

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У ЖУРНАЛІСТИЦІ: МОЖЛИВОСТІ, ВИКЛИКИ ТА ЕТИЧНІ АСПЕКТИ МАЙБУТНЬОГО МЕДІАПЕЙЗАЖУ

Тези досліджують вплив штучного інтелекту на журналістику, зокрема на автоматизацію процесів створення новин та персоналізацію медіаконтенту. Проаналізовано можливості та виклики, які виникають через інтеграцію ШІ в журналістську діяльність, а також етичні питання, пов'язані з його використанням. Підкреслено важливість етичних стандартів у застосуванні новітніх технологій для збереження професіоналізму та високих стандартів у медіа.

Ключові слова: штучний інтелект, журналістика, автоматизація новин, етичні стандарти, медіаконтент, персоналізація, медіа-інновації, інформаційні технології, майбутнє журналістики.

Штучний інтелект стрімко трансформує медіапростір, змінюючи не лише технічні аспекти роботи журналістів, а й саму суть професії. Алгоритми вже сьогодні здатні генерувати новинні повідомлення, створювати заголовки, аналізувати великі обсяги даних та навіть адаптувати контент під уподобання конкретних аудиторій. Такі інструменти, як ChatGPT або Google Gemini, відкривають нові можливості для оперативного створення текстів, проте водночас ставлять під загрозу унікальність людського голосу в журналістиці та викликають питання етики, достовірності й відповідальності за контент.

Штучний інтелект змінює традиційні уявлення про журналістську працю, автоматизуючи рутинні завдання — такі як агрегація новин, транскрибування інтерв'ю, переклад текстів, модерація коментарів. Це дозволяє журналістам зосередитись на глибокому аналізі, перевірці фактів і створенні унікального контенту. Проте така трансформація потребує нових компетенцій — технічної грамотності, розуміння алгоритмічних рішень та етичних викликів.

Алгоритми ШІ здатні генерувати тексти, що зовні не відрізняються від людських. Це викликає питання щодо достовірності джерел та меж між журналістикою і синтетичним контентом. Роль журналіста зміщується від автора до куратора інформації, який перевіряє, інтерпретує і контекстуалізує матеріал, створений за участі або з допомогою ШІ.

Штучний інтелект, який використовується для генерації чи фільтрації контенту, може несвідомо відтворювати або посилювати соціальні упередження, що закладені в навчальних даних. Це становить ризик для редакційної неупередженості, а отже — і для довіри аудиторії. Підвищується потреба в прозорості алгоритмів та розробці етичних норм для їх використання у журналістиці.

У ситуації, коли частину журналістського продукту створено або значно змінено за участі ШІ, виникає питання авторства: хто несе відповідальність за помилки, маніпуляції або упереджений виклад? Ця дилема актуалізує потребу в нових стандартах і законодавчих механізмах, які враховують специфіку гібридної роботи журналіста й машини[5].

Окрім автоматизації, штучний інтелект відкриває нові можливості для журналістських розслідувань: аналітика великих масивів даних (data journalism), виявлення інформаційних трендів, перевірка фактів у реальному часі. Завдяки цьому журналісти отримують доступ до складніших тем і можуть швидше реагувати на інформаційні виклики, зберігаючи глибину та достовірність[2].

На сучасному етапі багато редакцій, особливо в цифровому секторі, активно впроваджують інструменти на основі штучного інтелекту для виконання рутинних завдань: генерації коротких новин, розбір інтерв'ю, коректури текстів, створення заголовків тощо. Унаслідок цього змінюється сама структура журналістської праці — відбувається перерозподіл ролей між людьми і машинами. Журналісти дедалі частіше виконують функції аналітиків і фактчекерів, тоді як базовий первинний контент продукується алгоритмічними системами. Такий підхід дає змогу прискорити виробництво новинного матеріалу, однак водночас вимагає від фахівців нових навичок у сфері технологічної грамотності, розуміння принципів роботи ШІ та етики взаємодії з автоматизованими системами.

Попри обмежені ресурси, низка українських медіа також розпочали експерименти з використанням штучного інтелекту. Зокрема, деякі великі інформаційні агентства та незалежні онлайн-платформи застосовують алгоритми для моніторингу соціальних мереж, ідентифікації тем, які викликають суспільний резонанс, або попередньої модерації коментарів. Окрім цього, журналісти починають використовувати інструменти штучного інтелекту для аналізу великих масивів відкритих даних — наприклад, для виявлення

корупційних схем або перевірки декларацій чиновників. Це свідчить про поступову адаптацію професійного середовища до нових реалій, попри технічні й правові виклики[3].

Автоматизація низки процесів у журналістиці викликає занепокоєння щодо майбутнього працевлаштування у галузі. Уже сьогодні компанії вдаються до скорочення штатів у відділах новин, замінюючи частину функцій генеративними моделями. Проте варто зазначити, що ШІ не лише витісняє, а й створює нові можливості: з'являються нові спеціалізації на межі журналістики й технологій — аналітики даних, редактори штучного контенту, координатори етичних стандартів використання ШІ. Тож трансформація не стільки знищує професію, скільки формує її оновлену версію, яка вимагає переосмислення традиційних компетенцій і постійного професійного розвитку.

Поява штучного інтелекту як інструмента виробництва інформації викликає суттєві зміни у ставленні аудиторії до журналістики як професії. Ключовим викликом стає питання прозорості: споживачі часто не усвідомлюють, чи створений контент людиною, чи згенерований алгоритмом. Така невизначеність підриває базову довіру до медіа, особливо якщо аудиторія дізнається про факт автоматизації постфактум або в контексті скандалу. Етичні стандарти журналістики ще не встигли адаптуватися до викликів штучного контенту, а більшість редакцій не мають політик маркування матеріалів, створених із використанням ШІ. У цьому контексті надзвичайно важливим є запровадження принципів explainable AI (пояснювального ШІ), які дають змогу зробити джерела інформації, метод обробки даних і логіку формулювання висновків зрозумілими як журналістам, так і їхній аудиторії.

Дослідження свідчать, що реакція публіки на впровадження ШІ в журналістиці є подвійною: з одного боку, люди очікують більшої точності, швидкості й об'єктивності, яку, теоретично, можуть забезпечити машини. З іншого — зростає скепсис щодо автентичності та людяності таких матеріалів[4]. Аудиторія особливо критично ставиться до відсутності емоційного тону, контексту або «відчуття авторської присутності», які традиційно асоціюються з якісною журналістикою. У цьому сенсі журналістика має шукати баланс: поєднувати автоматизацію як допоміжний інструмент із живим голосом професіонала, здатного розкрити глибину теми й емоційний контекст подій.

Із розвитком генеративних моделей зростає ризик появи нової форми дезінформації — deepfake-журналістики, коли ШІ використовується для створення фальшивих зображень, відео або навіть голосових повідомлень, які імітують реальні події або коментарі відомих осіб. У разі поширення таких матеріалів традиційні методи фактчекінгу можуть виявитися недостатніми, а довіра до всього інформаційного середовища суттєво знижується. Тому медіаспільнота вже сьогодні має напрацьовувати механізми швидкого реагування — включно з технологіями цифрового водяного знака, маркування штучного контенту та створення міжнародних протоколів перевірки автентичності. Цей виклик робить очевидною потребу в новому професійному етичному кодексі, адаптованому до реалій ШІ-епохи.

Окрім ризиків, пов'язаних із маніпуляціями, штучний інтелект пропонує потужні інструменти для боротьби з дезінформацією. Найбільш активно ШІ використовується у сфері автоматизованої перевірки фактів — фактчекінгу. Алгоритми здатні обробляти великі обсяги текстової та візуальної інформації, виявляючи логічні суперечності, джерела сумнівного походження, або маніпулятивне редагування зображень.

Серед популярних рішень — ClaimBuster, який аналізує публічні висловлювання політиків у реальному часі та порівнює їх із перевіреними базами даних; Full Fact — британський проєкт, який використовує машинне навчання для виявлення фейків у медіа; Google Fact Check Tools, які допомагають журналістам перевіряти твердження через верифіковані джерела.

Крім того, застосовуються інструменти на основі комп'ютерного зору (наприклад, Microsoft Video Authenticator) для аналізу відео та виявлення ознак deepfake-контенту. Такі технології стають важливим інструментом редакцій у боротьбі з інформаційними атаками, політичними вкидами та вірусною дезінформацією, особливо у періоди виборів або кризових подій.

Застосування ШІ у фактчекінгу не лише пришвидшує процес перевірки, а й підвищує якість журналістського аналізу, допомагаючи уникнути поширення неперевіраних даних. Водночас це вимагає технічної обізнаності від журналістів і редакцій, а також постійного контролю за алгоритмами, аби уникати машинного упередження чи некоректних висновків. Таким чином, боротьба з фейками в добу штучного інтелекту стає справою не лише технологій, а й етики, професійної відповідальності та критичного мислення.

Інтеграція штучного інтелекту у процеси редакційного управління сприяє трансформації стратегій планування контенту. Завдяки аналітичному потенціалу алгоритмів машинного навчання редакції отримують змогу прогнозувати теми, які матимуть найбільший суспільний резонанс, на основі аналізу поведінки аудиторії, пошукових запитів, трендів у соціальних мережах і новинних потоках. Це дає змогу адаптувати інформаційну стратегію до актуального інформаційного порядку денного та працювати на випередження, формуючи теми, що матимуть максимальний вплив.

Системи на кшталт Chartbeat, Parse.ly або News Whip вже широко використовуються редакціями для збору та обробки аналітики в реальному часі [1]. Вони допомагають журналістам і редакторам зрозуміти, які

матеріали найкраще взаємодіють з аудиторією, які формати мають вищу конверсію, та як змінюються інтереси користувачів у залежності від часу, регіону або подій. Ці дані не лише оптимізують розподіл ресурсів, а й впливають на прийняття рішень щодо тематичних пріоритетів, часу публікації та каналів поширення.

Водночас такий підхід породжує етичні виклики. Залежність редакційної політики від алгоритмів може змістити фокус із суспільно значущих тем на ті, що мають вищу «клікабельність», і сприяти таблоїдизації медіа. Важливим завданням редакцій стає балансування між даними, що надходять від ІІІ, і журналістською інтуїцією, досвідом та етичними міркуваннями. ІІІ не повинен замінювати редакційні рішення, а має слугувати інтелектуальним інструментом підтримки — з урахуванням як технічних, так і гуманітарних аспектів інформаційної діяльності.

У цифрову добу із широким упровадженням штучного інтелекту змінюється сама суть журналістської ідентичності. Традиційний образ журналіста як автономного репортера, що самостійно здійснює повний цикл роботи — від збору інформації до її редагування та публікації — трансформується у багаторівневу взаємодію з алгоритмами, автоматизованими системами та великими даними. Цей процес супроводжується не лише переосмисленням професійних ролей, а й новими етичними дилемами, що виникають на стику людського судження та машинного аналізу.

Однією з найбільш помітних тенденцій є поступовий перехід від класичного новинного виробництва до журналістики даних та аналітики. Журналісти дедалі частіше змушені не лише працювати з фактами, а й інтерпретувати великі обсяги інформації, структурувати їх у візуалізовані форми, застосовувати навички програмування чи принаймні взаємодіяти з технічними фахівцями. У зв'язку з цим виникає потреба у новій професійній гнучкості, міждисциплінарних знаннях та готовності працювати в середовищі, де межі між редакцією, технологіями та платформами дедалі більше розмиваються.

До того ж, зміщується поняття «авторства» та творчої відповідальності. Коли частину контенту створює або редагує штучний інтелект, виникає запитання: хто є справжнім творцем журналістського продукту і хто несе відповідальність за його зміст? Це актуалізує потребу в розробці чітких стандартів прозорості — наприклад, маркування AI-генерованих матеріалів, зазначення рівня участі алгоритмів у створенні текстів, а також нових моделей співавторства «людина + машина».

У цих умовах змінюються й очікування аудиторії. Споживачі інформації прагнуть не лише оперативності, а й достовірності, етичної обґрунтованості та персоналізованого досвіду. Це посилює значення довіри як головного капіталу сучасного журналіста, яку потрібно формувати вже не лише через якість тексту, а й через відкритість до нових технологій, прозорість методів роботи та критичне ставлення до власної взаємодії зі штучним інтелектом.

З розвитком штучного інтелекту в журналістиці стають можливими нові формати контенту, які активно використовують алгоритми для створення персоналізованих новинних потоків. Одним із таких інструментів є генерація текстів на основі великих даних, яка дозволяє автоматично створювати новини з фінансових звітів, спортивних матчів або навіть змін в політичному середовищі. В цьому випадку ІІІ може аналізувати дані та формувати релевантні новини в реальному часі, що значно підвищує оперативність і дозволяє журналістам зосередитися на аналізі, а не на зборі фактів.

Цікавою інновацією є також використання генеративних моделей для створення подкастів та відеоконтенту. Алгоритми можуть автоматично генерувати сценарії для подкастів, що включають в себе основні моменти новин або розширені інтерв'ю з експертами, адаптуючи матеріал до інтересів слухачів. Це створює нові можливості для інтерактивної взаємодії з аудиторією та дозволяє зберігати високий рівень персоналізації, що є важливим у сучасному медіапейзажі.

Ще однією важливою тенденцією є використання штучного інтелекту для створення персоналізованих розсилок. Алгоритми аналізують інтереси користувачів і на основі цих даних формують новини, які максимально відповідають їхнім уподобанням. Це дозволяє медіа-компаніям підвищувати залучення аудиторії, а також скорочувати витрати на створення контенту, оскільки ІІІ автоматизує процес підготовки та доставки інформації.

Водночас, варто зазначити, що хоча ці технології відкривають нові горизонти для журналістики, вони також ставлять серйозні виклики перед журналістами та медіаорганізаціями. Збільшення ролі штучного інтелекту в процесі створення контенту може призвести до зниження якості журналістської роботи та ризику автоматизації «поганої журналістики», що ґрунтується на неперевіраних або маніпулятивних даних. Зростає потреба в етичному регулюванні використання ІІІ у журналістиці, що включає як контроль за контентом, так і за самими алгоритмами.

Медіамайбутнє, в якому ключову роль відіграє штучний інтелект, вже поступово формується сьогодні. Інновації в автоматизації журналістських процесів дозволяють значно підвищити оперативність та персоналізацію контенту, а також зменшити витрати на його виробництво. Однак це також ставить нові етичні питання щодо довіри, прозорості та відповідальності у медіапросторі.

Незважаючи на безсумнівні переваги технологій, необхідно враховувати і потенційні ризики, пов'язані з їх використанням. Важливою умовою є розробка нових стандартів професійної етики, які дозволять

уникнути маніпуляцій з боку як медіа, так і технологічних компаній, що займаються розробкою цих інструментів.

Штучний інтелект відкриває нові можливості для журналістів: зростає роль аналітики, перевірки фактів і персоналізації контенту. Вміння адаптуватися до цих змін, а також критично оцінювати як машинний, так і людський вклад у створення новин, стане основним викликом для медіа-професіоналів найближчих десятиліть.

Штучний інтелект має потенціал не тільки змінити спосіб виробництва новин, але й переписати саму концепцію журналістики як професії, вимагаючи від журналістів нових навичок і готовності працювати в умовах постійної зміни технологічного ландшафту.

References

1. The Most Important Metrics That Matter for Content. Parse.ly. Content Analytics Made Easy. Parse.ly. URL: <https://www.parse.ly/content-metrics/>.
2. Why Is Data Journalism Important?. DataJournalism.com. URL: <https://datajournalism.com/read/handbook/one/introduction/why-is-data-journalism-important>.
3. Ukrainski media ta shchuchnyi intelekt. Yak redaktsii zaluchaiut shi dlia stvorennia kontentu?. Instytut masovoi informatsii. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/ukrayinski-media-ta-shchuchnyi-intelekt-yak-redaktsiyi-zaluchayut-shi-dlya-stvorennia-kontentu-i62217>.
4. Vyklyky u ochikuvannia. Shcho redaktsii dumaiut pro vprovadzhennia shchuchnoho intelektu — opytuvannia JournalismAI. URL: <https://mediamaker.me/shho-redaktsiyi-dumayut-pro-vprovadzhennia-shchuchnoho-intelektu-opytuvannia-journalismai-5368/>.
5. Iakoiu maie buty etyka shchuchnoho intelektu. Elita Ukrainy. Reitynhy. URL: <https://www.elitukraine.com/news/kakoj-dolzhna-byt-etika-iskusstvennogo-intellekta/?lang=ua>.

DOI 10.34132/mspc2025.01.04.17

Anastasiia Tarasova
Tetyana Sydorenko

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN JOURNALISM: OPPORTUNITIES, CHALLENGES, AND ETHICAL ASPECTS OF THE FUTURE MEDIA LANDSCAPE

These theses explore the impact of artificial intelligence on journalism, particularly the automation of news production processes and the personalization of media content. The opportunities and challenges arising from the integration of AI into journalistic activities are analyzed, as well as the ethical issues associated with its use. The importance of ethical standards in the application of new technologies is emphasized to maintain professionalism and high standards in media.

Key words: artificial intelligence, journalism, news automation, ethical standards, media content, personalization, media innovations, information technologies, future of journalism.

Відомості про авторів / Information about the Authors

Тарасова Анастасія, студентка 4 курсу спеціальності журналістика Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна. E-mail: anastasiat669@gmail.com

Tarasova Anastasiia, 4th year student of journalism Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: anastasiat669@gmail.com

Сидоренко Тетяна, кандидат наук з соціальних комунікацій, доцент, завідувачка кафедри журналістики факультету політичних наук Чорноморського національного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна, Україна. E-mail: tatyana_tvs@yahoo.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0950-3467>

Sydorenko Tetyana, PhD in Social Communications, Associate Professor, Head of Department of Journalism, Faculty of Political Science, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine. E-mail: tatyana_tvs@yahoo.com, orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0950-3467>

