatGPT знаходиться велика кількість даних для моніторингу інформації, зокрема, мільярди веб-сторінок і документів [47, с. 1].

Як ми бачимо, підготовка до роботи чату – ретельна та скрупульозна. Для цього була задіяна не лише одна людина, а ціла команда. Створення мільярдів параметрів та взаємозв’язок із веб-сайтами й різними джерелами інформації формує уявлення про GPT як про впливовий та потужний інструмент. Він розуміє мови програмування та природні мови, що допомагає йому генерувати чіткий меседж для потреб користувача.

Більше того, чат-бот продовжує розвиватися і навчатися. І саме завдяки споживачам він дізнається більше інформації про користувачів та стає розумнішим у взаємодії з ними. У майбутньому розробники мовної моделі хочуть вивести його на більш ефективний та якісний рівень.

Звернемо увагу на появу та популяризацію нової технології, бо це безпосередньо пов’язано із медіасферою та соціальними процесами у світі.

Загалом концепція створити чат-бот для обробки природної мови сформувалась ще з 1940-х років. Тоді вчений «Алан Тюрінг запропонував тест, що включає автоматизовану інтерпретацію та генерацію мови, яка виглядала б природною та розбірливою для людей» [63]. Вже була зацікавленість комунікації між людиною та машинною програмою.

Розробником ChatGPT стала компанія OpenAI. Співпрацівниками технології стали Ілон Маск, Сем Альтман, Грег Брокман, Ілля Сацкеверов і Джон Шульман [47, с. 1]. Абревіатура AI означає «Artificial Intelligence», тобто «штучний інтелект».

Нейромережу світ побачив у листопаді 2022 року [20, с. 52], [64, с. 84]. В Україні технологія стала доступною 18 лютого 2023 року [39, с. 33].

Відомо, що ChatGPT швидко почав набувати популярність. Тільки у грудні 2022 року кількість користувачі зросла до 1 млн. [53, с. 81].

Через два місяці після запуску кількість користувачів машинного інтелекту досягла 100 мільйонів. Як зазначили в компанії Similarweb, у січні 2023 року мовну модель відвідало близько 590 мільйонів людей. Темпи зростання були безпрецедентними, заявили аналітики інвестиційного банку UBS [54].

Не всі компанії досягали такого прогресу за короткий термін. Наприклад, для охоплення 100 мільйонної аудиторії соціальній мережі TikTok знадобилося близько 9 місяців після запуску. Дані соціальної мережі Instagram констатують про 2 роки, повідомила компанія з аналізу додатків Sensor Tower.

Підкреслюючи популярність GPT, аналітики UBS наголошують, що «за 20 років після інтернет-простору ми не можемо пригадати швидшого розгону в споживацькому інтернет-додатку», повідомляє Reuters [36].

На думку Славіша Орловича, за всю історію додаток чат-бота став найшвидше зростаючою мережею користувачів [72, с. 97].

Для світу це явище стало новим і цікавим. Його можливості генерують певні результати. GPT має досить широке застосування на майже будь-які запити та у будь-яких сферах. Його застосовують у бізнесі, промисловості, освіті, науці, техніці, політиці, охорони здоров’я, медицині, інфраструктурі, навколишньому середовищі, сталому розвитку, комунікації, мистецтві, культурі, дозвіллі тощо [47, с. 3-9].

До того ж «[с]таном на 2025 рік ChatGPT перетворився на одну з найпоширеніших платформ штучного інтелекту у світі» [23].

Компанія OpenAI опублікувало масштабне та найповніше дослідження 15 вересня 2025 року [57]. Команда організації разом з економістом з Гарварду Девідом Демінгом проаналізували 1,5 мільйона розмов користувачів GPT та зберегли конфіденційність цих людей. Вибірка становила 700 мільйонів

активних споживачів чат-бота. Метою аналізу було прослідкувати як використовують модельну мову й що змінилося з моменту його запуску три року тому.

Результати дослідження можна поділити на три категорії: 1) хто користується; 2) для чого вони використовують; 3) як розвивається використання. Коротко зупинимось на кожному з них.

Серед тих, хто користується ChatGPT автори аналізу виявили наступне:

– станом на січень 2024 року 37% користувачів мали жіночі імена, а до липня поточного року – 52%;

– станом на середину поточного року більше користувалось мовною моделлю доросле населення;

– країни з низьким та середнім рівнем доходу більше запроваджували чат-бот (наприклад темп зростання GPT у 4 рази був більшим саме у країнах з найнижчим розміром доходу, ніж на територіях з найвищим рівнем прибутків).

Перейдемо до наступної категорії. Команда проаналізувала для чого використовують нейромережу:

– три чверті розмов стосуються практичних порад, пошуку інформації та письма;

– попит на програмування та самовираження мають вузьку, обмежену спрямованість;

– 49% споживачів вважають ChatGPT своїм порадником, 40% орієнтовані використовувати чат для виконання завдання (наприклад, написання тексту, планування, програмування), а 11% застосовували мовну модель для особистих роздумів, дослідження, гри.

Остання категорія – розвиток використання GPT. Звернімо увагу на такі аспекти:

– 70% користувачів не пов’язують впровадження нейромережі для роботи, а більш на особисте життя, тоді як 30% поєднують його з роботою;

– серед переваг GPT допомагають споживачам у судженні та продуктивності, особливо у діяльності з високою інтелектуальною складовою [57].

У підсумку OpenAI зазначила: «Результати дослідження показують, що залучення споживачів до використання технології розширилося за межі груп ранніх користувачів, зокрема зменшивши гендерний розрив; що більшість взаємодій стосуються повсякденних завдань – пошуку інформації та практичних порад; а також що використання продовжує еволюціонувати в напрямках, які створюють економічну цінність як у особистому, так і в професійному житті. Таке розширення доступу підтверджує наше переконання, що доступ до ШІ має розглядатися як базове право – технологія, яку люди можуть використовувати для розкриття власного потенціалу та формування свого майбутнього» [57].

Ми вже дізнались, що чат може бути у ролі порадника. Крім цього він може володіти ще якістю вихователя [50]. До того ж у своїй статті «Постання чатботів. Як працює ChatGPT і чим він небезпечний» Вікторія Наместнік та Марія Спалєк підкреслюють багатофункціональність чат-бота. Він, на їх думку, виконує роботу одночасно письменника, поета, сценариста, копірайтера, науковця, кулінара, особистого тренера, дієтолога, дистанційного коханого [21].

При цьому серед платформ для використання GPT стали чати та віртуальні помічники, мовні переклади, підсумування тексту, генерації контенту, налагоджування коду, пошукові системи тощо [53, с. 81].

Як додає О. Дмитрієнко, генерацію ШІ можна використовувати «для розв’язання різноманітних завдань, таких як: відповідь на запитання різних видів; автоматична генерація текстів; створення пісень, віршів та творів; мовний переклад; розв’язання математичних рівнянь; написання, відлагодження та виправлення комп‟ютерного коду; редагування та узагальнення дослідницьких робіт; надання рекомендацій, класифікація та пояснення; створення жартів або складання дитячих оповідань; написання

сценарію фільму або магістерської дисертації; розповідь історій з різними персонажами; організація бібліографічних посилань до книг і навіть їхнє написання» [12, с. 92-93].

Активно залучають його і у медіасферу. За даними опитування Інституту дослідження журналістики Reuters, громадськість найчастіше з інструментів ШІ звертаються саме до ChatGPT для перегляду новин [65]. Наступними за рейтингом посідають такі технології як Gemini від Google та Llama від Meta.

Дослідження Інституту опитало 97 тисяч респондентів у 48 країнах. Інтернет-видання France 24 опиблікувало опитування 17 червня 2025 року. За даними дослідження, лише 7% опитаних шукають новини саме через штучний інтелект.

Найвищий показник виявився серед молоді. Віком до 25 років ШІ користується 15% учасників опитування. А серед людей віком до 35 років – 12%.

Респонденти найбільше використовували технологію для:

– узагальнення текстів (27 %);
– перекладу (24 %);
– рекомендацій статей (21 %)
– запитання щодо поточних подій (майже кожен п’ятий учасник)

Однак опитані визнають, що ШІ можуть зробити новини не досить прозорими, точними та надійними. Тому до технології виникає певна недовіра.

Ми бачимо, що маленька частка людей переглядають новини через ШІ. Пропонуємо ще одне опитування, яка також підкреслює це.

Pew Research Center провів дослідження серед дорослого населення США 18-24 серпня поточного року [60]. Більшість опитаних не використовують чат-боти як стабільше джерело перегляду новин. За даними аналізу бачимо наступні результати (рис. 1.7):

– лише 2% респондентів часто отримують новини через нейромережі;
– 7% – іноді;

– 16% – рідко;

– 75% – ніколи.

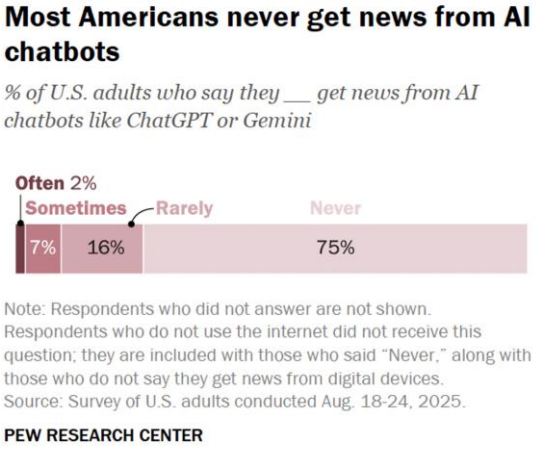


Рис. 1.7. Діаграма дослідження щодо використання ШІ (Pew Research Center)

Частіше отримують новини іноді через чот-боти учасники до 50 років таких 12%. Тим часом як старших американців – 6% [60].

Із зазначеного вище чат-бот редагує тексти, класифікує інформацію та підсумовує її, перекладає на іншу мову, навіть пише текст різних стилів та жанрів (займається копірайтенгом) та багато іншого.

Як вважаюьт П. Брезу та Н. Кацос, ChatGPT більше надає перевагу точності фактів над сенсаційністю. Він пропонує створювати нейтральні, засновані на фактах статті. Для журналістики це явище стало впливовим інструментом [50].

Отже, явище штучного інтелекту та його генерація GPT стали впливовим інструментом для людства і зокрема роботи медійного працівника. Новітні технології просуваються скрізь: від допомоги у домашніх справах до роботи у владних структурах. Журналістика також дуже активно залучає комп’ютерні програми для того, щоб контент ставав ефективнішим у роботі. ШІ та його інструменти і досі набирають популярності, а значить їх складно не помітити й не використовувати. Ми ще будемо говорити про такі важливі аспекти ChatGPT

як переваги та ризики цього явища. Подивимось які його властивості щодо допомоги журналісту у роботі, а які характеристики та тенденції GPT можуть принести негативні наслідки.

А зараз необхідно наголосити, що варто обережно ставитись до використання ШІ та його інструментів в медіапросторі. Доцільно все контролювати при створенні контенту в журналістиці та редакційній справі. Медіапрацівник має ставитись відповідально до кінцевого результату [38, с. 158].

1.2. Переваги та ризики ChatGPT для медіапрацівника

Ми вже розглянули історію створення і поширення ШІ та його інструмента ChatGPT. Також проаналізували значення машинної технології для суспільства і медіасферу зокрема. Тепер важливо дослідити як саме чат-бот впливає на роботу журналіста, які існують переваги й загрози нейромережі.

Чат-бот є новим явищем. Він став альтернативою багатьом програмам, додаткам і сайтам.

Наприклад, GPT став дуже конкурувати із Google. Про це пишуть різні журналісти. Представник видання «Детектор медіа» Іван Шкурак так висловився щодо відмінності чат-бота від технологічного гіганта: «Я вірю, що першочергова ціль нових технологій – це покращення людського життя. Тобто якщо брати ChatGPT, то це зручний інтерфейс для відповіді на людські питання. Замість того аби гуглити своє питання і шукати відповідь на якомусь сайті, цей інтерфейс відразу дає зрозумілу відповідь, що об'єктивно зручніше. Звичайно, ця технологія змінить наше життя, але думаю, що як і з будь-якою технологією, це буде зміна на краще» [21].

За словами Івана, нейромережа має покращити життя через об’єктивні відповіді на запитання. Він переконаний, що GPT оперативніший за Google, а тому людям зручніше буде користуватись послугами саме нього.

Однак репортер GIJN Рован Філп вважає, що при пошуку загальних запитів Google більш точний, повний та актуальний, тому що ChatGPT не спирається на індексацію веб-сторінок, а на навчальні дані. На противагу досліднику, журналіст Джоджола зауважив, що є складність в отриманні потрібної інформації через пошукову систему, тому що сайти накручені SEO-оптимізацією. А ще він зазначив, що Google повільно аналізує документи. Для Джоджоли важлива економія часу та швидка фільтрація, і цього він може досягти через інструмент ШІ [36].

А якщо журналіст захоче розслабитись та відпочити, то ChatGPT має голосові помічники, подібно до Google-асистента або Siri. При цьому чат-бот відрізняється певним рівнем творчості та креативності, бо він може вигадати оригінальний жарт та підняти настрій медіапрацівнику.

Більше того, хтось вважає, що журналісти можуть протистояти машинній програмі й робити якісніший контент. Наприклад, на думку дослідника Олега Романчука, для професійних журналістів ШІ може не загрожувати конкуренція: «Наразі журналістам, які успішно трудяться в царині публіцистики, аналітики, або є професійними нарисовцями, авторами аргументованих критичних публікацій, конкуренція зі штучним інтелектом не загрожує [31, с. 186].

Далі він продовжує: «Бо навіть найрозумніший робот не є соціальною істотою, відтак не спроможний на рівні людських емоцій, різноманітних психологічних чинників, притаманних гомо сапієнсу, належним чином оцінити, зрозуміти й відтворити різноманітні явища реальності, в якій перебуває людина» [31, с. 186].

Тепер зупинимось на деяких перевагах, завдяки яким ми зрозуміємо чим чат-бот може допомогти журналісту в його роботі.

По-перше, GPT дуже **оперативний**. Він швидко справляється із своїми завданнями. В той час, як мовна модель виконує свою роль, медіапрацівник може направити свої зусилля на інші справи. А далі журналіст перевіряє результати виконаної роботи й адаптовує інформацію під себе [51, с. 100], [43], [52], [36].

По-друге, він **універсальний**. Ми зазначали, що мільярди веб-сторінок та документів лежать в основі машинної програми. Завдяки цьому чат швидко моніторить потрібну інформацію. Тому універсальність в ньому проявляється через отримання відповіді на майже будь-яке запитання. Хоча він продовжує вдосконалюватись і навчатись, аби ще більше ефективно взаємодіяти із користувачем [6].

По-третє, чат **генерує текст, ідеї, ілюстрації**. Ми вже зазначали, що він може швидко відповідати на кейси. Тому його оперативність проявляється у створенні текстів для новин, наприклад в прямому ефірі, надзвичайних ситуаціях тощо [51, с. 100]. Також він пише тексти для того, щоб зацікавити споживачів через рекламу, і закликати до певних дій [43]. Крім цього, GPT може придумувати сценарії для певного сюжету, маркетингові матеріали, такі як «персоналізовані електронні листи, описи продуктів і публікації в соціальних мережах, адаптовані до конкретних сегментів клієнтів на основі їхніх уподобань і поведінки» [16].

Економіст та президент Київської школи економіки Т. Милованов порадив три підходи роботи із чатом:

– **Дати завдання** написати статтю, колонку або пост.

– **Детально** описати про що буде тема, поділитися ідеями та очікуваннями.

– **Задіяти попередні підходи** та попросити чат поставити **запитання** для якісного результату [44].

Як ми зазначили, GPT генерує ідеї. Варто лише описати що саме медійник хоче мати у результаті. Важливо враховувати, що бажано не видавати ідеї машинної технології за власні [44]. Наприклад, для журналіста потрібно підготувати інтерв'ю. Описуючи контекст цієї події (яка ціль інтерв'ю, хто співрозмовник тощо), чат може згенерувати запитання [44], [55, с. 202].

При цьому за словами Інтерв'юз Україна, необхідно перевіряти чи не вигадана і не перекручена інформація [44]. Про це йтиметься у наступних підрозділах.

До того ж ChaGPT має функцію створювати ілюстрації. Потрібно лише журналісту описати що саме потрібно у результаті, й мовна модель генерує це [52]. А ще він створює слайди для презентацій [55, с. 201].

По-четверте, нейромережа здатна **оперативно шукати й систематизувати інформацію**. Наприклад, чат збирає та обробляє дані [52]; аналізує певні тенденції та закономірності в даних [55, с. 202]; сканує та підсумовує різні за обсягом та жанром тексти: статті, дослідження, звіти (при цьому можна попросити чат надати узагальнення або 3-4 ключові тези) [44], [55, с. 202]. Якщо шукати інформацію через ChatGPT, а не Google, необхідно ставити йому уточнюючи запитання, направляти правильно пошук [44].

Журналіст Джеремі Джоджол надав декілька прикладів, де можна застосовувати GPT для швидких пошуків:

– **Пошук у публічних документах**. Можна завантажити великі за обсягом документи (звіти, аудиторські перевірки, копії державних контрактів тощо) в чат. При цьому бажано не завантажувати конфіденційні чи приватні документи.

– **Резюмування суспільних проблем**. GPT може знадобитись, коли потрібно узагальнити річні звіти, публічні обговорення законопроєктів та нормативних актів, присвячені суспільним проблемам. Колись Джоджол дав завдання GPT перерахувати й узагальнити порушені проблеми в 40-сторінковому звіті. Він здивувався, як програма швидко обробила документ.

– **Пошук контактів для опису загальної картини**. Чат може видати імена, посади та номери телефонів експертів для телефонного зв'язку. Наприклад, якщо попросити чат дати контактні дані організацій, що допомагають жертвам домашнього насильства в Південній Африці, то він може надати чіткий список. На думку журналіста, Google запропонує багато сторінок

місцевих та міжнародних сайтів, у той час як ChatGPT покаже це на одній сторінці.

– **Упорядкування офіційних контактів.** Мовна модель автоматично здатна знайти і впорядкувати публічні контактні дані за алфавітом. І це вона робить дуже швидко. За словами Джоджоли, такий метод «спрощує збір даних та отримання адрес електронної пошти, замість того, щоб заходити на сторінку кожного депутата» [36].

– **Зрозумілий переказ технічних даних чи текстів зі специфічною термінологією.** Якщо текст містить специфічну термінологію, то GPT пояснить та направить на нові напрямки аналізу.

– **Швидке та коректне порівняння.** На думку експерта, за допомогою ШІ журналісти можуть перевірити чи достовірні цифри у прес-релізі або річному звіті. Варто перевіряти дані перед опублікуванням [36].

По-п’яте, GPT допомагає **перевіряти інформацію на достовірність**. Ми ще будемо більше говорити про цей пункт в окремому підрозділі. А зараз важливо підкреслити, що ШІ-інструмент може розпізнавати фейки та діпфейки [52], що для медійника вкрай важливо. Також він здатний «перевіряти конкретні твердження чи висловлювання, надати точну інформацію або посилання на джерело» [44].

По-шосте, чат-бот **вдосконалює тексти та виправляє помилки**. Його можна використовувати для виправлення та доповнення будь-якого тексту. Журналісту доцільно використати GPT для написання заголовку, розуміння структури статті, коригування наявного плану. Здібності машинної технології проявляються ще й в адаптації тексту до певного стилю та формату. Дуже цікаве те, що нейромережа вивчає стиль письма користувача, і тому на основі цього рекомендуватиме і генеруватиме певні тексти та ідеї [44]. До того ж чат може робити граматичні та стилістичні правки тексту, пропонувати вставити якесь слово [52].

Американський журналіст Фархада Манджу переконаний, що GPT здатний знайти ідеальне слово чи фразу: «Я провів багато болісних хвилин свого життя, шукаючи потрібне слово. ChatGPT робить цю проблему пережитком минулого» [61].

Науковий співробітник Сом Бісвас у своїй статті «Роль ChatGPT у журналістиці: за версією самого ChatGPT» надає відповіді чат-бота щодо переваг. Тобто дослідник запитав в інструмента ШІ як він може допомогти журналістам у створенні контенту, а потім проаналізував та скоригував результати (Таблиця 1.2.1) [49, с. 2-3], [40, с. 64].

Таблиця 1.2.1 – Переваги GPT за оцінкою самого інструмента

Переваги	**Ознаки**
Агрегація новин	ChatGPT стисло та зручно подає новини, які зібрав з багатьох різних джерел
Журналістика на основі даних	Чат-бот аналізує статті й дані, а також створює наративи та ідеї на основі цієї інформації
Фактчекінг	Нейромережа перевіряє факти на достовірність і точність
Управління соціальними мережами	GPT працює із соціальними мережами: генерує пости та відповідає на коментарі

Крім переваг, ChatGPT несе в собі цілий ряд загроз та недоліків, які мають знати працівники у сфері медіа.

Мільярдер, бізнесмен та перший інвестор компанії OpenAI, яка розробила чат-бот, Ілон Маск вважає ШІ небезпечним: «Facebook, Google, Amazon, Apple – всі вони вже знають про вас дуже багато. Штучний інтелект,

що буде створений в середині цих компаній, отримає велику владу над людьми. А концентрація влади в одних руках завжди породжує величезні ризики <…>» [33].

З ризиків Маск зазначив тільки «владу над людьми». Тобто вплив машинної технології дуже сильний.

Про свою стурбованість також заявив в інтерв'ю генеральний директор OpenAI Сем Альтман. Особливо його турбує, що GPT небезпечний через генерування масштабної дезінформації. Він також закликав урядовців та суспільство не допустити небезпечних наслідків [11].

Говорити про ризики машинної технології вдається не просто. Навіть заради цього Джеффрі Гінтон, який працював над нейронними мережами, звільнився з компанії Google, тому що хотів вільно говорити про небезпеки чат-бота. Він вважає, що GPT в майбутньому стане розумнішим за людей [71].

Ми бачимо, що існують певні ризики зі сторони мовної моделі, й навіть впливові дослідники технологічного явища скептично відносяться до ШІ.

А зараз зупинимось на різних загрозах, які можуть перешкоджати журналісту у його роботі, й створювати небезпеку медіапростору.

По-перше, ChatGPT здатний згенерувати **упереджену** інформацію. Зокрема чат-бот має ризик:

– подавати інформацію із расовими та гендерними упередженнями;

– не відрізнити хорошу новину від поганої або етичної позиції;

– знаходити упереджений матеріал і генерувати його у своїй відповіді;

– не завжди відстежує звідки походить інформація або як обробляються дані [52], [47, с. 101], [49, с. 3], [20, с. 59], [72, с. 97], [51, с. 101–103].

Упередженість нейромережі також виявляється у тому, що вона може написати про будь-які бажання користувача. Відомо, що «GPT-3 неодноразово виявляв токсичність, генерував расистські та сексистські висловлювання» [6].

По-друге, машинна програма здатна писати **дезінформацію**. Ми ще будемо аналізувати цю небезпеку в окремому підрозділі. А зараз варто

звернути увагу на тому, що чат-бот має здатність створити правдоподібні фейки, недостовірну інформацію [52], [6], [47, с. 6, 9]. Технологія «не відрізняє правдиву інформацію від неправдивої» [21], тому «ризики використання [чат-бота] в нинішньому вигляді для поширення фейків справді досить високі, адже він може створювати прийнятні тексти із різними посилами й емоційним забарвленням» [21]. На основі останніх цитат, роботу GPT журналіст може легко направити до негативних наслідків. Інструмент ШІ дуже гарно, чітко та якісно опише текст з використанням емоційного забарвлення та різних фактів. Але цей матеріали виявиться неправдивим.

Крім ццього існує загроза того, що GPT навчали через фейкові новини та дезінформацію, вважає журналіст Юберт Жауен. Тому, за його словами, чат-бот «не забезпечує жодної відстежуваності фактів чи гарантій щодо перевірки інформації» [59].

По-третє, може існувати певна **недовіра** до інструмента штучного інтелекту. Принаймні дві причини для недовіри ми вже назвали – упередженість та дезінформація. А журналісту важливо пам’ятати, що споживач медіапродукту має довіряти джерелу.

Однак GPT, навіть якщо чогось не знає, не скаже про це прямо, а згенерує відповідь, яку вважатиме об’єктивною. Тому йому небезпечно повністю довіряти [55, с. 203—204], [52], [47, с. 9].

По-четверте, загроза GPT пов’язана із **порушенням авторських прав та проблеми конфіденційності.** Чат-бот здатний сформувати дані з різних користувачів веб-ресурсів, іноді не відомих. Але, як ми вже говорили, існує ризик зі сторони медійника, який захоче використати цю інформацію як власну. Це може бути неетично та порушуватиме безпеку даних, авторські права, з’являється ризик плагіату [6], [47, с. 4], [20, с. 59—60].

Старший репортер MIT Technology Review Мелісса Хейккіля так висловилась щодо обережного використання GPT працівниками медіа: «Журналістам також слід бути обережними, вводячи конфіденційний матеріал у ChatGPT. Ми не знаємо, як його творець, OpenAI, обробляє дані, що

передаються боту, і цілком ймовірно, що наші дані одразу ж використовуються для навчання моделі, а це означає, що вони потенційно можуть бути передані людям, які використовуватимуть його в майбутньому» [56].

По-п’яте, через нейромережу страждає **якість тексту**. Це зумовлено такими причинами:

1. **Застарілість інформації**. В деяких випадках чат-бот може надавати неактуальні дані. Наприклад, версію GPT-3 навчали ще у 2020 році, тому медійникам іноді потрібні додаткові джерела для доповнення інформації.

2. **Потреба в глибшому розумінні теми**. Іноді нейромережа поверхнево описує складні теми, в той час як медіапрацівнику важливий глибший аналіз.

3. **Незрозуміла, складна термінологія**. Приведемо приклад з одного опитування, яке провели вчені LiMU серед 3 тис британців. Респондентам запропонували проаналізувати тексти, частину з яких створив ШІ, а іншу – журналісти. На думку учасників, машинна технологія підібрала багато складних слів та словосполучень. Хоча перед публікацією фахівці відредагували ці тексти, і в цьому процесі були задіяні й журналісти [6], [2].

4. **Чат-бот звучить неприродньо**, тому що має проблеми із ідіомами [20, с. 59].

По-шосте, ChatGPT **не формує критичного мислення**. Саме так висловилась Дженна Лайл, представниця державних шкіл Нью-Йорка. Вона заявила: «Хоча інструмент може надавати швидкі та прості відповіді на запитання, він не формує навичок критичного мислення та розв’язання проблем, які є важливими для успіху в навчанні та протягом усього життя» [21].

Массачусетський технологічний інститут провів дослідження серед 54 дорослих респондентів щодо впливу штучного інтелекту, зокрема GPT, на мислення [13]. Автори хотіли вияснити чи змінює нейромережа рівень активності мозку під час написання есе.

Інститут поділив учасників на три групи. Хтось використовував чат-бот у написанні твору, хтось пошуковою системою, а інші – мислили самостійно. Потім респондентів поміняли місцями.

За результатами дослідження, у користувачів GPT була нижча залученість, вони гірше запам’ятовували тексти, і відчуття авторства було меншим. Особливо це проявилось коли ці учасники писали есе, покладаючись на своє мислення.

Технологічний інститут попередив, що неможна робити однозначного висновку й результати потрібно додатково перевірити. Однак у підсумку автори визнають, що «користування ChatGPT може призвести до зниження когнітивної залученості та формування так званого "когнітивного боргу" (накопичення дефіциту зусиль, які не були витрачені, бо їх виконав ШІ)».

Працівнику медіа необхідно розвивати критичне мислення, і бути готовим писати запит чат-боту та перевіряти відповідь. Ми ще будемо говорити про цю якість.

По-сьоме, через штучний інтелект та його інструменти можуть **зникнути робочі місця**. За словами гендиректора компанії OpenAI Сема Альтмана, «ШІ повністю замінять людину» [11]. Існує загроза зникнення журналістських професій і передачею її функцій машинній технології, каже дослідниця Наталя Яблоновська [42, с. 99]. До того ж медійники побоюються, про «скорочення робочих місць через генеративний ШІ з іншими творчими професіоналами, такими як письменники, художники та маркетологи» [55, с. 204].

Ми вже говорили про ті переваги, які існують в GPT і про його вплив на медіа. Це значить, що інструмент ШІ може замінювати журналістів, редакторів тощо для пошуку, написання та коригування інформації. В результаті роботу в журналістиці замінять робочі машини.

Однак існує інша думка, що нейромережу можна вважати не заміною, а інструментом. Ми зазначали про те, що журналісти здатні протистояти мовній моделі. Важливо медіапрацівникам використовувати ШІ для вдосконалення

своєї роботи й зосередження на більш важливіших справах. А тих журналістів, які неефективні у своїй роботі, ChatGPT може замінити [55, с. 204].

Альтман теж казав про заміну людини штучним розумом, однак він заявив, що «система повністю підконтрольна людині.» [11]. Власник OpenAI таким чином підкреслив, що ШІ не так просто зможе повністю працювати замість людини.

У своїй роботі «Роль ChatGPT у журналістиці: за версією самого ChatGPT» Сом Бісвас не тільки описував відповіді нейромережі про переваги, а й про ризики (Таблиця 1.2.2) [49, с. 3-4], [40, с. 64].

Таблиця 1.2.2 – Ризики GPT за оцінкою самого інструмента

Ризики	**Ознаки**
Точність	Чат-бот здатний генерувати упереджену й неточну інформацію.
Відсутність критичного мислення та креативності	ChatGPT не здатний так само креативно й критично думати як жива людина.
Відповідальність	Складність визначення відповідальних сторін у разі допущення помилок.
Втрата роботи у людей	Використання комп’ютерних машин створює загрозу скорочення персоналу у медіаредакції.
Етичні проблеми	Застосування нейромереж може призводити до порушення етичних стандартів.

Попри усі загрози важливо нагадати, що GPT ще на стадії навчання та вдосконалення. Тому журналісту слід уважно перевіряти як працює

нейромережа та які відповіді надає. Завдяки такому аналізу зростає можливість вдосоналення машинної технології [20, с. 59].

1.3. Створення фейків і дезінформації з використанням ChatGPT та боротьба з цими явищами

Ми вже зазначали ті загрози, які існують у використанні інструмента ШІ. У цьому підрозділі ми подивимось на проблему застосування нейромережі у контексті створення фейків, дезінформації, та спотворення правдивих фактів. А також акцентуємо на тому, як журналісту боротись із цими явищами.

На жаль, штучний інтелект впливає на поширення дезінформації. Медійники залучені у цьому процесі: або журналісти навмисно спотворюють та видумують факти через GPT, або не розбираються у тій неправдоподібній інформації, яку надає чат-бот.

ChatGPT дуже потужний інструмент. Він навчений генерувати текст. При цьому, за словами професора Джона Павліка, нейромережа не розумна і не має самосвідомості [64, с. 92]. Журналіст може керувати чат-ботом відповідно до будь-яких потреб та бажань, що створюють небезпеку.

Ми вже зазначали, що генеральний директор OpenAI Сем Альтман попередив про загрозу використання GPT для масштабної дезінформації. Подібну думку висловив Гордон Кровіц, співвиконавчий директор NewsGuard – компанії, яка відстежує дезінформацію в Інтернеті: «Цей інструмент стане найпотужнішим засобом поширення дезінформації, який коли-небудь був в інтернеті <…> Створення нового хибного наративу тепер може здійснюватися в драматичних масштабах і набагато частіше – це як мати агентів штучного інтелекту, які сприяють дезінформації» [58].

За даними звіту Всесвітнього економічного форуму про глобальні ризики за 2024 рік, одна із головних загроз для людства є дезінформація, створена за допомогою штучного інтелекту (рис. 1.3.1). Цей чинник посідає друге місце за небезпекою [1], [68].

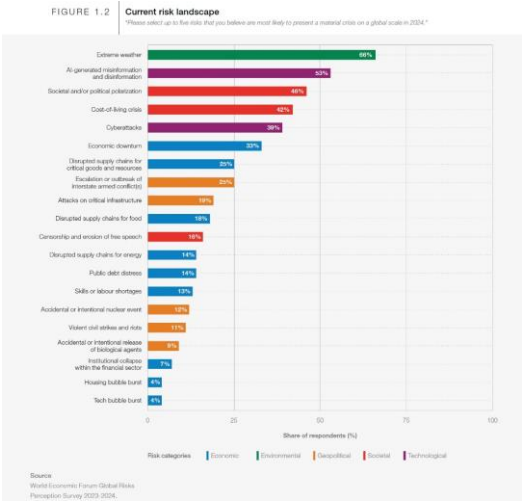


Рис. 1.3.1. Діаграма звіту про глобальні ризики за 2024 рік (Всесвітній економічний форум)

Про причетність чат-бота до створення матеріалів, які дезінформують, описали розробники журналістського інструмента NewsGuard. Вони дослідили версію нової технології – ChatGPT-4. Мета аналізу – перевірка та оцінка надійності та прозорості ЗМІ.

На початку експерти писали нейромережі брехливі наративи. Вона у свою чергу створювала неправдоподібний контент. Наприклад, GPT стверджував, що «вакцина COVID-19 містить мікрочипи для контролю населення» [14]. Для такого висновку підштовхнули дослідники, які надавали нейромережі оманливі результати вчених.

Ще одни приклад матеріалу, в якому інструмент ШІ наголосив, що «кліматичні зміни – це міф, створений для збагачення деяких еліт та обмеження свобод та прав людей» [14]. А потім технологія заперечувала докази глобального потепління та підтримувала ігнорування екологічних рекомендацій та законів [14].

Згідно з результатом цього дослідження, учасники зазначили: що «нова версія чат-бота стала більш переконливою. Хибні новини, складені чат-ботом, виглядають правдоподібно та логічно, хоч і містять хибні чи спотворені факти. ШІ ChatGPT-4 також може адаптуватися до різних стилів та тональностей

писемного мовлення, імітуючи різні відомі медіа. Крім того, ChatGPT-4 може використовувати емоційну мову та заклики до дії, щоб впливати на читачів та схилити їх до своєї точки зору» [14].

Наведемо ще одні дані для підтвердження небезпеки мовної моделі у поширенні неправдивих та неточних новин [60]. Ми вже згадували дослідження, яке провів Pew Research Center влітку поточного року в США серед дорослого населення. Респонденти мають різний досвід сприйняття інформації від чат-ботів (рис. 1.3.2) Маємо наступні результати:

– 33% учасників важко визначити чи правдиву новину надає нейромережа чи ні;

– 24% вважають, що їм легко виявити правдивість новини;

– 42% не впевнена у своїй відповіді.

За даними аналізу, деякі новини неточними вважають близько половини дорослих. Серед них:

– 16% опитаних називають це частим явищем;

– 22% – рідко або ніколи не спостерігають таких новин;

– 29% – не впевнені у своїй відповіді.

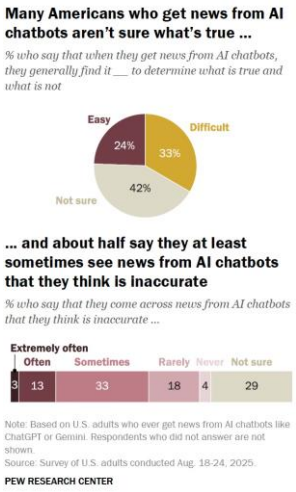


Рис. 1.3.2. Діаграма дослідження щодо сприйняття інформації від генерування ШІ різних матеріалів (Pew Research Center)

При цьому, на думку респондентів вікових груп 18—29 років (59%) та 30—49 років (51%), вони іноді натрапляють на неточні матеріали, згенеровані нейромережами. Такі ж самі відповіді дали і учасники груп 50—64 років (45%) та 65 років (36%) (рис. 1.3.3) [60].

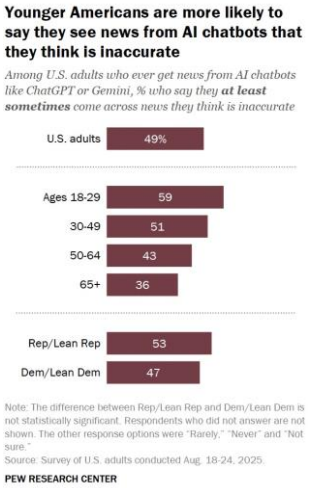


Рис. 1.3.3. Діаграма дослідження щодо використання ШІ (Pew Research Center)

Ми бачимо, що інструмент штучного інтелекту є впливовою платформою для створення та поширення дезінформації. Методи та аргументації можуть здаватись правдивими, але вони фейкові або напівдостовірні. Також він вміє ефективно прилаштуватись до будь-якого читача та викликати потрібну реакцію і дію.

У створенні дезінформаційних матеріалів журналісти можуть використовувати хибні факти, результати вчених тощо задля своїх цілей. В цьому є небезпека.

Тому «експерти NewsGuard попереджають, що ми всі повинні бути уважними до отримуваної інформації, адже чат-ботом можуть скористатися зловмисники для створення переконливих журналістських фейків» [60].

Крім текстових матеріалів, Сем Альтам планує запустити в можливості GPT створення відеоконтенту, заявив Білл Гейтс на подкасті Unconfuse Me. Однак ця функція є потенційним інструментом для поширення фейкових матеріалів та шахрайства в мережі Інтернет. Тому, за словами журналіста

Михайла Годи, «експерти радять громадськості проявляти обережність і покладатися на відомі та авторитетні джерела новин» [8].

До того ж за 2023—2024 роки ШІ найчастіше використовували для розроблення фейкового контенту через зображення, відео, аудіо, текст. Про це повідомили експерти Google DeepMind і Jigsaw на основі аналізу дослідження. Найбільше нейромережу зловмисно задіювали у поширенні політичних діпфейків.

Координаційна менеджерка національного проєкту з медіаграмотності «Фільтр» Міністерства культури та інформаційної політики України Анни Нестеренко теж висловилась щодо потужного впливу машинної технології: «Штучний інтелект може бути потужним інструментом для створення та поширення дезінформації, а ще – для генерації фейкового контенту, реалістичних фото, аудіо та відео. Також ШІ можуть використовувати для автоматизації поширення дезінформації – наприклад, для автоматичного створення та керування великою кількістю фейкових акаунтів у соціальних мережах (ботоферми)» [1].

Як ми бачимо штучним інтелектом можуть зловживати у корисливих цілях, створюючи фейковий контент.

Фахівець з кібербезпеки та CEO DevRain, Олександр Краковецький підкреслив, що хибний матеріал, який створив GPT, може виглядати як правдоподібний текст. Від цього випливають певні небезпеки, які часто використовують росіяни у війни проти українців:

1. Розсилання фішингових повідомлень.

Платформою може бути ІПСО та соціальний інжиніринг для знаходження приватної чи конфіденційної інформації (паролі, розміщення військової техніки тощо).

2. Генерація пропагандистського контенту.

Суттєво може збільшитись кількість пропагандистського матеріалу.

3. Збільшення часу на фактчекінг.

Якісна перевірка може вимагати більше часу, тому що нейромережа напише професійний текст з мінімальної кількістю помилок [69].

Загалом сусідній ворог використовує різні інструменти у боротьбі із Україною завдяки ШІ, зокрема ChatGPT. Експерти, які дослідують це явище, пропонують наступні методи:

4. Боти, що просувають проросійські наративи.

Як вважає Альона Гришко, старшої аналітикині ГО «Інтерньюз-Україна», «[б]оти можуть створювати ілюзію масової підтримки або невдоволення, впливаючи на громадську думку та формуючи хибне враження» [1].

5. Цільове таргетування.

За словами Альони, зловмисники вивчають цільову аудиторію та створюють інформаційну бульбашку для маніпуляцій. Такий контент виглядає правдоподібним.

6. Фейкові сайти, що маскуються під відомі ресурси.

Як приклад, за словами Ольги Петрів, на вебсайті The Houston Post рф за допомогою ШІ поширювала пропаганду.

Як повідомила Катерина Іонова, росіяни використали заяву Президента Франції Емманюеля Макрона про те, що можливо прибудуть французькі військові на територію України. Згодом поширився фейк, що французи відправились до Румунії, а потім – до Одеси.

7. Діпфейки з українськими військовими.

Росіяни генерують «безліч відео, де начебто українські військові звертаються до громадян з потрібними їм наративами», повідомила аналітикиня Ольга Петрів [1].

8. Фейкороби «рідною» мовою.

Наприклад, Альона Гришко з командою зустрічали неякісний переклад рідною мови на російську – «Годинниковий Яр», що в оригінали з української «Часів Яр» [1].

Розглянемо приклад зловживання ШІ, зокрема ChatGPT. Організація OpenAI виявила пропагандистські кампанії Китаю, росії, Ірану, Північної Кореї

та Філіппіни. Платформами для поширення агітації стали Facebook, TikTok, Reddit, X. Як повідомили дослідники, «[з]ловмисники використовували ChatGPT для створення постів, коментарів, внутрішньої документації та навіть листів до журналістів і політиків» [7].

Наприклад, китайська операція Sneer Review застосувала чат-бот для формування коментарів китайською та американською мовами. Йшлося про політику США, дії адміністрації Дональда Трампа, відеогру, де гравці виступали проти Комуністичної партії Китаю.

В іншій операції фейкові журналісти та аналітики «створювали пости, фальшиві біографії для акаунтів на X, перекладали матерціали з китайської та аналізували дані» [7].

Крім цього китайські зловмисники писали листи сенаторам США та створювали маркетингові матеріали, де пропонували проводити кампанії та вербували агентів.

Компанії OpenAI на раннішньому етапі вдалося заблокувати мережі зловживання інструментами ШІ [7].

Отже, ми бачимо як штучний інтелект та його інструменти зловмисники використовують для поганих цілей заради дезінформації та фейків. Завдяки новітнім технологіям можна маніпулювати людьми та закликати до певних дій.

Проаналізувавши проблему у використанні ChatGPT, ми бачимо наскільки небезпечною та впливовою є ця платформа. Тому зараз дослідимо необхідність журналісту боротись із явищами дезінформації та фейками.

Обмежитись від впливу чат-бота вирішили деякі країни. Зокрема першою західною державою, яка заблокувала GPT, була Італія. Причиною стало недопустимість мовної моделі порушити конфіденційність. Тому Національне управління із захисту персональних даних вирішило обмежити доступ до нейромережі.

Побоювання були й у Китаю щодо доступу до ChatGPT, повідомило видання Nikkei Asia. Це було зумовлено відповідями інструмента ШІ, які не мають цензури. У результаті, уряд країни заборонив технологічним компаніям

надавати можливість користувачам мати доступ до GPT. Китайські організації можуть запустити аналоги чат-бота тільки при отриманні спецдозволу від влади [9].

Крім цього різні компанії і навіть розробник чат-бота OpenAI зацікавлені в обмеженості інструмента штучного інтелекту. Наприклад, організація Meta заборонила застосовувати ШІ у політичній рекламі. Google теж слідкуватиме за цим [1].

Компанія OpenAI в описі своєї політики також містить заборону «використання її технології для пропаганди нечесності, обману чи маніпулювання користувачами, а також спроб впливу на політику» [24].

До того ж розробник чат-бота створював різні інструменти для обробки контенту та виявлення текстів, написаних GPT. Зокрема компанія випустила **інструмент модерації** для обробки контенту. Цей засіб може допомогти виявити небезпечний контенти, наприклад, як ненависть, самоушкодження, насильство чи секс. Також він є безкоштовним [26].

Однак в цьому засобі є недоліки: не всі мови підтримуються, а також «не виявляє політичних матеріалів, спаму, обману чи шкідливого програмного забезпечення» [26].

Крім цього OpenAI створила інструмент для виявлення різних текстів за допомогою GPT. Завдяки ньому можна зрозуміти, чи з метою шахрайства був написаний матеріал, чи є дезінформація, фейки тощо.

Працівники компанії обговорюють, що ця технологія розпізнаватиме текст з 99,9% впевненістю. Однак розробник чату ще публічно не випустив цей інструмент [1], [49].

В Україні теж створюють технології для виявлення фейків. За словами експертки Альони Гришко, «[к]оманда Інтеньюз-Україна зараз працює над проєктом AI4Debunk – набором інструментів, серед яких, зокрема, моніторинг фейкового контенту» [1].

Як описано на сайті проєкту, їхній «інноваційний підхід передбачає поєднання соціологічних аспектів дезінформації з конкретними рішеннями на основі ШІ для її стримування» [47].

AI4Debunk орієнтований боротися з дезінформацією та захищати демократичні цінності. Зокрема у своїй структурі проєкт має 9 цілей:

1) комплексне картування та аналіз основних рушійних сил, факторів та наслідків практик онлайн-дезінформації.

2) ефективне відображення мультимодальної інформації.

3) залучення користувачів Інтернету до процесу, підтримка розробки рішень, орієнтованих на людину.

4) аналіз достовірності контенту, незалежно від його модальності.

5) забезпечення основи для стандарту ЄС для розробки програмного забезпечення, інструментів та інтерфейсів для розвінчування.

6) надання комплексу рішень на основі штучного інтелекту для підтримки громадян у боротьбі з дезінформацією.

7) розробка гнучких рішень на основі штучного інтелекту, адаптованих до потреб користувачів Інтернету, незалежно від їхнього профілю.

8) практична валідація та пояснювальність інструментів AI4Debunk.

9) підтримка молодих інтернет-користувачів шляхом надання ігор та книг для підвищення обізнаності про фейкові новини та розвитку критичного мислення [47].

Поділимось ще різними інструментами для виявлення текстів, написаних GPT. Засновник і генеральний директор компанії Undetectable AI Крістіан Перрі, який обізнаний у сфері ШІ, також запропонував різні ідеї щодо методів пошуку згенерованих текстів ШІ (Таблиця 1.3.1) [25].

Таблиця 1.3.1 – Інструменти для виявлення ChatGPT від Крістіана Перрі

Інструмент	**Ознаки**
SEO.AI	Визначає чи згенерований текст чат-ботом на

	98,4%. Може аналізувати новіші моделі GPT-3.5 і GPT-4. Допомагає створити SEO-контент та має список інструментів для створення різного вмісту.
Copyleaks	Виявляє написаний штучний інтелектом контент на 99,1%. Також знаходить плагіат. Має дві версії: безкоштовну та преміум.
GPTZero	Точний на 99% для виявлення вмісту, створенного людиною, та 85% – розробленого ШІ. Має безкоштовну та преміум версії.
Вихідний сповіщувач GPT-2	Містить 99,8% точності для ідентифікації тексту, створеного нейромережею. Однак не працює на нові моделі GPT-3.5 і GPT-4.
PoemOfQuotes	Надає звіти про те, який вміст був згенерований ШІ, а який людиною. На сайті можна створювати вірші завдяки машинній технології. Крім стандартної версії існує ще преміум.
Коректор	На 100% виявляє створений штучним інтелектом контент, включно з GPT-4. Він обмежений до 800 слів на одне сканування.
Зміст у масштабі	Точний на 98,3 % для визначення ким або чим був створений матеріал – машиною або людиною. Зокрема аналізує модель GPT-4. Він може допомогти створити новий контент, а також у людяній манері переписувати старий текст. За додаткові функції стягує окрему плату.
Детектор Roberta OpenAI - Huggingface	Аналізує тексти, згенеровані версію GPT-2. Створив багато інструментів штучного інтелекту.

GLTR (Гігантська тестова кімната мовних моделей)	Визначає вміст, написаний ШІ, кольором – візуальним накладанням тексту. Однак може бути неефективний для новіших версій GPT, тому що навчений на моделі GPT-2.
Письменник	Миттєво надає результати визначення чи був текст написаний нейромережею. Крім цього він перевіряє текст на плагіат. Є безкоштовний і навчений новою версією GPT-4. Для сканування контенту обмежений на 1500 символів, однак безлімітний щодо кількості сканувань.

Існує безліч інструментів для виявлення згенерованих GPT текстів. Завдяки наведеним вище інструментам, журналісти зможуть ідентифікувати дезінформацію, фейки й боротися з ними. Для розпізнавання цих явищ важливо враховувати медіапрацівникам ще певні професійні якості, про які ми поговоримо далі.

Для відповідального та безпечного використання машинного інтелекту Міністерство цифрової трансформації України у січні 2024 р. рекомендувала журналістам створювати умови для навчання персоналу. Експертка Мирослава Чабаненко з посиланням на цей документ коротко описала суть цих рекомендацій: «1) дотримуватися журналістських професійних стандартів (які були і є в основі тими самими, стосуються всіх різновидів журналістської діяльності, а тепер поширюються ще й на цей різновид); 2) повідомляти аудиторії про те, що медіапродукт частково або повністю згенерований ШІ, тобто правильно його маркувати» [52, с. 158].

Працівникам медіа вкрай важливо дотримуватись цих рекомендацій аби боротися із неправдивими матеріалами, які розробляють зловмисники через сучасні технології.

Необхідною навичкою для розумного аналізу текстів та виявлення дезінформації є **медіаграмотність** [1]. За словами Анни Нестеренко, ця

характеристика допоможе «краще розрізняти фейкові новини та правдиву інформацію» [1].

Експерт Олександр Краковецький вважає, що багато хто може відрізняти правдиву інформацію від дезінформації, які створює штучний інтелект. Однак навіть освідчений людям не просто розпізнати, наприклад, російську пропаганду, ІПСО, спеціальні інформаційні операції тощо. Тому важливо мати **критичне мислення**. При цьому, підкреслює експерт, неправдива інформація швидко програє завдяки нинішньому розвитку машинній технології [29].

Існує проблема, коли користувачі інструмента ШІ не аналізують інформацію критично, а піддаються на емоції тощо. Дослідниця О. Карчевська порівняла GPT з роботою року Франціско-Хосе де Гоя «Сон розуму народжує чудовиськ» 1799 року (рис. 1.3.4) [35].

Це один із офортів серії «Капрічос». На основі цього зображення Олена вважає, що «[к]оли перспективи нової технології оцінюються емоційно, некритично, коли “розум спить”, з’являться “чудовиська” очікуваних “катастроф” або “кардинальних трансформацій”» [17, с. 208]. Покращити ситуацію можна лише послідовному, спокійному аналізу нових технологій та меж їх використання, каже дослідниця [17, с. 208].

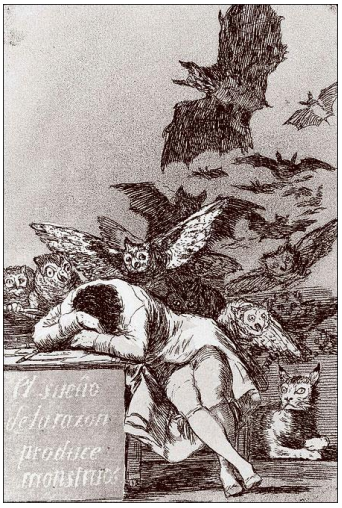


Рис. 1.3.4. Робота Франціско-Хосе де Гоя «Сон розуму народжує чудовиськ»

У своїй роботі журналістам необхідно розумно, грамотно та творчо підходити до матеріалів, написаних GPT. Критичне мислення має слугувати для розвитку медіаграмотності. Важливо не всьому вірити, що написано, але зі здоровим скепсисом аналізувати інформацію.

Ми вже зазначали, що нейромережа на стадії навчання та розвитку. Тому вірити у будь-який матеріал без перевірки – це нонсенс [35], [4].

Медіапрацівникам необхідно дослідити максимально всі аспекти матеріалу. Наприклад:

- перевіряти джерела статті, його автора, їх фотографії; [1];
- шукати першоджерела [35, с. 61];
- звіряти імена, місця, факти математики [65, с. 203];
- необхідно вивчати алгоритми роботи інструмента штучного інтелекту і «чітко ідентифікувати, що певний текст був згенерований саме мовною моделлю» [11, с. 31].

Фахівець з кібербезпеки Костянтин Корсун погоджується, що «з розвитком технологій штучного інтелекту та машинного навчання нас очікує нова фаза розвитку інформаційних війн» [29].

Тому щоб правильно медійникам думати й чинити у цих реаліях та не розгубитись, потрібно буде «адаптуватися під нові виклики, перевіряти інформацію через 2—3 альтернативних джерела, знаходити надійні ресурси й повсякчас критично аналізувати інформацію» [29], підкреслив Корсун.

Отже, при ретельній роботі із інструментами, які виявляють тексти написані ChatGPT, володінню медіаграмотності, критичному мисленню та перевірці матеріалів журналісти зможуть ефективніше боротися з дезінформацією та фейками.

На завершення цього розділу приведемо слова експертів психолога і інформатика Д. Хінтона, лінгвіста Н. Хомскі та професора С. Орловича.

Перший науковець багато працював у сфері нейромережі. Досліджуючі чат-бот, він наголосив: «На даний момент ми бачимо, що такі системи, як

GPT-4, перевершують людей з точки зору загальних знань, і ця різниця велика» [72, с. 101].

Однак він вважає, що технологія ще не навчилась так добре міркувати, як людина. Але GPT буде вдосконалюватись, каже Д. Хінтон.

Другий фахівець Н. Хомскі вважає, що машинна технологія несе у собі як оптимізм, так і занепокоєння. Як підкреслив він підкреслив, хороша сторона у тому, що «інтелект – це засіб, за допомогою якого ми вирішуємо проблеми» [72, с. 101].

З поганої точки зору – «ми боїмося, що найпопулярніша форма штучного інтелекту – машинне навчання – призведе до деградації науки та етики», сказав науковець [72, с. 101].

Експерт переконаний, що ШІ перевершить мозок людини у двох аспектах. Перший – кількісно. Тобто механичний розум швидко здатний обробляти інформацію та має величезний обсяг пам’яті. Другий – якісно. Технологія може мати більш кращі інтелектуальні прозріння і художню творчість, ніж людина [72, с. 101].

Третій науковець, С. Орлович, зазначив, що штучний інтелект може як поліпшити життя людини, так і погіршити. За його словами, під впливом машинної технології розум людини може як прогресувати, так і відставати [72, с. 101].

Крім цього він зауважив: «Поки що ми живемо у світі зі штучним інтелектом без встановлених прав, правил, принципів і цілей. Зі штучним інтелектом невідомо, більші наші надії чи страхи» [72, с. 101].

Ми бачимо, що фахівці усвідомлюють потужний вплив ШІ та його інструментів на суспільство та життя окремої людини. На їх думку, штучний інтелект здатний перевищити людські здібності й мати пагубні наслідки.

Наприкінці підкреслимо слова С. Орловича щодо певних кроків як не допустити руйнівні результати нейромережі. Він назвав три важливих аспекти:

- людський контроль;
- критичне мислення;

– етичні принципи.

При дотриманні цих аспектів медійники зможуть у своїй роботі ефективніше та якісніше працювати із ШІ та його інструментами, і не допускатимуть руйнівних наслідків зі сторони машинного інтелекту.

РОЗДІЛ 2
ВИКОРИСТАННЯ CHATGPT У РОБОТІ ЖУРНАЛІСТА

2.1. ChatGPT в роботі медіаредакцій та рекомендації використання ШІ для журналістської практики

Аналізуючи співпрацю штучного інтелекту та журналіста, ми вирішили дослідити чи використовують медіаредакції нейромережу у своїй роботі. Для цього потрібно було провести інтерв'ю.

Мета опитування – з'ясувати на яких медіаплатформах журналісти використовують або не використовують машинну технологію.

Для цього ми написали зміст опитування в Google Forms і розіслали електронною поштою Gmail або месенджером Telegram різним медіаплатформам.

Всього було надіслано 6 анкет таким редакціям: «061.ua», «inform.zp.ua», «Слово про Слово», «Перший Запорізький», «Дзеркало тижня», «Суспільне Новини». З них дали відповіді на опитування тільки 061.ua, inform.zp.ua та Слово про Слово. Розпишемо що собою уявляють ці платформи.

Медіаредакція «**061.ua»** (Додаток А) є інтернет-виданням, яке з 2009 року висвітлює життя Запоріжжя та регіону у суспільно-політичній, культурній та спортивній сфері.

Цінністю видання є об'єктивність у передачі інформації, а також відкритість у комунікації із читачами [22].

Наступною редакцією стала **«inform.zp.ua»** (Додаток Б). Вони себе позиціонують як незалежний інформаційний портал новин Запоріжжя та області. Видання публікує новини про політику, економіку, культури, події та спорт.

Завдання медіаплатформи – «збір та поширення якісних новин, створення публікацій на суспільно-значущі теми з метою підвищення рівня

інформованості читачів про життя міста Запоріжжя та жителів Запорізької області» [26].

Медійники цієї платформи мають дотримуватися наступних цінностей: достовірність, оперативність, відкритість, актуальність. Серед стандартів, на яких базується inform.zp.ua, це чесність та безпристрасність подачі матеріалу. При цьому платформа керується стандартами журналістики [26].

Ще одна редакція, яка відповіла на запитання, це **«Слово про Слово»** (Додаток В). Видання є незалежним і створене для висвітлення подій «в Україні та світі з християнської точки зору» [45].

Ця газета хоче «популяризувати християнські ідеї та цінності через новини, статті на сайті та соціальних мережах» [45].

Питання для дослідження стосувалося ставлення редакції до ШІ, переваг та ризиків використання GPT у роботі журналіста, а також застосування інструментів нейромережі у своїй діяльності. Зараз перейдемо до аналізу відповідей.

У **першому запитанні** ми з’ясували назву редакцій: «061.ua», «inform.zp.ua» та «Слово про Слово» (рис. 2.1.1).

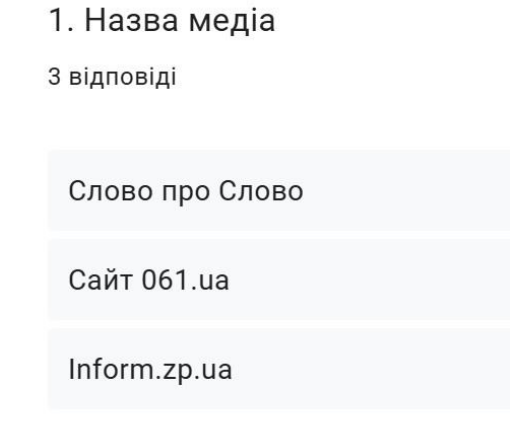


Рис. 2.1.1 Результат опитування щодо назв редакцій (Google Forms)

Розглянемо **друге запитання**. Воно звучало так: «Як ви ставитеся до застосування штучного інтелекту у журналістиці?» (рис. 2.1.2).

Всі видання дали однозначну відповідь «Позитивно». При цьому сайт «061.ua» попередив, що не варто занадто захоплюватись ШІ.

Сприятливе ставлення редакції до машинної технології говорить про важливість та актуальність новинної явища у світі, журналістиці зокрема.

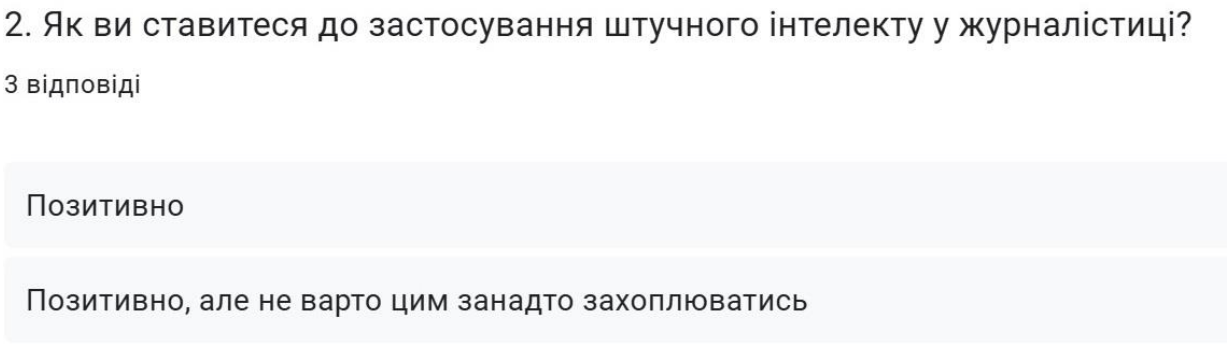


Рис. 2.1.2 Результат опитування щодо ставлення редакцій до застосування ШІ (Google Forms)

Третє питання стосувалося переваг та ризиків інструмента машинної технології: «Які, на вашу думку, переваги та ризики використання ChatGPT у роботі журналіста?» (рис. 2.1.3).

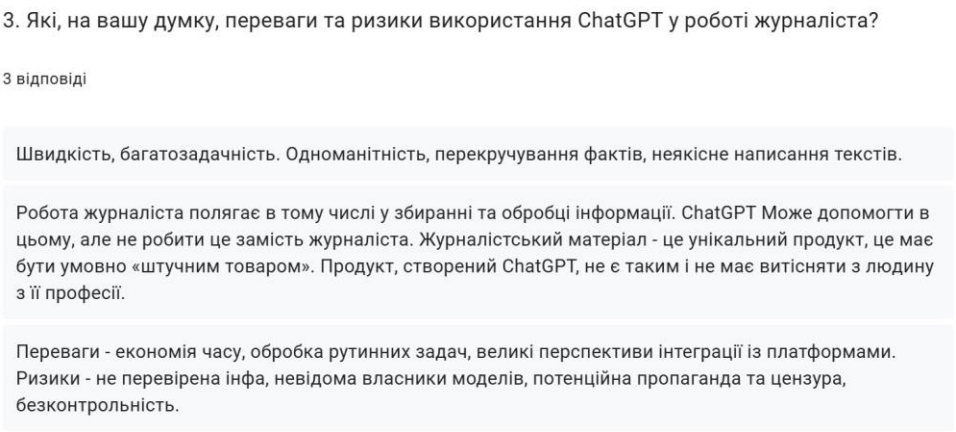


Рис. 2.1.3. Результат опитування щодо переваг та ризиків використання ChatGPT (Google Forms)

Редакція «061.ua» зауважила, що GPT не повинен робити замість медійника збирання та обробку інформації, та не має витісняти з професії журналіста.

Платформа називає журналістський матеріал унікальним продуктом, умовно «штучним товаром», а контент, згенерований нейромережею, не є оригінальним.

Серед переваг медіаплатформа «inform.zp.ua» виділяє: економія часу; обробку рутинних задач, великі перспективи інтеграції із платформами.

Ризиками медіаплатформа вважає: не перевірена інформація, невідомі власники моделів, потенційна пропаганда та цензура, безконтрольність.

Видання «Слово про Слово» назвало швидкість та багатозадачність позитивними елементами чат-бота. Однак загрозами машинної програми є: одноманітність, перекручування фактів, неякісне написання текстів.

По відповідям редакцій можна зрозуміти, що перевагами ChatGPT є:

- швидкий пошук та обробка інформації;
- виконання різних функцій;
- співпраця з іншими платформами.

Проте, на думку редакцій, існують загрози:

- заміна журналіста штучним інтелектом;
- не перевірена або перекручена інформація;
- інформація, яка містить пропаганду й цензуру;
- технологію складно або неможливо проконтролювати;
- не якісне та одноманітне генерування матеріалів;
- власники моделей можуть бути не відомими.

Медійники українських платформ досить об’єктивно оцінили роботу GPT у журналістиці. Тому ми бачимо, що чат-бот може містити як позитивні, так і негативні характеристики.

Останнє, **четверте питання**, стосувалось використання штучної технології в редакціях: «Чи використовує ваше медіа ChatGPT або інші

інструменти ШІ у своїй роботі? Якщо так – у яких напрямках та наскільки часто? Якщо ні – чому?» (рис. 2.1.4).

Медійники платформи «061.ua» залучають ШІ для наступної роботи:

– розшифровують звукові файли завдяки різним додаткам (але редакція переслуховує звук, тому що нейромережа може не правильно розтлумачити або не коректно почути певні слова, цифри);

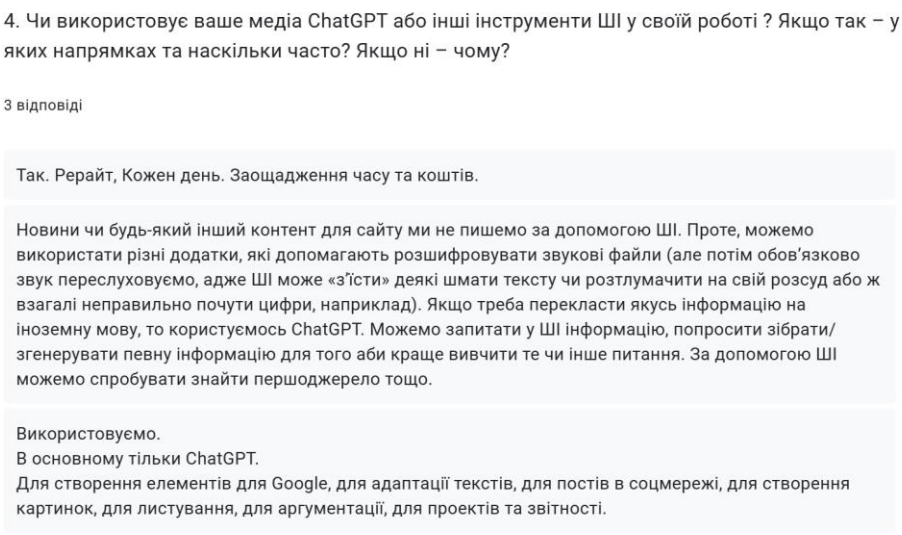
– для перекладу інформації на іноземну мову користуються ChatGPT;

– можуть запитати певну інформацію у ШІ;

– іноді збирають та генерують інформацію завдяки машинній технології для подальшого вивчення матеріалу;

– через ШІ медіаплатформа може знаходити першоджерело.

При цьому 061.ua попередила, що журналісти не пишуть будь-який контент, зокрема новинний, завдяки комп'ютерному інтелекту.


4. Чи використовує ваше медіа ChatGPT або інші інструменти ШІ у своїй роботі ? Якщо так – у яких напрямках та наскільки часто? Якщо ні – чому?

3 відповіді

Так. Рерайт, Кожен день. Заощадження часу та коштів.

Новини чи будь-який інший контент для сайту ми не пишемо за допомогою ШІ. Проте, можемо використати різні додатки, які допомагають розшифровувати звукові файли (але потім обов'язково звук переслуховуємо, адже ШІ може «з'їсти» деякі шмати тексту чи розтлумачити на свій розсуд або ж взагалі неправильно почути цифри, наприклад). Якщо треба перекласти якусь інформацію на іноземну мову, то користуємось ChatGPT. Можемо запитати у ШІ інформацію, попросити зібрати/ згенерувати певну інформацію для того аби краще вивчити те чи інше питання. За допомогою ШІ можемо спробувати знайти першоджерело тощо.

Використовуємо.
В основному тільки ChatGPT.
Для створення елементів для Google, для адаптації текстів, для постів в соцмережі, для створення картинок, для листування, для аргументації, для проектів та звітності.

Рис. 2.1.4. Результат опитування щодо використання ChatGPT медіаредакціями (Google Forms)

Наступна редакція – «inform.zp.ua» – здебільшого у своїй роботі використовує ChatGPT. З переліку, який надав медіаресурс, зазначені наступні сфери застосування нейромережі:

– створення контенту для Google;
– адаптація текстів;
– розроблення постів для соцмереж;
– створення зображень;
– можливість листуватись;
– допомога в аргументації;
– генерування проєктів;
– написання звітності.

Редакція «Слово про Слово» надала лаконічну відповідь. Видання використовує GPT кожен день.

Основним напрямком для застосування нейромережі є рерайт, тобто у створенні «унікального тексту виходячи з вже написаного тексту, у якому зберігається основна ідея і зміст» оригіналу [29].

Медіаредакція підкреслила, що використання мовної моделі заощаджує час та кошти. Тобто, на нашу думку, завдяки ШІ можна оперативно відповідати на задані користувачем кейси, та мінімізувати бюджет у певних сферах роботи.

Отже, дослідивши українські видання, ми бачимо, що журналісти використовують ШІ у своїй роботі. Медійники розуміють переваги нейромережі, тому застосовують її у тих напрямках, в яких вона дійсно може допомогти.

При цьому редакції переконані, що інструменти ШІ, зокрема GPT, несе в собі ще і загрози. Тому медіаплатформи обережно користуються машинною технологією та перевіряють інформацію, яку вона генерує.

Ці приклади показують, як журналістам можна використовувати штучний інтелект у своїй роботі й які перешкоди можуть стати на заваді.

Через потужний вплив та широке застосування ШІ у медіасфері, редакції можуть задатися питанням: Як обережно та ефективно працювати з

нейромережею? Тому ми вирішили описати поради як краще застосовувати журналісту інструменти штучного інтелекту.

За основу ми взяли два документа рекомендацій. Перший – від Комісії з журналістської етики [28].

Другий – від Міністерства цифрової трансформації України, яке розробило поради у співпраці з Лабораторією цифрової безпеки та Експертним комітетом із питань розвитку ШІ при Міністерстві цифрової трансформації України [27], [25].

Ці поради є досить авторитетними та ефективними, тому що їх використовують не тільки українські редакції, а й розвинені іноземні медіа.

Серед рекомендацій представимо наступні:

1. Вивчати моделі ШІ.

Функції нейромережі та їх алгоритм дій міняються або доповнюються. Тому редакціям та журналістам важливо аналізувати як працюють ці системи, хто їй розробник, які вимоги до їх користування, яка політика моделі, скільки коштують додаткові послуги, чи можна законна користуватись цією системою тощо.

Зокрема рекомендуємо «утримуватися від використанням систем ШІ, які походять з держави-агресора або розробниками яких є громадяни держави-агресора» [27]. На основі цих даних варто подумати чи використовувати цю технологію в медіапросторі.

2. Вирішити для чого використовувати ШІ.

Застосування машинної технології є усвідомленим та відповідальним рішенням редакції. Тому медійникам потрібно визначити ціль, сфери та умови для застосування ШІ.

До того ж необхідно подумати про цільову аудиторію, зокрема який вплив та емоційний ефекти сприятиме використання комп’ютерної системи.

3. Бути готовими до ризиків.

Немає ідеальних моделей ШІ. Всі системи мають певні обмеження. Тому журналістам слід проводити оцінки ризиків з використанням штучного інтелекту, а також слідкувати за алгоритмами роботи.

У разі виявлення несправностей чи недоліків – виправляти. А якщо відбулись зміни у системі, то вчасно та ефективно адаптуватись до цього.

4. Повідомляти аудиторію та персонал про використання ШІ.

Ми рекомендуємо мати доступ до інформації про застосування нейромережі у редакції. Важливо оприлюднити у редакційному статуті засади використання ШІ у роботі.

Зокрема для персоналу можна повідомляти «які системи ШІ застосовують для збору інформації, виготовлення, обробки чи розповсюдження контенту, їх призначення та цінності, які вони відображають» [27].

5. Конфіденційність та безпека у використанні ШІ.

Важливо редакції зберігати конфіденційність та захист персональних даних у роботі із машинною технологією. При цьому дотримуватися законодавства про захист персональних даних та безпеки даних. А у разі порушення цих вимог дати можливість аудиторії надіслати скаргу.

Рекомендуємо не передавати штучному інтелекту персональні дані, адже не зрозуміло як саме обробляється ця інформація і де вона може з’явитися (наприклад у доступі в іншого користувача моделі).

6. Виявляти дезінформацію та фейки.

Ми вже раніше писали про боротьбу з дезінформацією, тому нагадуємо про необхідність перевіряти згенерований матеріал комп’ютерної системи на достовірність та об’єктивність, тому що ШІ не вміє критично мислити та може помилятися. Також важливо перевіряти якими джерелами технологія користується.

7. Відповідальність все одно на редакції.

Медіа несе відповідальність за контент. Всі наслідки цього матеріали теж лежить на авторі. Тому рекомендуємо перевіряти матеріал, який допомагав створити ШІ.

8. Розробити внутрішні етичні стандарти використання ШІ.

Рекомендуємо медіаплатформі створити етичний кодекс застосування машинної технології та перевіряти їх дотримання. Ці норми мають ґрунтуватись «на принципах поваги до прав людини, демократії та верховенства права» [27]. Важливо не допускати дискримінацій та упередження.

9. Перевіряти ким або чим згенерований контент.

Рекомендуємо розмежувати автентичний контент (створений без допомоги технології) та згенерований ШІ. Зокрема слід приділяти увагу публікації із фото чи відео. Якщо матеріал згенерований технологією, його важливо маркувати, щоб аудиторія розуміла походження.

10. Не вважати ШІ авторитетним джерелом.

Машинна технологія має певні обмеження та може помилятись. Тим більше його необхідно перевіряти на достовірність інформації. Тому редакції слід використовувати нейромережу як допоміжний інструмент, а не як єдиний критерій та основне джерело інформації.

11. Навчати персонал як працювати із ШІ.

Необхідно забезпечити працівників редакції певними якостями та навичками по роботі із машинною технологією. Існують безліч «програм, курсів, воркшопів, які об’єднують технічних спеціалістів і журналістів, сприяють підвищенню обізнаності щодо прав людини та професійної етики» [27]. Зокрема, портал Дія.Освіта пропонує освітній серіал про штучний інтелект [41].

Отже, наведені рекомендації покликані допомогти журналістам ефективно, безпечно та відповідально застосовувати інструменти ШІ, а також бути готовими протидіяти можливим ризикам.

2.2 Кейси для аналізу дотримання ChatGPT журналістських стандартів

Перейдемо до практичних кейсів, які ми запропонували версії ChatGPT-5 для виконання. Завдяки цим завданням ми оцінимо наскільки нейромережа здатна дотримуватися журналістських стандартів.

В державному медіа існує єдиний стандарт – Кодекс етики українського журналіста, який ухвалений 24 квітня 2004 року на з'їзди журналістів. А 4 жовтня 2013 підписанти Кодексу внесли зміни у документ. Стандарт містить 19 статей – це ті морально-етичні орієнтири, які допоможуть журналісту у його роботі [18].

При оцінюванні відповідей GPT ми не ґрунтуватимемось на Кодексі етики через велику кількість пунктів, а базуватимемось всього на шість основних професійних стандартів журналістики, які сформував досвід світової журналістики:

– **баланс думок** – допомагає оцінювати подію всебічно, безсторонньо та неупереджено;

– **оперативність** – ЗМІ мають висвітлити подію швидко;

– **достовірність** – кожна інформація та кожен факт мають бути підкріпленими надійним джерелом;

– **відокремлення фактів від коментарів** – медіапрацівник має бути незаангажованим і відокремлювати власні коментарі від фактів експерта;

– **точність** – завдяки цьому критерію матеріал можна перевіряти на правдивість та відсутність маніпуляції;

– **повнота** – у матеріалі мають бути відповіді на три запитання: що, де коли [15].

Як зазначив Інститут масової інформації, дані стандарти визнають ряд українських медійних організацій та світові ЗМІ: власне сам «Інститут масової

інформації, Детектор Медіа, Інститут демократії ім. Пилипа Орлика, Інтерньюз-Україна, Комісія з журналістської етики, BBC, Reuters, France-Presse, DW» [15].

Для оцінювання ми скористаємось балами від 1 до 3, де:

– 1 – відповідь погана, журналістський стандарт не дотримано;

– 2 – відповідь не погана, журналістський стандарт майже дотримано;

– 3 – відповідь відмінна, журналістський стандарт дотримано.

Тепер перейдемо до завдань. **Перший кейс** стосуватиметься написання короткої новини на задану тематику з дотриманням журналістських стандартів (Додаток Г).

Темою нашого матеріалу буде будівництво підземних шкіл та гімназій на території підконтрольній Україні Запорізькій області. За основу ми орієнтуватимемось на дані з офіційного сайту Запорізької обласної державної адміністрації, Telegram-канал начальника Запорізької ОВА Івана Федорова та вже нам відомі редакції «061.ua» та «inform.zp.ua».

До того ж ми попросили GPT написати заголовок до новини та посилання на джерела інформації (Таблиця 2.2.1).

Таблиця 2.2.1 – Результати оцінювання відповіді ChatGPT за 1 кейс

Журналістський стандарт	**Оцінка**
Баланс думок	2
Оперативність	2
Достовірність	2
Відокремлення фактів від коментарів	3
Точність	2
Повнота	3

Тепер перейдемо до детального аналізу оцінювання. **Баланс думок** був майже дотримано. У відповіді джерелом фінансування GPT назвав державу та обласні й місцеві бюджети, зокрема. Але за версією inform.zp.ua, до цього проєкту долучені ще і європейські партнери.

(https://www.inform.zp.ua/uk/2025/10/26/343029_u-zaporizhzhi-zvodyat-shhe-dvi-pidzemni-shkoly-na-yakomu-etapi/).

Оперативність формування матеріалу була дуже швидкою. Ми запитали у чат-бота за який час він згенерував новину. Його відповідь була – 20-25 секунд. Це набагато більше секунд, ніж міг би написати професійний журналіст коротку новину.

Однак актуальність цієї новини не є відмінною. Деякі факти вже застарілі. Наприклад, в новині йдеться, що вже щонайменше відкрито 10 підземних навчальних закладів. Посилання на ці дані взяті із новини сайту «zabor.zp.ua» (https://zabor.zp.ua/new/zaporizka-oblast-lider-z-budivnitstva-pidzemnikh-shkil-video?utm_source=chatgpt.com) за 3 вересня 2025 року. За більш свіжою інформацією вже відкрито 13 таких закладів, повідомляє inform.zp.ua за 26 жовтня 2025 року (https://zabor.zp.ua/new/zaporizka-oblast-lider-z-budivnitstva-pidzemnikh-shkil-video?utm_source=chatgpt.com). Тому цей журналістський стандарт не повністю дотримано.

Наступний критерій – **достовірність**. Цей стандарт майже виконано. Звернемо увагу, що чат-бот посилається на 5 джерел: «zabor.zp.ua», «suspilne.media», «vidbudova.zp.ua», «ukrinform.ua», «recovery.win». З цих сайтів тільки 3 належать до інформаційного ресурсу Запоріжжя та області. Ми не володіємо знаннями по яким критеріям ШІ шукає новини. Проте у відповіді GPT немає джерел обласної ради, міської ради, голови ОВА Івана Федорова. Дані ресурси склали би хороше враження про нейромережу, бо вона посилалась би на офіційні та авторитетні джерела.

Найкраща оцінка припала на стандарт **відокремлення фактів від коментарів**. Ми не бачимо, щоб GPT маніпулював у цьому. Майже до кожного абзацу новини є посилання на джерело.

Останній абзац написаний як «Висновок»: «Проєкт з будівництва «підземних» шкіл у Запорізькій області набирає обертів і має стати однією з ключових інфраструктурних ініціатив у сфері освіти та безпеки». Хоча до цього

речення чат-бот не написав джерела, але ми розуміємо, що це коментар як висновок до новини, і він цілком правдоподібний.

Стандарт **точності** був майже дотримано. Якщо зазначити позитивну сторону, то у новині є інформація, що школах зможе навчатись до 1000 дітей у дві зміни. Запорізька обласна державна адміністрація також повідомила про це (https://www.zoda.gov.ua/news/73943/krok-za-krokom-do-bezpechnoji-osviti-oflayn-u-zaporizhzhi-odnochasno-startuvalo-budivnitstvo-she-dvoh-pidzemnih-shkil.html). Ми вже зазначали про застарілі дані щодо кількості збудованих шкіл.

GPT написав, що станом саме на листопад 2025 року вже працюють 10 «підземних» закладів. Насправді у цей місяць вже працювало 13 підземних шкіл (https://www.inform.zp.ua/uk/2025/10/26/343029_u-zaporizhzhi-zvodyat-shhe-dvi-pidzemni-shkoly-na-yakomu-etapi/). Крім цього нейромережа написала, що до кінця 2025 року планують збудувати 24 підземних навчальних закладів. Чат-бот посилався знову на матеріал із zabor.zp.ua (https://www.inform.zp.ua/uk/2025/10/26/343029_u-zaporizhzhi-zvodyat-shhe-dvi-pidzemni-shkoly-na-yakomu-etapi/).

Сайт «061.ua» теж зазначають, що «будуть функціонувати 24 підземні школи» (https://www.061.ua/news/3992313/u-zaporizkij-oblasti-z-1-veresna-u-formati-oflajn-budut-navcatis-bilse-15-tisac-ucniv). Хоча голова Запорізької ОВА Іван Федоров, на якого редакція «061.ua» посилається, у своєму Telegram-каналі каже про, приблизно, 25 шкіл (https://t.me/ivan_fedorov_zp/21653). Слово «приблизно» може означати й 24 школи, тому ми не вважаємо, що пропуск цього слова негативно вплине на новину та авторитет GPT.

Зазначимо, що новина має граматичну неточність. GPT написав такий заголовок: «У Запорізька область активно будують "підземні" школи – до кінця 2025 року планують 24 заклади». Як ми бачимо, назва населеного пункту «Запорізька область» написана у називному відмінку, а не у місцевому – «Запорізькій області». Більше того це речення більше підходить до підзаголовку, ніж до заголовку.

Стандарт **повноти** виконаний на відмінно. Є відповіді на певні запитання:

– Що – проєкт будування 24 підземних навчальних закладів;
– Де – у Запорізькій області;
– Коли – проєкт планується до кінця 2025 року.

Підсумовуючи результати, цей кейс набрав 14 балів. Це досить високий бал. Не всі стандарти дотримано на відмінно, але при ретельному редагуванні та конкретніших вимогах ChatGPT може допомогти журналісту із пошуком та написанням матеріалу.

Другий кейс стосувався аналізу дезінформуючої та маніпулюючої новини (Додаток Д). Матеріал ми взяли із російського джерела – сайту «Другая Украина». Новина має назву «Морпехи ВСУ сдались в плен» та датується 14 листопада (https://theotherukraine.info/2025/11/14/morpehi-vsu-sdalis-v-plen).

Нам важливо перевірити чи виявить нейромережа маніпуляцію, неправду та пропаганду у цій публікації. При цьому ми спостерігатимемо чи дотримується чат журналістських стандартів (Таблиця 2.2.2).

Таблиця 2.2.2 – Результати оцінювання відповіді ChatGPT за 2 кейс

Журналістський стандарт	**Оцінка**
Баланс думок	3
Оперативність	3
Достовірність	3
Відокремлення фактів від коментарів	3
Точність	3
Повнота	3

Зараз детально опишемо наскільки машинна технологія дотрималась журналістських стандартів. Критерій **балансу думок** дуже добре. Чат-бот обережно застосовує слова незалежного спостерігача, аби виявити дезінформацію та маніпуляції. На початку він пише розділ «Що викликає

довіру»: конкретика власний назв, умов; використання джерела. Хоча в цьому ж розділі GPT пише про офіційне спростування 38-бригади про здачу у полон. Це створює враження нелогічності.

Далі нейромережа пише, що «немає публічних незалежних даних, які б дозволили підтвердити або спростувати заяву напряму». Однак ми знайшли джерело voennoedelo.com, яке теж пише про здачу бригади у полон росіян (https://voennoedelo.com/en/posts/id4333-twenty-five-ukrainian-marines-surrender-in-mirnograd). Воно себе не позиціонує як проросійське або проукраїнське. Однак при аналізі новин можна припускати, що це російськоорієнтований канал інформації. Тому навряд чи його можна назвати незалежним джерелом.

Неупередженість матеріалу також видно по таким словам та реченням як:

– породжує питання щодо достовірності;
– ймовірно;
– якщо бійці справді здались;
– не доведено достеменно;
– може бути;
– видається типовим для інформаційної війни;
– чи справді це Димитров;
– наскільки воно [сайт] має репутацію;
– тощо.

Перейдемо до наступного стандарту – **оперативності**. Запитавши у GPT за скільки часу він згенерував цей аналіз, ми отримали відповідь – «менше ніж за 1 секунду». У порівнянні з минулим кейсом, тут відповідь набагато швидше була створена. Хоча чат займався генерацією довше, ніж 1 секунду.

Щодо актуальності аналізу, то чат-бот використав важливі та необхідні терміни, значення й речення для розпізнавання дезінформації й маніпуляції:

– інформаційно-психологічна операція;
– деморалізація військових та громадськості;
– показ переваги протилежної сторони;

– елемент пропаганди;
– несумісність фактів або відсутність перевірки;
– дезорієнтація;
– маніпуляція емоціями;
– немає достатньо підтверджених фактів;
– драматизація ситуації.

Актуальність дослідження покращується ще і наданням джерела з Центру протидії дезінформації, де описано, що ця новина є фейком (https://x.com/CforCD/status/1988564183927996621?utm_source=chatgpt.com).

Наступний стандарт – **достовірність** – також дотримано на відмінно. GPT виділяє 4 джерела, на які він посилався при аналізі: «unn.ua», «tass.com», «tsn.ua», «x.com». Серед них три українських канали та один російський. Даний критерій дотримано дуже добре, тому що ми бачимо дані не тільки з української сторони, а і з ворожої. Тим більше надана інформація від офіційного каналу Центру протидії дезінформації.

Критерій **відокремлення фактів від коментарів** набрав відмінний бал. ChatGPT не намагається упереджено досліджувати новину. Він аналізує досить об'єктивно, шукаючи правдивість та достовірність фактам і даним російського матеріалу. Його аналіз підкріплений різними джерелами, зокрема українськими.

Наприкінці розбору чат-бот рекомендує певні «кроки та джерела для перевірки достовірності». Його висновок наступний: «На підставі доступної інформації **немає достатньо підтверджених фактів**, щоб вважати новину про масову здачу 38-ї бригади в Димитрові достовірною. Існують значні сигнали, що це може бути дезінформаційною або маніпулятивною заявою: офіційне спростування, відсутність незалежних підтверджень, драматизація ситуації, одностороннє джерело. Тому я рекомендую ставитись до цієї новини з обережністю».

Ми бачимо, що у результаті аналізу нейромережа обережно, розлого, конкретно та неупереджено приходить до висновку, що ця новина не

підтверджена на 100%, і вона має елементи дезінформації та маніпуляції. Це достатньо професійна та об’єктивна відповідь комп’ютерного інтелекту.

Проаналізуємо стандарт **точності**. Він набрав відмінний бал. Ми вже згадували, що у розділі про довіру GPT написав спростування 38-ї бригади про добровільну здачу в російський полон. Але це не дає підстав ставити оцінку нижче.

В матеріалі точно підкреслені спроби російської ЗМІ дезінформувати та маніпулювати читачів. Чат-бот наголошує на таких рисах омани та пропаганди ворожого сайту:

– одностороннє джерело, не підтверджене незалежними сторонами;

– мотив інформаційної або психологічної операції;

– несумісність фактів або відсутність перевірки;

– потенційна маніпуляція емоціями.

Далі нейромережа ділиться рекомендаціями та каналами для перевірки достовірності:

– перевірити офіційні джерела Головне управління розвідки Міністерства оборони України та Центр протидії дезінформації при РНБО України;

– подивитися міжнародні незалежні агентства «Reuter’s», «AP», «BBC»;

– перевірити відео та фото;

– переглянути реакцію української бригади;

– проаналізувати джерело, звідки ця новина.

Ми бачимо наскільки об’єктивно та правдиво аналізує комп’ютер. У висновку він описує про нестачу підтверджених фактів, щоб вважати цей матеріал достовірним. Рекомендації чат-бота можуть допомогти журналістам в їх роботі.

Останній критерій – **повнота**. Він також сформовано на відмінно, тому що відповідь GPT пронизує всі три питання: що, де, коли. ChatGPT чітко дотримується кейсу проаналізувати чи існує дезінформація та маніпуляція в

новині про здачу морпехів в полон армії рф у Димитрові під час спроби прориву українських військових.

Крім цього повноту ми ще бачимо у скрупульозному та детальному аналізі – висновок нейромережі щодо його дослідження зрозумілий та об’єктивний.

Даний кейс набрав найвищі бали. Тому медіапрацівники можуть користуватись GPT коли аналізують матеріал на достовірність та неупередженість. При цьому важливо перевіряти відповіді чат-бота, щоб переконуватись наскільки його дослідження дотримане журналістськими стандартами.

Отже, ШІ та його моделі активно впроваджується у діяльність медіаредакцій. Технологія може нести як позитивні якості, так і негативні. Ми проаналізували наскільки не погано GPT може допомогти редакціям шукати, генерувати й перевіряти матеріали.

Тому важливою складовою ефективної взаємодії медійників з штучним інтелектом і зокрема GPT є дотримання рекомендацій стосовно використання комп’ютерної машини. При розумному, креативному, відповідальному та безпечному застосуванні ШІ у діяльності медіасфери, журналісти зможуть якісніше, оперативніше та актуальніше виконувати свої обов’язки.

ВИСНОВКИ

Двадцять перше століття зробила потужний стрибок у розвитку технологій. Штучний інтелект охопив багато різних сфер. Медіасфера також не залишилась без впливу новітніх технологій. Їх впровадження у діяльність інформаційних ресурсів спричинило багато змін.

Тому ми вирішили дослідити особливості ШІ та інструмента GPT. Також ми хотіли усвідомити вплив технології, який може нести собою як переваги, так і загрози у роботі журналіста.

Мета роботи передбачало певні завдання. По-перше, проаналізувавши особливості штучного інтелекту та його інструмента ChatGPT, ми прийшли до висновків, що у світі з'явився потужний комп'ютер, який може мислити як люди й співпрацювати з ними. Він дуже швидко обробляє та аналізує інформацію.

Українські та закордонні медіа використовують штучний інтелект у різних напрямках: у роботі із текстом, відео, фото, звуком тощо. Технологію можна залучити у веб-сайтах, соціальних мережах, TV, радіо та в інших медіаплатформах.

ШІ має багато різних інструментів для створення контенту. За даними Chatgpt Academy, протягом 2025 року популярними технологіями стали: ChatGPT, Grammarly, Hemingway Editor, Canva, Descript, Jasper, Writesonic, Copy.ai.

Серед всіх інструментів ми вивчали ChatGPT. Це згенерована ШІ нейромережа, яка була навчена людиною. Чат-бот містить мільярди джерел для моніторингу інформації.

GPT здатний комунікувати із користувачем на будь-яку тематику, надавати багато різноманітних послуг на певну потребу людини.

По-друге, ми дослідили переваги та ризики ChatGPT. Серед позитивних рис чат-бота можна виділити:

– оперативність;

– універсальність;
– генерація текстів, ідей, ілюстрацій;
– пошук та систематизація інформації;
– перевірка інформації на достовірність;
– вдосконалення текстів та виправлення помилок;
– агрегація новин;
– журналістика на основі даних;
– фактчекінг;
– управління соціальними мережами.

Однак технологія також має певні загрози. Вони стають перешкодою до обережного та якісного впровадження у медіасферу:

– генерація упередженої інформації;
– генерація дезінформації;
– існування недовіри до GPT;
– порушення авторських прав та проблема конфіденційності;
– неякісний текст;
– відсутність критичного мислення;
– зникнення робочих місць;
– відсутність точності;
– відсутність креативності;
– відсутність відповідальності;
– етичні проблеми.

По-третє, ми визначити як боротися із фейками та дезінформацією, які створюють з використанням ChatGPT. Нейромережа не тільки здатна генерувати позитив та добро. За його допомогою зловмисники мають змогу створювати дезінформацію та фейки. Деякі матеріали чат-бота можуть виглядати правдиво й об’єктивно, але може вияснитися, що інформація хибна та маніпулююча.

За даними дослідження Google DeepMind і Jigsaw, у 2023-2024 роках нейромережу задіювали у поширенні політичних діпфейків.

Російські ЗМІ також викривляють інформацію, і застосовують це проти українців. Серед таких форм окупанти використовують: боти, які просувають російські наративи; цільове таргетування; фейкові сайти, що маскуються під відомі ресурси; діпфейки з українськими військовими; фейкороби «рідною» мовою.

Тому існують різні засоби та інструменти для боротьби з цими явищами. Передусім деякі країни вирішили заблокувати або обмежити мовну модель на своїй території. Такими державами стали, наприклад, Італія і Китай. Також до заборон приєднались організації OpenAI і Meta.

Крім цього для боротьби можна використати інструмент модерації, який розробила AI-лабораторія. До того ж організація створила технологію, завдяки якій сам GPT може перевіряти свої тексти.

В Україні також створили інструменти для боротьби із дезінформацією та фейками. Наприклад, проєкт AI4Debunk, над яким працює команда Інтеньюз-Україна.

Крістіан Перрі, засновник і генеральний директор компанії Undetectable AI, так само запропонувала різні інстурменти, для виявлення GPT у матеріалах: SEO.AI, Copyleaks, GPTZero, Вихідний сповіщувач GPT-2, PoemOfQuotes, Коректор, Зміст у масштабі, Детектор Roberta OpenAI – Huggingface, GLTR (Гігантська тестова кімната мовних моделей), Письменник.

Разом з тим при використанні мовної моделі важливо дотримуватися рекомендації Міністерства цифрової трансформації України. Як повідомила експертка Мирослава Чабаненко, документ у своїй основі має два важливих принципи: дотримання журналістських стандартів та правильне маркування ШІ.

При цьому для аналізу та виявлення чат-бота необхідно навчатись медіаграмотності та критичному мисленню.

По-четверте, дослідивши застосування ChatGPT у роботі українських медіаредакцій, ми виявили, що різні українські інформаційні ресурси часто працюють із чат-ботом. Ми дослідили такі медіаредакції, як «061.ua», «inform.zp.ua», «Слово про Слово».

Редакції підкреслили надання допомоги зі сторони GPT та її переваги. При цьому вони розуміють загрози зі сторони чат-бота та ризик його використання. Тому важливо не занадто захоплюватись машиною технологією, обережно користуватись нею та перевіряти їхні відповіді.

По-п’яте, ми описали рекомендації використання штучного інтелекту для журналістської практики. За основу ми взяли документи Комісії з журналістської етики та Мінцифри. Серед рекомендацій, ми описали наступні:

1) вивчати моделі ШІ;
2) вирішити для чого використовувати ШІ;
3) бути готовими до ризиків;
4) повідомляти аудиторію та персонал про використання ШІ;
5) конфіденційність та безпека у використанні ШІ;
6) виявляти дезінформацію та фейки;
7) відповідальність все одно на редакції;
8) розробити внутрішні етичні стандарти використання ШІ;
9) перевіряти ким або чим згенерований контент;
10) не вважати ШІ авторитетним джерелом;
11) навчати персонал як працювати із ШІ.

По-шосте, ми надали ChatGPT певні кейси для аналізу дотримання ним журналістських стандартів.

Перше завдання стосувалося генерування короткої новини. Чат-бот майже справився. У другому завданні потрібно було проаналізувати матеріал на виявлення дезінформуючих та маніпулюючих деталей. Даний кейс виконано відмінно.

GPT дуже добре впорався із поставленими завданнями й може стати корисним інструментом для журналістів у їхній діяльності. Водночас необхідно ретельно перевіряти його відповіді й обережно ним користуватись.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баловсяк Н. Фабрика брехні. Як штучний інтелект допомагає в інформаційній війні проти України. *Новинарня*. 13 серпня, 2024. URL: https://novynarnia.com/2024/08/13/ (дата звернення: 08.12.2025).

2. Барсукова О. Штучний інтелект позмагався з журналістами у написанні новин. Хто переміг – відповідають вчені. *Українська правда. Життя*. 25 жовтня, 2024. URL: https://life.pravda.com.ua/society/naukovci-viyavili-v-chomu-zhurnalisti-novinari-pereversh uyut-shtuchniy-intelekt-304492/ (дата звернення: 24.01.2025).

3. Використання ШІ у медіа. Результати дослідження Національної ради. *Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення*. 03 жовтня, 2025. URL: https://webportal.nrada.gov.ua/vykorystannya-shi-u-media-rezultaty-doslidzhennya-natsionalnoyi-rady/ (дата звернення: 08.12.2025).

4. Використання штучного інтелекту населенням України. *Київський міжнародний інститут соціології*. 12 травня, 2025. URL: https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1528&page=1 (дата звернення: 05.12.2025).

5. Височин А. І. Сучасна журналістика в контексті розвитку штучного інтелекту. *Національний авіаційний університет*. Київ, 2020. 74 с. URL: https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/41759/1/%d0%92%d0%b8%d1%81%d0%be%d1%87%d0%b8%d0%bd-pdf.pdf (дата звернення: 10.11.2024).

6. Гавриленко В. ChatGPT – що це за технологія, її переваги та недоліки, подальші перспективи. *ITbox*. 26 січня, 2023. URL: https://www.itbox.ua/ua/blog/ChatGPT--scho-ce-za-tehnologiya-yiyi-perevagi-ta-nedoliki-podalshi-perspektivi/ (дата звернення: 24.01.2025).

7. Гайдамашко О. OpenAI викрила таємні пропагандистські кампанії Китаю та Росії, в яких використовували ChatGPT. *24tv.ua*. 6 червня, 2025. URL: https://24tv.ua/tech/openai-viyavila-vikoristannya-chatgpt-propagandi-kitayu-rosiyi_n2840328 (дата звернення: 08.12.2025).

8. Года М. ChatGPT зможе генерувати відео, це вже викликало занепокоєння з приводу розповсюдження фейків. *24tv.ua*. 19 січня, 2024. URL: https://24tv.ua/tech/chatgpt-otrimaye-novu-funktsiyu-eksperti-vzhe-poboyuyutsya-yiyi_n2476502 (дата звернення: 24.01.2025).

9. Горлач П. «Довіряй, але перевіряй»: як відреагували на поширення фейкової біографії Олеся Гончара, створеної ChatGPT. *Суспільне культура*. 5 квітня, 2023. URL: https://suspilne.media/culture/435771-doviraj-ale-pereviraj-ak-vidreaguvali-na-posirenna-fejkovoi-biografii-olesa-goncara-stvorenoi-chatgpt/ (дата звернення: 08.12.2025).

10. Гоцур О., Добрянський Р. Бізнес-модель Microsoft Corporation: роль у глобальній медіаіндустрії. *Український інформаційний простір*. Is. 12. 2023. С. 266—274.

11. «Дезінформації та кібератаки»: творець нейромережі ChatGPT боїться власного винаходу (відео). *Фокус*. 19 березня, 2023. URL: https://focus.ua/uk/digital/555830-dezinformacii-i-kiberataki-sodzatel-neyroseti-chatgpt-boitsya-sobstvenno-izobreteniya-video (дата звернення: 24.01.2025).

12. Дмитрієнко О. Позитивні риси використання ChatGPT в освітній діяльності. Технології доброчесного використання штучного інтелекту у сфері освіти та науки : матеріали всеукраїнського науково-педагогічного підвищення кваліфікації. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 31 липня—10 вересня 2023. С. 92—94.

13. Дяченко В. Дослідження: ChatGPT може заважати розвитку критичного мислення. *КРВ.медіа*. 27 червня, 2025. URL: https://krv.media/doslidzhennya-chatgpt-mozhe-zavazhaty-rozvytku-krytychnogo-myslennya/ (дата звернення: 08.12.2025).

14. Журналісти в шоці: ШІ ChatGPT-4 став ідеальним інструментом для дезінформації. *Фокус*. 22 березня, 2023. URL: https://focus.ua/uk/digital/556495-zhurnalisty-v-shoke-ii-chatgpt-4-stal-idealnym-instrumentom-dlya-dezinformacii (дата звернення: 24.01.2025).

15. Захарченко О. Стандарти журналістики: основи професійності чи застарілі рамки? *Інститут масової інформації*. 02 серпня, 2019. URL: https://imi.org.ua/articles/standarti-jurnalistiki-osnovi-profesiynosti-chi-zastarili-ramki-i178 (дата звернення: 08.12.2025).

16. Зінов'єв С. Найкращі інструменти ШІ для створення контенту у 2025 році. *ChatGPT Academy*. 19 липня, 2024. URL: https://www.chatgptacademy.online/ (дата звернення: 24.01.2025).

17. Карчевська О. ChatGPT, розум та чудовиська. Академічна доброчесність, відкрита наука та штучний інтелект: як створити доброчесне освітнє середовище : *збірник есе програми підвищення кваліфікації* / упоряд. А. Артюхов, М. Віхляєв, Ю. Волк. Львів—Торунь : Liha-Pres, 18 вересня—18 жовтня 2023. С. 206-209

18. Кодекс етики. *Комісія з журналістської етики*. URL: https://cje.org.ua/ethics-codex/ (дата звернення: 08.12.2025).

19. Людина як орієнтир, авторство й фактчекінг. Як українські медіа, організації та держструктури використовують ШІ. Український католицький університет. *Школа журналістики та комунікації*. URL: https://sjc.ucu.edu.ua/students-blog/ (дата звернення: 21.02.2025).

20. Наконечний В. С., Сайко В. Г., Мордвинцев М. В., Луценко В. А. Переваги та небезпеки використання ChatGPT. *Безпека інформаційних систем і технологій*. 2024. № 1 (7). С. 52—61.

21. Наместнік В., Спалєк М. Повстання чатботів. Як працює ChatGPT і чим він небезпечний. *ДМ media sapiens*. 20 січня, 2023. URL: https://ms.detector.media/it-kompanii/post/31027/2023-01-20-povstannya-chatbotiv-yak-pratsyuie-chatgpt-i-chym-vin-nebezpechnyy/ (дата звернення: 24.01.2025).

22. О нас. 061.ua URL: https://www.061.ua/info/about (дата звернення: 10.12.2025).

23. Перрі К. Топ-8 інструментів для створення контенту зі штучним інтелектом, які полегшать вашу роботу. *Undetectable*. 16 червня, 2025. URL: https://undetectable.ai/blog/uk/ (дата звернення: 24.01.2025).

24. Перрі К. Як виявити ChatGPT: Інструменти та поради для виявлення. *Undetectable*. 30 серпня, 2025. URL: https://undetectable.ai/blog/uk/ (дата звернення: 24.01.2025).

25. Поліковська Ю. Мінцифри представило рекомендації для українських медіа з відповідального використання ШІ. *ДМ media sapiens*. 25 січня, 2024. URL: https://ms.detector.media/internet/post/ (дата звернення: 08.12.2025).

26. Про нас. *Inform.zp.ua*. URL: https://www.inform.zp.ua/uk/pro-nas/ (дата звернення: 08.12.2025).

27. Рекомендації з відповідального використання штучного інтелекту у сфері медіа. *Digital*. URL: https://thedigital.gov.ua/ (дата звернення: 08.12.2025).

28. Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо використання штучного інтелекту для створення журналістських матеріалів. *Комісія з журналістської етики*. 31 листопада, 2023. URL: https://cje.org.ua/statements/ (дата звернення: 08.12.2025).

29. Рерайтинг. *Tonyline*. URL: https://tonyline.com.ua/glossary/rewriting/ (дата звернення: 08.12.2025).

30. Розвиток відео та залучення ШІ – основні інновації 2024 року в українських медіа. Річне опитування IMI. *Інститут масової інформації*. 07 січня, 2025. URL: https://imi.org.ua/monitorings/rozvytok-video-ta-zaluchennya-shi-osnovni-innovatsiyi-2024-roku-v-ukrayinskyh-media-richne-i65881 (дата звернення: 04.12.2025).

31. Романчук О. Штучний інтелект в епоху нових медій. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика.* 2018. Вип. 44. С. 179—188.

32. Середюк А.П. Ші як важливий допоміжний інструмент для pr-фахівців. *Електронний інституційний репозитарій НаУКМА*. 24 травня, 2024. URL: https://ekmair.ukma.edu.ua/items/e5cb7c70-7d08-484d-9414-2e3dab44a12b (дата звернення: 08.12.2025).

33. Скарбик П. Штучний інтелект: загроза для людства чи помічник? *iTechua*. 21 квітня, 2018. URL: https://itechua.com/technologies/23095 (дата звернення: 08.12.2025).

34. Соколова О. ChatGPT і медіа: як чатбот допоможе журналістам і в чому ризики його використання. *Детектор медіа*. 7 березня, 2023. URL: https://detector.media/production/article/ (дата звернення: 24.01.2025).

35. Сон розуму народжує чудовиськ. *Вікіпедія*. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/ (дата звернення: 08.12.2025).

36. Філп Р. ChatGPT як інструмент для прискорення пошуку: Поради розслідувачам. *Global Network of Investigative Journalists*. 24 липня, 2024. URL: https://gijn.org/ua/istorii/chatgpt-ak-instrument-dla-priskorenna-posuku-poradi-rozsliduvacam/ (дата звернення: 24.01.2025).

37. Фіялка С. Б. Перспективи та проблеми використання ChatGPT у роботі редактора та журналіста. *Обрії друкарства*. 2023. № 2(14). С. 22—35. URL: http://horizons.vpi.kpi.ua/article/view/295177/288497 (дата звернення: 04.11.2024).

38. Чабаненко М. Пріоритетні шляхи застосування технологій штучних нейронних мереж у журналістиці / Priority Ways of Applying Artificial Neural Network Technologies in Journalism. Актуальні проблеми медіапростору: зб. доп. наук.-практ. конф. / упоряд. Ю. Бондар, А. Волобуєва, Б. Носова. Київ—Вітербо, 2024. С. 157-160.

39. Чабаненко М. Штучний інтелект і журналістика нових медіа. Innovative projects and paradigms of international education. *A collection of theses: materials of I International multidisciplinary scientific and practical Internet conference* (Georgia, Tbilisi, Ukraine, Kyiv, February 28—March 1, 2023), Georgian Aviation University, 2023. P. 32-36.

40. Чернявська Л., Коновальчук Є. Чат-бот GPT як інструмент у роботі журналіста. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2024. № 4. С. 63—69.

41. Штучний інтелект. *Дія. Освіта.* URL: https://osvita.diia.gov.ua/courses/artificial-intelligence (дата звернення: 08.12.2025).

42. Яблоновська Н. Штучний інтелект та мас-медіа: виклики для підготовки журналістів. *Вісник Львівського університету*. 2017. Вип. 42. С. 95—101.

43. Як використовувати ChatGPT для створення контенту в SMM: тексти, картинки та ідеї. *Вежа*. 20 грудня, 2024. URL: https://vezha.ua/yak-vykorystovuvaty-chatgpt-dlya-stvorennya-kontentu-v-smm-teksty-kartynky-ta-ideyi/ (дата звернення: 24.01.2025).

44. Як журналістам використовувати ШІ та ChatGPT на свою користь. *Інтерньюз Україна*. 21 лютого, 2023. URL: https://internews.ua/opportunity/How-journalists-can-use-ChatGPT (дата звернення: 24.01.2025).

45. Якобчук Н. Про нас. *Слово про Слово*. 5 листопада, 2020. URL: https://slovoproslovo.info/about-us/ (дата звернення: 08.12.2025).

46. About AI4Debunk. Project overview. *AI4Debunk*. URL: https://ai4debunk.eu/project-overview/ (Accessed: 08 December 2025).

47. Bahrini A., Khamoshifar M., Abbasimehr H., Riggs R.J., Esmaeili M., Mastali R. M., Pasehvar M. ChatGPT: Applications, Opportunities, and Threats. *Arxiv*. 2023. URL: https://arxiv.org/pdf/2304.09103 (Accessed: 15 January 2025).

48. Biswas S. Role of chatGPT in Journalism: According to chatGPT. *SSRN*. 2023. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4405396 (Accessed: 8 November 2024).

49. Biswas S. The Function of chat GPT in Social Media: According to chat GPT. *Research Gate*. March 30, 2023. URL: https://www.researchgate.net/publication/369731212_The_Function_of_chat_GPT_in_Social_Media_According_to_chat_GPT (дата звернення 12.12.2025).

50. Breazu P., Katsos N. ChatGPT-4 as a journalist: Whose perspectives is it reproducing? *Sage Journals*. Vol. 35, Is. 6. May 21, 2024. URL: https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/09579265241251479 (Accessed: 8 November 2024).

51. Castillo-Campos M., Varona-Aramburu D., Becerra-Alonso D. Artificial Intelligence Tools and Bias in Journalism-related Content Generation: Comparison Between Chat GPT- 3.5, GPT-4 and Bing. *Tripodos*, N. 55, 2024. P. 99—115.

52. ChatGPT та медіа: як чат-бот допоможе журналістам та в чому ризики. *Центр демократії та верховенства права*. 27 лютого 2023. URL: https://cedem.org.ua/consultations/gpt-tamedia/ (дата звернення: 24.01.2025).

53. ChatGPT – Information Security Overview. *Proceedings of the International Conference on Cybersecurity and Cybercrime*. Vol. 10, 2023. P. 81—85. URL: https://www.ceeol.com/search/viewpdf?id=1169366 (Accessed: 8 November 2024).

54. ChatGPT reaches 100 million users two months after launch. The Guardian. 2023. URL: https://www.theguardian.com/technology/2023/feb/02/chatgpt-100-million-users-open-ai-fastest-growing-app (Accessed: 24 January 2025).

55. Cyrek B. Potentials and pitfalls of using ChatGPT in journalism. *DSW University of Lower Silesia in Wroclaw*. *Zarządzanie Mediami*. T. 11, N. 2, 2023, P. 195—210. URL: https://www.ceeol.com/search/viewpdf?id=1312522 (Accessed: 8 November 2024).

56. Heikkilä M. Could ChatGPT do my job? *MIT Technology Review*. January 31, 2023. URL: https://www.technologyreview.com/2023/01/31/1067436/could-chatgpt-do-my-job/ (Accessed: 11 December 2025).

57. How people are using ChatGPT. *OpenAI*. September 15, 2025. URL: https://openai.com/index/how-people-are-using-chatgpt/ (Accessed: 08 December 2025).

58. Hsu T., Thompson S. A. Disinformation Researchers Raise Alarms About A.I. Chatbots. *The New York Times*. February 8, 2023. URL: https://www.nytimes.com/2023/02/08/technology/ai-chatbots-disinformation.html (Accessed: 08 December 2025).

59. Jaouen H. Is ChatGPT a good journalist? *Medium*. Juny 29, 2023. URL: https://medium.com/@hubertja/is-chatgpt-a-good-journalist-6fed868f519c (Accessed: 08 December 2025).

60. Lipkaand M., Eddy K. Relatively few Americans are getting news from AI chatbots like ChatGPT. *Pew Research Center*. October 1, 2025. URL: https://www.pewresearch.org/short-reads/2025/10/01/relatively-few-americans-are-getting-news-from-ai-chatbots-like-chatgpt/ (Accessed: 08 December 2025).

61. Manjoo F. ChatGPT Is Already Changing How I Do My Job. *The New York Times*. 2023. April 23. URL: https://www.nytimes.com/2023/04/21/opinion/chatgpt-journalism.html (Accessed: 08 December 2025).

62. Martindale J. What Does 'ChatGPT' Stand For? *Life wire*. August 9, 2024. URL: https://www.lifewire.com/what-does-chatgpt-stand-for-8673919 (Accessed: 24 January 2025).

63. Martindale J. Who Owns ChatGPT? *Life wire*. June 13, 2024. URL: https://www.lifewire.com/who-owns-chatgpt-8659181 (Accessed: 24 January 2025).

64. Pavlik J.V. Collaborating With ChatGPT: Considering the Implications of Generative Artificial Intelligence for Journalism and Media Education. *Sage Journals*. *Essay*. Vol. 78, Issue 1. January 7, 2023. P. 84—93. URL: https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/10776958221149577 (Accessed: 10 November 2024).

65. Poll finds public turning to AI bots for news updates. *France24*. June 17, 2025. URL: https://www.france24.com/en/live-news/20250617-poll-finds-public-turning-to-ai-bots-for-news-updates (Accessed: 08 December 2025).

66. Reuters Institute: медіа тренди та прогнози на 2025 р. *Українська медіа ліга*. 22 січня 2025. URL: https://medialeague.com.ua/reuters-institute-media-trendy-ta-prognozy-na-2025-r/ (дата звернення: 04.11.2025).

67. Seetharaman D., Barnum M. There’s a tool to catch students cheating with ChatGPT. OpenAI hasn’t released it. *The Wall Street Journal*. August 4, 2024. URL: https://www.wsj.com/tech/ai/openai-tool-chatgpt-cheating-writing-135b755a (Accessed: 08 December 2025).

68. The Global Risks Report 2024: 19th edition. Insight Report. *World Economic Forum*. January 10, 2024. 122 c. URL: https://www.weforum.org/publications/global-risks-report-2024/ (Accessed: 08 December 2025).

69. Tkachuk I. Як росіяни можуть використати ChatGPT у війні проти України. *DOU*. 17 лютого, 2023. URL: https://dou.ua/lenta/articles/chatgpt-and-ai-in-war/ (дата звернення: 08.12.2025).

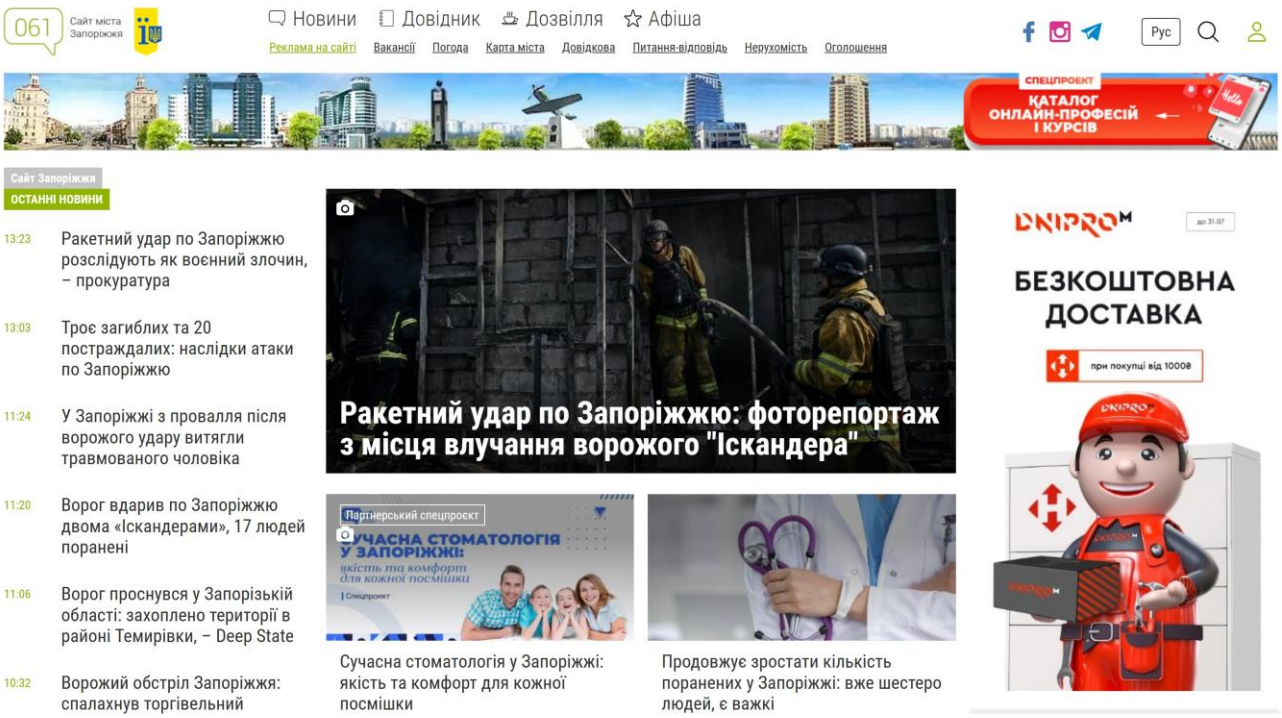
70. Zagorulko D. ChatGPT in newsrooms: adherence of AI-generated content to journalism standards and prospects for its implementation in digital media. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика.* 2023. Т. 34 (73). № 1 Ч. 2. С. 319—325.

71. «Četbotovi su zastrašujuć» «Kum AI» zažalio zbog svoje kreacije: Veštačka inteligencija je opasna, uskoro će biti pametnija od nas. *Blic*. Mai 2, 2023. URL: https://www.blic.rs/vesti/svet/kum-vestacke-inteligencije-zazalio-ai-je-opasna/byrvh0y? (Datum pristupa: 08 decembar 2025).

72. Kisindžer H., Šmit E., Hatenloker D. Veštačka inteligencija (ChatGPT) i naša budućnost s njom. *Politički život*. Is. 24, 2023. P. 95—101.

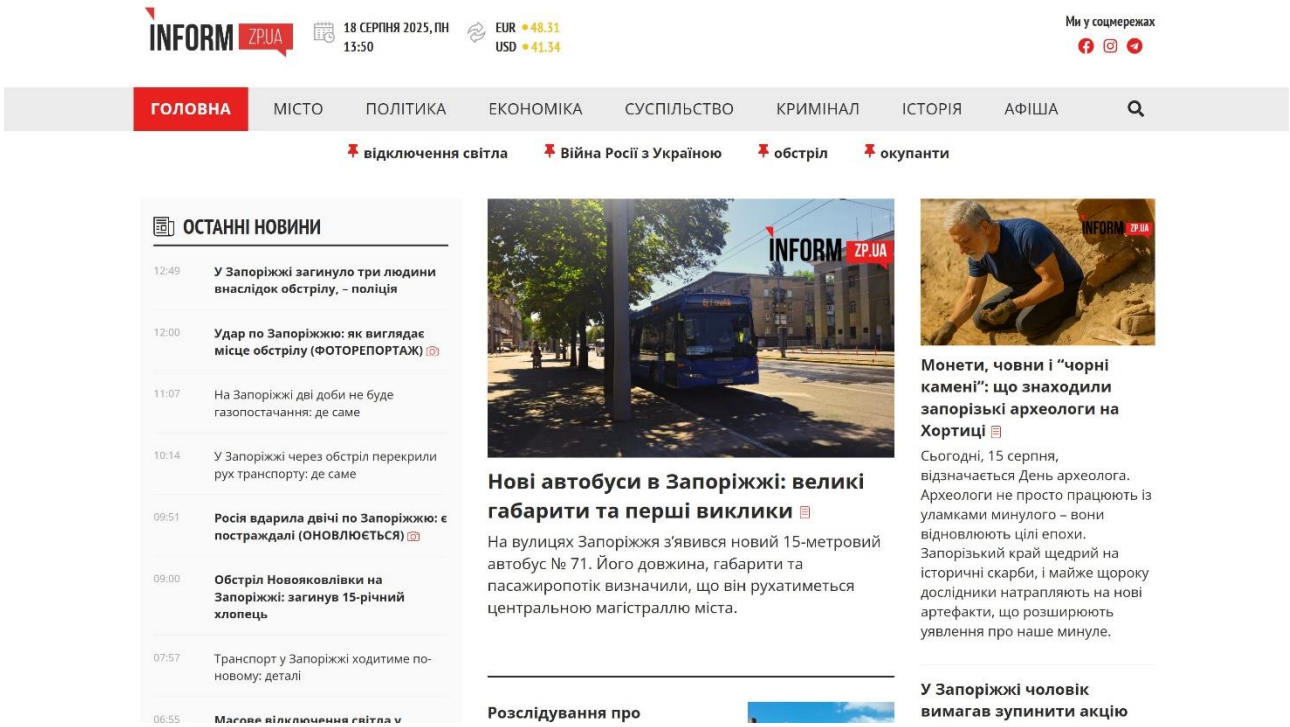
ДОДАТОК А

ФРАГМЕНТ САЙТУ МЕДІАРЕДАКЦІЇ «061.UA»

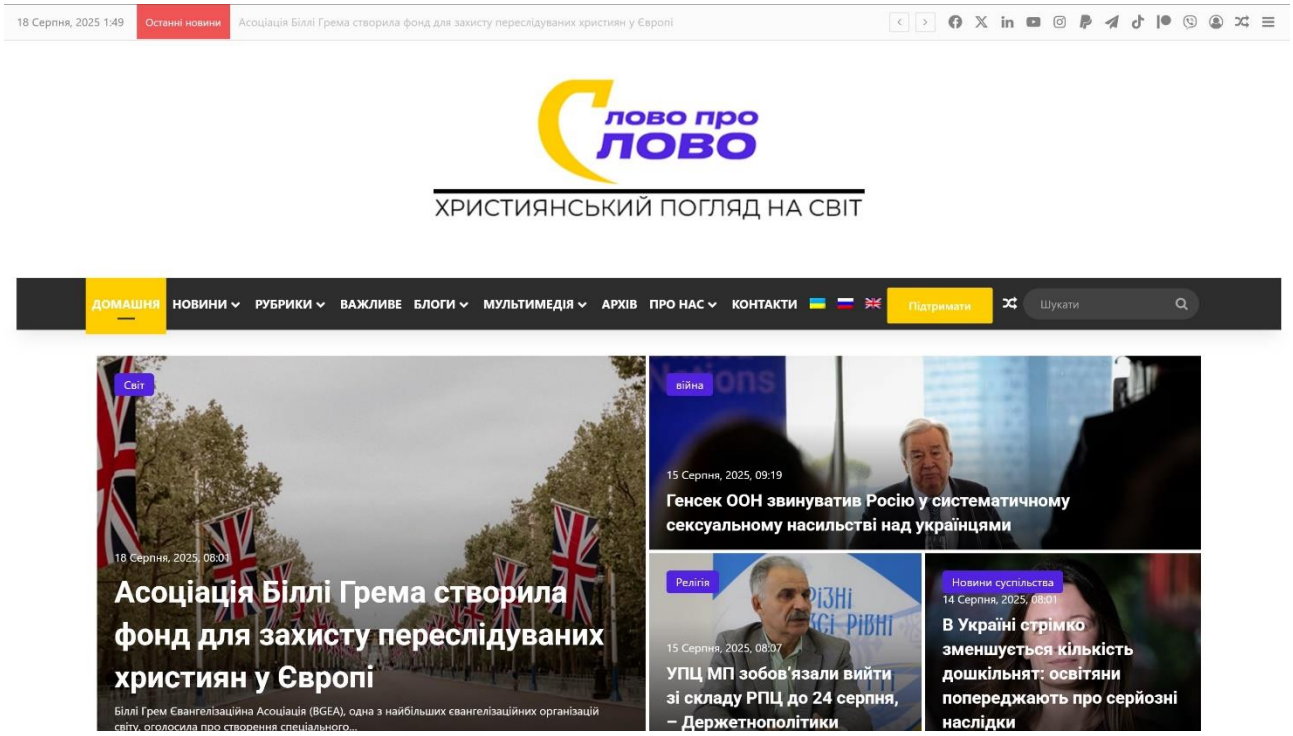


ДОДАТОК Б

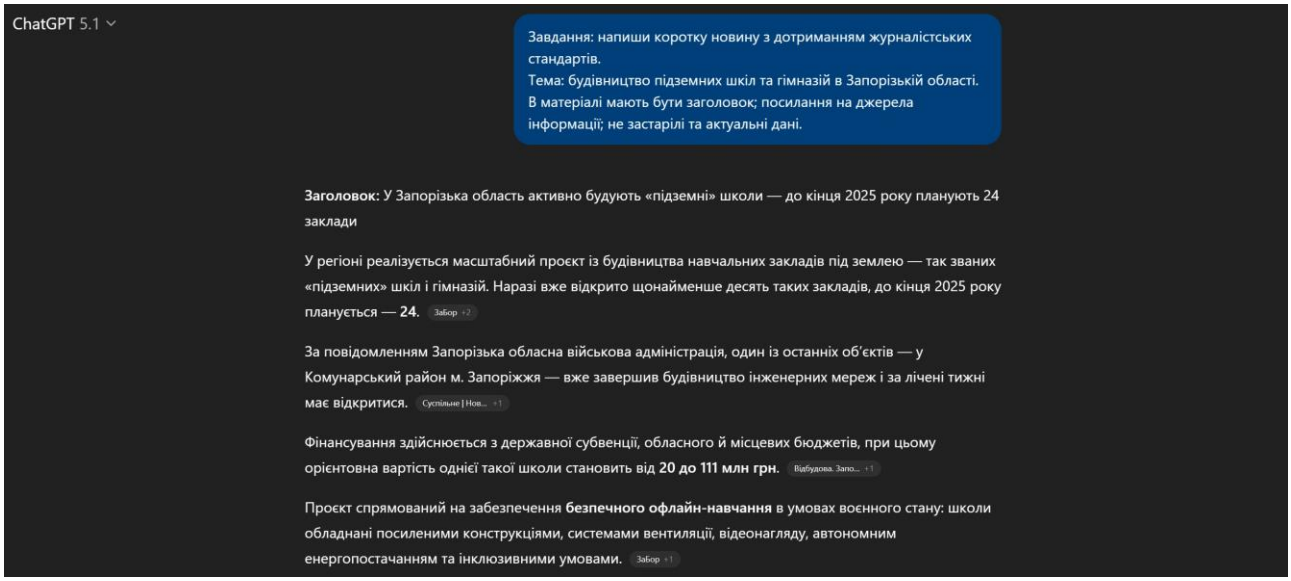
ФРАГМЕНТ САЙТУ МЕДІАРЕДАКЦІЇ «INFORM.ZP.UA»

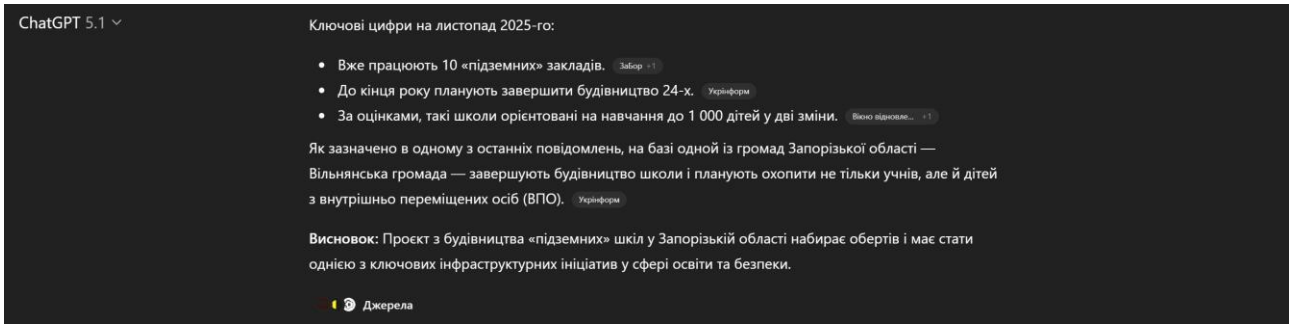


ДОДАТОК В
ФРАГМЕНТ САЙТУ МЕДІАРЕДАКЦІЇ «СЛОВО ПРО СЛОВО»

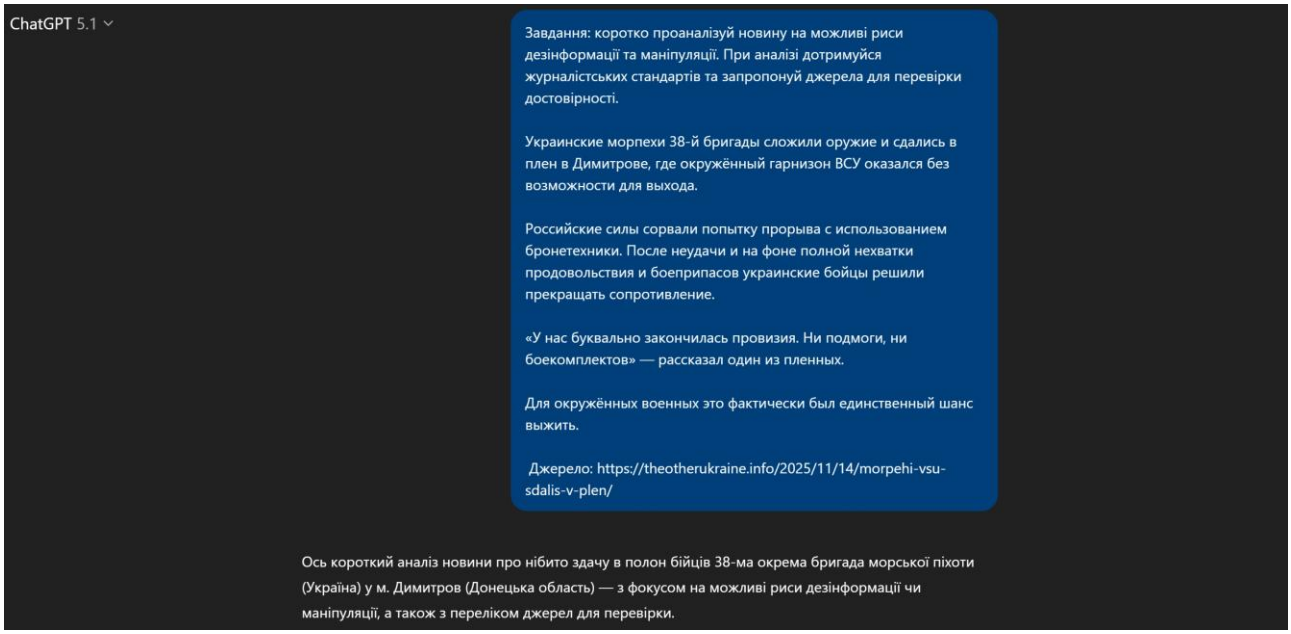


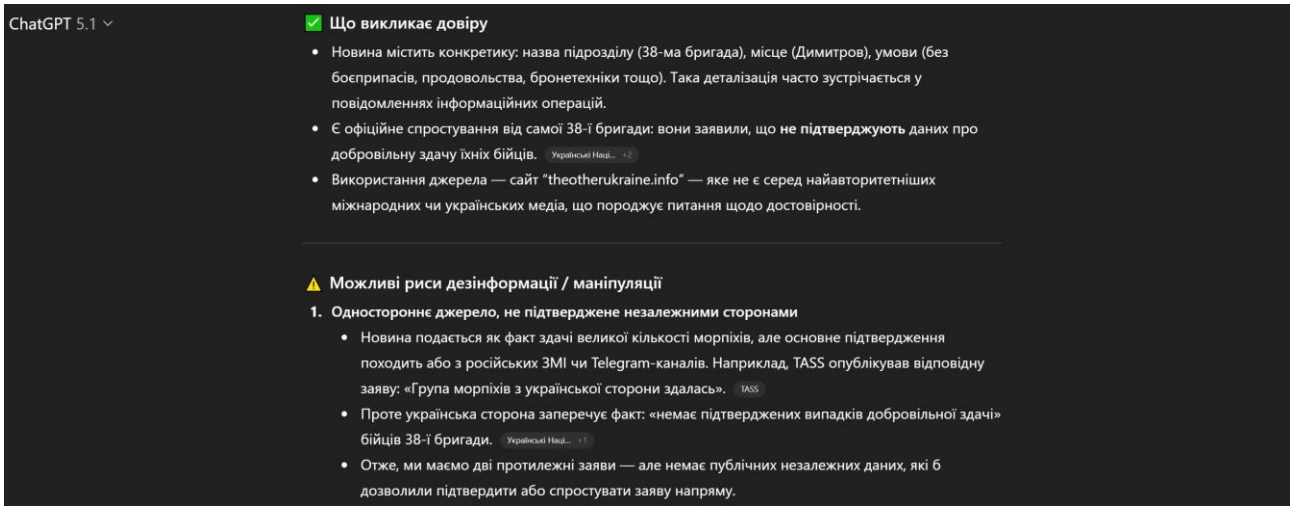
ДОДАТОК Г
ВІДПОВІДІ CHATGPT НА КЕЙС 1

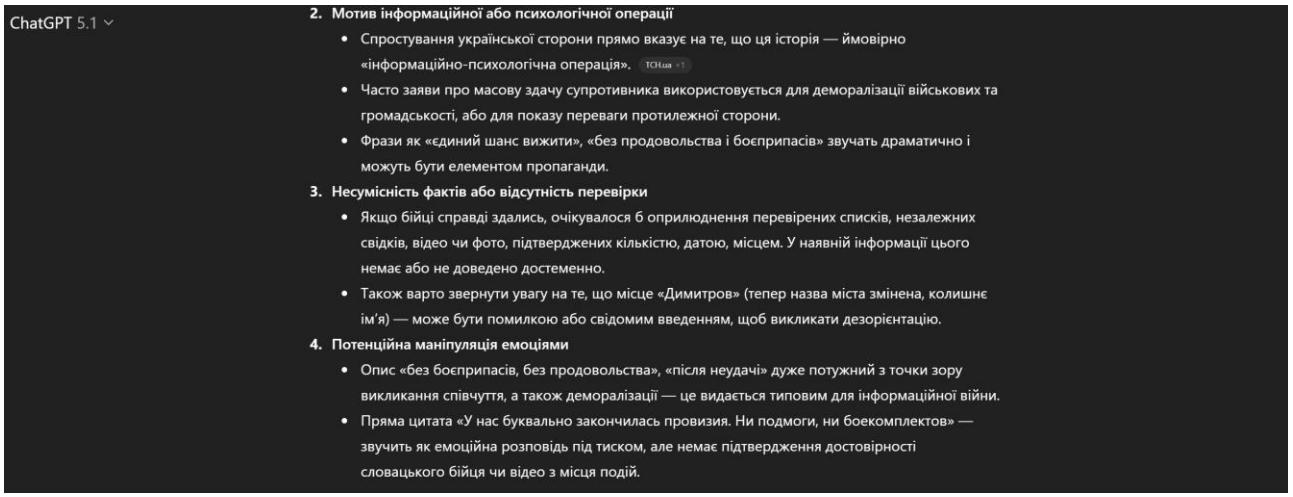


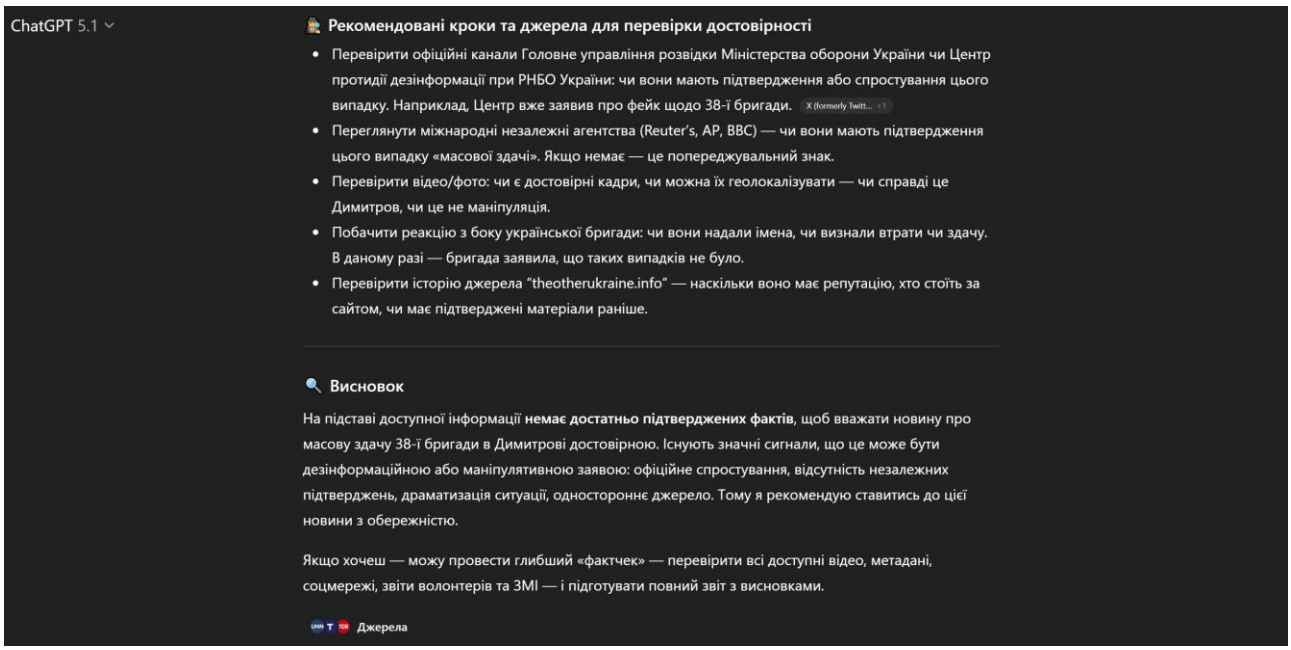


ДОДАТОК Д
ВІДПОВІДІ CHATGPT НА КЕЙС 2








ChatGPT 5.1
Рекомендовані кроки та джерела для перевірки достовірності
Перевірити офіційні канали Головне управління розвідки Міністерства оборони України чи Центр протидії дезінформації при РНБО України: чи вони мають підтвердження або спростування цього випадку. Наприклад, Центр вже заявив про фейк щодо 38-ї бригади. X (formerly Twitt... +1
Переглянути міжнародні незалежні агентства (Reuter's, AP, BBC) — чи вони мають підтвердження цього випадку «масової здачі». Якщо немає — це попереджувальний знак.
Перевірити відео/фото: чи є достовірні кадри, чи можна їх геолокалізувати — чи справді це Димитров, чи це не маніпуляція.
Побачити реакцію з боку української бригади: чи вони надали імена, чи визнали втрати чи здачу. В даному разі — бригада заявила, що таких випадків не було.
Перевірити історію джерела "theotherukraine.info" — наскільки воно має репутацію, хто стоїть за сайтом, чи має підтверджені матеріали раніше.
🔍 Висновок
На підставі доступної інформації немає достатньо підтверджених фактів, щоб вважати новину про масову здачу 38-ї бригади в Димитрові достовірною. Існують значні сигнали, що це може бути дезінформаційною або маніпулятивною заявою: офіційне спростування, відсутність незалежних підтверджень, драматизація ситуації, одностороннє джерело. Тому я рекомендую ставитись до цієї новини з обережністю.
Якщо хочеш — можу провести глибший «фактчек» — перевірити всі доступні відео, метадані, соцмережі, звіти волонтерів та ЗМІ — і підготувати повний звіт з висновками.
Джерела

ДОДАТОК Д

Декларація
академічної доброчесності
здобувача освітнього ступеня магістра
ЗНУ

Я, Коновальчук Євген Андрійович, студент 2 курсу, форми навчання очної, факультету журналістика, спеціальність журналістика, адреса електронної пошти ekonovalchuk1999@gmail.com

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «ChatGPT як інструмент ШІ у журналістській діяльності» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;
- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згоден/згодна 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.

Дата 12.12.2025 Підпис  студент Коновальчук Євген Андрійович

Дата 12.12.2025 Підпис_____ керівник Чернявська Людмила Віталіївна