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

Кваліфікаційна робота магістра

На тему «Перспективи інтеграції штучного інтелекту в медіапрактики»

Виконала: студентка 2 курсу, групи 8.0614-ж-з
Спеціальності 061 «Журналістика»
(освітня програма «Журналістика»)

Кисельова О.Р.

Керівник: к. філол. н., доц.

Тяпкіна Н. І.

Рецензент: д. н. соц.ком., проф.

Чернявська Л.В.

Запоріжжя – 2025

ЗМІСТ

Реферат 3
Завдання 7
Вступ 9
Розділ 1. Використання штучного інтелекту в медіапрактиках 12
1.1 Генезис та розуміння штучного інтелекту в сучасному інформаційному просторі 12
1.2 Динаміка інтеграції штучного інтелекту в медіа 17
1.3 Етичні засади, виклики та ризики, пов'язані з інтеграцією штучного інтелекту в журналістику 30
Розділ 2. Інструменти штучного інтелекту в медіапрактиках 48
2.1 Основні інструменти та платформи штучного інтелекту для медійників 48
2.2 Особливості створення робочих завдань для інструментів штучного інтелекту…….57
2.3 Практичні кейси застосування штучного інтелекту в медіа 65
Висновки 81
Список використаних джерел 87
Додаток А 95
Додаток Б 99
Додаток В 101
Додаток Г 106
Додаток Д 108
Додаток Е 110
Додаток Ж 112
Декларація академічної доброчесності 116

РЕФЕРАТ

Тема магістерської роботи: Перспективи інтеграції штучного інтелекту в медіапрактики.

Обсяг основного тексту: 77 сторінки.

Кількість використаних джерел: 67.

Мета дослідження – схарактеризувати динаміку та перспективи використання штучного інтелекту в медіапрактиках на сучасному етапі розвитку інформаційно-комунікаційних технологій.

Мета роботи передбачає виконання певних **завдань**:

1) актуалізувати питання історії використання штучного інтелекту в медіапрактиках;

2) використовуючи соціологічні дослідження та опитування інтеграції технологій штучного інтелекту в медіапрактики, проаналізувати динаміку його впровадження (станом на 2024-2025 роки);

3) визначити основні інструменти штучного інтелекту у створенні текстового, візуального та мультимедійного контенту;

4) окреслити етичні виклики, ризики, перспективи, пов'язані з інтеграцією ШІ в журналістську діяльність;

5) описати практики та сформулювати рекомендації використання ШІ українськими медіа станом на 2024-2025 роки.

Об’єктом є всеукраїнські та запорізькі регіональні медіаресурси, що використовують технології штучного інтелекту у процесі створення, обробки та поширення контенту, зокрема: зокрема, сайтів «Українська правда», «Суспільне», Instagram-сторінок «SODA», «Запорізький центр розслідувань», «Перший Запорізький», «ЖиЗа», а також каналів Запорізького міського молодіжного центру та Широківської селищної ради.

Предметом є функціональні можливості та перспективи впровадження штучного інтелекту в медіапрактики (станом на 2025 рік).

Отримані результати: здійснено опис використання штучного інтелекту в практичній діяльності медійних працівників Запорізької області та досліджено

культуру застосування інструментів ШІ в запорізьких медіа з погляду на характер та способи їхнього використання та удосконалено опис методології застосування штучного інтелекту для автоматизації створення та обробки контенту у регіональних медіа

Ключові слова: журналістика, штучний інтелект, медіапрактики, редакційні процеси, автоматизація контенту, аналітика медіа.

SUMMARY

The Master's thesis is devoted to the analysis of the prospects for integrating artificial intelligence (AI) into contemporary media practices.

The object of the research includes Ukrainian national and Zaporizhzhia regional media resources that use AI technologies in the production, processing, and dissemination of content. These include the websites «Ukrainska Pravda», «Suspilne», Instagram pages of «SODA», «Zaporizhzhia Investigative Center», «Pershyi Zaporizkyi», «Zhiza», as well as the channels of the Zaporizhzhia City Youth Center and the Shyrokivska Village Council.

The subject of the study is the functional capabilities and prospects of AI implementation in media practices as of 2025.

The main aim of the thesis is to characterize the dynamics and prospects of artificial intelligence usage in media practices at the current stage of development of information and communication technologies. This aim involves the following objectives:

- To actualize the history of AI implementation in media practices;

- Using sociological studies and surveys, to analyze the dynamics of AI integration in media practices (as of 2024–2025);

- To identify the key AI tools applied in the creation of textual, visual, and multimedia content;

- To outline ethical challenges, risks, and future prospects associated with AI integration in journalistic activities;

- To describe the existing practices and formulate recommendations for Ukrainian media regarding the use of AI technologies (as of 2024–2025).

The results obtained include:

- A comprehensive description of AI usage in the practical activities of media professionals in the Zaporizhzhia region;

- An analysis of the culture of AI tool application in Zaporizhzhia media in terms of the nature, intensity, and methods of their use;

- An enhanced description of the methodology for applying artificial intelligence to automate content creation and processing in regional media.

The scientific novelty of the research lies in examining the real-world implementation of AI in regional media workflows, evaluating both editorial and technological dimensions, and formulating evidence-based guidelines for responsible, effective, and ethical AI integration in media practices.

Key words: journalism, artificial intelligence, media practices, editorial processes, content automation, media analytics.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет: журналістики
Кафедра: журналістики
Рівень вищої освіти: магістр
Спеціальність: 061 журналістика
Освітня програма: журналістика

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Тернова А.І.
«_____»_____20__року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА СТУДЕНТЦІ

Кисельовій Олександрі Романівні

1. Тема роботи: «Перспективи інтеграції штучного інтелекту в медіапрактики» керівник роботи: Тяпкіна Наталія Іванівна, к. філол. наук, доцент, затверджені наказом ЗНУ від «12» березня 2025 року № 379-с.
2. Строк подання студентом роботи (проєкту): 03.12.2025 р.
3. Вихідні дані до роботи: наукові дослідження зі штучного інтелекту в журналістиці Н. Діакопулос, Г. Кулс, В. Стєкольщикова, В. Шевченко, Ю. Бідзіля, Я. Шекеряк-Кушка.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) актуалізувати питання історії використання штучного інтелекту в медіапрактиках; 2) використовуючи соціологічні дослідження та опитування інтеграції технологій штучного інтелекту в медіапрактики, проаналізувати динаміку його впровадження (станом на 2024-2025 роки); 3) визначити основні інструменти штучного інтелекту у створенні текстового, візуального та мультимедійного контенту; 4) окреслити етичні виклики, ризики, перспективи, пов'язані з інтеграцією ШІ в журналістську діяльність; 5) описати практики та сформулювати рекомендації використання ШІ українськими медіа станом на 2024-2025 роки .

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Тяпкіна Н.І., доцент	19.09.2025	19.09.2025
Розділ 1	Тяпкіна Н.І., доцент	10.10.2025	10.10.2025
Розділ 2	Тяпкіна Н.І., доцент	30.10.2025	30.10.2025
Висновки	Тяпкіна Н.І., доцент	10.11.2025	10.11.2025

6. Дата видачі завдання: 12.03.2025 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів магістерської роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Узгодити тему та скласти графік виконання роботи	15.09.2025	Виконано
2.	Визначити мету і завдання, написати вступ і зміст	16.09.2025	Виконано
3.	Підібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела	20.09.2025	Виконано
4.	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину	15.12.2024	Виконано
5.	Провести аналіз та написати практичну частину	10.10.2025	Виконано
6.	Пройти попередній захист на кафедрі	20.10.2025	Виконано
7.	Сформулювати висновки та оформити додатки	20.11.2025	Виконано
8.	Здати роботу на нормоконтроль та пройти рецензування	03.12.2025	Виконано

Студент _____ О.Р. Кисельова

Керівник роботи (проекту) Т. І. Тяпкіна

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Н.В. Романюк

ВСТУП

Актуальність дослідження Сучасний медіапростір переживає масштабну трансформацію через впровадження технологій штучного інтелекту. Використання алгоритмів ШІ у журналістиці та медіапрактиках відкриває нові можливості для автоматизації редакційних процесів, створення текстового, візуального та мультимедійного контенту, персоналізації інформаційних потоків і взаємодії з аудиторією.

Водночас, інтеграція у медіа супроводжується низкою викликів: етичними питаннями, ризиком поширення дезінформації, проблемами маркування згенерованого контенту та необхідністю збереження людського контролю. Саме через це дослідження можливостей та перспектив використання штучного інтелекту у журналістиці є актуальним і науково обґрунтованим.

Мета дослідження – схарактеризувати динаміку та перспективи використання штучного інтелекту в медіапрактиках на сучасному етапі розвитку інформаційно-комунікаційних технологій.

Мета роботи передбачає виконання певних *завдань:*

1) актуалізувати питання історії використання штучного інтелекту в медіапрактиках;

2) використовуючи соціологічні дослідження та опитування інтеграції технологій штучного інтелекту в медіапрактики, проаналізувати динаміку його впровадження (станом на 2024-2025 роки);

3) визначити основні інструменти штучного інтелекту у створенні текстового, візуального та мультимедійного контенту;

4) окреслити етичні виклики, ризики, перспективи, пов'язані з інтеграцією ШІ в журналістську діяльність;

5) описати практики та сформулювати рекомендації використання ШІ українськими медіа станом на 2024-2025 роки.

Об’єктом дослідження є всеукраїнські та запорізькі регіональні медіаресурси, що використовують технології штучного інтелекту у процесі

створення, обробки та поширення контенту (сайти «Українська правда», «Суспільне», Instagram-сторінок «SODA», «Запорізький центр розслідувань», «Перший Запорізький», «ЖиЗа», а також канали Запорізького міського молодіжного центру та Широківської селищної ради тощо).

Предметом дослідження є функціональні можливості та перспективи впровадження штучного інтелекту в медіапрактики (станом на 2025 рік).

Теоретико-методологічною основою дослідження є: праці з журналістикознавства та сучасних медіадосліджень, зокрема роботи Ю. Бідзілі, А. Мадей, В. Стєкольщикової, Я. Тюрі, В. Шевченко, Я. Шекеряк-Кушки та інших, присвячені питанням використання штучного інтелекту в медіа, етичним аспектам цифрової журналістики та сучасним практиками роботи з інформацією.

Наукова новизна одержаних результатів:

Уперше: здійснено опис використання штучного інтелекту в практичній діяльності медійних працівників Запорізької області та досліджено культуру застосування інструментів ШІ в запорізьких медіа з погляду на характер та способи їхнього використання.

Удосконалено: опис методології застосування штучного інтелекту для автоматизації створення та обробки контенту у регіональних медіа.

Методи дослідження: аналіз і синтез наукових матеріалів, моніторинг і порівняння практичного застосування ШІ у редакціях, опис кейсів інтеграції інструментів ШІ.

Теоретичне і практичне значення дослідження. Матеріали кваліфікаційної роботи можна застосовувати для подальших наукових робіт, під час написання курсових або дипломних робіт студентами факультету журналістики та у створенні контенту з використанням інструментів ШІ в медіа.

Апробація роботи основні положення та результати дослідження представлені в таких публікаціях:

1. Кисельова О., Тяпкіна. Н. Інтеграція штучного інтелекту в

медіапрактики. *Молодий вчений.* № 6 (137). 2025. С. 1–5. URL: https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/6520/6374

2. Кисельова О. Етичний вимір використання штучного інтелекту в журналістиці. *Scientific Research in the Age of Global Change*: Proceedings of the International Scientific Conference (Amsterdam, Netherlands, 4 November 2025). Bookmundo, 2025. P. 53–56. URL: https://researcheurope.org/wp-content/uploads/2025/11/re-04.11.2025.pdf

Структура магістерської роботи. Структура роботи, зумовлена логікою та об’ємом викладу матеріалу, складається зі вступу, двох розділів, шести підрозділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг магістерської роботи становить 116 сторінок. Список використаної літератури містить 67 джерел.

РОЗДІЛ 1
ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МЕДІАПРАКТИКАХ

1.1 Генезис та розуміння штучного інтелекту в сучасному інформаційному просторі

В епоху інформаційно-комунікаційних технологій та діджеталізації все більшої популярності набувають інструменти штучного інтелекту (далі – ШІ).

До основних понять, які використовуються у ШІ, відносять поняття інтелекту, штучного інтелекту та інтелектуальної задачі. Як зазначають Д. Лубко та С. Шаров, інтелект розглядається як спроможність мозку до мисленнєвої діяльності, тобто до оперування знаннями з метою прийняття рішень щодо певної задачі. Науковці підкреслюють, що інтелект проявляється у здатності людини розв’язувати інтелектуальні завдання шляхом набуття, збереження та цілеспрямованого перетворення знань, що відбувається в процесі навчання, засвоєння життєвого досвіду та адаптації до різноманітних зовнішніх і внутрішніх умов.

Інтелектуальна задача визначається як процес пошуку алгоритму для розв’язання певного класу проблем. До інтелектуальних задач належать ті завдання, для яких не існує строго визначеного алгоритму, що гарантує отримання правильного результату. Інтелектуальною діяльністю, відповідно, вважається процес розв’язання таких задач. Як приклад, можна навести розпізнавання образів, що передбачає визначення належності об’єкта, який спостерігається, до однієї з попередньо встановлених категорій [13].

«Річ у тому, що об’єкти навколишнього середовища володіють властивістю не тільки впливати на органи чуття, але і знаходитися один з одним в певних відносинах. Ясно, що для того, щоб здійснювати в навколишньому середовищі інтелектуальну діяльність (або хоч би просто існувати), необхідно мати знання щодо моделі цього світу. У цій інформаційній моделі навколишнього середовища реальні об’єкти, їх властивості та

відносини між ними не тільки відображаються і запам’ятовуються, але і можуть подумки цілеспрямовано перетворюватися. При цьому істотне те, що формування моделі зовнішнього середовища відбувається «у процесі навчання, отримання життєвого досвіду та адаптації до різноманітних обставин»» – зазначають Д. Лубко та С. Шаров [13, с.12].

Штучний інтелект – це технологія, що дозволяє комп'ютерам навчатися, аналізувати дані та ухвалювати рішення подібно до людини. Замість пасивного виконання команд, системи ШІ використовують алгоритми та моделі для обробки значних обсягів інформації та знаходження в ній корисних закономірностей [38].

Уже сьогодні технології ШІ активно впроваджуються у медіапростір, сприяючи спрощенню та прискоренню багатьох редакційних процесів. Алгоритми дозволяють автоматизувати збір, обробку й аналіз даних, створення текстового та візуального контенту, персоналізацію інформаційних потоків і взаємодію з аудиторією. Такі інструменти здатні не лише зменшити навантаження на журналістів, а й підвищити ефективність комунікації з читачами. Крім того, системи, посилені штучним інтелектом, можуть забезпечувати інформаційну безпеку медіаресурсів – виявляти дезінформацію, запобігати маніпуляціям і відстежувати нетипову активність у цифровому середовищі.

Професорка В. Шевченко наголошує, що явище використання штучного інтелекту в журналістиці описується різними поняттями, і кожне з них підкреслює окремий вимір цього процесу. Зокрема, у фаховій літературі активно вживають термін автоматизована журналістика, який стосується створення новинних матеріалів на основі даних за допомогою алгоритмів – без прямої участі журналіста. До таких матеріалів зазвичай належать фінансові звіти, спортивні результати чи інша інформація, що легко піддається структуризації.

Ще одним поширеним поняттям є алгоритмічна журналістика. Воно виходить за межі автоматичного написання текстів і охоплює ширший спектр

завдань: аналіз великих масивів даних, персоналізацію контенту, рекомендаційні системи та інструменти взаємодії з аудиторією.

Термін обчислювальна журналістика описує застосування комп'ютерних методів і технологій для збору, опрацювання та подання інформації, тоді як роботизована журналістика акцентує на використанні систем ШІ або робототехнічних платформ для створення контенту й заміщення окремих етапів журналістської роботи [40, с.4].

У сучасних дослідженнях штучного інтелекту велике значення приділяється класифікації його функцій та типів, зокрема генеративного та прогностичного ШІ. Ці підходи дозволяють не лише аналізувати наявні дані, а й створювати новий контент або передбачати розвиток подій у різних сферах діяльності. Як зазначає В. Шевченко, «генеративний ШІ призначений для створення нового контенту різних форм: текстів, зображень, аудіо, відео та комп'ютерного коду. Моделі генеративного ШІ навчаються на великих наборах даних, що містять вже існуючу інформацію. За допомогою складних алгоритмів вони вивчають закономірності та взаємозв'язки всередині цих даних, що дозволяє генерувати нові елементи, статистично подібні до навчальної інформації, а не просто скопіювати її. А прогностичний ШІ здійснює аналіз минулого та на основі виявлених закономірностей прогнозує можливі сценарії майбутнього. Він визначає внутрішні взаємозв'язки даних, що стають основою для прогнозування. Такі моделі застосовуються для підтримки стратегічних рішень, оцінки ризиків, прогнозування тенденцій продажів, поведінки аудиторії, роботи обладнання, коливань фінансових ринків та кредитоспроможності. При цьому точність прогнозів залежить від якості та повноти даних, а також від потенційної упередженості інформації, на основі якої навчалася модель. Тому остаточне рішення завжди здійснює людина, яка коригує прогнози, інтерпретує результати та враховує контекст» [41, с.9].

Ідея створення штучного інтелекту має дуже давнє походження. Ще в античні часи винахідники прагнули створювати механізми, здатні рухатися та виконувати дії без участі людини. Такі пристрої називали автоматами – від

грецького терміна, що означає «той, хто діє самостійно».

Одним із перших відомих прикладів вважають механічного голуба А. Тарентського (428 р. до н. е.), який рухався завдяки інженерним принципам свого часу [9].

Справжній технологічний прорив розпочався у XX столітті. У 1914 році на Всесвітній виставці в Парижі іспанський інженер Л. Торрес де Кеведо продемонстрував шахову машину El Ajedrecista – один із перших апаратів, який міг грати в шахи та реагувати на помилки суперника. Його експерименти з автоматизації стали важливим кроком до сучасних концепцій штучного інтелекту [9]. У 1936 році А. Тюрінг запропонував теоретичну модель «машини Тюрінга», що могла виконувати будь-яке обчислювальне завдання за умови коректного програмування. Ця ідея стала фундаментом усього подальшого розвитку комп'ютерних наук і ШІ. Тюрінг також висловлював думку про те, що машини здатні навчатися, що стало основою для появи машинного навчання [7].

Наступним кроком стала поява першого електронного комп'ютера Atanasoff–Berry Computer (ABC), створеного Д. Атанасоффом і К. Беррі у 1939 році. Цей апарат уперше застосував бінарну арифметику та електронні схеми для обчислень, що започаткувало розвиток «електронних мізків» [9].

У 1950 році А. Тюрінг опублікував роботу «Обчислювальні машини та інтелект», де запропонував тест для визначення «мислення» машин – тест Тюрінга. Він полягав у тому, що експерт спілкувався з людиною і машиною та мав визначити, хто є хто. Якщо машина могла переконливо імітувати людину, її вважали здатною до інтелектуальних дій [7].

У 1951 році М. Мінський і Д. Едмундс створили SNARC – першу штучну нейронну мережу, яка імітувала навчання шляхом підкріплення, повторюючи поведінку щура в лабіринті. Це стало прототипом сучасних алгоритмів навчання з підкріпленням [9].

Термін «штучний інтелект» офіційно з'явився в 1956 році на конференції в Дартмуті, яку організували Д. Маккарті, М. Мінський, Н. Рочестер і К. Шеннон. Саме цей захід вважають моментом народження ШІ як окремої науки

[63, с. 5].

Подальший розвиток був стрімким. У 1957 році Ф. Розенблатт створив перцептрон – систему, здатну навчатися розпізнавати прості форми. У 1958 році Д. Маккарті розробив мову програмування Lisp, яка стала базовою для досліджень у галузі ШІ на багато років уперед. А вже в 1959 році А. Семюел представив програму для гри в шашки, яка покращувала свої результати з кожною новою партією, продемонструвавши можливість машинного навчання.

Кінець 1960-х ознаменував появу першого робота, який міг самостійно планувати свої дії, – Shakey. А майже одночасно Д. Вайзенбаум створив програму ELIZA, яка імітувала спілкування з людиною та спровокувала перші етичні дискусії щодо взаємодії людей і машин.

У 1969 році було запропоновано метод зворотного поширення помилки, який дозволив істотно вдосконалити навчання нейронних мереж. У 1970 році з'явилася система SHRDLU, яка могла інтерпретувати команди природною мовою [9].

Попри успіхи, у 1970-х роках галузь пережила період стагнації, який отримав назву «зима штучного інтелекту». Причиною стало те, що реальні можливості комп'ютерів значно відставали від очікувань. Після критичного звіту Д. Лайтхілла (1973) фінансування досліджень різко скоротили, що загальмувало розвиток напрямку [7, 63, с. 5]. Утім, ця криза сприяла формуванню нових підходів, зокрема машинного навчання та еволюційних алгоритмів.

Новий етап активного розвитку почався у 1980-х роках, коли зросла обчислювальна потужність комп'ютерів. Значну роль відіграли роботи Д. Гінтона, Д. Румельгарта та Р. Вільямса, які удосконалили алгоритм зворотного поширення помилки й дали можливість навчати багатошарові нейронні мережі. Паралельно з'явилися еволюційні алгоритми, що імітували природний добір у формуванні програмних рішень.

Кульмінацією розвитку цього періоду стала перемога комп'ютера Deep Blue над чемпіоном світу Г. Каспаровим у 1997 році. Машина могла аналізувати

сотні мільйонів варіантів за секунду, що стало символом технологічного прориву та нових можливостей алгоритмічних систем [7].

Тема інтеграції штучного інтелекту в медіапрактики у вітчизняному журналістикознавстві знаходиться у стані розробки. Зазначимо, «наукове осмислення питання йде услід за практичною діяльністю й на сьогодні лише описує процеси всередині галузі» [10, с. 2]. Станом на 2025 рік штучний інтелект перебуває на абсолютно новому етапі еволюції. Технології вже не лише автоматизують рутинні процеси, а й формують автономні системи, здатні аналізувати інформацію, приймати рішення й виконувати складні дії без людського втручання. Цей перехід визначає глобальні зміни в науці, економіці та суспільстві, формуючи новий формат співіснування людини та інтелектуальних систем.

Узагальнюючи викладене, можна стверджувати, що генезис штучного інтелекту демонструє послідовний перехід від механічних автоматів до складних алгоритмічних систем, здатних до навчання та автономного прийняття рішень. Еволюція концепцій інтелекту, нейромереж та машинного навчання створила підґрунтя для сучасних медіатехнологій, які суттєво трансформують професійну діяльність журналістів. У сучасних умовах ШІ постає не лише технічним інструментом, а й фактором, що визначає напрями розвитку медіакомунікацій і формує нову парадигму взаємодії людини та цифрових систем.

1.2 Динаміка інтеграції штучного інтелекту в медіа

Для аналізу рівня інтеграції технологій штучного інтелекту в українські медіапрактики нами було здійснено порівняння результатів двох всеукраїнських досліджень, проведених у 2024 та 2025 роках. Перше опитування організував Інститут масової інформації (IMI) у червні 2024 року [2], а друге – Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення у червні-липні 2025 року [5]. Порівняння результатів дозволило не лише оцінити динаміку змін за рік, а й

простежити ключові тенденції, такі як зростання попиту на автоматизацію рутинних завдань, підвищення довіри до генеративних систем та розширення спектра завдань, що делегуються ШІ. Отримані дані також дали можливість зробити висновки щодо нерівномірності впровадження технологій між різними типами редакцій, відмінностей у підходах регіональних і національних медіа та окреслити проблемні зони, які все ще стримують повноцінну інтеграцію нових інструментів (Таблиця 1.1).

Таблиця 1.1 – Порівняльна таблиця даних щодо використання ШІ в українських медіа

Критерій	Опитування 2024 року Інститут масової інформації	Опитування 2025 року (Національна рада)
1	2	3
Період проведення	З 11 по 24 червня 2024 року	Червень – липень 2025 року
Кількість респондентів	50 респондентів (журналісти та редактори)	343 респондентів (з 20 областей України)
Методологія	Кількісне анонімне онлайн-опитування за простою випадковою вибіркою	Масштабне дослідження (моніторинг)
Частка активного використання ШІ	22% редакцій використовують ШІ на постійній основі	41,86% українських медіа активно використовують ШІ-інструменти
Частка тих, хто не використовує ШІ	20% журналістів повідомили, що не використовують ШІ	50,4% респондентів поки не застосовують такі технології

За результатами досліджень, близько 22% українських редакцій застосовують ШІ на постійній основі, а ще 41,86% журналістів зазначили, що активно використовують інструменти штучного інтелекту у своїй роботі. Сукупно це демонструє поступове, але стабільне зростання рівня інтеграції

алгоритмів у професійну діяльність медіа. Збільшення показників активного користування свідчить про інституціалізацію ШІ: редакції дедалі частіше розглядають такі інструменти не як експериментальні можливості, а як необхідну складову сучасного медіавиробництва. Розширення застосування ШІ зумовлене збільшенням обсягів інформації, пришвидшенням новинних процесів і зростанням вимог до оперативності, що стимулює редакції оптимізувати рутинні завдання.

Водночас приблизно 20% журналістів зазначили, що не застосовують ШІ у своїй роботі, а за іншими даними, 50,4% респондентів також не використовують такі технології. Відмінність показників пояснюється різними вибірками та методиками двох окремих досліджень. Однак обидва результати демонструють наявність значного сегмента медійників, які поки що утримуються від впровадження ШІ. Серед основних бар'єрів – недовіра до якості згенерованих матеріалів, побоювання щодо порушення авторського права, недостатній рівень цифрової грамотності, а також відсутність відповідних інструментів або внутрішніх політик у редакціях. Це свідчить про нерівномірність технологічного розвитку українського медіасередовища: частина редакцій активно модернізується, тоді як інша залишається в межах традиційних підходів, що формує «технологічний розрив» у галузі.

Порівняння результатів дозволяє відстежити динаміку змін у ставленні журналістів до штучного інтелекту та зростання ролі таких технологій у медіапросторі. Якщо у 2024 році використання ШІ залишалося переважно експериментальним явищем, то вже у 2025 році спостерігається його системне впровадження, зокрема у процеси створення текстів, редагування, аналітики та перекладу (Таблиця 1.2). Розширення функціонального застосування ШІ вказує на те, що редакції починають інтегрувати ці інструменти не точково, а як частину стандартних робочих процесів. Зокрема, журналісти дедалі частіше використовують алгоритми для генерації перших версій текстів, пошуку інформації, структурування великих масивів даних, автоматичного транскрибування інтерв'ю, створення візуального контенту та перекладів. Це

свідчить про формування нової редакційної культури, у якій цифрові асистенти виконують значну частину підготовчої роботи, а журналісти зосереджують увагу на перевірці фактів, інтерпретації даних і формуванні професійного контенту з високими стандартами точності та етичності.

Таким чином, зафіксовані зміни демонструють як кількісне, так і якісне зростання залучення штучного інтелекту в українські медіа. Від експериментального використання у 2023–2024 роках галузь переходить до більш структурованої та методично обґрунтованої інтеграції, що відповідає світовим тенденціям цифрової трансформації журналістики.

Таблиця 1.2 – Найпопулярніші функції штучного інтелекту, які використовують медійники

Функція	Опитування 2024 року Інститут масової інформації	Опитування 2025 року (Національна рада)
Розшифровка/ транскрипція	62% найчастіше використовують для розшифровки інтерв’ю	23,3% використовують розшифровку відео в текст і навпаки
Редагування текстів	21% використовують для виправлення помилок у текстах (граматичних, стилістичних чи орфографічних)	25,1% використовують для редагування тексту
Генерація текстів	21% використовують для написання статей, репортажів, пресрелізів	13,4% використовують для генерації журналістських текстів
Візуальний контент	31% зазначили, що ШІ допомагає їм створювати індивідуальний візуальний контент	Не вказано серед топ-4 функцій
Переклад	Не вказано серед топ-7 функцій	21,3% використовують переклад із розпізнаванням мови

Заголовки та ліди	19% генерують заголовки та ліди	Не вказано серед топ-4 функцій

Отримані результати засвідчують суттєве зростання рівня інтеграції штучного інтелекту в роботу українських медіа. Якщо у 2024 році лише близько п’ятої частини редакцій постійно застосовували ШІ, то вже у 2025 році їхня частка майже подвоїлася. Це свідчить про поступову нормалізацію використання інтелектуальних технологій у професійному середовищі та розширення сфер їх практичного застосування – від допоміжних до творчих і аналітичних функцій.

Попри стрімке зростання популярності ШІ в глобальних медіа, в українському інформаційному просторі про його використання відкрито заявляють лише окремі редакції. Більшість медіа офіційно не підтверджують факт застосування технологій ШІ та не включають відповідних положень до своєї редакційної політики. Разом із тим, аналіз контенту багатьох видань свідчить про наявність матеріалів, створених із застосуванням генеративних інструментів. Публічно визнають використання ШІ у своїй роботі лише «Liga.net», «Mind.ua», «Українська правда», «Главред», «Бабель», «InfoLight.UA, «Online.ua, ITC.ua», «24 канал» та «Суспільне». Основними аспектами використання ШІ в журналістиці В. Шевченко визначила:

- автоматизацію процесів: розшифрування інтерв’ю, пошук і перевірку фактів, переклад текстів, створення аудіоверсій матеріалів, що значно заощаджує час журналістів;

- аналіз даних: опрацювання великих масивів інформації, виявлення трендів, прогнозування тем і поведінки аудиторії;

- створення контенту: генерацію стрічок новин, анотацій, заголовків, чернеток статей, візуальних матеріалів, а також персоналізованого контенту для різних платформ і цільових груп;

- взаємодію з аудиторією: використання чат-ботів і систем рекомендацій,

які відповідають на запитання читачів, надають персоналізовані поради, модерують коментарі, що сприяє підвищенню рівня комунікації та залучення користувачів [40, с. 9].

Для уточнення результатів загальнонаціональних моніторингів і аналізу ситуації на регіональному рівні було проведено власне емпіричне дослідження серед фахівців медіа та комунікацій Запорізької області. Метою опитування стало виявлення специфіки використання інструментів штучного інтелекту у професійній діяльності журналістів, SMM-спеціалістів і комунікаторів, а також визначення основних тенденцій, переваг і ризиків, пов’язаних із впровадженням таких технологій у регіональних медіапрактиках.

Для поглибленого розуміння того, як саме фахівці медіасфери та комунікацій інтегрують інструменти штучного інтелекту у свою професійну діяльність, було проаналізовано профіль учасників опитування. У дослідженні взяли участь 21 респондент (Таблиця 1.3), що представляють різні сегменти українського медіаринку та суміжних комунікаційних сфер.

Попри те, що вибірка є відносно невеликою, вона охоплює широкий спектр професійних ролей і типів організацій, що дозволяє відстежити характерні тенденції впровадження ШІ на різних рівнях – від державних структур до редакцій онлайн-видань. Найбільше представництво мають державні установи та органи місцевого самоврядування – 28,6 %, що свідчить про активне проникнення технологій ШІ у сферу публічних комунікацій. Значну частку займають онлайн-видання (23,8 %), які традиційно є одним із найбільш гнучких та інноваційних сегментів медіаринку. Соцмережі та блоги, які представляють 19 % респондентів, демонструють високий рівень зацікавленості у використанні ШІ для контент-мейкінгу та цифрового маркетингу. Друковані видання (14,3 %) і телебачення (9,5 %) виявили меншу, але все ж помітну залученість, що відповідає загальним тенденціям переходу цих секторів до цифровізації. Частка респондентів, які належать до інших типів організацій, становить 4,8 %, що вказує на точкове, але присутнє використання ШІ у суміжних професіях, зокрема графічному дизайні.

Важливою характеристикою вибірки є і розподіл стажу роботи. Найчисельнішу групу становлять фахівці зі стажем 3–5 років (42,9 %), які вже мають достатню професійну базу і водночас активно освоюють нові технології. Частки респондентів зі стажем менше одного року та 1–3 роки є рівними (по 19 %), що демонструє приток молодих спеціалістів, які входять у професію вже в умовах стрімкого розвитку ШІ. Досвідчені працівники зі стажем 5–10 років становлять 14,3 %, а понад 10 років – лише 4,8 %, що свідчить про те, що найбільш активними користувачами ШІ є фахівці середнього рівня, тоді як найбільш досвідчені медійники долучаються до нових технологій у меншій мірі.

Таким чином, структура вибірки демонструє різноманітність професійних ролей, організаційних форматів та рівнів досвіду, що забезпечує комплексне розуміння того, як інструменти штучного інтелекту інтегруються в реальну практику українських медіа та комунікаційних підрозділів. Це створює підґрунтя для подальшого аналізу характеру, інтенсивності та специфіки використання ШІ у професійній діяльності.

Таблиця 1.3 – Профіль респондентів

Роль у медіа чи комунікаціях	Тип організації/медіа	Стаж роботи
1	2	3
Співробітник/ця державної установи або організації, який веде сторінки в соцмережах	Державна установа / ОМС	1-3 роки
Співробітник/ця державної установи або організації, який веде сторінки в соцмережах	Державна установа / ОМС	1-3 роки
Посада не пов'язана з медіа	Державна установа / ОМС	1-3 роки

SMM-спеціаліст/ка	Соцмережі або блог	3-5 років
SMM-спеціаліст/ка	Соцмережі або блог	Менше 1 року
SMM-спеціаліст/ка	Онлайн-видання	3-5 років

Продовження Таблиці 1.3

1	2	3
Редактор/ка	Друковане видання	Менше 1 року
SMM-спеціаліст/ка	Онлайн-видання	3-5 років
Співробітник/ця державної установи або організації, який веде сторінки в соцмережах	Соцмережі або блог	3-5 років
Посада не пов'язана з медіа: дизайнер поліграфічної продукції	Друковане видання	1-3 роки
SMM-спеціаліст/ка	Соцмережі або блог	3-5 років
Журналіст/ка	Державна установа / ОМС	Менше 1 року
Журналіст/ка	Телебачення	3-5 років
Співробітник/ця державної установи або організації, який веде сторінки в соцмережах	Онлайн-видання	Менше 1 року
Редактор/ка	Телебачення	5-10 років
Журналіст/ка	Онлайн-видання	5-10 років
Співробітник/ця державної установи або організації, який веде сторінки в соцмережах	Державна установа / ОМС	5-10 років

Комунікаційник	Онлайн-видання	3-5 років
SMM-спеціаліст/ка	Державна установа / ОМС	3-5 років
Редактор/ка	Онлайн-видання	Понад 10 років
Посада не пов'язана з медіа: графічний дизайнер	Друковане видання	3-5 років

Для всебічного аналізу характеру використання інструментів штучного інтелекту фахівцями медійної та комунікаційної сфери було здійснено детальне опрацювання відповідей респондентів щодо трьох ключових аспектів: типів завдань, для яких застосовується ШІ, частоти використання інструментів, а також платформ та сервісів, яким надається перевага. Отримані дані показали, що інтеграція ШІ в професійні процеси українських медійників має системний і багатовимірний характер, охоплюючи як рутинні редакційні операції, так і складні мультимедійні виробничі цикли – дані аналізу подані в Таблиці 1.4 (Додаток А).

Аналіз отриманих даних демонструє, що «ChatGPT» є беззаперечним лідером серед інструментів штучного інтелекту для роботи в медіа. Платформа використовується практично для всіх видів текстової діяльності: генерації статей, новин і постів, створення заголовків і лід-абзаців, редагування та коректури. Інші сервіси – такі як «Adobe Firefly», «Midjourney», «Runway», «Suno AI», «Krea AI», «Leonardo AI» тощо – переважно виконують допоміжні функції, зокрема пов’язані з візуалізацією, аналітикою даних, відеопродакшном і роботою з аудіоконтентом, що дозволяє ефективно поєднувати творчі та технічні аспекти редакційної діяльності.

Популярність «ChatGPT» серед українських медійників обумовлена його інтуїтивно зрозумілим інтерфейсом та відсутністю необхідності у спеціальній підготовці. Більшість респондентів зазначили, що користуються платформою щодня, оскільки вона легко інтегрується в робочі процеси та дозволяє оперативно формулювати запити й отримувати готовий контент без складних

налаштувань. Коментарі учасників підкреслюють, що сервіс здатний вирішувати широкий спектр редакційних завдань: від створення текстів і

Продовження Таблиці 1.5

, під різні формати, аудиторії й інформаційні платформи. Окрім того, «ChatGPT» часто використовується як інструмент для генерування ідей, структурування інформації та підготовки чернеток, що значно підвищує продуктивність і креативність фахівців [10, с. 4].

Респонденти відзначили також, що регулярні оновлення моделі та вдосконалення алгоритмів «OpenAI» підтримують актуальність і високу якість роботи сервісу, зміцнюючи довіру користувачів і забезпечуючи його стабільний розвиток у професійних середовищах. Незважаючи на окремі недоліки – зокрема необхідність перевірки достовірності сформованих даних – більшість учасників опитування вважають «ChatGPT» інструментом, який підвищує точність, оперативність і гнучкість редакційної роботи.

Водночас невелика частка респондентів заявила про повну відсутність використання ШІ, що може бути пов’язано з браком знань про можливості технологій, низьким рівнем довіри або специфікою професійних функцій. Це свідчить про нерівномірність упровадження інтелектуальних технологій, однак загальна тенденція демонструє їх стрімке проникнення в українську медіасферу.

Таким чином, результати дослідження дозволяють зробити висновок, що технології штучного інтелекту поступово перетворюються на невіддільну частину сучасних редакційних процесів – від швидкого створення текстового контенту до продуктивної роботи з мультимедіа. Розширення інструментарію та підвищення частоти використання ШІ підтверджують формування в Україні нової технологічно орієнтованої моделі медіавиробництва. Третім напрямом дослідження стало з’ясування, які труднощі виникають у роботі з ШІ, які навички необхідні для ефективного використання інструментів, та які функції ШІ мають найбільший потенціал для розвитку медіа та комунікацій – дані аналізу подані в Таблиці 1.5 (Додаток Б).

Аналіз відповідей респондентів показує, що ключові труднощі при використанні систем штучного інтелекту у сфері медіа та комунікацій пов’язані

насамперед із якістю генерації та інтерпретації запитів. Значна частина учасників зазначила, що ШІ не завжди коректно розуміє сформульовані завдання або видає хибні відповіді, що потребують додаткової перевірки. Поширеними є труднощі з написанням промтів: респонденти наголошували, що для отримання якісного результату необхідно дуже точно формулювати запит, оскільки нечіткі інструкції призводять до нерелевантних відповідей. Частина учасників також звернула увагу на ризики втрати власних аналітичних навичок, можливість вигадування фактів, необхідність ретельного фактчекінгу, а також питання конфіденційності та збирання даних. Серед технічних складнощів було зазначено нерівномірність якості текстів, упередженість моделей, низьку якість зображень та високу вартість підписки.

Водночас респонденти окреслили набір навичок, які є найважливішими для ефективної роботи з ШІ. На першому місці – уміння правильно формулювати промти, точність постановки завдань і розуміння принципів роботи моделей. Найчастіше згадувалися критичне мислення, фактчекінг, грамотність, здатність аналізувати результати роботи ШІ та перевіряти їх на достовірність. До переліку необхідних компетентностей також увійшли креативність, комунікаційні навички, візуальна грамотність, розуміння галузевих особливостей та медіаграмотність. Частина респондентів підкреслила потребу працювати з різними типами ШІ та оцінювати їхні сильні й слабкі сторони. Декілька учасників наголосили, що додаткових навичок їм не потрібно, що вказує на високий рівень адаптації окремих фахівців до роботи з ШІ.

Стосовно перспектив розвитку інструментів ШІ у медіа та комунікаціях більшість опитаних вбачає найбільший потенціал у генерації мультимедійного контенту: текстів, зображень, відео, аудіо та аналітичних звітів. Значна кількість респондентів назвала автоматизовану аналітику, розшифровку відео, персоналізовані новинні стрічки, а також швидку візуалізацію даних ключовими напрямами розвитку технологій. Окремі відповіді вказують на важливість сценарного моделювання, інструментів кризових комунікацій,

систем фактчекінгу та автоматичного створення новинних дайджестів. Частина респондентів підкреслила, що саме ШІ допомагає оптимізувати рутинні завдання, звільняючи час для виконання складніших і творчих функцій, що посилює його значення у професійній діяльності медійників.

Окрім структурованих даних, опитування передбачало кількісні запитання щодо ставлення фахівців медіа та комунікацій до використання ШІ у професійній діяльності. Результати показали різні аспекти сприйняття інструментів штучного інтелекту, що дозволяє оцінити їхній вплив на робочі процеси та професійну практику медійників.

На питання про заміну ШІ робочих функцій медійників 11 респондентів (52,4%) зазначили, що інструменти ШІ виконують лише частину роботи, один респондент (4,8%) вважає, що заміна повна, тоді як 9 осіб (42,9%) вважають, що ШІ не замінює роботу медійників. Це свідчить про те, що більшість спеціалістів сприймають ШІ як допоміжний інструмент, який доповнює, але не замінює професійні навички.

Щодо підвищення ефективності роботи, 13 респондентів (61,9%) відзначили значний позитивний вплив ШІ, ще 7 осіб (33,3%) вказали на частковий ефект, один респондент (4,8%) зазначив, що результат не помітний. Таким чином, впровадження ШІ в робочі процеси переважно сприймається як засіб підвищення продуктивності та оптимізації часу.

Аналіз економії робочого часу свідчить, що 14 опитаних (66,7%) відчули значну економію завдяки використанню ШІ, 6 осіб (28,6%) відмітили незначну економію, і лише один респондент (4,8%) не зафіксував економії. Це підтверджує, що ШІ допомагає швидше виконувати рутинні та повторювані завдання, звільняючи час для більш складних або креативних задач.

Щодо впливу на креативність та власний стиль контенту, результати виявили розподіл думок: 6 респондентів (28,6%) вважають, що ШІ підвищує креативність, 8 осіб (38,1%) відчувають зниження творчої складової, і 7 респондентів (33,3%) не відзначили впливу. Це демонструє, що інтеграція ШІ потребує критичного підходу для збереження унікального стилю медійного

продукту.

На питання про перспективи використання ШІ у медіа протягом найближчих п’яти років 17 респондентів (81%) висловили впевненість у його інтеграції, 2 особи (9,5%) не погодилися, і ще 2 респондента (9,5%) не змогли дати однозначну відповідь. Така оцінка свідчить про очікувану стійку інтеграцію технологій ШІ в професійні медіа-практики.

Нарешті, щодо важливості знань з етики та безпеки при роботі з ШІ, 11 респондентів (52,4%) вважають це дуже важливим, 8 осіб (38,1%) – важливим, і 2 респонденти (9,5%) – не дуже важливим. Результати підкреслюють, що поряд із технологічними компетенціями медійникам необхідно приділяти увагу етичним аспектам роботи з генеративним ШІ та питанням достовірності контенту.

Таким чином, опитування свідчить про те, що більшість фахівців медіа та комунікацій сприймають ШІ як ефективний інструмент для підвищення продуктивності та оптимізації робочих процесів. Водночас вони відзначають потребу у контролі якості, критичному аналізі результатів і дотриманні етичних норм, що підтверджує комплексний характер інтеграції ШІ у професійну діяльність.

Через невелику вибірку результати мають дослідницький характер і не претендують на репрезентативність у галузі, проте окреслюють тенденції та проблеми.

Запорізькі журналісти показують загальні тенденції використання ШІ в Україні. Дані всеукраїнського опитування, проведеного компанією «Rakuten Viber» у 2025 році, підтверджують виявлену у нашому дослідженні тенденцію про беззаперечне домінування «ChatGPT» серед усіх відомих інструментів штучного інтелекту. На питання «Про які з перелічених ШІ-інструментів ви чули?» 85% респондентів назвали саме «ChatGPT», тоді як інші платформи продемонстрували значно нижчі показники впізнаваності: «Google Gemini» (64%), «Microsoft Copilot» (20%), «Midjourney» (11%), «Claude» (8%), «DALL-E» (7%), «Perplexity AI» (5%). Лише 3% опитаних відповіли, що не чули

про жоден із наведених сервісів [21]. Такий розрив у показниках упізнаваності демонструє не лише технічну перевагу, а й ефект бренду «ChatGPT», який став своєрідним синонімом самого поняття «штучний інтелект» у масовій свідомості українців. Іншими словами, для більшості користувачів «використовувати ШІ» означає «користуватися ChatGPT». Аналогічні явища спостерігалися раніше в інших сферах, коли назва окремого комерційного продукту замінювала собою цілу категорію понять – подібно до того, як назви «Google» або «Photoshop» стали загальними позначеннями дій «шукати» чи «редагувати» [10, с. 4; 21]. У контексті медіадосліджень таке явище може впливати як на структуру технологічних практик редакцій, так і на формування очікувань аудиторії щодо можливостей та функціональності ШІ.

Інтеграція штучного інтелекту в українські медіа розвивається поступово: одні редакції вже активно застосовують його у щоденній роботі, інші – ставляться обережно через етичні ризики, технічні труднощі та нестачу досвіду. Попри цю нерівномірність, загальна динаміка свідчить, що ШІ дедалі впевненіше стає частиною сучасних медіапрактик, змінюючи підходи до створення та обробки контенту.

1.3 Етичні засади, виклики та ризики, пов'язані з інтеграцією штучного інтелекту в журналістику

На сучасному етапі розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, спостерігаючи за стрімким попитом на використання ШІ у міжнародних та всеукраїнських медіапрактиках, можна відзначити прогресуючу роль цього феномену в генеруванні контенту [56, с. 53]. ШІ стає не лише інструментом автоматизації, але й фактором формування нових стандартів журналістики, змінюючи підходи до підготовки, подання та поширення інформації.

Комісія з журналістської етики щодо використання штучного інтелекту для створення журналістських матеріалів в 2023 році визначила рекомендації журналістам і редакціям:

Журналістам слід ретельно досліджувати переваги та нові можливості, які відкривають сучасні моделі штучного інтелекту. Ці технології не лише здатні оптимізувати окремі редакційні процеси та надавати допомогу журналістам у їхній професійній діяльності, але й здатні трансформувати медіа-середовище загалом. Тому медійним працівникам необхідно бути готовими до адаптації до таких змін, водночас дотримуючись усталених професійних і етичних стандартів.

Водночас слід усвідомлювати обмеженість функціональних можливостей генеративних моделей штучного інтелекту. Вони можуть створювати тексти, що нагадують аналогічні матеріали з інших медіа, однак не здатні відрізняти правду від неправди, визначати оригінальність тексту та плагіат, перевіряти факти, критично мислити або уникати упередженостей. Відповідальність за достовірність і якість журналістського матеріалу завжди лежить на авторі та редакції, навіть якщо під час підготовки матеріалу використовувався штучний інтелект. Використання ШІ не звільняє журналістів від обов'язку перевіряти факти у надійних джерелах, контролювати достовірність і релевантність посилань на джерела, коректність цитат, забезпечувати надання контексту, чітко розмежовувати факти й оцінки, дотримуватися балансу думок та уникати дискримінаційних висловлювань. У разі виявлення помилок журналіст має їх визнавати та виправляти.

Досвід іноземних медіа, які вже запровадили політики використання штучного інтелекту, демонструє різноманітні підходи до регулювання технологічної інтеграції. Редакції активно впроваджують внутрішні аудит-структури для оцінки матеріалів, створених за допомогою ШІ, що передбачає аналіз на упередженість, відповідність професійним стандартам та потенційний вплив контенту на аудиторію. Постдокторант Лабораторії штучного інтелекту, медіа та демократії в Амстердамі Г. Кулс і професор обчислювальної журналістики Північно-Західного університету Н. Діакопулос проаналізували 21 редакцію у США, Європі та низці інших країн, які опублікували власні політики й підходи до застосування ШІ [51]. На основі

цього аналізу вони виокремили такі ключові напрямки:

- Нагляд («рекомендації згадують нагляд і свідомо пов'язують його з важливістю значущої людської участі у процесах використання ШІ, зокрема через додаткове редагування та фактчекінг результатів перед публікацією. Новинні організації також відкидають ідею заміни журналістів машинами, наголошуючи на ключовій ролі людини у прийнятті редакційних рішень») [51]. Ефективний нагляд забезпечує відповідальне використання ШІ в медіа та зберігає ключову роль людини у прийнятті редакційних рішень. це допомагає уникнути повної автоматизації журналістики і підвищує довіру аудиторії.

- Прозорість («згадки про прозорість стосуються вимоги маркувати контент, створений ШІ, у спосіб, зрозумілий для аудиторії. Однак у практичному сенсі ці підходи інколи залишаються нечіткими», «The Guardian» заявляє про відкритість перед читачами у випадках використання генеративного ШІ; «CBC» гарантує «відсутність сюрпризів» та обіцяє чітко позначати такий контент: «ми не використовуватимемо і не презентуватимемо контент, створений ШІ, без повного розкриття». Ці підходи застосовують «ANP», «Mediahuis», Бельгійська медіарада «RVDJ», «DPA» та Німецька асоціація журналістів «DJV», які наголошують, що ШІ-контент має бути позначений однозначно») [51]. Маркування контенту, створеного ШІ, підвищує довіру аудиторії та сприяє зрозумілості інформації. однак практична реалізація цих вимог ще потребує удосконалення та чітких стандартів.

- Заборонене і дозволене використання («редакції визначають як заборонені, так і дозволені практики застосування генеративного ШІ, інколи додаючи винятки за умови забезпечення прозорості, відповідальності та підзвітності. Значна увага приділяється використанню зображень, створених ШІ», наприклад, американське онлайн-видання «Insider» дозволяє журналістам використовувати ШІ для створення «планів історій, SEO-заголовків, копірайтингу, формування питань для інтерв'ю, пояснення складних концепцій та узагальнення попередніх публікацій». Водночас «Insider» чітко забороняє використання ШІ для написання текстів замість журналіста. Щодо зображень

редакція підкреслює необхідність «ширшого обговорення, перш ніж ухвалити рішення про їх використання») [51]. Чітке визначення дозволених і заборонених практик зменшує ризики неправомірного застосування ШІ. це дозволяє журналістам використовувати інструменти для допоміжних задач, не замінюючи їхню основну роботу.

- Підзвітність та відповідальність («у рекомендаціях часто підкреслюються підзвітність і відповідальність за опублікований контент, а також цінності точності, справедливості, оригінальності й прозорості. Редакції впроваджують механізми контролю за використанням продуктів ШІ та надають перевагу технічно надійним і безпечним системам», «Financial Times» наголошує, що «їхня місія – створювати журналістику найвищих стандартів – стає ще важливішою в епоху стрімких технологічних змін». Редакція підкреслює свою відповідальність «бути прозорою, повідомляти факти та шукати правду») [51]. Механізми підзвітності забезпечують контроль за контентом та дотримання професійних стандартів. відповідальність редакцій за якість і точність матеріалів підвищує довіру суспільства до медіа.

- Конфіденційність («конфіденційність розглядається в контексті захисту джерел та обережного поводження з конфіденційними даними при взаємодії з зовнішніми ШІ-платформами. Рекомендації наголошують на неприпустимості передачі неопублікованого або конфіденційного контенту генеративним інструментам», так, наприклад, «Reuters» заявляє, що забезпечення конфіденційності є пріоритетом у використанні ШІ та даних; «CBC» також зазначає, що «не подаватиме конфіденційний або неопублікований контент у генеративні ШІ-інструменти з будь-якої причини») [51]. Захист джерел і обережне поводження з даними є критично важливими при використанні ШІ. дотримання конфіденційності зменшує ризики витоку чутливої інформації та шкоди репутації.

- Обережні експерименти («згадки про експерименти пов’язуються з дослідницьким підходом, допитливістю та водночас критичністю у роботі з новими інструментами. Значну увагу приділено перевірці достовірності

результатів, створених ШІ, з огляду на ризики дезінформації та «спотворення правди», британське видання «Financial Times» у листі від редактора підкреслює готовність застосовувати ШІ для покращення сервісів для читачів, але водночас наголошує на необхідності відповідального експериментування. Видання створює внутрішню команде для тестування ШІ та фіксує всі експерименти у внутрішньому реєстрі») [51]. Тестування ШІ у контрольованих умовах дозволяє оцінити ефективність і потенційні ризики технологій. систематичний підхід до експериментів запобігає поширенню дезінформації.

- Стратегічний намір використання («у деяких документах редакції визначають стратегічні мотиви застосування ШІ: підвищення якості, оригінальності, швидкості роботи, без наміру заміни журналіста, а також збереження незалежності й неупередженості», «Insider» підкреслює, що ШІ має покращувати роботу журналістів, але «це залишається вашою роботою, і ви несете за неї відповідальність». «ANP», «Нідерландське пресагентство», наголошує на важливості обережного застосування генеративного ШІ для збереження своєї неупередженості») [51]. Чіткі цілі застосування ШІ підвищують ефективність роботи редакцій і зберігають їхні цінності. стратегічний підхід дозволяє поєднувати інновації з відповідальністю журналістів.

- Навчання («питання навчання згадуються нечасто, однак коли воно фігурує, то пов’язується зі зменшенням ризиків, підвищенням відповідальності та прозорості», «Mediahuis» вказує на необхідність встановлення вимог до навчання працівників, відповідальних за рішення щодо ШІ; «DJV» підкреслює, що робота з ШІ має бути складовою базової та подальшої підготовки журналістів») [51]. Підготовка та навчання персоналу сприяють зменшенню ризиків і підвищенню відповідальності при використанні ШІ. постійне навчання допомагає журналістам адаптуватися до нових технологій.

- Упередження («The Guardian» прямо акцентує на проблемі упередженості у генеративному ШІ та заявляє, що редакція «захищатиме від небезпек упередженості, закладених у генеративних інструментах та їхніх

навчальних наборах»») [51]. Виявлення та запобігання упередженості в алгоритмах підвищує об’єктивність контенту. це забезпечує справедливе висвітлення інформації для всієї аудиторії.

- Адаптивність рекомендацій («редакції визнають динамічність розвитку ШІ, що потребує регулярного оновлення політик. Наприклад, бразильське цифрове агентство «Nucleo» зазначає, що його політика використання генеративного ШІ «постійно змінюється і може оновлюватися» відповідно до появи нових ризиків») [51]. Регулярне оновлення політик дозволяє реагувати на швидкі зміни у технологіях ШІ. Адаптивність забезпечує своєчасне управління ризиками та підтримує актуальність стандартів.

- Ланцюг постачання («Німецька асоціація журналістів» («DJV») наголошує на необхідності точності в роботі з даними та закликає редакції створювати власні бази даних, щоб зменшити залежність від комерційних технологічних компаній. Це сприяє підвищенню незалежності медіа та якості контенту») [51]. Точність і контроль даних у редакціях підвищують якість контенту та незалежність медіа. власні бази даних зменшують залежність від комерційних провайдерів.

- Відповідність закону («DPA», «Німецьке пресагентство», заявляє про використання лише тих інструментів ШІ, які відповідають чинному законодавству та етичним цінностям – автономії людини, справедливості, демократичним принципам. «DJV» також закликає законодавців запровадити обов’язкове маркування контенту, створеного ШІ») [51]. Дотримання законодавства та етичних стандартів забезпечує легітимність використання ШІ. обов’язкове маркування контенту створює прозорі правила для всіх учасників медіа-середовища.

- Персоналізація та зворотний зв’язок користувачів («DJV» підкреслює, що персоналізація контенту за допомогою ШІ має бути збалансованою, а користувачі повинні мати можливість змінювати критерії відбору або повністю відключати персоналізацію. «Mediahuis» заохочує аудиторію залишати зворотний зв’язок і переглядати свої дані, підкреслюючи важливість прозорості

та орієнтації на користувача») [51]. Відповідальна персоналізація підвищує задоволення аудиторії і захищає її права. інтерактивний зворотний зв’язок сприяє прозорості та адаптації контенту під потреби користувачів.

У нашій державі відбувається також унормування використання ШІ в роботі журналіста.

У деяких редакціях працівникам дозволяють використовувати ШІ для генерації ідей або заголовків, але не для створення текстів. В інших медіа журналісти мають ширші можливості експериментувати з генеративними моделями у процесі підготовки матеріалів. У всіх випадках остаточне рішення щодо публікації матеріалу залишається за людиною, а не машиною. Комісія з журналістської етики наголошує на неприпустимості автоматичної публікації згенерованих ШІ матеріалів без перевірки та редагування.

Крім того, журналісти мають повідомляти аудиторію про використання ШІ при створенні матеріалів – як текстових, так і графічних або відео. Це може бути оформлено у вигляді дисклеймерів: «Цей матеріал частково написаний з використанням штучного інтелекту, після чого всі факти перевірені журналістом», або «Текст цього матеріалу створено ШІ та відредаговано журналістом», чи «Фото/зображення згенеровано ШІ для захисту та безпеки джерела інформації». Комісія не рекомендує використовувати зображення, створені ШІ, для ілюстрації актуальних новин, навіть за наявності дисклеймера. Також слід обережно впроваджувати алгоритми у виборі заголовків або відео та уникати маніпулятивних практик для залучення трафіку, наприклад, заголовків з «мовою ворожнечі», які збільшують охоплення. Дисклеймери стають не просто формальністю, а елементом етичного маркування контенту, що підвищує прозорість і довіру до медіа. Також слід впроваджувати внутрішні механізми перевірки і модерації мультимедійного контенту для запобігання поширенню маніпуляцій та фейків.

Згенеровані ШІ тексти, що входять до журналістських матеріалів, необхідно перевіряти на оригінальність, оскільки генеративні моделі можуть запозичувати думки та фрази з існуючих джерел, що створює ризик плагіату для

журналістів, які використають такий текст. Важливо враховувати, що моделі та системи ШІ відображають людські цінності та упередження, тому вони можуть містити гендерні стереотипи та інші дискримінаційні елементи. За даними Harvard Business Review, прикладами таких упереджень є алгоритми обробки природної мови в «Alexa» та «Siri». Тому журналістам і редакціям слід додатково перевіряти тексти на наявність дискримінаційних висловлювань та гендерних стереотипів.

Медійним працівникам не слід сприймати ШІ як джерело абсолютної істини або авторитетну оцінку, зокрема уникати заголовків на кшталт «Що думає ChatGPT про…». Подібні матеріали мають розважальне або додаткове значення, але не можуть замінювати перевірку фактів або аргументацію, засновану на доказах. Особливу увагу журналісти повинні приділяти розкриттю фейків і маніпуляцій, що набувають нового рівня завдяки використанню штучного інтелекту, що є актуальною проблемою для України у контексті повномасштабного російського вторгнення та інформаційних атак російської пропаганди.

Також існує ризик витоку чутливих персональних даних під час взаємодії журналіста з генеративними моделями. Журналіст не завжди може контролювати обробку запиту, доступ до даних або їх збереження у майбутньому. Тому Комісія з журналістської етики рекомендує не передавати ШІ персональні дані героїв матеріалів або будь-яку конфіденційну інформацію [28]. Значним ризиком є потенційний витік персональних та конфіденційних даних під час використання генеративних моделей, що підкреслює необхідність суворої політики безпеки даних і заборони передачі особистої інформації третім сторонам.

Важливість впровадження дорожньої карти, яка буде регулювати використання ШІ в Україні, відмітив Віцепрем’єр-міністр з інновацій, розвитку освіти, науки та технологій – Міністр цифрової трансформації Михайло Федоров: «Штучний інтелект впливає на кожну сферу життя держави, трансформує освіту, оборону, тощо. Україна має чітко визначити свій шлях у цій

сфері. Тому ми працюємо над Стратегією розвитку штучного інтелекту до 2030 року. Вона стане дорожньою картою, як держава інтегруватиме ШІ у державне управління, медицину, економіку, безпеку, освіту і як штучний інтелект може змінити ці сфери. Опитування щодо Стратегії допоможе нам врахувати реальні потреби суспільства і сформувати політику у напрямі ШІ, яка відкриватиме нові можливості для бізнесу і держави» [17]. У січні 2025 року Міністерство цифрової трансформації України спільно з міжнародними партнерами оприлюднило рекомендації щодо відповідального використання ШІ в медіа [27], спираючись на положення та принципи, розроблені Комісією з журналістської етики ще у 2023 році [28].

«Штучний інтелект активно використовується для створення контенту в «промислових» масштабах, включаючи сферу медіа. Проте стандарти взаємодії з нейромережами ще не повністю визначені. Тому ми розробили рекомендації, які пояснюють, як медіа повинні співпрацювати з системами штучного інтелекту, щоб уникнути ризиків і запобігти фінансовим та репутаційним збиткам. Ми хочемо, щоб українські медіа розуміли, що ШІ – це все ж інструмент у руках людини. Він далеко не ідеальний, тому потрібно відповідально використовувати його в роботі. Як саме – відповіді в документі», – зазначив заступник Міністра цифрової трансформації О. Борняков [27].

Додатково, документ містить приклади кейсів і алгоритми внутрішнього контролю, які допомагають редакціям впроваджувати ШІ без шкоди для етичних стандартів та довіри аудиторії.

Документ ознайомлює українських журналістів із сучасними практиками ефективного, безпечного і прозорого впровадження ШІ в медіасфері. У рекомендаціях підкреслюється, що жоден алгоритм не може звільняти журналіста від відповідальності за достовірність інформації, а технології мають залишатися лише інструментом, а не автором контенту. Таким чином, Міністерство послідовно підтримує ідею, що в умовах автоматизації процесів творення контенту особливої ваги набуває етичний вимір журналістики, який визначає її «людяність» та довіру аудиторії. Довіра чи недовіра аудиторії

пов’язується, передусім, з ключовим недоліком використання штучного інтелекту в журналістиці – схильністю алгоритмів до вигадування фактів, що в науковій літературі часто позначається терміном «hallucination». Навіть високотехнологічні моделі ШІ можуть генерувати інформацію, яка здається правдоподібною, але не має реального підтвердження. Така особливість створює ризик поширення дезінформації, адже журналісти, спираючись на автоматично згенерований контент без ретельної перевірки, можуть ненавмисно вводити аудиторію в оману. Це підкреслює потребу у формуванні спеціалізованих навчальних програм для журналістів із критичного використання ШІ та методів фактчекінгу. Цей феномен підкреслює необхідність людського контролю, критичної оцінки та фактчекінгу, адже ШІ може бути ефективним інструментом, але ніколи не замінить професійну відповідальність людини за достовірність інформації [56, с. 54].

Медіапрактики демонструють спроби систематизовувати етичні принципи застосування ШІ в медіа. Так, «Комісія з журналістської етики», «Associated Press», «The Guardian», «BBC», «Reuters», «CNET», «WIRED» та «DPA» виокремили сім головних принципів використання ШІ в журналістиці:

- ШІ має бути інструментом-помічником для працівників медіасфери, що оптимізує процеси й знімає рутинне навантаження;

- відповідальність за створення, перевірку та якість контенту, зокрема створеного за допомогою ШІ, лежить на авторах та редакціях;

- медіа повинні використовувати ШІ прозоро, повідомляючи аудиторію про його застосування;

- використання ШІ має відповідати етичним стандартам, поважати авторські права, уникати фальсифікацій і дискримінацій;

- журналісти повинні зберігати професійні стандарти незалежно від інструментів створення контенту;

- заборонено передавати ШІ персональні дані героїв чи співрозмовників;

- медіа повинні адаптуватися до постійних технологічних змін, зберігаючи при цьому етичну стабільність [56, с.54].

Додатково підкреслюється важливість документування процесів використання ШІ, ведення журналів змін і регулярного аудиту контенту для забезпечення відповідності зазначеним принципам.

Як зазначає кандидатка наук із соціальних комунікацій А. Мадей, ШІ має бути інструментом-помічником для працівників медіасфери, що оптимізує процеси й знімає рутинне навантаження.

Відповідальність за створення, перевірку та якість контенту, зокрема створеного за допомогою ШІ, лежить на авторах та редакціях.

Медіа повинні використовувати ШІ прозоро, повідомляючи аудиторію про його застосування.

Використання ШІ має відповідати етичним стандартам, поважати авторські права, уникати фальсифікацій і дискримінацій.

Журналісти повинні зберігати професійні стандарти незалежно від інструментів створення контенту.

Заборонено передавати ШІ персональні дані героїв чи співрозмовників.

Медіа повинні адаптуватися до постійних технологічних змін, зберігаючи при цьому етичну стабільність [15 с. 59–61].

Наведені принципи мають бути інтегровані в кодекси професійної етики. Майбутнє української журналістики залежить не лише від технологій, а й від морально-етичних засад їхнього використання. Якщо медіа навчаться балансувати між швидкістю публікацій, точністю фактів і прозорістю застосування ШІ, вони зможуть зміцнити довіру суспільства навіть у цифрову епоху. Водночас постає питання: чи здатна автоматизована система навчитися етиці, чи це привілей лише людини? Можливо, справжній виклик полягає не у розвитку алгоритмів, а у розвитку свідомості тих, хто ними користується.

Українські медіа вже демонструють вражаючі приклади впровадження ШІ. Наприклад, як повідомляє кандидат наук із соціальних комунікацій О. Джолос [18], ШІ успішно пише й редагує тексти, озвучує та монтує відео для онлайн-проєктів, зокрема на «Бабелі» та в іномовленні «UATV English» і «The Gaze». Проте виникають морально-етичні питання, пов’язані з використанням

аватарів ведучих. Аудиторія часто не розрізняє цифрового клона від справжньої людини, що може підривати довіру та спотворювати сприйняття інформації. Як зазначав медіаменеджер Роман Андрейко, технології мають працювати під контролем людини, а етичне маркування контенту має бути прозорим і постійним.

Ці кейси демонструють, що технологічні інновації в медіа безпосередньо пов’язані з питаннями моралі. Навіть якщо ШІ підвищує ефективність та знімає рутинне навантаження з журналістів, штучний інтелект не може стати самостійним суб’єктом етичної відповідальності. Важливо, щоб цифрові ведучі й автоматизовані алгоритми залишалися інструментами, а не заміщали людську творчість і критичне мислення [56, с. 54–55].

Як зазначає журналіст О. Козир, динамічне впровадження технологій штучного інтелекту в роботу медіа відкриває широкі можливості для оптимізації процесів, проте одночасно супроводжується низкою суттєвих ризиків. Ці ризики актуалізують потребу у виробленні спільних регуляцій, професійних стандартів та етичних орієнтирів, які спиралися б на міжнародний досвід і водночас відповідали б специфіці українського інформаційного простору. Оскільки виклики є спільними для всіх медіаучасників, важливо формувати універсальну рамку рекомендацій, що забезпечить відповідальне та безпечне використання ШІ. На основі практик провідних медіаорганізацій окреслюється кілька принципових положень, які формують каркас етичної політики використання ШІ.

По-перше, необхідним є чітке визначення цілей застосування технологій та вибудова гнучких механізмів їхнього впровадження в різні напрями редакційної роботи. Важливо, щоб розроблення таких політик відбувалося за участі представників редакції, технічних підрозділів, юридичного відділу, фахівців із даних та аналітиків аудиторії.

По-друге, дієва стратегія потребує створення системи постійного контролю та підтримки, яка забезпечуватиме дотримання етичних норм і включатиме призначення відповідальних осіб – керівників чи редакторів, що

координуватимуть процес інтеграції ШІ.

По-третє, важливо залучати широкий спектр спеціалістів – від дослідників аудиторії до продакт-менеджерів та експертів із цифрової безпеки, адже різноманітність професійних поглядів дозволяє уникнути помилкових або однобоких рішень.

По-четверте, усередині медіаорганізацій має бути налагоджена відкрита комунікація щодо принципів використання ШІ, а назовні – прозора звітність перед аудиторією.

По-п’яте, важливо регулярно оцінювати результати застосування ШІ, фіксувати проблеми, аналізувати помилки та коригувати політики відповідно до реальних викликів і технологічної динаміки.

Потреба у таких підходах зумовлена тим, що неконтрольоване або непрофесійне використання ШІ може створювати серйозні загрози для медіасередовища. Одним із ключових ризиків є потенційне відтворення дезінформації. Моделі ШІ працюють на основі даних із відкритих джерел, серед яких нерідко містяться фейки, пропагандистські матеріали чи неперевірені твердження. Унаслідок цього навіть правильно сформульований журналістський запит може генерувати контент, що містить неточності або маніпуляції.

Окрему особливу небезпеку становить використання технологій ШІ для поведінкових маніпуляцій. Такі системи здатні впливати на користувачів через аудіо- чи відеостимулятори, що не усвідомлюються людиною, або через складні приховані механізми персоналізованого впливу. У європейських нормативних актах такі практики класифікуються як потенційно шкідливі для фізичного й психологічного стану людини та її фінансової безпеки, а тому підлягають обмеженню чи забороні.

Небезпеку становлять маніпулятивні методи, що використовують можливості ШІ для впливу на поведінку людей. Такі системи здатні через аудіо- та відеостимулятори, які не сприймаються свідомо, або через інші приховані техніки формувати рішення та дії користувачів, порушуючи принципи автономії

та вільного вибору. Європейське законодавство визначає подібні практики як такі, що можуть мати суттєвий негативний вплив на фізичне та психологічне здоров'я або фінансові інтереси людини, і тому повинні бути заборонені.

У наукових дослідженнях підкреслюється як потенційна користь діпфейків, так і значні загрози їх неконтрольованого використання. Негативні наслідки поширення діпфейків у медіа включають:

- психологічну шкоду – цькування, залякування, наклепи, маніпуляції особистими зображеннями;
- фінансову шкоду – шахрайство з використанням персональних даних, фейкові повідомлення про банкрутство або злиття компаній, несанкціоновані транзакції;
- соціальну шкоду – вплив на громадську думку, фейкові політичні заяви публічних осіб, фальсифікацію доказів у судових справах, що здатне підривати довіру до інституцій та правосуддя.

Алгоритми ШІ відтворюють, а інколи й підсилюють наявні упередження, присутні у тренувальних даних. За відсутності якісних фільтрів та належного формування запитів штучний інтелект може генерувати контент, що містить ознаки дискримінації за расовою, гендерною, віковою чи іншою ознакою. Це створює суттєві ризики для професійної репутації медіа й може спричинити порушення етичних та правових норм.

Надмірна залежність від автоматизованих інструментів може призвести до поступового зниження стандартів журналістської роботи: заміни пошуку фактів та глибинного аналізу на поверхове генерування матеріалів. Такий підхід загрожує девальвацією ролі журналіста як інтерпретатора, аналітика та автора, здатного верифікувати інформацію та формувати якісний контекст.

ШІ може слугувати цінним інструментом, але лише за умови контрольованого застосування, зберігаючи домінуючу роль людини у процесі створення контенту.

Завантаження у ШІ моделей текстів, документів, персональних даних та службової інформації створює ймовірність несанкціонованого доступу, витоку

або використання цих даних сторонніми структурами. Цей аспект особливо важливий для новинних редакцій, які працюють з персональними даними героїв матеріалів, внутрішньою документацією, комерційною та правовою інформацією [11, с. 339–340].

Перевірка фактів на достовірність є ключовим елементом сучасної журналістської практики. Традиційний ручний фактчекінг, що здійснюється за участю редакторів-експертів, у сучасних умовах доповнюється автоматизованими системами, здатними оперативно обробляти великі обсяги даних. В. Висоцька, О. Лозинська, О. Марків та М. Назаркевич –виділяють два основні підходи до фактчекінгу: мануальний, який передбачає перевірку фактів фахівцями, та автоматизований, що ґрунтується на застосуванні алгоритмів штучного інтелекту для виявлення неправдивої інформаці [12, с. 58–60]. Застосування ШІ у фактчекінгу стало одним із провідних трендів сучасної журналістики, оскільки алгоритми обробки природної мови та машинного навчання дозволяють порівнювати твердження з наявними базами даних, виявляти текстові та візуальні аномалії, а також прогнозувати ймовірність поширення фейкової інформації [1, с. 206–207].

У цифрових медіа сьогодні використовуються різні інноваційні методи перевірки фактів, кожен із яких має власні особливості та практичні приклади реалізації. Автоматизований фактчекінг із застосуванням ШІ дозволяє аналізувати тексти, дані та метадані, зіставляючи їх із перевіреними джерелами, що значно підвищує швидкість та масштаб перевірки і зменшує навантаження на журналістів; серед прикладів реалізації можна зазначити NLP-моделі для виявлення фейків та проєкти на кшталт «Full Fact AI». OSINT та цифрова розвідка передбачає систематичний пошук і аналіз відкритих джерел для верифікації фактів, встановлення джерел контенту та перевірки автентичності фото- і відеоматеріалів; приклади включають «InVid», «WeVerify», інструменти «Bellingcat» та перевірку соціальних мереж. Алгоритмічне виявлення дезінформації використовує методи великих даних і машинного навчання для автоматичного визначення фейкових повідомлень і джерел дезінформації,

застосовуючи нейромережі «RNN», «CNN» та класифікатори для виявлення ботів і координованих мереж поширення недостовірної інформації. Колективний або краудсорсинговий фактчекінг передбачає спільну перевірку фактів журналістами різних медіа та залучення аудиторії, що підвищує прозорість процесу і враховує суспільний запит на об'єктивність; прикладами реалізації є проєкт «CrossCheck» та інтерактивні платформи для читачів [34, с. 90].

Водночас алгоритми ШІ не позбавлені обмежень. Вони можуть проявляти алгоритмічну упередженість, оцінюючи інформацію залежно від тренувальних даних, що здатне викривлювати об'єктивну картину. Надмірне покладання на автоматизовані системи може послаблювати критичність журналіста, тому етично важливо, щоб він розумів принципи роботи інструмента та перевіряв його висновки. На думку О. Ситника, застосування ШІ в медіа ставить під питання прозорість і етичну надійність процесу, оскільки алгоритми не можуть нести моральну відповідальність за допущені помилки [32, с. 261–262].

Запровадження новітніх методів фактчекінгу безпосередньо впливає на якість журналістського матеріалу, підвищуючи точність, глибину та збалансованість контенту. Журналісти, озброєні сучасними інструментами перевірки фактів, здатні швидко виправляти неточності, оперувати перевіреними даними та дотримуватися високих стандартів об'єктивності [1, с. 206–207]. Автоматизація процесів розвантажує журналістів, дозволяє приділяти більше уваги аналітичній та творчій роботі над темою, що позитивно впливає на якість матеріалів. Разом із тим надмірна стандартизація і уніфікація процесу може призводити до спрощення подання матеріалів, зниження різноманітності та втрати глибини контексту і аналітичного мислення. Переваги та ризики інноваційних методів фактчекінгу охоплюють питання дотримання журналістських стандартів, етики, довіри аудиторії та загальної якості контенту. Перевагами є підвищення точності, прозорості процесів, запобігання поширенню чуток і фейків, а також активне залучення аудиторії до перевірки фактів. До ризиків належать технічні помилки, алгоритмічна упередженість,

зниження контролю журналіста, спрощення змісту матеріалів, затримки у висвітленні подій та можливе погіршення довіри аудиторії [34, с. 92].

Попри наявні переваги, темпи впровадження інноваційних методів фактчекінгу в українських цифрових медіа залишаються нерівномірними, що обумовлює потребу окремого аналізу інституційних та системних перешкод. Практичний досвід редакцій свідчить, що навіть за наявності базових технічних умов фактчекінг часто не трансформується у постійну редакційну практику через комплекс структурних, політичних і соціальних факторів. Серед основних стримувальних чинників – фінансові та ресурсні обмеження, включно з високою вартістю розробки або придбання автоматизованих платформ, складністю технічної підтримки, відсутністю постійного фінансування навчальних програм для персоналу, а також низьким рівнем оплати праці аналітиків і журналістів-розслідувачів, що спричиняє відтік кадрів. Додатково ускладнює впровадження інноваційного фактчекінгу тиск на медіа та пов’язані з цим журналістські ризики, зокрема опір політичних і бізнес-структур, судові переслідування, кампанії дискредитації в соціальних мережах, а також фізичні загрози журналістам у воєнних умовах, що створює атмосферу психологічної напруги і сприяє самоцензурі. Важливим фактором є зміна поведінкових моделей медіаспоживачів та алгоритмізація поширення контенту: аудиторія з низьким рівнем медіаграмотності часто сприймає перевірені факти як політично заангажовані або спрямовані на формування певного світогляду, що посилюється алгоритмічними пріоритетами соціальних мереж на сенсаційний і емоційно забарвлений контент. У таких умовах ретельно перевірена інформація часто виявляється менш конкурентоспроможною порівняно з вірусним контентом сумнівного походження [34, с. 91–92].

Отже, як бачимо, ШІ еволюціонував від концептуальних експериментів і перших алгоритмічних моделей до складних генеративних і прогностичних систем, здатних суттєво впливати на процеси створення та поширення інформації. Сучасні алгоритми стали важливою частиною інформаційного середовища, виконуючи як допоміжні рутинні завдання, так і творчі та

аналітичні функції, що наближує медіагалузь до нової технологічної парадигми. Аналіз українських і регіональних опитувань засвідчив інтенсивне зростання рівня інтеграції ШІ у редакційні процеси. За короткий період (2024–2025 роки) – спостерігається помітне розширення сфер його застосування: від розшифровки аудіо та редагування текстів – до генерації мультимедійного контенту, аналітики великих масивів даних і сценарного моделювання. Домінантним інструментом для більшості українських журналістів та комунікаторів є «ChatGPT», що свідчить про його доступність, функціональну гнучкість та простоту інтеграції у щоденні робочі процеси. Разом із тим результати опитування вказують на нерівномірність використання ШІ в різних сегментах медіасфери й наявність низки труднощів, пов’язаних із критичністю алгоритмів, правильним формулюванням запитів, перевіркою достовірності інформації та збереженням власного творчого стилю.

Штучний інтелект стає важливим інструментом у медіа, здатним оптимізувати редакційні процеси та розширювати аналітичні можливості медійників. Водночас його застосування пов’язане з ризиками дезінформації, алгоритмічної упередженості та загрозами етичності й безпеки даних, тому людина має залишатися головним контролером контенту. Лише відповідальне, прозоре та критично виважене використання ШІ дозволяє зберегти довіру аудиторії та високі професійні стандарти журналістики.

РОЗДІЛ 2
ІНСТРУМЕНТИ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МЕДІАПРАКТИКАХ

2.1 Основні інструменти та платформи штучного інтелекту для медійників

У сучасних медіа-практиках важливим аспектом є не лише використання інструментів штучного інтелекту, а й дотримання рекомендацій щодо їх безпечного та етичного застосування. Міністерство цифрової трансформації України запропонувало алгоритм вибору систем ШІ для роботи та оцінювання контенту, згенерованого за їх допомогою, який слугує орієнтиром для медійників при ухваленні поінформованих рішень. Цей алгоритм також включає покрокові інструкції для оцінки ризиків впровадження нових технологій у редакційні процеси та рекомендації щодо моніторингу ефективності використання систем ШІ протягом часу. Алгоритм передбачає комплексну оцінку системи та результатів її роботи, розділену на категорії високого ризику («червоні прапорці») та аспекти, на які необхідно звернути увагу при прийнятті рішень.

Зокрема, у процесі вибору системи ШІ медіа повинні враховувати юрисдикцію розробника, його правовий статус, місцезнаходження серверів і хмарних сховищ, а також кінцевих власників. Системи, розроблені у країнах із неприйнятними ризиками або підсанкційними особами, відносяться до категорії високого ризику й їх використання є неприпустимим. Крім того, звертається увага на умови оплати, ліцензійні обмеження та наявність додаткових витрат, пов’язаних із впровадженням системи. Значущим аспектом є права інтелектуальної власності на згенерований контент та гарантії, що використання ШІ не порушує авторських і суміжних прав третіх осіб. Водночас рекомендується оцінювати, чи залишаються будь-які права на контент у розробника, і чи забезпечено збереження прав користувача на власні дані та промпти.

Ще одним ключовим напрямом є захист персональних даних та

конфіденційної інформації. Використання промптів із персональними чи конфіденційними даними без відповідних гарантій розробника відноситься до високоризикових практик. Також рекомендується застосовувати шифрування даних, анонімізацію користувачів та контроль за тим, хто має доступ до результатів роботи системи ШІ. Для зниження ризиків рекомендується дотримуватися вимог щодо видалення персональних даних, контролю за їхнім доступом та забезпечення відповідності законодавству щодо захисту даних.

Не менш важливим є забезпечення достовірності, етичності та прозорості контенту. Контент, створений за допомогою ШІ, повинен перевірятися відповідальною особою у редакції на відповідність юридичним і етичним нормам, на наявність фактологічних помилок, дискримінаційних елементів, ознак дезінформації чи порушення немайнових прав третіх осіб. Також медіа повинні забезпечувати прозорість щодо використання ШІ, позначаючи контент як створений із застосуванням технологій ШІ та інформуючи аудиторію про можливість персоналізації матеріалів.

Таким чином, алгоритм Міністерства цифрової трансформації пропонує системний підхід до вибору інструментів ШІ та оцінювання контенту, який поєднує технічні, правові та етичні аспекти, що дозволяє мінімізувати ризики та забезпечити безпечне й відповідальне використання штучного інтелекту у медіа. Дотримання цих рекомендацій створює основу для подальшого впровадження конкретних програмних засобів ШІ, що дозволяють журналістам ефективно автоматизувати рутинні процеси, підвищувати якість матеріалів та розширювати аналітичні можливості редакцій [27, с.7–11].

Робота з текстовою інформацією залишається основою медійної діяльності, адже від точності, швидкості та якості підготовки текстів залежить оперативність новинного покриття, аналітика та взаємодія з аудиторією. Сучасні редакції також активно інтегрують ШІ для перевірки стилю, генерації заголовків та формування ключових меседжів, що підвищує ефективність контент-маркетингу та інформаційної роботи. Через це зростає попит на штучний інтелект, який здатен ефективно генерувати, редагувати та оптимізувати

текстові матеріали. Окрім тексту, сучасні медійники також активно працюють з візуальним та відеоконтентом, який потребує швидкого створення ілюстрацій, анімацій та субтитрів. Сучасні мультимедійні редакції застосовують комплексний підхід, комбінуючи різні ШІ-інструменти для одночасної обробки тексту, аудіо та відео, що забезпечує цілісність контенту та економію ресурсів. Саме для цього існують інструменти ШІ, які дозволяють перетворювати текстові запити на графічний та відеоконтент, автоматично транскрибувати аудіо та оптимізувати роботу з відео- та мультимедійними матеріалами. Нижче наведено ключові платформи, що можуть стати у пригоді журналісту для роботи з текстом, аудіо, відео та ілюстраціями.

«ChatGPT» – це ШІ, створений компанією «OpenAI», який уміє розуміти людську мову та генерувати осмислені відповіді у формі діалогу. Він працює на основі мовної моделі GPT (Generative Pre-trained Transformer), навченої на великих обсягах текстів. «ChatGPT» використовується для спілкування, навчання, створення текстів, аналізу інформації, перекладу та автоматизації комунікації, поєднуючи штучний інтелект і природну мову [49].

«Gemini» – це чат-бот зі штучним інтелектом від «Google», раніше також відомий як «Google Bard». Він розроблений на базі «LaMDA» – великої мовної моделі від «Google AI». Нейронна мережа, яка лежить в її основі, здатна генерувати тексти, перекладати, створювати творчий контент та інформативно відповідати на питання користувача [43].

«Claude AI» – це штучний інтелект від компанії «Anthropic», який належить до нового покоління ШІ асистентів. Його особливість полягає в тому, що він не просто відповідає на запитання, а здатен вести осмислений діалог, розуміти контекст та адаптуватися під потреби користувача [50].

«Copy» – це чат-бот для написання текстів на основі штучного інтелекту, який використовує алгоритми обробки природної мови «NLP». Він пропонує кілька інструментів для генерації різних типів контенту: публікації в блогах, пости у соціальних мережах, рекламні тексти, електронні листи, вітальні листівки, описи товарів та багато іншого. Є шаблони та функція редагування

згенерованого тексту.

«Aiter» – це англомовний ресурс, який за допомогою ШІ генерує тексти для рекламних оголошень, ідеї для стратегії, статей для блогу і ключові слова, створює опис сторінки. Для цього необхідно надати адресу свого вебсайту або описати деталі продукту.

«Rytr» – це ресурс з ШІ, який допомагає писати текст для рекламних оголошень у соцмережах, генерує слогани та заголовки, опис профілю, електронні листи, контент для блогів тощо.

«Wordtune» – це редактор, розроблений на передових інструментах ШІ та мовних моделях, які розуміють контекст і семантику написаного англомовного матеріалу. Це зручно, якщо ваш бізнес підтримує англомовну версію сайту. Корегує ваші формулювання та стиль письма, спираючись на мету написання тексту. Надає кілька варіантів одного й того самого контенту. Може скоротити або розширити текст за необхідності [5].

«Neural Writer» – це безкоштовний ресурс, який використовує технології штучного інтелекту для перефразування текстів [61].

Важливим аспектом роботи з текстом у медіасфері є не лише його створення, а й ретельна мовно-стилістична й технічна обробка. Редакторська діяльність охоплює багатоступеневі процеси – від перевірки правопису та пунктуації до усунення логічних помилок, уточнення фактів та вдосконалення структури матеріалу. У сучасних умовах значні обсяги інформації, високі темпи оновлення новин та зростаючі вимоги до точності й оперативності створюють додаткове навантаження на медійників, тому підтримка з боку інструментів штучного інтелекту стає не лише корисною, а й стратегічно необхідною.

Технології ШІ, що спеціалізуються на мовній аналітиці, забезпечують ефективну допомогу у виявленні орфографічних, пунктуаційних і стилістичних помилок, пропонують варіанти покращення читабельності та послідовності тексту, а також допомагають адаптувати тональність повідомлення для різних форматів – від новинних матеріалів до аналітичних статей. Важливо, що такі інструменти не підміняють роботу редактора, а підсилюють її, дозволяючи

зосередитися на змістовій, концептуальній та етичній складовій журналістської праці.

Практичний досвід українських фахівчинь підтверджує актуальність використання цифрових асистентів для лінгвістичної перевірки. Так, літературна редакторка «AIN.UA» Вікторія Оліщук та редакторка спецпроєктів «The Ukrainians Media» Ольга Перехрест відзначають ефективність спеціалізованих сервісів для контролю правопису, пунктуації та стилістики у щоденній роботі. Їхні професійні спостереження демонструють, що поєднання редакторського досвіду та інструментів штучного інтелекту забезпечує вищу якість текстового контенту й сприяє оптимізації редакційних процесів [30].

Електронне видання «Словники України» призначене для надання користувачам лексикографічної інформації про слова української мови. Ця система складається з п'яти словникових підсистем-модулів – словозміни, транскрипції, синонімії, антонімії та фразеології [25].

«Sentence Checker» – це безкоштовна програма для перевірки текстів, яка підтримує понад 40 різних мов і діалектів (українську, англійську, німецьку, французьку, польську, словацьку тощо). Вона виявляє синтаксичні, граматичні та стилістичні помилки, пропонує варіанти заміни та детально пояснює своє рішення [16].

«OnlineCorrector» – це онлайн-сервіс і програмне доповнення для перевірки та виправлення помилок в українськомовних текстах. Він автоматично знаходить і підсвічує граматичні, пунктуаційні, лексичні та типографічні помилки, пропонуючи виправлення з поясненнями. Сервіс доступний як безкоштовна та платна версія і має доповнення для «Google Docs», «Microsoft Word» та браузерів.

«LanguageTool» – це програма для перевірки граматики, орфографії та стилістики, яка допомагає виправляти та покращувати тексти, підтримуючи понад тридцяти мов [57].

Аудіоконтент нині посідає особливе місце в медіапросторі: подкасти, інтерв’ю, коментарі експертів, пресконференції, публічні лекції та стріми стали

важливими форматами журналістської роботи. Проте великі обсяги аудіоматеріалів створюють значне навантаження, адже ручна транскрипція потребує багато часу та є схильною до помилок. Інструменти штучного інтелекту суттєво оптимізують цей процес: вони автоматично розпізнають мовлення, перетворюють його на текст, визначають спікерів, виділяють ключові тези, створюють субтитри та навіть підсумовують розмови. Завдяки цьому журналісти можуть зосередитися на аналітичній роботі й змістовному наповненні матеріалів.

У своїй добірці транскрибаторів журналіст Д. Свистуха виокремлює низку інструментів, що найчастіше використовуються медійниками.

Otter.ai автоматично транскрибує аудіо, створює короткі підсумки, визначає завдання та відповідальних осіб. Сервіс інтегрується із «Zoom», «MS Teams», «Google Meet» і може синхронізуватися з «Dropbox».

Happyscribe – універсальна платформа для транскрипції аудіо та відео і створення субтитрів. Підтримує понад 60 мов, працює з файлами різних форматів, забезпечує приватність даних і може взаємодіяти з іншими сервісами через «Zapier».

«FreeSubtitles.AI» забезпечує автоматичну транскрипцію аудіо та відео з можливістю експорту тексту або субтитрів у формат .txt.

«Fireflies.AI» дозволяє автоматично приєднуватися до онлайн-дзвінків, створювати розшифровки та підсумки розмов. У безкоштовній версії доступно до 800 хвилин транскрибованого матеріалу.

«Textfromtospeech» може як розпізнавати мовлення, так і озвучувати текст. Працює з різними мовами, дозволяє зберігати результати у форматах .doc і .txt, а також підтримує голосове введення в реальному часі.

Чат-бот «Переписувач» – інструмент Центру журналістських розслідувань «Nikcenter» (2023). Підтримує надсилання файлів усіх основних форматів, дозволяє робити до трьох транскрипцій на день і працює через мережу «Телеграм». Великі файли можна надсилати через «Dropbox». Сервіс безкоштовний.

«GoodTape» надає точні транскрипції з можливістю редагування, перегляду

таймкодів та експорту тексту. У безкоштовній версії доступно три транскрипції на місяць тривалістю до 30 хвилин.

Окрім цих сервісів, в опитуванні медійників, яке було проведено у межах дослідження, також були названі такі інструменти [20].

«Transkriptor» – ШІ-сервіс із точністю до 99%, що підтримує понад 100 мов. Він перетворює аудіоінтерв'ю, лекції та відеофайли на текстовий формат та може підсумовувати отримані дані. Інструмент працює за моделлю авторизації через Google або електронну пошту. Після завантаження файлу користувач отримує транскрипт протягом кількох хвилин, який згодом можна редагувати, завантажувати або поширювати [22].

«Google Speech-to-Text» – потужне API, що дозволяє надсилати короткі, довгі або потокові аудіофайли для автоматичної транскрипції. Платформа підтримує численні мовні моделі, автоматичну пунктуацію, адаптацію до вимови та визначення спікерів. Завдяки останнім оновленням сервіс підтримує додаткові мови й забезпечує точність розпізнавання для більш ніж 3 мільярдів користувачів у світі [54].

«Good tape» – це автоматичний сервіс транскрипції аудіо, що забезпечує точний текстовий запис, зберігаючи конфіденційність користувачів [53].

«Pinpoint» – це інструмент розширеного пошуку, який допомагає журналістам та викладачам вивчати та аналізувати великі набори документів. Він дозволяє завантажувати безліч документів, зображень, електронних листів, рукописних нотаток та аудіофайлів, щоб потім ви могли виконувати в них пошук за словами, фразами та місцями, а також за інформацією про організації та фізичних осіб [45].

«TurboScribe» – це сервіс, що використовує штучний інтелект для швидкої та точної транскрипції. Він підтримує понад 98 мов, включно з українською, і має інтуїтивно зрозумілий інтерфейс українською мовою [67].

«Easy Peasy API» – це інструмент для генерації заголовків, покращення SEO-оптимізації та рерайту текстів, який можна інтегрувати в адміністративну панель сайту [33].

«Suno AI» – це генеративна нейромережа, яка створює музичні композиції та пісні на основі текстових запитів (Text2Audio). Цей інструмент дозволяє створювати музику з вокалом або без нього, просто ввівши опис стилю та текст пісні. «Suno» доступний через власний веб-портал та як плагін у «Microsoft Copilot» [65].

Таким чином, інструменти штучного інтелекту для обробки аудіоінформації є важливою складовою сучасної журналістської практики. Вони значно скорочують час технічної роботи, підвищують точність передавання змісту та відкривають нові можливості для виробництва якісного мультимедійного контенту.

Універсальною мовою сучасних медіа стало відео – від коротких соціальних роликів до масштабних документальних сюжетів. Для журналістів важливо не лише зняти матеріал, а й швидко його обробити, додати субтитри, виділити ключові моменти та оптимізувати звук і картинку. Саме тут на допомогу приходять інструменти штучного інтелекту. Вони можуть автоматично транскрибувати аудіо, підбирати точні фрагменти для монтажу, створювати субтитри, а в деяких випадках навіть генерувати відео на основі текстового запиту. Такий підхід економить час і дозволяє медійникам зосередитися на креативі та аналітиці, залишаючи рутинні завдання алгоритмам.

«Adobe Firefly» – це інструмент допомагає замінити частину зображення на будь-яку іншу та може зобразити нестандартно текст на картинці, згенерувати будь-яку заливку та текстуру [3].

«Midjourney» – це нейромережа, що перетворює написаний користувачем текст на зображення, які потім можна використовувати навіть у комерційних цілях. Звичайно, поки ШІ-сервіс «Midjourney» не може замінити людського дизайнера, але з простими завданнями, які не вимагають високої точності та відповідності справляється легко [60].

«Runway» – це нейромережа для створення відео та зображень за допомогою текстових запитів. Нейромережа підійде для роботи маркетологам, спеціалістам з реклами та SMM, дизайнерам, керівникам малого бізнесу [62].

«Captions» – це програма на основі штучного інтелекту для редагування та оптимізації процесу створення відео шляхом автоматичної транскрипції та субтитрів. Додаток позбавляє клопоту у вирішенні нудних та часовитратних завдань, а також звільняє час для створення цікавого і захоплюючого контенту. Щоб почати працювати з Captions просто запишіть своє відео за допомогою програми або імпортуйте вже готове у програму. Субтитри транскрибуватимуть вашу промову, створюючи точні субтитри з позначками часу. Програма використовує сучасні алгоритми розпізнавання мовлення, тож транскрибація виходить дійсно високоточною [48].

«Filmot» – це сервіс для пошуку відео, де згадується певне слово чи фраза.

«Transkriptor» – це сервіс для текстового розшифрування аудіо- та відеофайлів, що спрощує процес підготовки текстових матеріалів [66].

Візуальний складник контенту відіграє ключову роль у сприйнятті та залученні аудиторії. Саме тому сучасні медіа дедалі активніше інтегрують технології ШІ для створення ілюстрацій, графіки та дизайнерських елементів. Використання ШІ дозволяє швидко генерувати високоякісний візуальний контент, економити ресурси та реалізовувати креативні ідеї, що раніше потребували значних часових і фінансових витрат.

«Design AI» – це програмний інструмент на основі технологій штучного інтелекту, призначений для автоматизованого створення візуальних матеріалів. Система забезпечує генерацію фотореалістичних зображень, художніх ілюстрацій, графічних елементів та дизайнерських композицій відповідно до заданих користувачем параметрів, сприяючи оптимізації творчого процесу та підвищенню ефективності розроблення візуального контенту [52].

«Ideogram» – це інноваційний проєкт в галузі генеративного мистецтва та штучного інтелекту. З його допомогою користувачі можуть легко створювати зображення з вражаючою типографією, що раніше було важко досягнути з іншими інструментами. Однак, варто пам'ятати про деякі обмеження «Ideogram», такі як відсутність деяких функцій (збільшення масштабу), що доступні в інших генераторах, та не завжди стабільні результати [55].

«Magic Studio» – це інструмент для автоматичного редагування та створення зображень з використанням штучного інтелекту, що спрощує редагування фотографій [59].

«Leonardo.Ai» – це інноваційна генеративна ШІ-платформа, створена для дизайнерів, маркетологів, художників і креаторів. Вона дозволяє створювати високоякісний візуальний контент за допомогою простих текстових запитів. Від концепт-арту та фотореалістичних зображень до коротких анімацій – «Leonardo.Ai» прискорює творчий процес, поєднуючи інтелектуальні технології з креативною свободою [58].

Сучасний арсенал доступних інструментів – від універсальних мовних моделей («ChatGPT», «Gemini», «Claude») до спеціалізованих сервісів транскрипції («Otter.ai», «TurboScribe», «Transkriptor»), редагування тексту («LanguageTool», «OnlineCorrector»), створення візуального та відеоконтенту («Midjourney», «Runway», «Leonardo.Ai») – дає журналістам можливість значно оптимізувати рутинні процеси й зосередитися на аналітичній, творчій та етичній складових професії.

Інструменти штучного інтелекту значно оптимізують роботу медійників, допомагаючи ефективно генерувати, редагувати та перевіряти текст, аудіо, відео та візуальний контент. Водночас їхнє використання потребує дотримання етичних, правових і технічних норм, щоб гарантувати достовірність, конфіденційність та захист авторських прав. Поєднання професійного досвіду журналістів і можливостей ШІ підвищує якість матеріалів і сприяє розвитку сучасної медіа-практики.

2.2 Особливості створення робочих завдань для інструментів штучного інтелекту

Результати проведеного опитування серед фахівців у сфері медіа та комунікацій Запорізької області засвідчили, що «ChatGPT» є беззаперечним лідером серед інструментів штучного інтелекту, які журналісти, редактори та

SMM-фахівці активно інтегрують у свою роботу. Така популярність пояснюється універсальністю мовної моделі, її здатністю виконувати широкий спектр завдань – від базового редагування тексту до створення складних аналітичних матеріалів. Для багатьох медійників «ChatGPT» став не просто допоміжним сервісом, а повноцінним інструментом щоденної редакційної практики, який впливає на швидкість і якість роботи редакцій, SMM-відділів та пресслужб. Крім того, зростання попиту на автоматизацію рутинних процесів підсилює роль мовних моделей у щоденній роботі, оскільки вони дозволяють зменшити навантаження на журналістів та прискорити підготовку матеріалів у середовищах із високою інтенсивністю інформаційних потоків. Зважаючи на масштаб використання, надзвичайно важливо розуміти механізми формування відповідей моделі та специфіку роботи з нею. Саме тому, проаналізувавши коментарі опитаних фахівців, ми звернулися до рекомендацій Помічника операційного директора «Center for Cooperative Media» Джо Амдітіса, який у своєму ґрунтовному журналістському гіді пояснює принципи ефективної взаємодії з мовними моделями на основі якісно сформульованих запитів. Загалом це свідчить про те, що саме правильне конструювання завдань є ключовим механізмом, який перетворює ШІ з «чорної скриньки» на прозорий інструмент, здатний до відтворення професійних редакційних стандартів. Таким чином, формування промптів фактично перетворюється на нову професійну навичку, без якої журналіст не може ефективно застосовувати потенціал генеративних моделей у сучасному цифровому середовищі.

Спираючись на поради Д. Амдітіса, можна окреслити ключові аспекти створення запитів, які повинні бути відомі кожному користувачу «ChatGPT». У центрі цієї методології лежить принцип: для того щоб ШІ успішно впорався зі складною задачею, її потрібно подати у чітко структурованому вигляді, розбивши на логічно пов’язані частини. На цій основі створено модель «ієрархії завдань для ШІ», що описує рівні ефективності роботи мовної моделі. На базовому рівні ШІ виконує прості механічні операції: класифікацію, виділення ключових тез, резюмування текстів. На середньому рівні він здатен створювати

прийнятний за якістю контент – наприклад, готувати чернетки листів, короткі новини чи інформаційні довідки. Найвищий рівень вимагає не лише якісно поставленого завдання, а й активної участі користувача у процесі – численних уточнень, додаткових інструкцій, коригування та надання контексту. Саме на цьому рівні створюються аналітичні статті, концепції комунікаційних стратегій або креативні формати для соцмереж. У практиці роботи редакцій поступове просування від базового до високого рівня взаємодії з моделлю дозволяє значно розширювати складність задач, делегованих ШІ, та підвищувати автономність технологічних процесів. Отже, ієрархія завдань не лише структурує роботу з моделлю, але й демонструє залежність результативності від глибини взаємодії між користувачем та системою, що робить процес генерації контенту поетапним та свідомо контрольованим.

Д. Амдітіс особливо наголошує на тому, що великі мовні моделі не мислять у прямому значенні цього слова. Вони генерують текст на основі ймовірностей та статистичних закономірностей, які закладені в їхню архітектуру під час навчання на великих масивах даних. Це означає, що «ChatGPT» може створювати переконливі, але фактично неправильні твердження, помилятися в деталях або ігнорувати важливі нюанси. Особливо це проявляється в аналітичних жанрах, де від журналіста вимагається точність, аргументованість та достовірність. У таких випадках модель може створювати логічно зв’язні, але фактологічно хибні узагальнення, що підкреслює потребу в ретельному фактчекінгу. Неможливість простежити логічний ланцюг формування відповіді є однією з ключових проблем використання ШІ в журналістиці, адже журналіст повинен не лише отримати матеріал, а й мати змогу перевірити його достовірність. Тому оптимізація запиту, покрокове уточнення завдання й критичний аналіз відповіді є базовими вимогами при роботі з «ChatGPT» у професійному середовищі. З огляду на це, у медійній практиці формується тренд на «прозорі» робочі процеси, де журналіст має не просто використовувати ШІ, а й документувати логіку взаємодії з ним, що стає важливою частиною етичних стандартів цифрової журналістики. Це також сприяє підвищенню довіри

аудиторії, яка дедалі частіше вимагає прозорості у використанні алгоритмічних інструментів підготовки інформації.

Важливим є й те, що на відміну від пошукових систем, генеративні моделі потребують максимально конкретних, розгорнутих та контекстуальних підказок. Ретельно сформульований запит повинен містити: опис теми, часові рамки, аудиторію, стиль, формат, бажану довжину та структуру. За необхідності додаються обмеження, уточнення щодо заборонених тем, перелік фактів, які потрібно використати, або інструкції щодо тону – нейтрального, аналітичного, емоційного чи публіцистичного. Чим точніше викладено завдання, тим менше моделлю робиться припущень, а отже – меншим є ризик нерелевантної, непослідовної або вигаданої інформації. Таким чином, запит виступає не просто «питанням», а повноцінним технічним завданням, від якого залежить якість кінцевого результату. У цьому контексті промпт розглядається як інструмент управління когнітивними процесами моделі, що дозволяє журналістові спрямовувати генерацію матеріалу відповідно до редакційних стандартів та вимог жанру.

Особливо ефективним підходом є використання так званих «act as»-запитів – інструкцій, що моделюють поведінку спеціаліста певної галузі. Це можуть бути ролі журналіста-розслідувача, редактора, науковця, SMM-фахівця, кризового комунікатора або будь-якого іншого експерта. Правильно сформований «act as»-запит дозволяє змінити стиль мислення моделі, зробити відповіді ближчими до професійних інсайтів, зберегти термінологічну точність і структурованість матеріалу. Цей прийом також сприяє розвитку симуляційних редакційних практик, коли студенти-журналісти можуть тренувати навички у безпечних умовах, відтворюючи реальні професійні сценарії без ризику помилки в інформаційному полі. Важливо чітко окреслити роль, компетенції, аудиторію та формат, оскільки саме ці елементи визначають якість та глибину генерованих результатів. Цей прийом стає особливо актуальним у навчанні майбутніх журналістів, оскільки дозволяє моделювати професійні ситуації та відпрацьовувати навички редакційного мислення в безпечному цифровому

середовищі.

Ще однією важливою стратегією взаємодії з «ChatGPT» є його використання як інструменту саморедагування. Модель може не лише генерувати текст, а й виступати «внутрішнім редактором» – скорочувати, уточнювати, коригувати інтонацію, структурувати матеріал, усувати логічні розриви. У такий спосіб ШІ може допомагати покращувати стилістику, вибудовувати логічні переходи між абзацами, адаптувати матеріал до різних інформаційних каналів (соцмережі, лонгріди, новинні формати). Практика показує, що найкращі результати досягаються тоді, коли користувач пояснює моделі, що саме потрібно змінити: які фрагменти є надто загальними, де бракує аргументації, які дані потребують фактчекінгу. Такий підхід формує циклічну взаємодію «запит – відповідь – уточнення – нова відповідь», що дозволяє створювати значно якісніші матеріали. У результаті мовна модель виконує функцію цифрового редактора, який допомагає журналісту підвищити логічну цілісність тексту та адаптувати його під різні формати інформаційних продуктів.

Важливою складовою ефективної взаємодії з мовними моделями є чітко вибудувана структура підказок, яка визначає логіку формування відповіді та якість отриманого результату. У практичних рекомендаціях Джо Амдітіса пропонується універсальна схема побудови підказок, що складається з кількох послідовних елементів, які забезпечують моделі необхідні умови для точного виконання завдання. Ця схема передбачає логічну організацію запиту від вступного формулювання до завершального блоку, що дозволяє користувачеві керувати як змістом, так і структурою відповіді. Вона також сприяє стандартизації процесу генерації, що дозволяє журналістським колективам уніфікувати робочі процеси та підвищувати контрольованість створюваних текстів. Завдяки такій схемі підказка стає інструментом управління інформаційною логікою ШІ, перетворюючи процес генерації тексту на структурований та прогнозований.

Першим елементом виступає вступ, який слугує початковим орієнтиром для системи. Це коротке речення або теза, що задає загальний напрям розмови й

уточнює, яку саме дію має здійснити модель. Вступ часто має форму тези, яка окреслює контекст взаємодії або частково повторює попереднє завдання, забезпечуючи зв’язність діалогу. Такий початковий орієнтир дозволяє моделі коректно інтерпретувати наміри користувача та уникнути помилкових припущень. У практиці роботи із сучасними мовними моделями вступ виконує роль своєрідного «тригера», що задає загальний настрій і рамки, в яких буде розвиватися відповідь. Чим точніше і логічніше сформульована початкова теза, тим легше моделі вибудувати подальшу структуру тексту та уникнути неоднозначних трактувань.

Другим ключовим компонентом є текст підказки, тобто основна частина запиту, у якій формулюється конкретне питання або завдання, що має бути виконане. Саме на цьому етапі користувач визначає головну мету запиту: створити текст, узагальнити дані, пояснити явище, порівняти концепції чи відредагувати матеріал. Чіткість, логічність і завершеність цієї інструкції істотно впливають на якість відповіді. У практиці це означає, що структурованість завдання слугує «каркасом» для відповіді моделі, що особливо важливо у складних багатоступеневих аналітичних запитах. Якщо основна частина запиту сформульована нечітко, модель може запропонувати надто загальні або фрагментарні відповіді, які не відповідають потребам користувача. Натомість структурована підказка формує передумови для більш глибокого аналізу, системності та логічної послідовності.

Подальша структурна частина підказки – контекст. Він містить релевантну інформацію, на яку має спиратися модель: факти, попередні фрагменти діалогу, вхідні дані, часові рамки або опис ситуації. Наявність добре сформульованого контексту мінімізує ризик того, що ШІ «вигадуватиме» дані або формуватиме узагальнену, недостатньо релевантну відповідь. Контекст також допомагає моделі адаптувати результат до конкретних умов – розташування, медійного середовища, жанрового формату чи професійних стандартів. Для журналістики це особливо важливо, оскільки контекст визначає фактологічну точність і забезпечує прив’язку матеріалу до реальних подій. Крім того, контекст виконує

функцію уточнення рамкових обмежень: модель розуміє, які дані є актуальними, які – другорядними, а які – такими, що не повинні бути використані. Це робить відповідь не лише змістовною, а й відповідальною з точки зору професійної етики.

Наступний елемент – обмеження, тобто конкретні інструкції, яких модель має суворо дотримуватися. До них можуть належати вимоги щодо обсягу, структури, ступеня деталізації, наукового чи публіцистичного стилю, наявності або відсутності прикладів, а також заборона використовувати певні джерела чи формулювання. Обмеження дозволяють контролювати результат і запобігають появі зайвої інформації, яка виходить за межі поставленого завдання. У структурі промпту обмеження фактично виконують функцію нормативних рамок, що задають якісні стандарти тексту та забезпечують його відповідність жанровим вимогам. Завдяки обмеженням користувач може адаптувати відповідь відповідно до конкретних редакційних політик, що є критично важливим для медіа, де надмірна або неперевірена інформація може створити ризики для репутації.

П’ятим елементом є додаткові інструкції, спрямовані на регулювання стилю, тону, ритму або бажаної емоційності тексту. Саме цей компонент дає змогу адаптувати відповідь до цільової аудиторії: зробити її академічною, нейтральною, розмовною, аналітичною або креативною. У журналістській практиці додаткові інструкції є особливо важливими, оскільки дозволяють моделі генерувати тексти відповідно до редакційних стандартів або вимог медіаплатформи. Завдяки цьому підказка набуває не лише технічного, а й стилістичного виміру, що суттєво підвищує якість фінального матеріалу. Більш того, додаткові інструкції допомагають досягти узгодженості між стилем автора та стилем моделі, що дозволяє зберегти індивідуальність матеріалу навіть під час автоматизованої обробки тексту.

Завершальним структурним елементом схеми є висновок – коротке узагальнювальне твердження, яке підсумовує завдання та уточнює очікуваний формат відповіді. Воно допомагає моделі «закріпити» межі запиту та сфокусуватися на кінцевій цілі. Висновок також може містити нагадування про

необхідність дотримання обмежень або повторення ключових вимог. Цей компонент виконує функцію контрольної точки, яка гарантує, що підсумковий результат відповідатиме поставленому завданню та буде логічно завершеним. Таким чином, висновок не лише підсумовує підказку, але й структурує подальший алгоритм дій моделі, дозволяючи уникнути зміщення уваги у процесі генерації.

У сукупності така схема побудови підказок створює логічну та структуровану основу для точного, змістовного й професійно релевантного результату. Використання цього підходу особливо важливе в медійній практиці, де якість тексту, фактологічна коректність та відповідність жанровим стандартам є критично значущими. Саме завдяки структурованим підказкам користувач отримує можливість перетворювати мовну модель на інструмент, здатний виконувати як рутинні, так і креативні завдання з високим ступенем точності.

В. Шевченко також підкреслює важливість ітеративного підходу: завдання варто розбивати на частини та поступово покращувати результати, експериментувати з інструкціями, ключовими словами, контекстами та даними, визначаючи оптимальні рішення для конкретної задачі. Інструкції рекомендується розміщувати на початку промпту, відокремлюючи їх, наприклад, роздільником «###», щоб чітко виділити інструкцію та контекст. Деталізація промпту має вирішальне значення: чим докладніше викладено завдання та очікуваний стиль генерації, тим вищою буде якість результату. Використання прикладів у промпті також сприяє отриманню контенту у конкретних форматах, а обмеження довжини та уникнення зайвих деталей допомагають зосередитися на головному, підвищуючи точність та релевантність результату [41, с.56]. У професійній діяльності журналіста цей ітеративний процес дозволяє не лише покращити текст, але й виробити власний стиль роботи з ШІ, що формує новий рівень інформаційної культури.

В умовах стрімкої цифрової трансформації медійної сфери вміння формувати багаторівневі, точні та професійно структуровані запити до інструментів штучного інтелекту стає обов’язковою компетентністю сучасного

журналіста. Якість результату безпосередньо залежить від грамотності користувача, його здатності формулювати конкретні інструкції, забезпечувати модель релевантним контекстом та активно взаємодіяти з нею на всіх етапах створення матеріалу. У такий спосіб «ChatGPT» перестає бути просто технологічним інструментом і перетворюється на повноцінного партнера в редакційних процесах, сприяючи зростанню оперативності, логічності та професійної точності журналістської роботи [56]. Отже, роль журналіста змінюється: від виконавця рутинних операцій він переходить до стратегічного менеджера інформаційних процесів, який керує роботою ШІ як складовою сучасної цифрової редакції. Це свідчить про глибоку еволюцію професії, у якій знання технологій стає не додатковою, а фундаментальною складовою кваліфікації.

Результати дослідження та аналіз професійного досвіду медійників підтверджують, що ефективність використання «ChatGPT» та інших генеративних мовних моделей у журналістиці та комунікаціях визначається насамперед якістю сформульованих запитів (промптів). Чим чіткіше, структурованіше та контекстуальніше завдання, тим вища точність, релевантність і професійна відповідність отриманого результату. З іншого боку, «ChatGPT» має конкурентні додатки, залученість у які збільшується.

2.3 Практичні кейси застосування штучного інтелекту в медіа

У багатьох редакціях світу системи ШІ застосовуються для створення автоматичних підсумків новин, що дозволяє швидко інформувати аудиторію про головні події без значного залучення людських ресурсів. Це особливо актуально в умовах швидкого потоку інформації, коли редакції мають обмежені штати, а аудиторія очікує миттєвого оновлення новин. Використання ШІ дозволяє зменшити навантаження на журналістів і зосередитися на аналітичній та творчій роботі. Так, «BBC» та «RBB» використовують синтетичні голоси для трансляції прогнозів погоди та дорожньої інформації, що забезпечує оперативне

інформування та підвищує доступність сервісу для різних категорій населення. Синтетичні голоси також дозволяють адаптувати контент для людей з вадами слуху, наприклад шляхом інтеграції з субтитрами та додатковими аудіоканалами, що робить інформацію більш інклюзивною. Подібним чином бельгійська медіакомпанія «VRT» застосовує ШІ для створення живих субтитрів під час благодійного шоу «De Warmste Week», що дає змогу широкій аудиторії отримувати актуальну інформацію в режимі реального часу. Австралійська телерадіомовна корпорація «ABC» та Шведське радіо «SR» впровадили автоматичну транскрипцію подкастів і аудіоновин, що дозволяє робити медіаконтент доступним для людей із вадами слуху та сприяє дотриманню стандартів універсальної доступності. Додатково, така транскрипція відкриває можливості для пошукової оптимізації контенту, полегшуючи його індексацію в інтернеті та розширюючи аудиторію.

Крім того, ШІ активно використовується для аналізу реакції аудиторії та взаємодії з користувачами. Наприклад, німецький «Bayerischer Rundfunk» (BR) застосовує алгоритми для відбору коментарів та пошуку відповідей на запити читачів, що підвищує ефективність комунікації редакції та сприяє залученню аудиторії. Використання алгоритмів аналізу тональності коментарів дозволяє виявляти потенційні конфліктні теми, адаптувати стиль комунікації та оперативно реагувати на критику чи запити глядачів. Південноафриканська медіакомпанія «Daily Maverick» інтегрувала кастомізовану версію «ChatGPT» для підготовки електронних розсилок, що дозволило значно підвищити коефіцієнт конверсії та оптимізувати використання ресурсів редакції. У фінській «Yle» та французькому «Le Monde» застосування машинного перекладу та постредагування текстів дозволяє публікувати новини кількома мовами, що сприяє розширенню аудиторії та підвищенню міжнародної присутності медіа. Завдяки цьому, невеликі редакції отримують доступ до глобальної аудиторії, а міжнародні видання можуть швидко реагувати на події локального масштабу в різних країнах.

Водночас, використання ШІ у журналістиці потребує ретельного

контролю якості та дотримання етичних норм. Хоча автоматизовані системи дозволяють генерувати текст, аналізувати великі масиви даних і підвищувати швидкість роботи редакцій, вони не завжди забезпечують безпомилковість інформації. Алгоритми можуть некоректно інтерпретувати контекст, створювати упереджені або неточні дані, що вимагає додаткової перевірки та втручання редакторів. Такі випадки, як проблеми з контентом на платформі «CNET», демонструють необхідність поєднання алгоритмічної обробки з професійною перевіркою журналістів. Крім того, використання ШІ піднімає питання прав інтелектуальної власності, авторства та потенційної упередженості алгоритмів, що вимагає розробки чітких внутрішніх регламентів і політик медіакомпаній. Це особливо важливо у випадку генерації візуальних матеріалів або текстів, де авторські права можуть ставати спірними, а відсутність прозорості загрожує юридичними конфліктами.

У практичній площині медіакомпанії застосовують різноманітні інструменти ШІ, серед яких «Grammarly» для перевірки граматики та стилю, «Twipe» для автоматизації персоналізованих розсилок, «EuroVox» для транскрипції та перекладу субтитрів, «MAGNA» від JP/Politikens Hus для оптимізації редакційних процесів, а також «Narrative», «GPTZero» і «DeepL» для генерації тексту, визначення ймовірності створення матеріалу штучним інтелектом і машинного перекладу з подальшою перевіркою редактором. Використання цих інструментів дозволяє редакціям швидко адаптувати контент під різні платформи, створювати мультимовні версії новин, а також персоналізувати інформацію під конкретні групи аудиторії. Це відкриває нові можливості для аналітики та побудови стратегій комунікації. Інтеграція таких інструментів у щоденну практику дозволяє не лише підвищити оперативність і точність підготовки матеріалів, але й створює умови для більш персоналізованого підходу до аудиторії та підвищення ефективності комунікаційних стратегій медіа. Крім того, це стимулює розвиток нових форматів контенту, включно з інтерактивними мультимедійними матеріалами та подкастами з автоматичним перекладом, що збільшує охоплення та залучення

аудиторії.

Отже, аналіз практичних кейсів використання ШІ у світових медіакомпаніях демонструє, що ці технології не замінюють журналістів, а доповнюють їхню професійну діяльність, дозволяючи концентруватися на творчих та аналітичних завданнях, одночасно оптимізуючи рутинні процеси. Ефективна інтеграція ШІ можлива лише за умови поєднання технологічних рішень із професійною експертизою редакцій, контролем якості та дотриманням етичних і правових стандартів у сфері медіа. Практичний досвід міжнародних медіакомпаній свідчить про значний потенціал штучного інтелекту у підвищенні продуктивності, доступності та конкурентоспроможності сучасних медіа [4].

Питання етичного, безпечного і відповідального використання ШІ постає особливо гостро в українському медіасередовищі. «Суспільне» та «Українська правда» стали першими редакціями, які оприлюднили публічні політики щодо застосування ШІ, підкреслюючи важливість прозорості, відповідальності та людиноцентричного підходу.

Практика українських медіа щодо впровадження штучного інтелекту демонструє прагнення забезпечити баланс між інноваціями та дотриманням журналістських стандартів. За словами Анастасії Коріновської, редакторки з розробки цифрових продуктів «Суспільного», політика використання ШІ у редакції була розроблена за участі юридичних експертів і базується на кількох ключових принципах. Перший з них – прозорість та відповідальність. У редакції наголошують, що неможливо автоматично визначити, хто є автором певної частини матеріалу – журналіст чи ШІ. Водночас журналісти зобов’язані ознайомитися з правилами використання ШІ та відповідально застосовувати його у своїй роботі. Наприклад, у випадку генерації заголовків вони мають відповідати журналістським стандартам і змісту фінального тексту. Прозорість передбачає також маркування залучення ШІ на тих платформах, де використовуються відповідні інструменти.

Другим важливим аспектом є доцільність і ефективність застосування ШІ.

У редакції «Суспільного» віддають перевагу тим інструментам, які не потребують тривалого навчання і здатні вирішувати практичні задачі журналістської діяльності. Ще одним принципом є захист даних користувачів та контенту редакції. Зокрема, у «Суспільному» не дозволяють використовувати власні тексти для навчання сторонніх ШІ-моделей, встановлюючи обмеження на використання матеріалів. Водночас редакція продовжує досліджувати ефективність таких заходів, зокрема щодо захисту контенту від чат-ботів, таких як Google, з метою запобігання несанкціонованому навчанню на матеріалах редакції.

Ще одним напрямом політики є відповідність європейському та українському законодавству щодо використання ШІ. За словами Коріновської, редакція очікує на законодавчі ініціативи ЄС і дотримуватиметься їхніх положень, зокрема у частині захисту прав людей і недопущення шкоди при використанні певних інструментів штучного інтелекту.

Досвід інших українських медіа підтверджує практичну користь ШІ для підвищення ефективності редакційної роботи. Зокрема, Севгіль Мусаєва, головна редакторка «Української правди», зазначає, що штучний інтелект пришвидшує процеси розшифрування, фактчекінгу та перетворення тексту на аудіоформат, а також експериментально застосовується для генерації заголовків у «YouTube». Водночас використання ШІ змінюється під впливом конкретних обставин. Мусаєва наводить приклад, коли для завершення подкасту довелося відтворити голос автора за допомогою ШІ через його відрядження, що викликало занепокоєння працівників відділу подкастів щодо власної зайнятості.

У «Українській правді» дотримуються принципу «чесності перед аудиторією», який передбачає відмову від використання ШІ для створення новин, ілюстрацій або фотоматеріалів. Політика редакції є людиноцентричною: штучний інтелект слугує допоміжним інструментом для прискорення та покращення роботи журналістів, але не замінює їхню відповідальність. Навіть якщо ШІ застосовується для створення ілюстрацій, факт його використання обов’язково зазначається, що підкреслює контроль редакції над процесом і

закріплює правила всередині колективу.

Редактори цих медіа підкреслюють, що автоматизація не може замінити свідомого людського вибору – інтерпретації подій, формулювання акцентів, відбору фактів і побудови наративу. Відповідно, технології розглядаються як інструмент, що підсилює роботу журналістів, але не підміняє їхнього професійного судження [35].

Питання функціонування ШІ в українській журналістиці не залишаються поза увагою медійних громадських організацій та спільнот (наприклад, «Детектор медіа», «Інститут масової інформації», донедавна «Медіамейкер» (Media Development Foundation) тощо), які є платформами для проведення опитувань, дискусій, семінарів та тренінгів, а також оприлюднення практик використання штучного інтелекту в медіа. Зокрема, журналіска «Інститут масової інформації» Я. Машкова [14] аналізує масштаби впровадження ШІ в українських редакціях та окреслює сфери його застосування, зосереджуючись на автоматизації виробничих процесів та зміні професійних компетенцій журналістів. Кейси інтеграції ШІ в медіапрактики розглядає журналістка «Медіамейкер» В. Нановська [19], зокрема, застосування автоматизованих систем у візуальному сторітелінгу та роботі з великими даними. У вітчизняному науковому дискурсі тема інтеграції штучного інтелекту в медіапрактики є популярною та представлена низкою досліджень. Наукове осмислення питання йде услід за практичною діяльністю й на сьогодні лише описує процеси всередині галузі. Більшість вітчизняних наукових досліджень присвячено ролі штучного інтелекту у вдосконаленні журналістської діяльності та формуванні медіаконтенту [34; 40; 42]. Такі роботи є важливими в контексті усвідомлення динамічних процесів, оптимізації журналістської роботи, розумінні викликів та загроз, а також переваг та зручностей при використанні ШІ. Професорка В. Шевченко узагальнює тенденції використання ШІ в медіа, приділяючи увагу трансформації ролі журналіста в цифрову епоху [17]. У працях кандидатки наук Н. Бідзілі та доктора наук О. Стєкольщикової [34] досліджуються можливості ШІ в перевірці фактів і протидії дезінформації, що є важливим для сучасних

редакцій. Я. Шекеряк-Кушка [42] акцентує на етичних дилемах, які виникають при застосуванні алгоритмів в аналітичній роботі та журналістиці даних. Напрацювання теоретиків та практиків формують ґрунтовну базу для осмислення впливу ШІ на медійні процеси та підкреслюють необхідність професійної адаптації журналістів у нових технологічних умовах [10, с. 2].

Запорізькі регіональні медіа також активно використовують ШІ. «SODA» – це запорізьке онлайн-медіа, яке зосереджується на журналістиці рішень. Воно не просто інформує про проблеми міста, а й аналізує їх, шукає шляхи їх вирішення та розповідає про ці рішення. Назва «SODA» символізує очищення, так само як медіа прагне «очищувати темні плями поінформованості суспільства» своїми матеріалами [24].

У своїй роботі медіа активно застосовує інструменти штучного інтелекту, зокрема для озвучування, титрування та створення візуальних елементів відеоматеріалів. Аналіз випусків за жовтень 2025 року демонструє послідовну інтеграцію технологій ШІ у виробничий процес.

Так, у відео від 5 жовтня «Легенди про Зміїну печеру на острові Хортиця» (рис.2.1) озвучення здійснено за допомогою синтезованого голосу ШІ, а сюжет доповнено створеною за допомогою нейромереж анімацією.

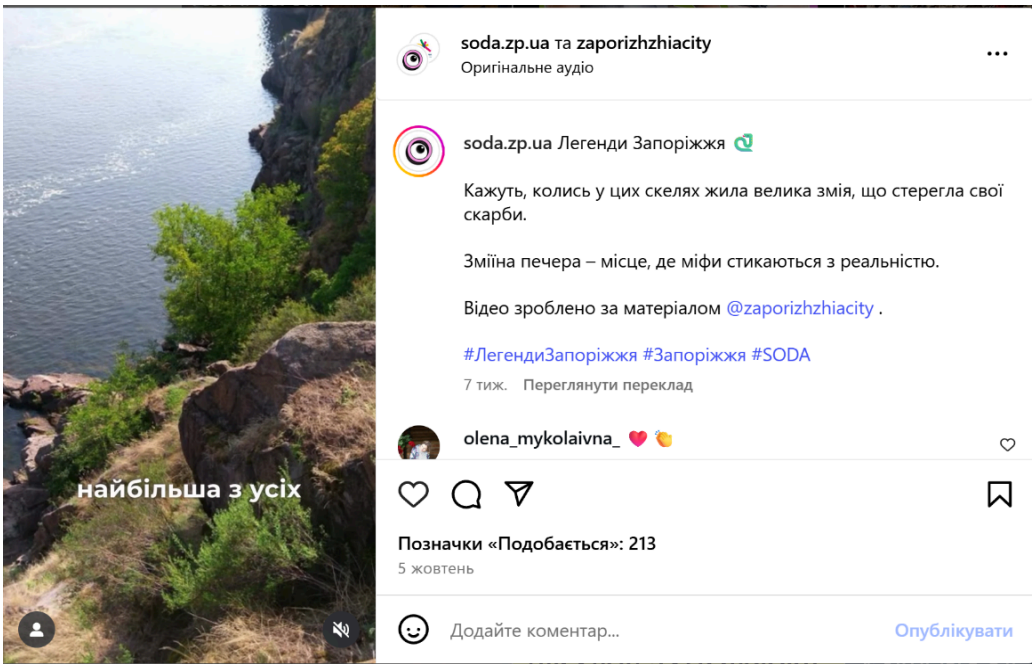


Рис.2.1. Публікація «SODA» про легенди про Зміїну печеру на острові Хортиця

У цьому матеріалі простежується тенденція до комбінування традиційного відеоряду з елементами, повністю згенерованими цифровими моделями, що дозволяє підсилити атмосферність сюжету та зробити локальні історії більш привабливими для молодої аудиторії. Такі інструменти також дають можливість створювати унікальні візуальні рішення навіть за обмежених ресурсів редакції, що характерно для регіональних медіа.

У випусках від 8, 15, 17, 19, 21 та 23 жовтня (Додаток В) також використано озвучування і титрування з допомогою ШІ – відповідно у матеріалах про будинок №151 на проспекті Соборному, проблему стихійних сміттєзвалищ у Тернуватській громаді, сюжет «Москва-річка», артрезиденцію «Голоси міста», наслідки екологічної катастрофи після підриву Каховської ГЕС та про історію будинку на перехресті проспекту Соборного та вулиці Української.Усі ці матеріали характеризуються швидким темпом виробництва, що стало можливим завдяки використанню автоматизованих систем озвучення. Це свідчить про те, що ШІ виконує роль ефективного інструмента для оперативної підготовки щоденного відеоконтенту, що є критично важливим для локальних новинних редакцій із невеликим штатом працівників.

У сюжеті від 26 жовтня «Тещин міст у Запоріжжі» ШІ було використано не лише для озвучки, а й для генерації додаткових візуальних матеріалів – зображень і відео. Водночас цей приклад засвідчив ризики надмірного покладання на автоматизовані технології. У сюжеті допущено фактологічну помилку, оскільки в Запоріжжі відсутній міст із офіційною назвою «Тещин», а насправді йдеться про міст у Комунарському районі, відомий під неофіційною назвою «Тещин язик» через форму конструкції та місцеву легенду. Через це матеріал викликав хвилю критичних коментарів від жителів. Ця ситуація також продемонструвала, що навіть за наявності технологічних інструментів створення візуального контенту, людський контроль залишається ключовим елементом редакційної відповідальності. Відсутність верифікації згенерованих ШІ матеріалів створює ризик появи некоректних асоціацій у глядачів, що особливо

небезпечно для локального медіапростору, де рівень довіри базується на точності висвітлення місцевих подій.

Подальші випуски від 29 та 30 жовтня , про висадку кущів бузку на берегах річки Сухої та проведення зоофестивалю на підтримку притулку «Шанс» у сквері Тарасова також містили озвучення й титрування, згенеровані ШІ.

Отже, досвід онлайн-медіа «SODA» демонструє поступову інтеграцію штучного інтелекту в локальну журналістику як інструмент оптимізації виробництва контенту, підвищення його динамічності та доступності. Водночас кейс із «Тещиним мостом» наочно ілюструє ризики використання ШІ без належного редакторського контролю, що може призводити до поширення дезінформації та втрати довіри аудиторії.

Варто зазначити, що медіа використовує позначку «озвучено за допомогою ШІ», однак ця відмітка присутня лише у третині відео, опублікованій в мережі «Інстаграм», тоді як на інших платформах, наприклад, «Тікток» та «Фейсбук» така інформація не вказується. Це свідчить про часткову прозорість у застосуванні ШІ-технологій у медіавиробництві.

Непослідовність у маркуванні є особливо важливою, оскільки різні соціальні мережі мають відмінні аудиторії та моделі сприйняття контенту. Відсутність чіткої інформації про використання ШІ може формувати хибне уявлення про повністю «людське» виробництво відео, що впливає на рівень довіри до редакції. Крім того, різні політики соціальних платформ щодо прозорості ШІ-контенту роблять необхідним запровадження єдиних редакційних стандартів для всіх каналів комунікації.

Запорізький центр розслідування – це незалежне онлайн-медіа, засноване восени 2017 року, діяльність якого спрямована на забезпечення прозорості роботи органів влади міста Запоріжжя, контроль за розподілом бюджетних коштів і станом екології. Видання висвітлює рішення місцевої влади, питання землекористування, будівництва, комунальних послуг, а також розслідує випадки корупції та посадових зловживань. Засновниками проєкту стали Сергій Сидоров і Лілія Статівко, які започаткували його як ініціативу громадської організації

«Запорізький центр розслідувань», що з часом переросла у медіакоманду, відому своєю активною громадянською позицією та аналітичними публікаціями [22].

У своїй діяльності «Запорізький центр розслідувань» також упроваджує технології штучного інтелекту, зокрема для створення титрів та озвучування відеоматеріалів. Аналіз публікацій за жовтень 2025 року свідчить про систематичне використання інструментів ШІ у виробничих процесах медіа. Так, у сюжеті від 31 жовтня (рис.2.2), присвяченому судовому засіданню щодо скверу Тарасова, застосовано озвучення та титрування, згенеровані за допомогою ШІ.

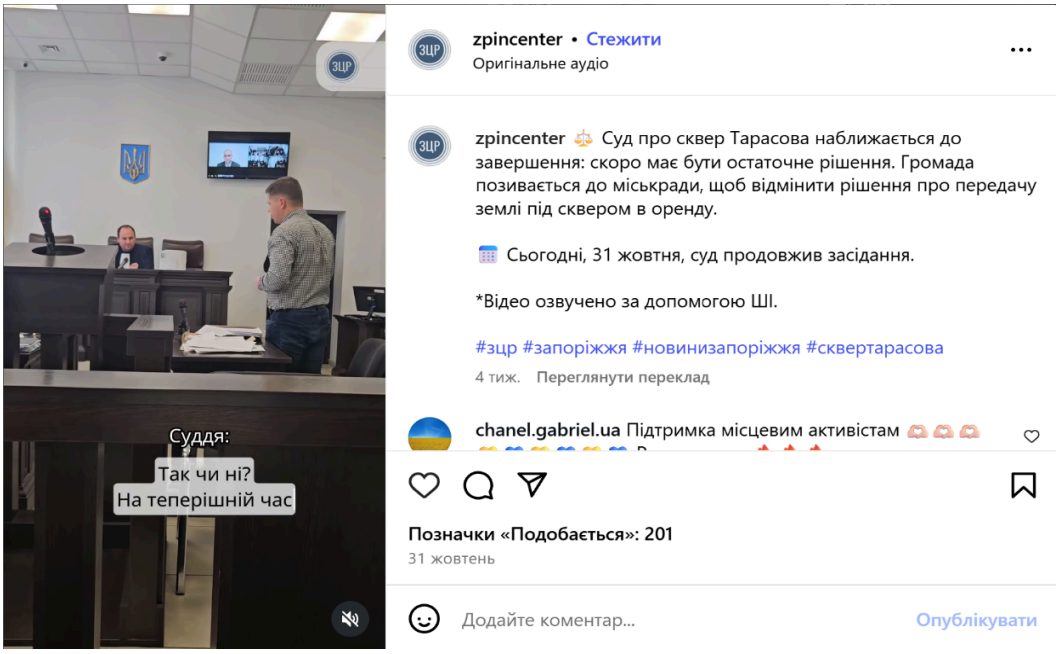


Рис.2.2. Публікація «Запорізького центру розслідування» щодо судового засідання про сквер Тарасова

Крім технічних функцій, використання ШІ у Центрі розслідувань дозволяє редакції прискорити обробку великих обсягів інформації, автоматизувати транскрипцію відео та підготовку коротких анонсів, що підвищує оперативність публікацій та дає змогу швидко реагувати на актуальні події міста. Застосування ШІ також допомагає стандартизувати формат відео, що робить контент більш зручним для перегляду широкою аудиторією.

Аналогічні технології використано й у матеріалах від 29 жовтня – в анонсі вирішального судового засідання, у сюжеті про висадку бузків на берегах річки Сухої за 28 жовтня, а також у відео від 27 жовтня, присвяченому проєкту

«Врятовані спогади», який акцентує на важливості збереження культурної спадщини під час війни. Усі ці відео супроводжуються позначкою «Відео озвучено за допомогою ШІ», що свідчить про відкритість редакції щодо використання новітніх технологій у журналістській роботі (Додаток Г). Важливо зазначити, що прозоре маркування контенту не лише підвищує довіру аудиторії, а й служить інструментом медіаграмотності: глядачі усвідомлюють, що частина роботи виконана автоматизованими системами, що формує критичне сприйняття інформації та сприяє розвитку відповідального медійного середовища. Такий підхід також дозволяє редакції отримувати зворотний зв’язок про ефективність ШІ у створенні контенту та коригувати робочі процеси.

На відміну від SODA, «Запорізький центр розслідувань» не застосовує анімацій, створених за допомогою штучного інтелекту, обмежуючись лише озвученням і титруванням. Такий підхід демонструє обережну та контрольовану інтеграцію ШІ у медіавиробництво, де технології використовуються переважно як технічний інструмент для підвищення якості подачі контенту, а не як засіб творчої генерації чи візуальної інтерпретації журналістських сюжетів.

Перший Запорізький – це незалежне онлайн-медіа, яке на власному веб-сайті та майданчиках у соціальних мережах щоденно розповідає про всі аспекти життя міста Запоріжжя та Запорізької області [23].

У своїй діяльності редакція активно експериментує з візуальними форматами, зокрема застосовуючи інструменти штучного інтелекту для створення ілюстративних матеріалів. Так, у публікації від 31 жовтня (рис. 2.3), що мала форму фан-трейлера до Геловіну у стилі кіновсесвіту The Conjuring, зазначено, що «усі ілюстрації були створені за допомогою штучного інтелекту» – відповідна позначка розміщена безпосередньо під двома зображеннями. Подібне маркування використано й у дописах від 26 серпня «Кожен район Запоріжжя – як окремий фільм» та від 5 вересня «А як би виглядало Запоріжжя у стилі легендарної комп’ютерної гри The Sims» (Додаток Д), що свідчить про дотримання принципів прозорості під час застосування ШІ у візуальному контенті.

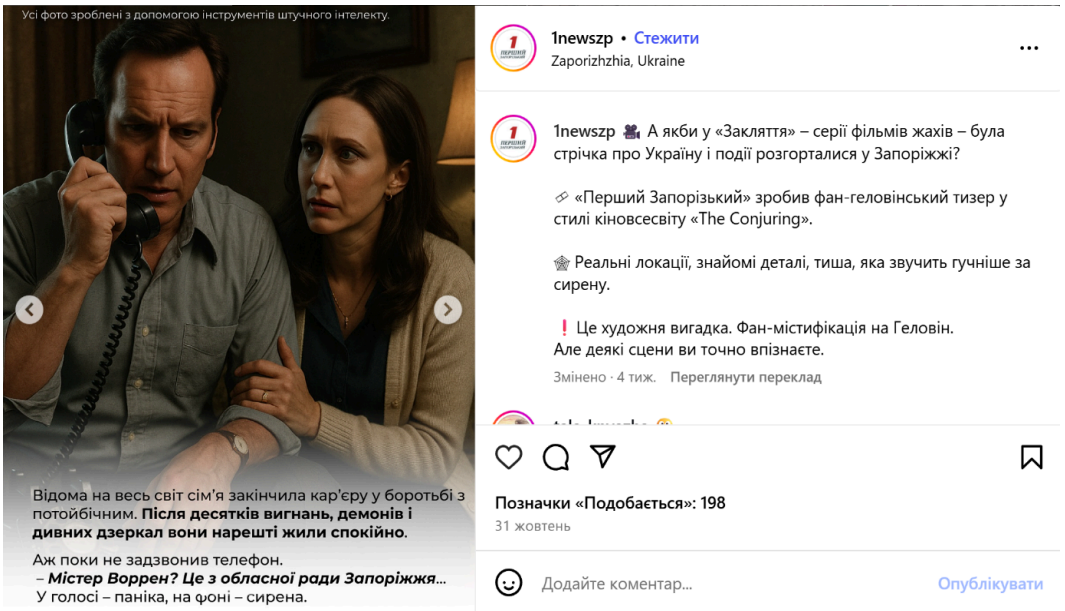


Рис. 2.3. Публікація «Першого Запорізького» з фан-трейлером до Геловіну

Водночас у дописі від 21 вересня під назвою «Якби козаки жили сьогодні, їхні будні виглядали б зовсім по-іншому» медіа використало ілюстрації, створені за допомогою нейромереж, однак жодної візуальної чи текстової відмітки про це не зроблено – ні в Instagram, ні безпосередньо на зображеннях. Аналогічна ситуація спостерігається у публікації від 10 квітня, де зображення, згенеровані в «ChatGPT», демонструють, як могло б виглядати Запоріжжя у стилі японської анімаційної студії Ghibli. У цьому випадку факт використання ШІ згадується лише як «участь у тренді», без конкретизації інструменту чи відповідного маркування.

Цей кейс демонструє, що навіть при активному використанні ШІ медіа може не завжди дотримуватися стандартів прозорості, що впливає на формування довіри аудиторії та потребує вироблення чітких редакційних політик щодо маркування автоматично створеного контенту. Водночас експерименти з різними жанрами та стилями контенту показують потенціал ШІ для креативних рішень у локальній журналістиці.

Таким чином, кейс «Першого Запорізького» вказує на поступове впровадження технологій штучного інтелекту у візуальну складову контенту локальних медіа, проте також виявляє непослідовність у маркуванні матеріалів,

створених за допомогою ШІ. Це свідчить про недостатню усталеність етичних стандартів і потребу у виробленні єдиних підходів до прозорого інформування аудиторії про використання штучного інтелекту в медіавиробництві.

«ЖиЗа – Життя Запоріжжя» – це локальний медіапроєкт, який розповідає про повсякденне життя Запоріжжя, його культурні події та сучасні тенденції. Видання активно реагує на глобальні тренди, зокрема й на використання штучного інтелекту у створенні контенту. Проте аналіз публікацій свідчить про непослідовність у маркуванні матеріалів, згенерованих за допомогою ШІ. Так, у дописі від 27 серпня під назвою «Як би виглядало Запоріжжя, якби це була 8-бітна гра» (рис. 2.4) використано ілюстративні матеріали, створені нейромережею, однак відсутнє будь-яке зазначення про застосування штучного інтелекту. Натомість у публікації від 23 липня про сувенірну продукцію із зображенням Запоріжжя вказано: «Ми пофантазували разом зі штучним інтелектом – і ось як могли б виглядати сувеніри із Запоріжжя», що демонструє приклад відкритої комунікації з аудиторією.

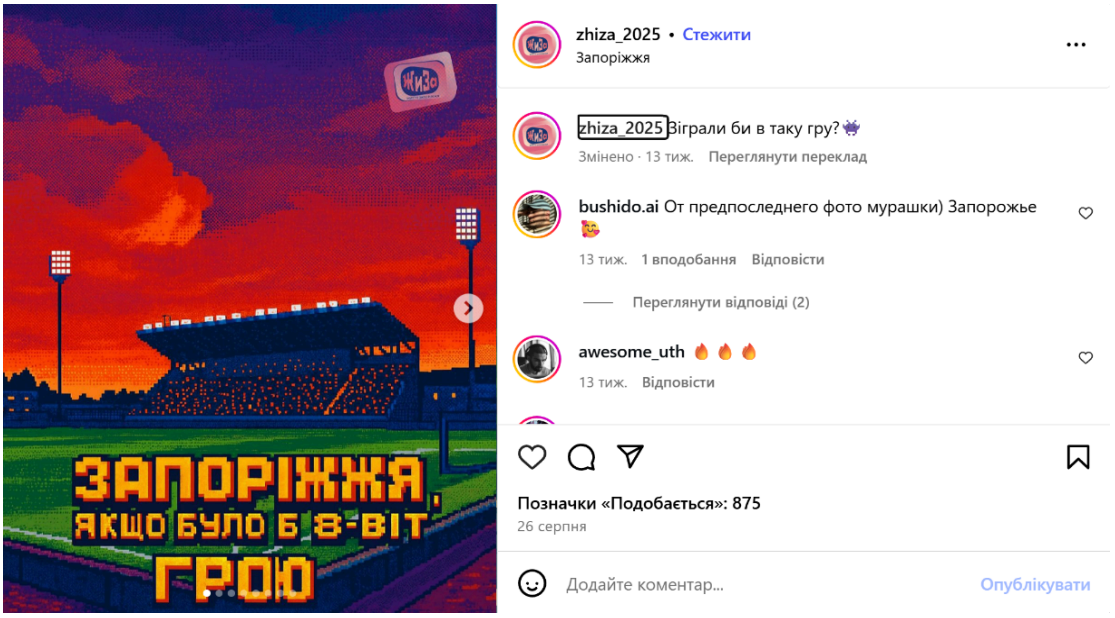


Рис.2.4. Публікація «ЖиЗа» «Як би виглядало Запоріжжя, якби це була 8-бітна гра

Водночас дописи від 24 травня «Ліло і Стіч живуть у Запоріжжі» та від 10 червня «LABUBU в Запоріжжі» (Додаток Е) знову містять згенеровані ШІ ілюстрації без будь-яких позначок чи пояснень, що може вводити читача в оману щодо джерела походження зображень.

Це підкреслює важливість вироблення єдиних етичних стандартів для локальних медіа, які визначатимуть, коли і як слід зазначати участь ШІ у створенні контенту. Відсутність маркування може підривати довіру аудиторії, навіть якщо сам контент є якісним та цікавим. Крім того, систематичне використання ШІ без прозорого маркування створює потенційний ризик для медіаграмотності глядачів, особливо серед молодшої аудиторії.

Проблеми з прозорістю у використанні штучного інтелекту простежуються не лише у незалежних медіа, а й у міських комунікаційних платформах. Так, на офіційній Instagram-сторінці Запорізького міського молодіжного центру у дописі від 19 серпня , який запрошує мешканців на сімейний міський захід, ілюстрація є очевидно згенерованою за допомогою ШІ, проте не має відповідного маркування. Аналогічну ситуацію зафіксовано на офіційному «Телеграм-каналі» запорізької міської програми «Старше покоління запоріжців» «Турбота поруч. Запоріжжя» (Додаток Ж), де штучний інтелект системно використовується для створення титульних зображень до анонсів заходів і публікацій. Водночас на жодному з цих візуальних матеріалів немає позначок про застосування ШІ-інструментів.

Цей парадоксальний випадок особливо привертає увагу, зважаючи на те, що Департамент освіти і науки Запорізької міської ради системно проводить освітні ініціативи з медіаграмотності для школярів – зокрема ігри «Антифейк: Нота єнта» та тренінги з критичного мислення. Така непослідовність між декларованими принципами медіаосвіти та практиками офіційних міських комунікацій свідчить про необхідність розроблення єдиних етичних стандартів щодо маркування контенту, створеного за допомогою штучного інтелекту, а також підвищення рівня усвідомлення серед комунікаційних структур про вплив подібних технологій на довіру аудиторії. Такі приклади демонструють, що навіть

державні та муніципальні комунікаційні платформи недостатньо дотримуються принципів прозорості та етичного маркування ШІ-контенту, що підкреслює необхідність розробки єдиних правил для всіх типів медіа та комунікаційних структур. Особливо важливо забезпечити навчання та підвищення обізнаності співробітників щодо впливу автоматично створеного контенту на довіру та критичне сприйняття аудиторії.

Пресслужба Широківської селищної ради використовує інструменти ШІ для озвучення відео у соціальних мережах, що дозволяє економити час на запис професійного диктора та пришвидшує підготовку контенту для онлайн-платформ. Проте, при цьому відсутні будь-які позначки «Озвучено за допомогою ШІ», через що аудіо подається як «оригінальне».

Така практика створює потенційний ризик для довіри аудиторії, адже користувачі можуть не усвідомлювати, що голос, який вони чують, згенеровано штучним інтелектом. Це також знижує прозорість медіавиробництва та суперечить принципам відкритої комунікації, які активно пропагуються в сучасних медіа та навчальних програмах з медіаграмотності. Це створює ризик для довіри аудиторії, адже користувачі можуть не усвідомлювати, що голос, який вони чують, згенеровано штучним інтелектом. Подібна практика підкреслює необхідність розробки чітких внутрішніх стандартів використання ШІ у комунікаційних структурах, включно з обов’язковим маркуванням контенту, щоб уникати помилкових уявлень про джерело інформації та зберігати прозорість взаємодії з громадськістю.

Аналіз практичних кейсів світових і регіональних медіа свідчить про те, що застосування штучного інтелекту у журналістській практиці є доцільним для автоматизації рутинних процесів, прискорення підготовки матеріалів, підвищення точності та персоналізації контенту, а також для покращення доступності медіа для різних категорій аудиторії. Водночас ефективна інтеграція ШІ можлива лише за умови поєднання технологічних рішень із професійною експертизою журналістів, контролем якості та дотриманням етичних і правових стандартів. Практичний кейс українських регіональних медіа демонструє, що

доцільне застосування ШІ полягає у використанні його як допоміжного інструмента для озвучення, титрування, транскрипції, створення ілюстрацій та аналітичної обробки інформації, з обов’язковим редакторським контролем та прозорим маркуванням контенту. Такий підхід дозволяє оптимізувати виробничі процеси, підвищити динамічність і якість матеріалів, одночасно мінімізуючи ризики поширення дезінформації та втрати довіри аудиторії, що є ключовим аспектом сучасної медіапрактики.

Таким чином, подальший розвиток медіапрактик в Україні має відбуватися за принципом синергії: технологічна ефективність штучного інтелекту поєднується з незмінними журналістськими цінностями – достовірністю, прозорістю, відповідальністю та людським судженням. Лише за умови чіткого дотримання етичних стандартів, законодавчих вимог і рекомендацій щодо безпечного використання ШІ технології стануть справжнім драйвером інновацій, а не джерелом нових ризиків для незалежної журналістики та демократичного інформаційного простору.

ВИСНОВКИ

Стрімкий розвиток цифрових технологій, поширення генеративних моделей штучного інтелекту та глобальні трансформації медіасередовища призвели до того, що журналістика вступила у новий етап переосмислення своєї ролі, професійних функцій та інструментів. Штучний інтелект не лише змінює спосіб створення та поширення контенту, а й стимулює виникнення нових професійних ролей у медіа, зокрема «редактор алгоритму», аналітик AI-контенту та спеціаліст із етичного нагляду за ШІ. Інтеграція штучного інтелекту стала одним із ключових драйверів цих змін, що формує нові підходи до збору, аналізу, створення, редагування та дистрибуції контенту. Завдяки ШІ українські медіа отримали можливість значно підвищити оперативність виробництва матеріалів, персоналізувати контент для різних груп аудиторії та масштабувати мультимедійні продукти при обмежених ресурсах редакцій. Українські медіа, включно з регіональними редакціями, працюють у специфічних умовах подвійного виклику: з одного боку, необхідність оперативно адаптуватися до технологічних інновацій та конкурувати у глобальному інформаційному середовищі, з іншого – діяльність у контексті воєнного стану, який висуває підвищені вимоги до точності, відповідальності та етичності журналістських матеріалів. Це підкреслює особливу важливість впровадження систем контролю за достовірністю контенту, фактчекінгу та прозорості у роботі з аудиторією.

Штучний інтелект сьогодні інтегрується у всі стадії виробництва новин, а сучасні практики передбачають появу змішаних моделей роботи, де журналіст і ШІ формують спільний робочий цикл. Особливо помітна тенденція до використання ШІ для автоматизації рутинних завдань – транскрибації, базової обробки даних, моніторингу соціальних мереж, що дозволяє журналістам концентруватися на аналітичній та креативній роботі. Такий підхід обумовлює потребу розвитку нової цифрової грамотності, що включає володіння інструментами, розуміння принципів роботи алгоритмів, критичний аналіз

отриманих результатів та формування ефективних промтів для генеративних моделей. Сучасна цифрова компетентність медійника передбачає також розуміння ризиків алгоритмічної упередженості, дотримання GDPR та етичне управління даними аудиторії. Важливо зазначити, що сучасні генеративні системи не можуть замінити журналіста: вони не здатні перевіряти факти, відрізняти правду від маніпуляції, уникати упереджень чи здійснювати критичне мислення, що підкреслює необхідність професійної відповідальності та контролю редакцій над кінцевим матеріалом. Це формує новий стандарт: поєднання технологічної ефективності з редакційною відповідальністю та критичним мисленням.

У межах дослідження було проаналізовано нормативні та професійні рекомендації щодо відповідального використання ШІ, зокрема настанови Комісії з журналістської етики та керівні принципи Міністерства цифрової трансформації України. Виявлено, що основні орієнтири включають забезпечення фактчекінгу, прозорості щодо застосування ШІ, захист авторських прав, недопущення маніпулятивних практик, а також збереження редакційної відповідальності. При цьому наголошується, що автоматизація не знімає обов’язків журналіста перевіряти факти, оцінювати джерела та дотримуватися етичних стандартів, зокрема точності цитування, балансу думок і недискримінації.

Аналіз української практики використання ШІ базується на даних двох всеукраїнських досліджень 2024-2025 років. Перше опитування, організоване Інститутом масової інформації (IMI) у червні 2024 року, та друге – Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення у червні-липні 2025 року – показали, що застосування ШІ у журналістиці зростає, спектр завдань, що передаються автоматизованим системам, розширюється, а вимоги до дотримання етичних стандартів підвищуються. «ChatGPT» виступає лідером серед текстових інструментів, активно використовуваних для генерації, редагування, створення заголовків, лід-абзаців та отримання довідкової інформації. Крім того, спостерігається зростання застосування спеціалізованих

AI-інструментів для обробки зображень, відео, озвучення та створення інтерактивних елементів контенту. Поряд із цим у редакціях застосовуються додаткові інструменти для генерації візуального контенту, озвучення відео, моніторингу медіапростору та автоматизації рутинних процесів.

Важливою особливістю сучасних практик є формування моделі, в якій журналіст виконує функцію не лише автора, а й «редактора алгоритму». Це проявляється у застосуванні багаторівневої системи промтів, яка дозволяє адаптувати тональність, структуру, стиль і жанр текстів під редакційні потреби. Такий підхід свідчить про те, що медійники не просто використовують ШІ як інструмент, а активно вчаться управляти його потенціалом для підвищення ефективності своєї роботи.

У нашому емпіричному дослідженні взяли участь 21 респондент-професіонал сфери соціальних комунікацій із запорізьких регіональних медіа, комунікаційних команд та суміжних професій. Результати засвідчили регулярне використання ШІ більшістю медійників, проте рівень цифрової компетентності та інтеграції технологій залишався нерівномірним. Одні респонденти демонстрували високий рівень знань і активно застосовували ШІ, інші лише знайомилися з інструментами, відчуваючи труднощі з формулюванням запитів, оцінкою результатів або роботою з візуальним контентом. Було виявлено ключові виклики: технічні помилки, хибні відповіді, потреба критичної перевірки фактів, питання авторських прав та дотримання етичних норм. Натомість розвиток навичок prompt engineering, фактчекінгу, критичного мислення, розуміння алгоритмів, креативності та базової візуальної грамотності визначено як пріоритетні.

Щоб зафіксувати сучасний стан використання ШІ та розуміти напрямок розвитку цієї технології в медіакомунікаціях, було проаналізовано практичні кейси та редакційну політику українських медіа. З’ясовано, що на «Суспільному» політика використання ШІ була розроблена юристами й базується на принципах прозорості, відповідальності, доцільності та захисту даних. Журналісти зобов’язані ознайомитися з правилами, а результати роботи

ШІ мають відповідати стандартам редакції. Обмежено використання матеріалів для навчання сторонніх моделей ШІ, а застосовувані інструменти мають відповідати чинному законодавству України та ЄС. Аналогічний підхід демонструє «Українська правда», де визначено, що ШІ використовується допоміжно, зокрема для розшифрування, фактчекінгу, генерації заголовків або відтворення голосу в подкастах, і жоден матеріал не поширюється без контролю редактора. Політика редакції є людиноцентричною, а всі випадки застосування ШІ позначаються в матеріалах. Дослідження також охопило аналіз відкритого контенту регіональних медіа та комунікаційних каналів у соціальних мережах, зокрема Інстаграм-сторінок «SODA», «Запорізький центр розслідувань», «Перший Запорізький», «ЖиЗа», а також каналів Запорізького міського молодіжного центру та Широківської селищної ради. Аналіз показав, що використання ШІ у візуальному та текстовому контенті є непослідовним: деякі редакції експериментують із генеративною графікою, шаблонними ілюстраціями, автоматизованим дубляжем відео та створенням інфографіки. У публікаціях помітні характерні елементи штучного інтелекту: однорідні стилізовані ілюстрації, ШІ-портрети, графічні патерни. Це свідчить про прагнення швидко продукувати контент, орієнтований на молодіжну аудиторію та трендові формати. На жаль, на сучасному етапі не всі медіа маркують використання штучного інтелекту, що може негативно впливати на рівень довіри аудиторії та формувати «невидиму» роль технологій у медіа. Водночас, аналіз показав значні виклики, зокрема технічні помилки, ризики діпфейків і візуальних фабрикацій, порушення авторських прав, алгоритмічну упередженість та непрозорість у випадках автоматизованого створення або модифікації контенту.

Особливу актуальність набуває етичний аспект застосування ШІ. Журналісти мають забезпечувати достовірність, безпеку та уникати маніпуляцій, а технології не можуть замінити людського аналізу, професійного судження та перевірки фактів. Гостро стоїть також питання дотримання авторського права. Прозорість щодо використання ШІ повинна стати

стандартом журналістської етики, а редакційні політики мають визначати рамки відповідального застосування технологій. Зазначимо, що на сьогодні, лише напрацьовуються етичні норми щодо використання штучного інтелекту в медіа.

На основі аналізу теоретичних джерел, емпіричних даних та практичних кейсів сформульовано комплекс рекомендацій для медіа щодо відповідальної інтеграції ШІ. Зокрема, редакціям доцільно:

- забезпечувати прозорість використання ШІ, чітко маркуючи випадки застосування генеративних моделей;
- зберігати повну редакційну відповідальність і затвердження результатів, отриманих ШІ;
- застосовувати багаторівневі промти та розробляти внутрішні шаблони для стабільності контенту;
- проводити системний фактчекінг згенерованих матеріалів;
- ухвалювати внутрішні політики ШІ із визначенням дозволених та заборонених практик;
- уникати діпфейків і маніпулятивних візуальних технік;
- обмежувати передачу персональних або конфіденційних даних стороннім моделям;
- використовувати ШІ як допоміжний, а не визначальний інструмент;
- розвивати цифрову та алгоритмічну грамотність редакцій;
- обирати ліцензійні та безпечні інструменти, які відповідають GDPR;
- ретельно дотримуватися авторського права під час застосування генеративної графіки;
- автоматизувати рутинні процеси (транскрибацію, моніторинг, переклад, аналітику);
- не використовувати ШІ для формування редакційної позиції;
- маркувати рекламні матеріали, створені з допомогою ШІ;
- запровадити процедури верифікації на AI-generated content у випадку роботи з фрилансерами;
- враховувати алгоритмічну упередженість і коригувати її прояви;

- застосовувати ШІ для підвищення доступності контенту;
- відповідально використовувати генеративні зображення, уникаючи їх у новинах без маркування;
- застосовувати аналітичні інструменти ШІ для планування, оцінки аудиторної реакції та прогнозування тенденцій;
- формувати довгострокову етико-технологічну культуру в редакціях.

Отже, українські медіа перебувають на етапі активного освоєння штучного інтелекту. Формуються моделі та стандарти роботи, що визначатимуть розвиток галузі у найближчі роки. Від того, наскільки відповідально редакції поєднають технологічні інновації з класичними принципами журналістики, залежатиме якість інформаційного простору, рівень інформованості громадян та стійкість суспільства до інформаційних загроз. Штучний інтелект може стати потужним ресурсом для українських медійників, але лише за умови його усвідомленого, професійного та етичного використання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бідзіля Ю., Гецко Г. Вплив новітніх технологій на трансформацію професійних стандартів у журналістиці. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2025. Т. 36 (75). № 2. С. 205–213. URL: https://surl.li/rrszck (дата звернення: 25.10.2025).

2. Використання ШІ у медіа. Результати дослідження Національної ради. Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення. URL: https://webportal.nrada.gov.ua/vykorystannya-shi-u-media-rezultaty-doslidzhennya-natsionalnoyi-rady/ (дата звернення: 27.10.2025).

3. Гайд «Інструменти штучного інтелекту»: як ШІ може пришвидшити роботу медійників. *Медіамейкер.* URL: https://mediamaker.me/news/gajd-instrumenty-shtuchnogo-intelektu-yak-shi-mozhe-pryshvydshyty-robotu-medijnykiv/ (дата звернення: 31.10.2025).

4. Де журналісти можуть залучити штучний інтелект – кейси світових видань. *Медіамейкер.* URL: https://mediamaker.me/de-zhurnalisty-mozhut-zaluchyty-shtuchnyj-intelekt-kejsy-svitovyh-vydan-4797/ (дата звернення: 15.10.2025).

5. Добірка ШІ інструментів для роботи. *Kyivstar Business Hub*. URL: https://hub.kyivstar.ua/articles/dobirka-shi-instrumentiv-dlya-roboty (дата звернення: 30.10.2025).

6. Зміни неминучі: як штучний інтелект впливатиме на безпеку, держави і права людини. *Академія викладачів журналістики.* URL: https://www.jta.com.ua/trends/zminy-nemynuchi-iak-shtuchnyy-intelekt-vplyvatyme-na-bezpeku-derzhavy-i-prava-liudyny/ (дата звернення: 22.10.2025).

7. Історія штучного інтелекту. *КРВ.Медіа.* URL: https://krv.media/istoriya-shtuchnogo-intelektu-vid-ideyi-do-suchasnyh-tehnologij/ (дата звернення: 20.11.2025).

8. Історія штучного інтелекту: від початку XX століття донині. *Спека.* URL: https://surl.li/ziiehy (дата звернення: 22.10.2025).

9. Історія штучного інтелекту: цікаво про розвиток технології. Частина 1. *Kyivstar Business Hub.* URL: https://hub.kyivstar.ua/articles/istoriya-shtuchnogo-intelektu-czikavo-pro-rozvitok-technologiyi-chastina-1 (дата звернення: 22.10.2025).

10. Кисельова О., Тяпкіна. Н. Інтеграція штучного інтелекту в медіапрактики. *Молодий вчений.* № 6 (137). 2025. С. 1–5 URL: https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/6520/6374 (дата звернення: 26.10.2025).

11. Козир О. Використання штучного інтелекту в медіа. *Науковий вісник УжНУ. Серія «Право».* URL: http://visnyk-pravo.uzhnu.edu.ua/article/view/343505/331336. С. 337 – 342 (дата звернення: 10.11.2025).

12. Лозинська О., Висоцька В., Марків О., Назаркевич М. Аналіз методологій виявлення джерел дезінформації. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Технічні науки*. 2024. Т. 341. № 5. С. 57–64. URL: https://doi.org/10.31891/2307-5732-2024-341-5-8 (дата звернення: 15.09.2025).

13. Лубко Д., Шаров С. Методи та системи штучного інтелекту : навчальний посібник. Мелітополь : Таврійський державний агротехнологічний університет. 2019. 32 с. URL: http://www.tsatu.edu.ua/kn/wp-content/uploads/sites/16/knyha.-msshy-v-byblyoteku.pdf. (дата звернення: 10.11.2025).

14. Машкова Я. Українські медіа та штучний інтелект. *Інститут масової інформації.* URL: https://imi.org.ua/monitorings/ukrayinski-media-ta-shtuchnyj-intelekt-yak-redaktsiyi-zaluchayut-shi-dlya-stvorennya-kontentu-i62217 (дата звернення: 25.10.2025).

15. Мадей А. Етика використання штучного інтелекту при створенні медіатекстів. *Українська журналістика у світовому інформаційно-комунікаційному контексті: здобутки і перспективи*. Київ. 2023. С.58–62. URL:

https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi78/0058043.pdf#page=58 (дата звернення: 27.10.2025).

16. Мельничина Ю. Програми для редагування і коректури текстів. Sentence Checker. *Асоціація українських редакторів.* https://www.uaredactor.com.ua/programy-dlya-redaguvannya-i-korektury-tekstiv-sentence-checker/ (дата звернення: 25.11.2025).

17. Мінцифра формує стратегію з ШІ – долучайтеся до опитування і впливайте на майбутнє ШІ в Україні. *Міністерство цифрової трансформації України*. URL: https://thedigital.gov.ua/news/technologies/mintsifra-formue-strategiyu-z-shi-dolucha ytesya-do-opituvannya-i-vplivayte-na-maybutne-shi-v-ukraini (дата звернення: 27.10.2025).

18. Морально-етичний вимір штучного інтелекту. *Детектор медіа*. URL: https://detector.media/production/article/244459/2025-09-27-moralno-etychnyy-vymi r-shtuchnogo-intelektu/ (дата звернення: 27.10.2025).

19. Нановська В. Де журналісти можуть залучити штучний інтелект – кейси світових видань. *Медіамейкер.* URL: https://mediamaker.me/de-zhurnalisty-mozhut-zaluchyty-shtuchnyj-intelekt-kejsy-svi tovyh-vydan-4797/ (дата звернення: 25.10.2025).

20. Нановська В. Чого тобі від мене треба? Вчимося спілкуватися з чат-ботами на основі ШІ: структури та схеми промптів. *Медіамейкер*. URL: https://mediamaker.me/chogo-tobi-vid-mene-treba-vchymosya-spilkuvatysya-z-chat-botamy-na-osnovi-shi-struktury-ta-shemy-promptiv-12286/ (дата звернення: 15.11.2025).

21. Пилипенко Н. Вже 60% українців використовують ШІ: які моделі і застосунки. *The Page.* URL: https://thepage.ua/ua/news/skilki-ukrayinciv-koristuyutsya-shi-ta-yaki-instrumenti-ob irayut (дата звернення: 27.10.2025).

22. Про нас. *Запорізький центр розслідування*. URL: https://incentre.zp.ua/o-nas/ (дата звернення: 01.11.2025).

23. Про нас. *Перший Запорізький*. URL: https://1news.zp.ua/about/ (дата звернення: 01.11.2025).

24. Про нас. *SODA*. URL: https://soda.zp.ua/about-us/ (дата звернення: 01.11.2025).

25. Про систему. *Електронне видання «Словники України»*. https://lcorp.ulif.org.ua/pdf/Pro_Systemu.pdf (дата звернення: 25.11.2025).

26. Регулювання штучного інтелекту: досвід США. *Центр демократії та верховенства права*. URL: https://cedem.org.ua/analytics/shtuchnyi-intelekt-usa/ (дата звернення: 22.10.2025).

27. Рекомендації з відповідального використання штучного інтелекту у сфері медіа. *Міністерство цифрової трансформації України.* URL: https://thedigital.gov.ua/news/technologies/yak-vidpovidalno-vikoristovuvati-shtuchniy-intelekt-rozrobili-rekomendatsii-dlya-media (дата звернення: 01.10.2025).

28. Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо використання штучного інтелекту для створення журналістських матеріалів. *Комісія з журналістської етики.* URL: https://cje.org.ua/statements/rekomendatsii-komisii-z-zhurnalistskoi-etyky-shchodo-vykorystannia-shtuchnoho-intelektu-dlia-stvorennia-zhurnalistskykh-materialiv/ (дата звернення: 27.10.2025).

29. Робот Шейкі. *Вікіпедія.* URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%82_%D0%A8%D0%B5%D0%B9%D0%BA%D1%96 (дата звернення: 22.10.2025).

30. Свистуха Д. Сервіси, які полегшують роботу з текстами на різних етапах: добірка рекомендацій українських медійниць. *Медіамейкер.* URL: https://mediamaker.me/servisy-yaki-polegshuyut-robotu-z-tekstamy-na-riznyh-etapah-dobirka-rekomendaczij-ukrayinskyh-medijnycz-16334/ (дата звернення: 27.11.2025).

31. Свистуха Д. Як розшифрувати інтерв'ю? Оглядаємо інструменти, якими можна транскрибувати аудіо й відео в текст. *Медіамейкер*. URL: https://mediamaker.me/yak-rozshyfruvaty-intervyu-oglyadayemo-instrumenty-dlya-tr

anskrybuvannya-audio-j-video-7830/ (дата звернення: 25.10.2025).

32. Ситник О. Проблематика впровадження штучного інтелекту в сучасних ЗМІ та медіатехнологіях. *Український інформаційний простір.* Київ : Київський національний університет імені Тараса Шевченка. 2023. № 2(12). С. 252–265. URL: http://ukrinfospace.knukim.edu.ua/article/view/291187/284746.

33. Список сервісів ШІ, які стануть у пригоді журналістам. *Інститут масової інформації.* URL: https://imi.org.ua/news/spysok-servisiv-shi-yaki-stanut-u-nagodi-zhurnalistam-i6286 5 (дата звернення: 01.11.2025).

34. Стєкольщикова В., Бідзіля Ю. Інноваційні методи перевірки фактів у цифровій журналістиці. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Філологія.* 2025. Вип. 2(16). URL: https://www.researchgate.net/publication/395864266_INNOVACIJNI_METODI_PE REVIRKI_FAKTIV_U_CIFROVIJ_ZURNALISTICI. С. 86–94 (дата звернення: 10.11.2025).

35. Суліковська О. Людина як орієнтир, авторство й фактчекінг. Як українські медіа, організації та держструктури використовують ШІ. *Медіамейкер.* URL: https://mediamaker.me/lyudyna-yak-oriyentyr-avtorstvo-j-faktcheking-yak-ukrayinsk i-media-organizacziyi-ta-derzhstruktury-vykorystovuyut-shi-8438/ (дата звернення: 15.11.2025).

36. Тюря Я. Регулювання штучного інтелекту у соціальних медіа: виклики, ризики та можливості. *Актуальні проблеми держави і права.* URL: http://www.apdp.in.ua/v105/32.pdf. С. 265–272 (дата звернення: 10.11.2025).

37. Фещенко Ю. OnlineCorrector та інші сервіси, що допоможуть уникати помилок в текстах українською. *Money & Career.* URL: https://mc.today/uk/onlinecorrector-languagetool-ta-inshi-servisi-dlya-perevirki-teksti v-ukrayinskoyu/ (дата звернення: 25.11.2025).

38. Цікаво про штучний інтелект. ШІ лабораторія. URL: https://ailaboratory.wixsite.com/shi-ua/post/shcho-take-shtuchnyj-intelect (дата

звернення: 01.10.2025).

39. Чат-боти з ШІ спотворюють новини – дослідження. *DW*. URL: https://www.dw.com/uk/catboti-zi-stucnim-intelektom-spotvoruut-novini-doslidzenna/a-74459823?maca=Ukr-Red-Telegram (дата звернення: 01.11.2025).

40. Шевченко В. Використання штучного інтелекту в редакційній роботі світових та українських медіа. *Вісник Книжкової палати.* 2025. № 5. С. 3–9. URL: http://visnyk.ukrbook.net/article/view/332236; DOI: https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.5(346).3-9 (дата звернення: 25.10.2025).

41. Шевченко В. Штучний інтелект у медіавиробництві : навчальний посібник. Київ : Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Навчально-науковий інститут журналістик. 2025. 120 с. URL: https://www.researchgate.net/publication/389356243_Stucnij_intelekt_u_mediavirobnictvi (дата звернення: 10.11.2025).

42. Шекеряк-Кушка Я. Штучний інтелект у журналістиці даних: можливості, загрози та етичні дилеми. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика.* 2025. Т. 36 (75). № 4(2). С. 304–314. URL: http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2025/4_2025/part_2/50.pdf; DOI: https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.4.2/48 (дата звернення: 25.10.2025).

43. Що таке Gemini, як працює та кому буде корисний новий ШІ від Google. *Happy Monday*. URL: https://happymonday.ua/shho-take-gemini-vid-google (дата звернення: 30.10.2025).

44. Що таке чат GPT і як ним користуватися? *ChatGPT in Ukraine*. URL: https://gptchat.in.ua/chat-gpt/ (дата звернення: 26.10.2025).

45. Що таке Pinpoint? *Pinpoint Довідка.* URL: https://support.google.com/pinpoint/answer/11948320?hl=ru (дата звернення: 31.10.2025).

46. Як відповідально використовувати штучний інтелект: розробили рекомендації для медіа. *Міністерство цифрової трансформації України*. URL: https://thedigital.gov.ua/news/technologies/yak-vidpovidalno-vikoristovuvati-shtuchn

iy-intelekt-rozrobili-rekomendatsii-dlya-media (дата звернення: 01.10.2025).

47. Amditis J. Beginner’s prompt handbook: ChatGPT for local news publishers. URL: https://jamditis.notion.site/Beginner-s-prompt-handbook-ChatGPT-for-local-news-publishers-15d1f07d5b194265a41fdd42955679b4 (дата звернення: 25.11.2025).

48. Captions – штучний інтелект для створення субтитрів та автоматичного монтажу відео. *Komarov.design.* URL: https://www.komarov.design/captions-shtuchnii-intieliekt-dlia-stvoriennia-subtitriv-ta-avtomatichnogho-montazhu-vidieo/ (дата звернення: 31.10.2025).

49. ChatGPT – що це за технологія, її переваги та недоліки, подальші перспективи. *ITbox.* URL: https://www.itbox.ua/ua/blog/ChatGPT--scho-ce-za-tehnologiya-yiyi-perevagi-ta-nedoliki-podalshi-perspektivi/?srsltid=AfmBOordSFR2GKsrA9drVEOnOFdH-ew8z_5L3mDgLqBgKYrqW14lERZH (дата звернення: 30.10.2025).

50. Claude AI для роботи та навчання: як ефективно використовувати ШІ-помічника. *Happy Monday.* URL: https://happymonday.ua/claude-ai-dlya-roboty-ta-navchannya (дата звернення: 30.10.2025).

51. Cools H., Diakopoulos N. Writing guidelines for the role of AI in your newsroom? Here are some, er, guidelines for that. NiemanLab. July 11, 2023. URL : https://www.niemanlab.org/2023/07/writing-guidelines-for-the-role-of-ai-in-your-newsroom-here-are-some-er-guidelines-for-that/ (дата звернення: 12.10.2025).

52. Design AI. *Apple Store.* URL: https://apps.apple.com/ru/app/design-ai-%D0%BC%D0%B0%D0%BB%D1%8E%D0%B9-%D1%8F%D0%BA-%D0%B4%D0%B0%D0%BB%D1%96/id6448249122?l=uk (дата звернення: 31.10.2025).

53. Good Tape. *WebCatalog.* URL: https://webcatalog.io/uk/apps/good-tape (дата звернення: 20.11.2025).

54. Google Speech-to-Text. URL: https://cloud.google.com/speech-to-text (дата звернення: 22.10.2025).

55. Ideogram: нова зірка серед AI-генераторів зображень. *Знайшов.* URL: https://znayshov.com/News/Details/ideogram_nova_zirka_sered_ai-heneratoriv_zobrazhen (дата звернення: 01.11.2025).

56. Kyselova O. The ethical dimension of using artificial intelligence in journalism. *Scientific Research in the Age of Global Change:* Proceedings of the International Scientific Conference (Amsterdam, Netherlands, 4 November 2025). Bookmundo, 2025. P. 53–56. DOI: https://doi.org/10.64076/iedc251104.

57. LanguageTool. URL: https://languagetool.org/ru (дата звернення: 30.10.2025).

58. Leonardo.Ai. *Hellip.com.* URL: https://hellip.com/ua/product/leonardo.html (дата звернення: 22.10.2025).

59. Magic Studio. *WebCatalog.* URL: https://webcatalog.io/uk/apps/magic-studio (дата звернення: 22.10.2025).

60. Midjourney – AI для генерації зображень. Як з ним працювати. *AIN.* URL: https://ain.ua/2023/02/24/shho-take-midjourney-i-yak-z-neyu-praczyuvaty/ (дата звернення: 31.10.2025).

61. Neural Writer – інноваційний онлайн-інструмент для роботи з текстами. *Знайшов.* URL: https://znayshov.com/News/Details/neural_writer_innovatsiinyi_onlain_instrument_dlia_roboty_z_tekstamy (дата звернення: 30.10.2025).

62. Runway. *Освітня платформа «Вчимо».* URL: https://vchymo.com/app/application/Runway (дата звернення: 31.10.2025).

63. Smith C. The History of Artificial Intelligence. University of Washington. 2006. 27 p. URL: https://surl.li/nheqmh (дата звернення: 22.10.2025).

64. Speech-to-Text від Google – для дому та бізнесу. *Wise IT.* URL: https://wiseit.com.ua/events/speech-to-text-from-google-for-home-and-business/ (дата звернення: 31.10.2025).

65. Suno AI. *Suno*. URL: https://suno.com/home (дата звернення: 22.10.2025).

66. Transkriptor. *Transkriptor*. URL: https://transkriptor.com/uk/transkriptor-vs-tactiq/ (дата звернення: 31.10.2025).

67. TurboScribe – зручний інструмент для перетворення аудіо та відео в текст. *Знайшов.* URL: https://znayshov.com/News/Details/turboscribe_zruchnyi_instrument_dlia_peretvorennia_audio_ta_video_v_tekst (дата звернення: 31.10.2025).

ДОДАТОК А

Таблиця 1.4 – Показники використання штучного інтелекту опитаних респондентів

Для яких завдань використовується ШІ	Частота використання	Інструменти/платформи ШІ які використовуєте
1	2	3
Генерація текстів (статті, новини, пости), Створення заголовків і лідов, Редагування та коректура текстів	Щодня	ChatGPT
Генерація текстів (статті, новини, пости)	Щодня	ChatGPT
Не використовую	Ніколи	-
Генерація текстів (статті, новини, пости), Створення заголовків і лідов, Редагування та коректура текстів, Аналітика та обробка даних, Візуалізація (зображення, графіки, інфографіка), Відеомонтаж та сценарії відео, Аудіо/подкасти (озвучення, редагування), Соцмережі та контент-планування	Щодня	ChatGPT, Suno AI, Nano-Banana, Kling AI, Krea AI, Adobe Firefly, Seedreams, Flux AI, Runway
Аудіо/подкасти (озвучення, редагування)	Декілька разів на тиждень	ElevenLabs

Продовження Таблиці 1.4

1	2	3
Генерація текстів (статті, новини, пости), Створення заголовків і лідов, Редагування та коректура текстів, Аналітика та обробка даних, Візуалізація (зображення, графіки, інфографіка), Відеомонтаж та сценарії відео, Аудіо/подкасти (озвучення, редагування), Соцмережі та контент-планування	Щодня	ChatGPT
Створення заголовків і лідов, Візуалізація (зображення, графіки, інфографіка), Соцмережі та контент-планування	Декілька разів на тиждень	ChatGPT
Генерація текстів (статті, новини, пости), Створення заголовків і лідов, Редагування та коректура текстів, Візуалізація (зображення, графіки, інфографіка)	Декілька разів на тиждень	ChatGPT
Генерація текстів (статті, новини, пости), Редагування та коректура текстів, Візуалізація (зображення, графіки, інфографіка)	Декілька разів на тиждень	ChatGPT
Генерація текстів (статті, новини, пости), Редагування та коректура текстів, Аналітика та обробка даних, Візуалізація (зображення, графіки, інфографіка)	Щодня	ChatGPT, Gemini, DeepSeek, Freepik AI

Продовження Таблиці 1.4

1	2	3
Генерація текстів (статті, новини, пости), Редагування та коректура текстів, Візуалізація (зображення, графіки, інфографіка), Відеомонтаж та сценарії відео	Щодня	ChatGPT
Генерація текстів (статті, новини, пости), Створення заголовків і лідов, Редагування та коректура текстів, Візуалізація (зображення, графіки, інфографіка)	Щодня	ChatGPT, Gemini
Генерація текстів (статті, новини, пости), Редагування та коректура текстів, Аналітика та обробка даних	Щодня	Turboscribe
Генерація текстів (статті, новини, пости), Створення заголовків і лідов, Редагування та коректура текстів, Аналітика та обробка даних, Візуалізація (зображення, графіки, інфографіка), Відеомонтаж та сценарії відео, Аудіо/подкасти (озвучення, редагування), Соцмережі та контент-планування	Щодня	Grok, ChatGPT, Gemini та інші
Не використовую	Ніколи	-
Створення заголовків і лідов, Редагування та коректура текстів, Розшифровка аудіо	Щодня	Pinpoint, ChatGPT

Продовження Таблиці 1.4

1	2	3
Генерація текстів (статті, новини, пости), Створення заголовків і лідов, Редагування та коректура текстів, Візуалізація (зображення, графіки, інфографіка), Аудіо/подкасти (озвучення, редагування)	Щодня	ChatGPT, Suno AI, Elementals, Wizard.io, Mag8ic Studio, Leonardo AI, Gemini, Ideogram
Візуалізація (зображення, графіки, інфографіка)	Щодня	Adobe Firefly, Midjourney, ChatGPT
Генерація текстів (статті, новини, пости), Створення заголовків і лідов, Редагування та коректура текстів, Візуалізація (зображення, графіки, інфографіка), Соцмережі та контент-планування	Щодня	ChatGPT, Canva AI
Генерація текстів (статті, новини, пости), Створення заголовків і лідов, Редагування та коректура текстів	Декілька разів на тиждень	ChatGPT, LanguageTool
Генерація текстів (статті, новини, пости), Створення заголовків і лідов, Редагування та коректура текстів, Аналітика та обробка даних	Декілька разів на тиждень	ChatGPT, Nano-Banana, Adobe Firefly

ДОДАТОК Б

Таблиця 1.5 – Труднощі, навички та потенціал ШІ у медіа та комунікаціях опитаних респондентів

Труднощі або ризики при використанні ШІ	Навички, які потрібно розвивати для ефективної роботи з ШІ у медіа та комунікаціях	Функції або інструменти ШІ, що мають найбільший потенціал для розвитку медіа та комунікацій
1	2	3
ChatGPT не завжди розуміє мої запити	Вміння правильно формулювати завдання для ШІ	Створення текстів та розшифровка відео
Необхідність правильно писати промти, щоб нейромережа вас зрозуміла	Комунікабельність, креативність, вміння задавати питання	Генерація відеоконтенту
Контроль якості результатів, хибні відповіді, втрата навичок самостійного пошуку та аналізу	Критичне мислення, грамотність, розуміння алгоритмів	Створення контенту, аналітика
Потрібно перевіряти достовірність інформації після генерації ШІ	Креативність, вміння правильно подавати технічне завдання, здатність критично аналізувати результати	Генерація тексту, фото, відео та аудіо; аналітика даних
Не завжди правильні відповіді, труднощі з формулюванням промтів, низькоякісні зображення, висока вартість підписки	Вміння працювати з різними типами ШІ, оцінювати переваги та недоліки	Написання текстів різними мовами, створення постів, адаптація контенту під різні формати, робота з документацією

Продовження Таблиці 1.5

1	2	3
Може генерувати неперевірену інформацію	Креативність	Швидке знаходження та структуризація інформації
Те що ШІ може збирати та накопичувати дані про вас, також він потребує в деяких задачах перевірки на достовірність данних які він подає	Чітке написання промтів, розуміння галузевих особливостей	Поки допомагає з рутинними задачами, звільняє час для складніших або креативних завдань
Іноді ШІ вигадує факти, страх «уніфікації» контенту, питання авторського права	Критичне мислення, робота з промтами, розуміння алгоритмів, базова візуальна грамотність, перевірка фактів	Автоматизована аналітика, генерація мультимедійного контенту, голосові нейромережі, персоналізовані стрічки, моделювання кризових комунікацій
Нерівномірна якість текстів, упередженість моделей, ризик втрати стилю видання, проблеми з перевіркою джерел, порушення авторського права, поширення помилкових фактів	Фактчекінг, робота з великими даними, знання промтінгу, медіаграмотність, етичні стандарти, сценарне мислення	Автоматизована підготовка новинних дайджестів, персоналізовані стрічки новин, глибинна аналітика, моніторинг соцмереж, генерація мультимедіа для журналістських розслідувань, інструменти фактчекінгу
ШІ може дати некоректну відповідь, і я цього не помічаю	Розуміння принципів роботи ШІ, уміння відокремлювати об’єктивну інформацію від неточної, вміння писати якісні промти	Організація роботи за допомогою ШІ, пришвидшення виконання проєктів, більше часу на реалізацію нових ідей

ДОДАТОК В

Публікації SODA від 8, 15, 17, 19, 21, 23, 29 та 30 жовтня 2025 року з використанням технологій штучного інтелекту



soda.zp.ua • Стежити
Голос Ші

soda.zp.ua 🏠Будинок №151 на Соборному – символ стійкості Запоріжжя

🏛️Арки, колони та ліпнина зробили його окрасою міста ще у 1950-х. Колись тут діяло кафе «Маленький Париж», де мешканці збиралися за кавою.

6 жовтня 2022 року будинок зазнав ракетного удару – фасад і під'їзд були зруйновані. Відбудова тривала довго, але у грудні 2024-го мешканці знову отримали ключі від своїх квартир.

🌟Сьогодні цей будинок – не лише архітектурна пам'ятка, а й жива історія стійкості та відновлення.
#запоріжжя #soda #запоріжжяархівне #тут

Позначки «Подобається»: 247
8 жовтень

Додайте коментар... Опублікувати



soda.zp.ua • Стежити
Оригінальне аудіо

soda.zp.ua «Тимчасові» звалища, які стали постійними 🗑

✍️У Тернуватській громаді сміття лежить просто біля водойм і полів – офіційно визнане тимчасовими майданчиками.

👀Так громада «узаконила» стихійні звалища замість шукати рішення.

Пластик летить в очерет, потрапляє у воду, а гроші за вивіз збирають готівкою – без жодних квитанцій.
Редакція SODA вже готує скаргу до Держпродспоживслужби.

Бо тимчасовим тут хіба що слово, а не наслідки.

Позначки «Подобається»: 67
15 жовтень

Додайте коментар... Опублікувати



soda.zp.ua та **ecosense.ngo**
Оригінальне аудіо

soda.zp.ua 🔥 Палаюча Москва і річка, що зникає.

🌿 Екологи з «Екосенс» вирушили в річкову місію біля Епіцентру – і знайшли справжній запорізький каньйон.

🏞️ Береги Сухої сиплються просто під ногами, а разом із землею зникає й частина нашої природи.
Тепер команда хоче укріпити берег бузком – сортом із символічною назвою «Палаюча Москва».

І запрошує запоріжців долучитись до бузкового краудфандингу, щоб берег знову став місцем життя

#запоріжжя #проблемопедіа_soda #soda #soda_рушіїзмін

Позначки «Подобається»: 230
17 жовтень

Додайте коментар... Опублікувати



soda.zp.ua • Стежити
Оригінальне аудіо

soda.zp.ua 🗣️ «Голоси міста»: артрезиденція про незламність і силу Запоріжжя

✅ У Запоріжжі відбулася перша мистецька резиденція «Голоси міста». У цьому проєкті сучасне мистецтво поєднується з локальною ідентичністю. Відкриття пройшло у просторі ZAPORIZHZHIA BIRUCHIY ART CENTRE (просп. Соборний, 145). Ініціативу реалізовано в межах BIRUCHIY contemporary art project та спрямовану на підтримку українських митців, які працюють у прифронтових регіонах.
#запоріжжя #soda #soda_рушіїзмін

5 тиж. Переглянути переклад

Позначки «Подобається»: 63
19 жовтень

Додайте коментар... Опублікувати



soda.zp.ua • Стежити
Ai голос

soda.zp.ua 😱У 2023 році в Запорізькій області зафіксували понад 350 тисяч мертвих риб – рекорд за п'ять років.

🎧 Після підриву Каховської ГЕС вода зникла, рівень кисню впав, ставки обміліли – риба почала масово гинути.
Сьогодні морів менше не через покращення, а тому що риби в екосистемі просто стало значно менше.
#запоріжжя #soda #морриби

5 тиж. Переглянути переклад

cosmic_captain_michiru І що світові екологи зробили москалям за це? Обурились тіко?

5 тиж. 1 вподобання Відповісти Переглянути переклад

Позначки «Подобається»: 55
21 жовтень

Додайте коментар... Опублікувати



soda.zp.ua • Стежити
Озвучено Ai

soda.zp.ua 🌟Популярне місце запоріжців, яке сьогодні здається просто торговою точкою, але колись тут було зовсім інше життя.

🍽️У 1973-му запрацював ресторан «Лахті»: люстра, жива риба в басейні, музика наживо, танці до пізньої ночі. Місце, куди вдягались «на свято».

🛒Після дев'яностих – кафе, магазини.

Сьогодні тут Mida. Але в пам'яті тисяч – це не про шопінг, а про ту епоху, де вечори мали інший смак.

#SODA #Запоріжжя #тутколисьщосьбуло

Позначки «Подобається»: 127
23 жовтень

Додайте коментар... Опублікувати



soda.zp.ua та **zaporizhzhiacity**
Озвучено AI

soda.zp.ua 🌆 У кожного запоріжця – своя історія про Тещин міст.
Але ця – найвідоміша.
Кажуть, саме тут народилася сімейна злагода 😌

#Запоріжжя #ТещинМіст #легендиЗапоріжжя #SODA

5 тиж. Переглянути переклад

Позначки «Подобається»: 868
26 жовтень

Додайте коментар... Опублікувати



soda.zp.ua та **ecosense.ngo**
Озвучено ШІ

soda.zp.ua 🔥 Палаюча Москва вже на берегах річки Сухої

🖌️ Запоріжці висадили 100 кущів бузку, щоб зупинити обвали після підриву Каховської ГЕС.

Це лише перший пілот – природна оборона замість бетону.

#запоріжжя #soda #soda_рушіїзмін #екологія

4 тиж. Переглянути переклад

marinchik_shoop 🔥 🔥

4 тиж. 1 вподобання Відповісти

Позначки «Подобається»: 62
29 жовтень

Додайте коментар... Опублікувати



soda.zp.ua • Стежити
Озвучено ШІ

soda.zp.ua 💘Сквер Тарасова у Запоріжжі ожив завдяки зоофесту
Люди прийшли з улюбленцями, слухали стендап, брали участь у лотереї та донатили для притулку «Шанс».

🤲 Це не просто свято – це підтримка тварин і нагадування, що сквер має залишитися відкритим для громади.
#запоріжжя #soda #сквер

4 тиж. Переглянути переклад

khorolskaia596 ❤️❤️❤️❤️❤️❤️❤️❤️

3 тиж. 1 вподобання Відповісти

Позначки «Подобається»: 56
30 жовтень

Додайте коментар... Опублікувати

ДОДАТОК Г

Публікації «Запорізького центру розслідувань» від 27, 28 та 29 жовтня 2025 року з використанням технологій штучного інтелекту



zpincenter та **yevshan_zillia**
Оригінальне аудіо

zpincenter Проєкт «Врятовані спогади» @spogady.vriatovani показує, що спадщину можна і треба рятувати навіть під час війни.

Історики Сергій Звілінський і Сергій Білівненко вже кілька років вивозять із прифронтових сіл історію півдня України. Разом із Творчою лабораторією степового розспіву "Євшан-зілля" вони організували захід, який став більше, ніж виставкою. Речі, які могли зникнути під обстрілами, тепер стали частиною великої експозиції. Детальніше – на відео ▶️

Проєкт реалізовують Гуляйпільські старожитності (історик Сергій Звілінський) @gulyaipilski.star, Євшан Зілля (В'ячеслав Вінчура) @yevshan_zillia та ЗНТ ім. Я.Новицького (Сергій

Позначки «Подобається»: 483
27 жовтень

Додайте коментар... Опублікувати



zpincenter та **ecosense.ngo**
Оригінальне аудіо

zpincenter А ви знали, що Запоріжжя колись було краєм бузку?

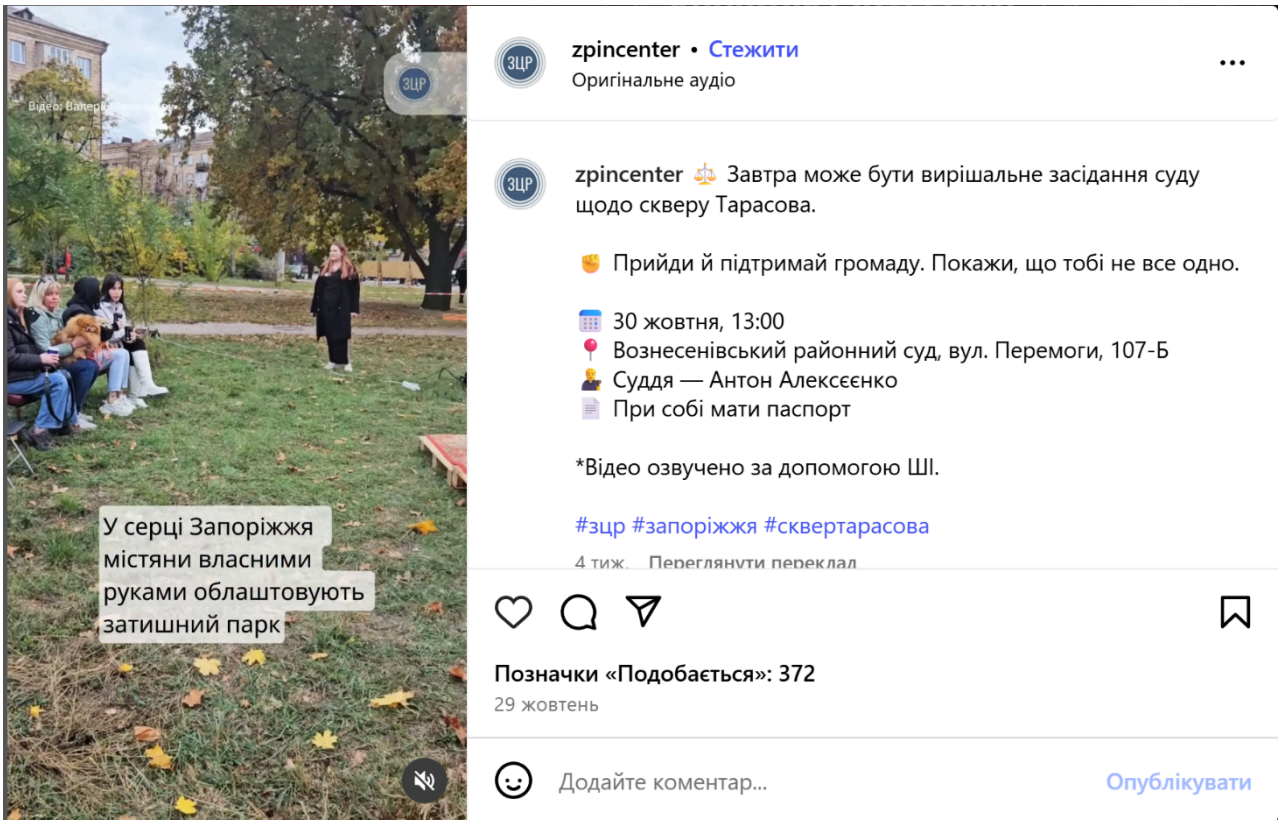
Так говорить Максим Сорока, науковий керівник лабораторії «Довкола». А тепер бузок буде рятувати Запоріжжя від ще однієї проблеми.

Щоб запобігти руйнуванню берегів річки Сухої, спільнота «Екосенс» застосувала екологічні способи берегоукріплення, висадивши там понад 100 кущів бузку. Пропозицію та науково-технічний супровід забезпечувала лабораторія «Довкола».

*Відео озвучено за допомогою ШІ.

Позначки «Подобається»: 642
28 жовтень

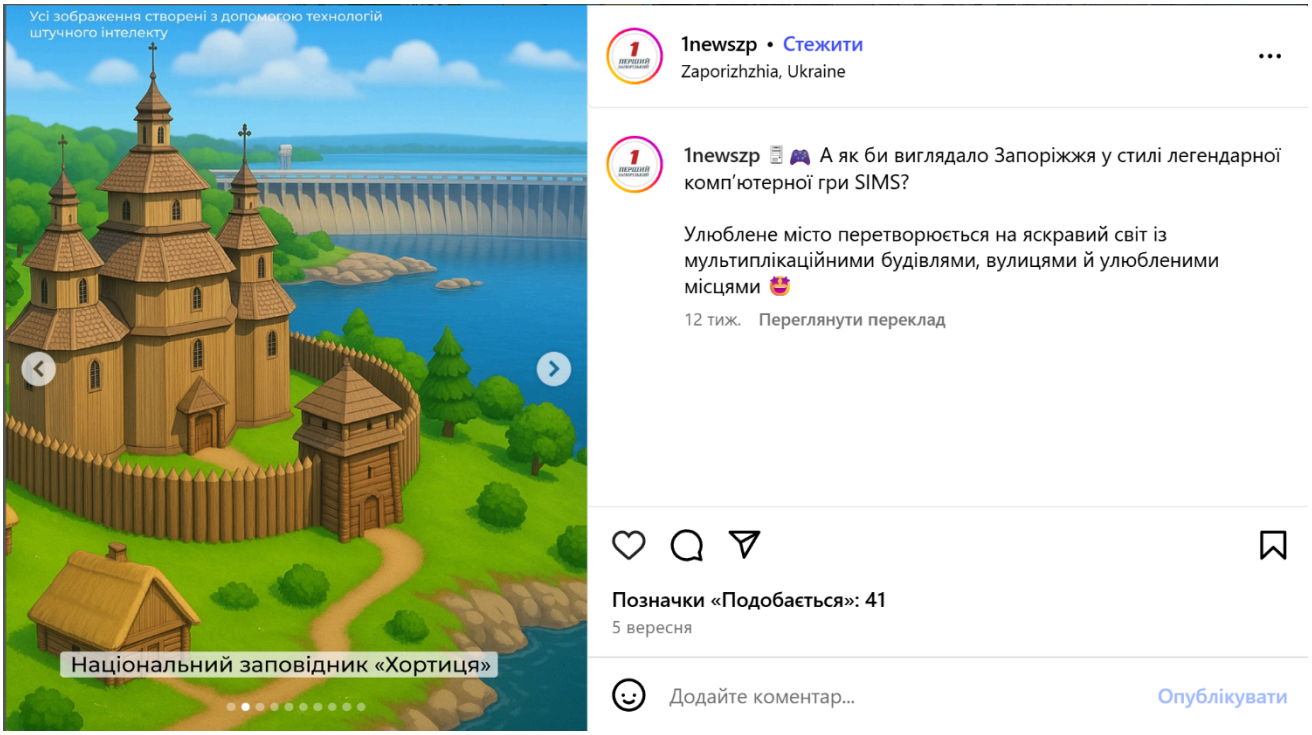
Додайте коментар... Опублікувати


У серці Запоріжжя містяни власними руками облаштовують затишний парк
zpincenter • Стежити
Оригінальне аудіо
zpincenter ⚖️ Завтра може бути вирішальне засідання суду щодо скверу Тарасова.
✊ Прийди й підтримай громаду. Покажи, що тобі не все одно.
🗓️ 30 жовтня, 13:00
📍 Вознесенівський районний суд, вул. Перемоги, 107-Б
👩‍⚖️ Суддя — Антон Алексєєнко
📄 При собі мати паспорт
*Відео озвучено за допомогою ШІ.
#зцр #запоріжжя #сквертарасова
4 тиж. Переглянути переклад
Позначки «Подобається»: 372
29 жовтень
Додайте коментар...
Опублікувати

ДОДАТОК Д

Публікації «Першого Запорізького» від 26 серпня та 5 вересня 2025 року з використанням технологій штучного інтелекту







1newszp та **suchasne_zaporizhzhya**
Zaporizhzhia, Ukraine

1newszp UA Якби козаки жили сьогодні, їхні будні виглядали б зовсім по-іншому.

Тренування у спортзалі, перевірка документів на блокпості, кава у кав'ярні чи покупки в супермаркеті – усе це можна легко уявити у 2025 році.

10 тиж. Переглянути переклад

evhulanov Може і шароварщина, а кобзарські пісні було б непогано якби одразу в мережу заливали😂

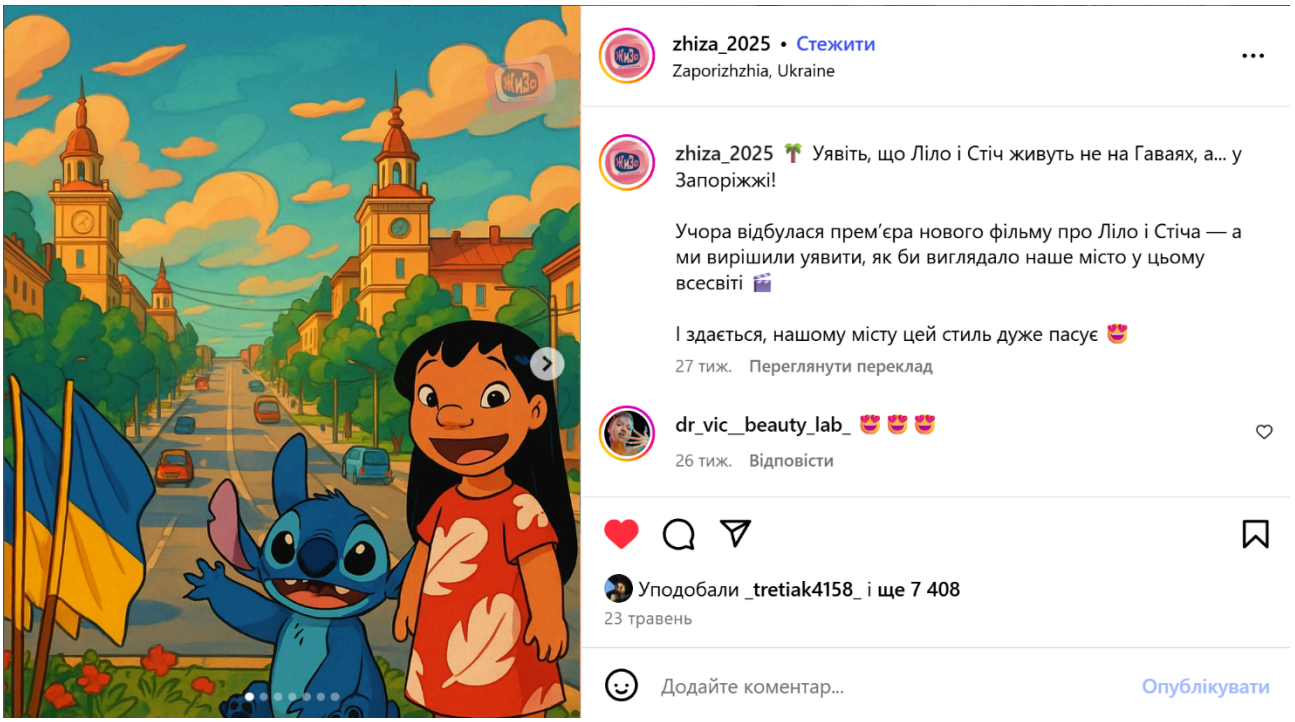
9 тиж. Відповісти Переглянути переклад

Позначки «Подобається»: 71
21 вересня

Додайте коментар... Опублікувати

ДОДАТОК Е

Публікації «ЖиЗа» від 23 травня та 9 червня 2025 року з використанням технологій штучного інтелекту







zhiza_2025 • Стежити
Zaporizhzhia, Ukraine

zhiza_2025 Ми пофантазували разом зі штучним інтелектом — і ось як могли б виглядати сувеніри із Запоріжжя UA

Признавайтесь, хотіли б мати таку колекцію вдома?

18 тиж. Переглянути переклад

lyakhova3737 🔥 🔥 🔥

18 тиж. Відповісти

vl.kholoddd Класно ❤️ 😍

18 тиж. 1 вподобання Відповісти

Позначки «Подобається»: 282

22 липня

Додайте коментар... Опублікувати

ДОДАТОК Ж

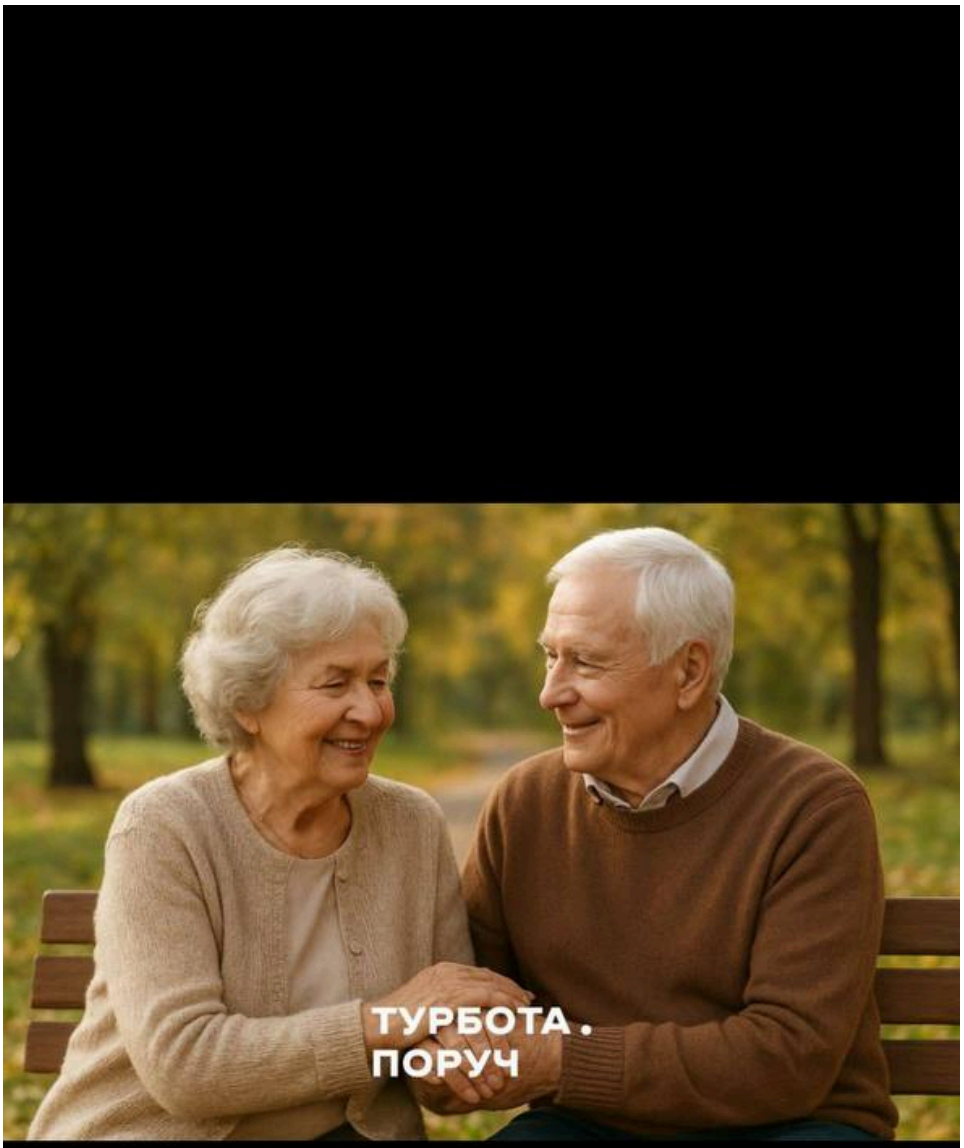
Публікації Телеграм-каналу запорізької міської програми «Старше покоління запоріжців» «Турбота поруч. Запоріжжя» протягом серпня та вересня 2025 року з використанням технологій штучного інтелекту



🥟 Рецепт вареників з вишнею – як у дитинстві

Пропонуємо простий і перевірений рецепт 🌸

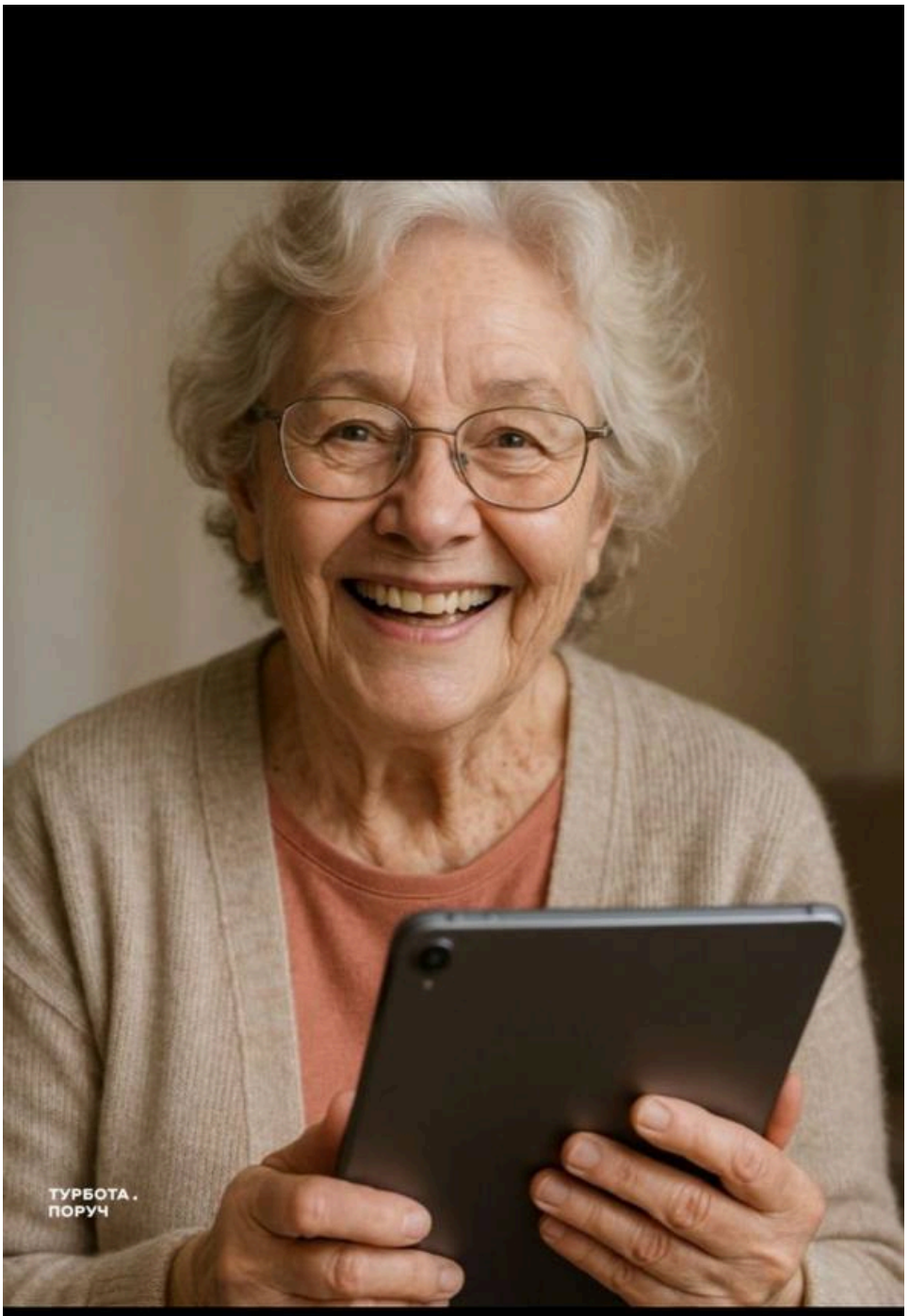
Турбота поруч. ЗАПОРІЖЖЯ
08.08.25



Час — найцінніший дар.

Даруйте його тим, хто наповнює ваше життя теплом 🫂

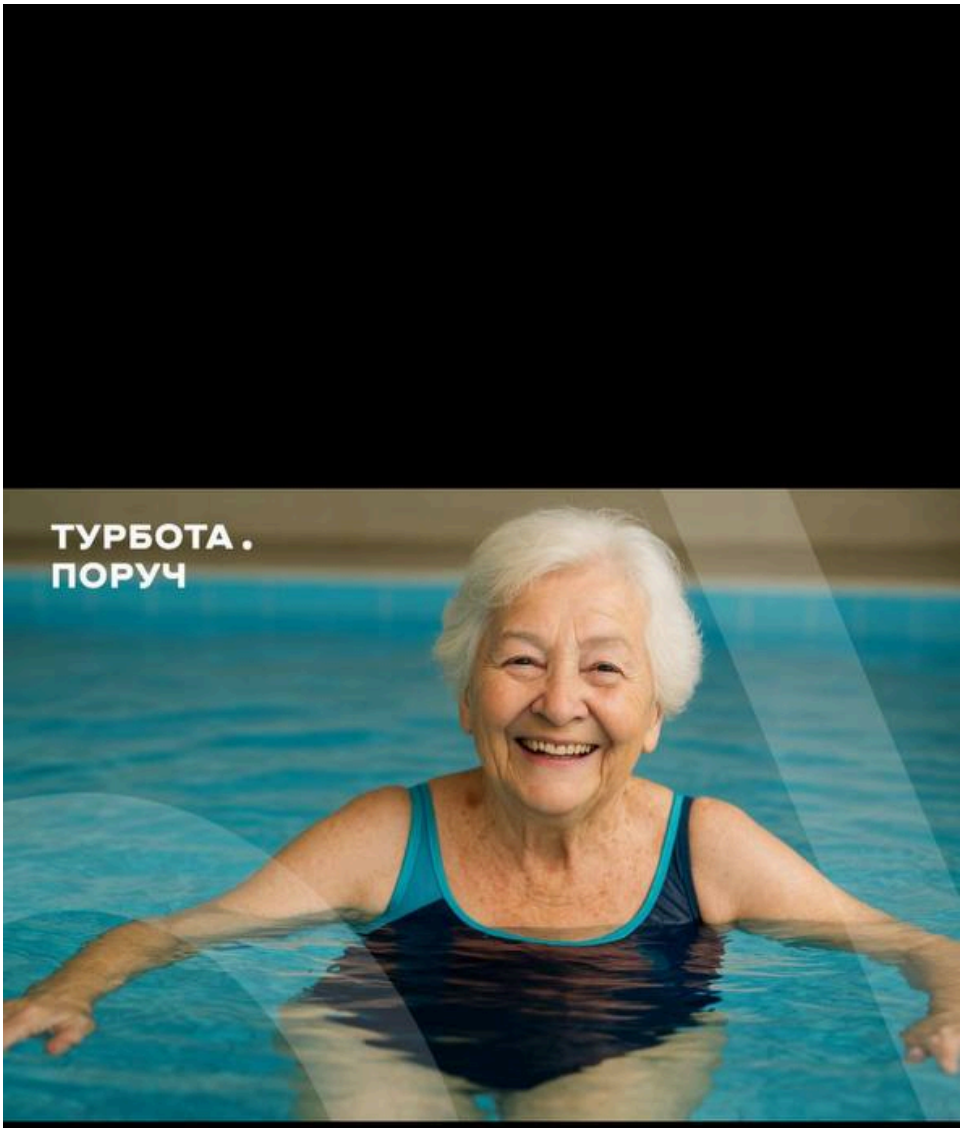
Турбота поруч. ЗАПОРІЖЖЯ
21.08.25



🧠 Маленькі тренування — велика користь для вашого мозку!

Щодня приділяйте кілька хвилин простим

Турбота поруч. ЗАПОРІЖЖЯ
05.09.25



🌊 У басейні ДЮСШ «Хвиля» мешканці Запоріжжя віком 60+ можуть безкоштовно плавати в межах міської програми «Старше покоління запоріжців».

Турбота поруч. ЗАПОРІЖЖЯ
25.08.25

Декларація
академічної доброчесності
здобувача освітнього ступеня магістр
ЗНУ

Я, Кисельова Олександра Романівна, студентка 2 курсу, форми навчання заочної, факультету журналістика, спеціальність журналістика, адреса електронної пошти kyselova.oleksandra1@gmail.com

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота магістра на тему «Перспективи інтеграції штучного інтелекту в медіапрактики» 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_____Підпис_____Кисельова О.Р.

Дата_____Підпис  Тяпкіна Н.І.