

**Олена Надточій,**  
кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри журналістики,  
реклами та PR-технологій  
Черкаського національного університету  
імені Богдана Хмельницького

**Olena Nadtochii,**  
Ph.D. in Philology, Associate Professor,  
Associate Professor of the Department of Journalism,  
Advertising, and PR-technologies,  
Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy  
<https://orcid.org/0000-0002-9756-9409>  
Email: olenanad@gmail.com

**Дарія Прудіус,**  
магістр із медіакомунікацій,  
редакторка фінансового онлайн-видання «КОШТ»

**Daria Prudius,**  
MA in Media Communications,  
Editor of the financial online media «KOSHT»  
Email: d.pr.tess@gmail.com

УДК: 070:004.8

DOI: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.1717>

## МЕДІЙНА ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В УКРАЇНІ



## MEDIA PRACTICE OF USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES IN UKRAINE

**АНОТАЦІЯ.** У статті здійснено спробу виявлення й аналізу основних випадків та тенденцій використання технологій штучного інтелекту у вітчизняній медійній діяльності. Актуальність презентованої статті полягає в необхідності вивчення особливостей застосування штучного інтелекту в медіа. Це зумовлено тим, що активне залучення штучного інтелекту до сфери журналістики ставить перед фахівцями низку нових викликів та питань, пов'язаних з якістю, достовірністю, етикою та соціальною відповідальністю медіаконтенту, а також із роллю, статусом, правами й обов'язками журналістів та їхньої аудиторії. Штучний інтелект може створювати контент, який важко відрізнити від людського, що може призвести до маніпуляцій, обману, плагіату, порушення авторських прав та ін.

Для досягнення мети застосовано комплекс наукових методів дослідження: описовий, систематизації, порівняльно-зіставний, аналізу, синтезу та узагальнення. Проаналізовано вектори розвитку проєктів із залученням штучного інтелекту від «Associated Press» – першої інформаційної агенції, яка почала поєднувати журналістську роботу з розумними технологіями. Також досліджено особливості впровадження функціоналу штучного інтелекту в медіасферу. Так, виокремлено перші приклади використання згенерованого штучним інтелектом контенту відомими вітчизняними інформаційними проєктами – «Бігус Інфо» та «Слідство Інфо», розглянуто кейси використання штучного інтелекту у виданні «Texty.org» та блозі ґрунтовної аналітики «DeepStateUA». Також у статті здійснено спробу з'ясування трансформаційного впливу штучного інтелекту на вітчизняну медіасферу.

Дослідження може бути корисним для широкого кола зацікавлених осіб, зокрема медійників-практиків, а також викладачів та студентів ЗВО, науковців. Стаття сприятиме збільшенню кількості наукових досліджень з окресленої теми та дасть змогу екстраполювати теоретичні положення в практичну площину.

**Ключові слова:** штучний інтелект, інноваційні технології, медіапрактика, медіаплатформи, медійний інструментарій, контент.

**ABSTRACT.** The article identifies and analyses the main cases and trends in using artificial intelligence technologies in domestic media activity. The article's relevance lies in the need to study the peculiarities of using artificial intelligence in the media. It is because the active involvement of artificial intelligence in the field of journalism presents specialists with a number of new challenges and issues related to the quality, reliability, ethics and social responsibility of journalistic materials, as well as the role, status, rights and obligations of journalists and media audience. Artificial intelligence can create content that is difficult to distinguish from human content, leading to manipulation, deception, plagiarism, copyright infringement, etc.

A set of scientific research methods is used to achieve the goal: descriptive, systematization, comparative, analysis, synthesis, and generalization. The development vectors of projects with the involvement of artificial intelligence from the

*Associated Press – the first information agency that began to combine journalistic work with smart technologies were analyzed. The peculiarities of implementing artificial intelligence functionality in the media sphere are also investigated. Thus, the first examples of the use of content generated by artificial intelligence by well-known domestic information projects – «Bigus Info» and «Slidstvo Info» were highlighted; cases of the use of artificial intelligence in the publication «Texty.org» and the deep analytics blog «DeepStateUA» were considered. The article also attempts to investigate the transformative impact of artificial intelligence on the domestic media sphere. The research can be useful for a wide range of interested persons, in particular media practitioners, as well as teachers and students of higher education institutions and scientists. The article will contribute to increasing the number of scientific studies on the outlined topic and make it possible to extrapolate theoretical positions into the practical plane.*

**Keywords:** artificial intelligence, innovative technologies, media practice, media platforms, media tools, content.

© О. Надточій, Д. Прудіус, 2024

**Вступ.** Штучний інтелект – один із найбільш динамічних та водночас суперечливих комплексів технологій XXI століття. Він уже сьогодні здійснює значний вплив на всі сфери людської діяльності, зокрема й на медіа. Штучний інтелект формує інформаційний ландшафт, який людина споживає в інтернеті. Такі технології мають потенціал кардинально змінити традиційну журналістику попри те, що їхнє використання також викликає занепокоєння в теоретиків та практиків цієї галузі. З одного боку, штучний інтелект може автоматизувати безліч рутинних та оперативних завдань, як-от генерація тексту, аналіз даних, персоналізація контенту, взаємодія з аудиторією та ін., що дозволить журналістам зосередитися на більш творчих та важливих матеріалах. З іншого боку, інженерна система не здатна оцінювати контекст навколишніх подій так само, як люди, тому контент, згенерований штучним інтелектом, може бути менш об'єктивним та чутливим, що особливо актуально під час повномасштабної війни в Україні.

Незважаючи на те, що штучний інтелект є досить новим явищем, його значення та вплив на медійну сферу вже активно досліджують різні науковці, які аналізують переваги, недоліки, виклики та перспективи штучного інтелекту для журналістської практики, етики, освіти та розвитку. Наприклад, А. Л. Гузман та Сет С. Льюїс зосереджувалися на взаємодії людей зі штучним інтелектом та автоматизації журналістики й вивели концепцію «людино-машинна комунікація» [20; 21; 22; 23]. Питання про принципи та завдання штучного інтелекту розглядали такі науковці, як П. Ванг [29], С. Рассел і П. Норвіг [24] та інші. У дослідженні використано також роботи О. Баранова [1], монографію «Стратегія розвитку

штучного інтелекту в Україні» [14] та інші напрацювання вітчизняних дослідників.

**Мета та завдання дослідження.** Метою статті є окреслення основних етапів застосування штучного інтелекту українськими медійниками та висвітлення його впливу на вітчизняну журналістську практику. Завданнями розвідки є схарактеризувати сутність поняття «штучний інтелект» та з'ясувати основні вектори й можливості його використання в українській медіасфері.

**Методи дослідження.** У роботі використано комплекс наукових методів: описовий та систематизації – для вивчення теоретичних джерел; аналізу – для дослідження особливостей застосування штучного інтелекту в медіасфері; порівняльно-зіставний метод дозволив проаналізувати практичні випадки застосування штучного інтелекту у вітчизняній медійній практиці; застосування методів синтезу та узагальнення дозволило представити результати дослідження та зробити висновки.

**Результати дослідження.** Застосування штучного інтелекту (далі – ШІ) є одним із важливих сучасних трендів, оскільки він проникає в усі сфери людської діяльності, застосовуючи автономні системи для виконання завдань, які традиційно вважають прерогативою людини. Нині багато сучасних технологій, як-от, алгоритми автоматизації, автокорекція в мобільних пристроях, цифрові асистенти або чат-боти ґрунтуються на технологіях ШІ. Крім того, протягом 2022–2023 рр. буквально щомісяця виходили інноваційні широкодоступні ШІ-моделі. Це, наприклад, «ЧатДжПТ» та «Бінг», «Копілот», «СтейблДефьюжн» «Віспер», «DALL-E3», «Міджорні» та ін.

«Штучний інтелект» як дескриптор є багатозначним і викликає дискусії щодо його універ-

сального визначення навіть серед науковців. На думку доктора П. Ванга, «для того, щоб штучний інтелект можна було вважати консенсусною дефініцією, варто задовольнити такі вимоги:

- штучний інтелект не має визначатися настільки обмежено, щоб вважати людський інтелект єдиною можливою формою інтелекту;
- штучний інтелект не має визначатися настільки масштабно, щоб вважати всі чинні комп'ютерні системи такими, що вже володіють інтелектом» [29].

Автори популярного в світі підручника С. Рассел та П. Норвіг інтерпретують ШІ як «проєктування та створення інтелектуальних агентів, які отримують інформацію з навколишнього середовища і виконують дії, що впливають на це середовище» [24].

Хоча ШІ лише починає набувати масштабно-го використання в нашій державі, у «Концепції розвитку штучного інтелекту в Україні», ухваленій Кабінетом Міністрів у 2020 році, його трактовано як «організовану сукупність інформаційних технологій, які дозволяють виконувати складні комплексні завдання» [7]. А на думку професора О. Баранова, «штучний інтелект – це певна сукупність методів, способів, засобів та технологій, насамперед, комп'ютерних, що імітує (моделює) когнітивні функції, які мають критерії, характеристики та показники, еквівалентні критеріям, характеристикам та показникам відповідних когнітивних функцій людини» [1, с. 46].

Сучасним трендом функціонування медіа все частіше стає використання ШІ, оскільки він є цінним інструментом для конвергентного медіасередовища. Найбільше це стає помітно саме в аспекті нинішньої ролі журналістики, яка «в усі епохи свого існування намагалася бути

кастомізованою, а надто під час появи технологій персонального мовлення, як-от блогів чи соціальних мереж» [25]. За словами професора С. Шаяма Сундара, такі технології через свою інтерактивність призводять до «злиття традиційної міжособистісної та масової комунікації, що дає можливість людям індивідуалізувати медіасвіт» [25]. Так, ШІ здатен шукати, обробляти та верифікувати інформацію з великих баз даних у мережі, оптимізувати робочий процес, адаптувати медіаконтент для різних платформ, автоматично вносити корективи в будь-який готовий матеріал (текстовий, візуальний чи аудіальний, залежно від типу використовуваного ШІ), аналізувати медіаконтент завдяки оригінальним технологіям, як-от машинне бачення, оброблення природної мови та ін. У звіті «Гайд для ньюзрумів в епоху розумних машин» 2017 року, «The Associated Press» наголошує, що «штучний інтелект обіцяє принести журналістиці багато великих нагород найближчими роками. Більша швидкість, точність, масштаб і різноманітність висвітлення – це лише деякі з результатів, які вже бачать медіагрупи. Адже журналістська робота складається з унікальних аспектів, \ декотрі з яких можна автоматизувати, звільнивши тим самим людські ресурси для виконання глибоких завдань» [17]. Зрозуміло, що впровадження розумного комплексу технологій неминуче призведе до змін у традиційному робочому процесі редакцій видань. «The Associated Press» графічно презентує сценарій таких змін у двох концепціях: «Традиційний робочий процес» та «Адаптований робочий процес» [17]. Так, на *рис.1.* показано лінійну послідовність кроків у редакційній роботі, де кожен етап виконує кваліфікована людина.

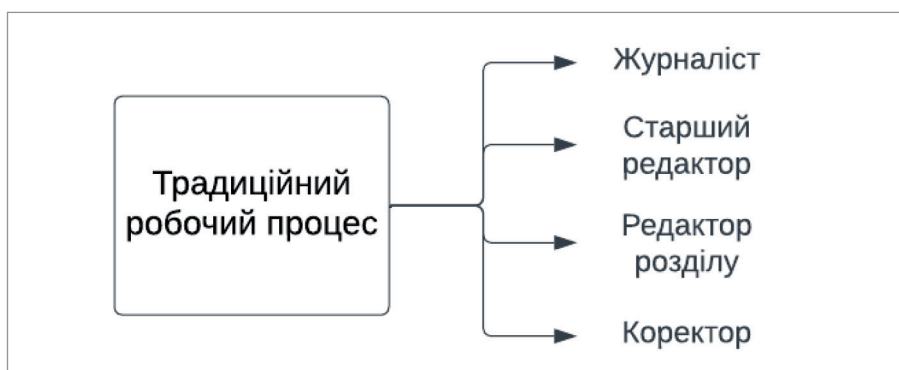


Рис. 1. Традиційний робочий процес редакції

Оновлену модель редакційної роботи, де штучний інтелект залучений у створення журналістського матеріалу демонструє *рис. 2*. Тобто машинні технології можуть взяти на себе щоденні або тех-

нічні обов'язки журналістів на кшталт транскрибування, ручного пошуку даних, генерування новинної стрічки за патернами, збір та аналіз інформації з відкритих джерел, фактчекінг та ін.



*Рис. 2. Адаптований робочий процес редакції із залученням штучного інтелекту*

Відповідно, наразі наявність у робочому журналістському процесі ШІ-технологій здатна полегшити стандартний робочий процес працівників медіа, але не повноцінно замінити їх. Таким чином, можемо стверджувати, що системи штучного інтелекту не є панацеєю для журналістики, здатною повністю роботизувати медіасферу. Готовий матеріал все одно залежатиме тільки від кваліфікації людей. Втім, вже зараз завдяки застосуванню ШІ-інструментів журналісти можуть значно підвищити якість своїх текстів.

Можливість інтегрованого введення комплексу розумних технологій у роботу медійника «створює нову технологічну медіаекологію» [27]. Тобто штучний інтелект має потенціал стати ключовим чинником технологічної еволюції медіасфери, яка призведе до створення «альянсу між журналістикою та штучним інтелектом» [27] й сприятиме розвитку нових наративів у цифровому суспільстві. Так, у дослідженні про можливість та наслідки застосування ШІ-технологій у журналістській практиці іспанські професори С. Техедор та П. Вілла запропонували модель «екзожурналіста», обґрунтовану на основі аналізу дилем, трансформацій та рішень, які ставить штучний інтелект перед медіасферою [27]. На думку науковців, «концепція «екзожурналістика» пропонує вихід за межі автоматизації задля розширення можливостей інформаційного професіонала, покращуючи його чи її роботу до меж, яких досі не було досягнуто» [27]. Вчені систематизували роль та функції ШІ в медіасфері, виді-

ливши латентні та експансивні процеси алгоритмізації журналістики:

1. «Виявлення новин і структура інформації. Штучний інтелект здатен відстежувати велику кількість джерел одночасно, як-от соцмережі та коментарі, а також виявляти екстрені новини за ключовими словами, які повторюються в режимі реального часу» [27]. Такими програмами вже користуються «Reuters», «Associated Press», «Forbes», «Los Angeles Times», «Social Media Radar» та інші світові медіагіганти.

2. «Автоматична генерація журналістських текстів. Медіа вже залучають штучний інтелект, щоб покращити свій інформаційний сервіс і водночас досягти більшої продуктивності. Це дозволяє економити час і ресурси, створювати більш серіалізований та кастомізований контент» [27]. Така функція найбільш актуальна для сфер, у яких переважають шаблонна або числова інформація, наприклад, спортивні ігри, економічна інформація, результати виборів, новини погоди та ін.

3. «Персоналізація інформації. Персоналізація стає все більше популярною стратегією для видавців новин, які сподіваються, що вона може підвищити залученість на їхніх сайтах та дозволить зібрати дані про користувачів, таким чином зменшуючи їхню залежність від зовнішніх поставальників інформації» [27]. Персоналізований за допомогою штучного інтелекту контент, адаптований до індивідуальних інтересів кожного суб'єкта аудиторії, є певною відповіддю медіа на

зрослою вибірковою споживання інформації. Таким чином останні диференціюють свої інфопродукти від інших, утримують постійну аудиторію та забезпечують її лояльність.

4. «Боротьба з дезінформацією. Зловживання штучним інтелектом для створення глибоких фейків підриває довіру до новин, поширює невизначеність і соціальний цинізм. Тому зростає увага до потреби в медіаграмотності, яка дає людям змогу бути поінформованими, залученими та мати можливість критично мислити під час ухвалення власних рішень» [27]. ШІ має потенціал впливати на поширення фейків у медіаландшафті як позитивно, так і негативно. Так, інструменти ШІ можна залучати до ідентифікації та маркування фейків, виявлення дівфейків, створення платформ, які допоможуть людям навчитися розрізняти маніпуляції, неправдиву чи оманливу інформацію.

5. «Віртуальні помічники, розроблені для журналістики. Вони є результатом сучасних технологічних інновацій і збільшення споживання аудіовізуального контенту. Саме тому класичне радіо- та телевізійне мовлення еволюціонує на інші платформи. Нині чисельні медіагрупи вже пропонують новинні додатки для віртуальних помічників, наприклад, «Гугл Асистент», «Алекса» чи «Сірі» [27]. Потенційно інтелектуальні асистенти, які є у більшості сучасних гаджетів, відкривають абсолютно нові можливості наближення медіа до аудиторії: сприятимуть чіткому фокусу персоналізації та зможуть індивідуалізувати так звану «інформаційну бульбашку» для кожної окремої людини.

Україна має значний потенціал для розвитку ШІ. Велика кількість вітчизняних компаній використовують його технології у відповідних галузях діяльності. Варто зауважити, що українські аутсорсингові компанії є одними з найзатребуваніших у світі. Цю тезу підтверджує рейтинг «The 2023 Global Outsourcing 100» від бізнес-асоціації «IAOP» [28]. Так, до рейтингу 100 найкращих аутсорсерів світу увійшли 17 українських компаній, які засвідчили високу результативність попри роботу під час повітряних тривог та відключень електрики. Це означає, що українські ІТ-спеціалісти є високопрофесійними та мають досвід роботи з найсучаснішими технологіями. Поза тим, війна, яку вже 9-й рік

веде росія проти України, призвела до того, що вітчизняні медіа не можуть повною мірою використовувати ШІ-технології, у той час як закордонні давно й успішно це роблять. Проте деякі українські незалежні інформаційні організації, які здійснюють журналістські дослідження, за підтримки ІТ-фахівців вже тривалий час користуються інструментами ШІ. Розглянемо приклади їхнього використання відомими проектами «Бігус Інфо» та «Слідство Інфо».

У 2015 році журналіст Д. Бігус заснував волонтерську ініціативу «Канцелярська сотня», яка почала оцифровувати та систематизувати пошкоджені політиками документи. Згодом організація створила вебпроекти, що «дозволяють відслідковувати власність українських чиновників та їхніх родин – нерухомість, майно, землю» [6]. Д. Бігус у співпраці з технічним спеціалістом Д. Качинським на основі штучноінтелектуальної функції оброблення природної мови (NLP) та відкритих даних зміг розробити інструментарій, який до сьогодні допомагає медійникам та активістам у роботі. Серед ефективних проектів «Канцелярської сотні» варто відзначити короткотерміновий інструмент «Гарна хата» – мапу елітної нерухомості, яка містила всю відкриту інформацію про власників такого житла. На той час мапа мала «найбільш повний датасет та зручні інструменти для використання цих даних» [3]. До офіційного спрощення пошуку в Реєстрі нерухомості, проект швидко та зручно показував нерухоме майно державних службовців.

Ще одним визначним розробленням став сайт «declarations.com.ua» розшифровані та оцифровані мільйони pdf-деклараций українських політичних діячів, які «у 2014 році оприлюднив Громадський люстраційний комітет» [5]. Для створення сайту з повноцінним датасетом усіх е-деклараций залучили кілька тисяч волонтерів, які за кілька днів перетворили набір інформації у машинний формат, який потім звели до пакетного файлу розшифрованих деклараций. Варто зазначити, що проект також був «підв'язаним до датасету з деклараціями даних про всі державні закупівлі, що проводилися через «Вісник держзакупівель» та «ProZorro». Сайт допоміг журналістам отримати для аналізу всю доступну інформацію про матеріальну власність та нематеріальні активи політиків, а також проведення всіх

публічних тендерів в одному місці. Таким чином, вони змогли заощадити години, які б витратили на «ручні» дослідження, просто користуючись «розумним» пошуком декларацій.

Іншим цікавим публічним кейсом від «Канцелярської сотні» є бази даних «Посіпаки» [11] та «Посіпаки 2. Мінімінйони» [12]. Перший проект був розроблений громадською організацією у співпраці з командою агенції журналістських розслідувань «Слідство Інфо». Він містив «офіційну інформацію, надану ВРУ на запити журналістів «Слідства Інфо» щодо помічників народних депутатів України 4–8 скликань» [11]. Сайт допомагав у розслідуваннях журналістів, які шукали зв'язки між підозрюваними в корупційних чи інших злочинних схемах державними службовцями. Схожий проект «Посіпаки 2. Мінімінйони» став не продовженням попередніх «посіпак», а радше паралельним проектом: база даних містила всю «відкриту інформацію про помічників депутатів обласних рад та міських рад обласних центрів» [12; 2]. Помічники-консультанти депутатів місцевих рад працюють на суспільні інтереси та мають досить широкий спектр можливих повноважень, за винятком права голосу на сесіях. Таким чином, відкрита база даних про цих людей стала цікавою для журналістів, які здійснюють журналістські розслідування. Завдяки оцифруванню та викладу даних у зручному інтерфейсі, журналісти могли шукати зв'язки між політичними працівниками, використовуючи інтерактив. Цікаво, що обидві бази даних були розроблені українською командою за підтримки «Фонду розвитку ЗМІ Посольства США в Україні» та на момент завершення проектів мали «75465 працівників» [11] на першому сайті та «13833 помічники 5174 депутатів України» на другому сайті [12].

Проаналізовані проекти були розроблені до початку повномасштабної війни в Україні. Вони являли собою тандем «людина&машина», де людський чинник переважав, і обмежувалися використанням здебільшого однієї-двох функцій ШІ. Такий обмежений функціонал можна пояснити роками розроблення та ведення проектів, тобто до 2022 року, коли ШІ-технології з відкритими кодами набули стрімкого поширення по всьому світу. Водночас в Україні розпочалася повномасштабна війна, яку російська влада

намагалася виграти не лише на фронті, але й в інформаційному просторі. Відтак українські медіа почали активно розвінчувати російські фейки, викривати ворожі нарративи та поширювати правила медіаграмотності. На нашу думку, одним із найкращих кейсів застосувань штучного інтелекту в цьому аспекті став проект «Деза війни» від незалежного видання «Texty.org» [4]. Це автоматична інтелектуальна система моніторингу російської дезінформації з темами, які «визначалися за допомогою машинного навчання, тому дані не є абсолютно точними, натомість відображають загальну тенденцію з певною похибкою» [4]. Система охоплює кілька десятків нішевих та провідних російських видань, які послідовно продукують сумнівну, маніпулятивну чи відверто неправдиву інформацію про Україну. Для роботи такої системи «дані брали з RSS стрічок сайтів. Для кожної новини завантажили дату публікації, лінк, заголовок та повний текст. Кожен текст розбили на абзаци та видалили ті, що не мали змістового навантаження. Всі абзаци новин розбили на теми за допомогою автоматичного моделювання тем «BERTopic». Отримані кластери абзців редагували вручну» [4]. Інтелектуальну систему виявлення російської дезінформації українське медіа створило за підтримки «National Democratic Institute».

Якщо видання «Texty.org» покладалися більше на відбір штучним інтелектом текстових новин, то блог ґрунтовної аналітики «DeepStateUA» у 2022 році разом із Державною службою з надзвичайних ситуацій в Україні та командою військових програмістів «Griselda» розробили інтерактивну онлайн-мапу «DeepStateMap» [18; 8]. Цифрова мапа дозволяє в режимі реального часу стежити за перебігом подій на будь-якій ділянці російсько-українського фронту. На мапі окуповані росією території України та інших держав позначені червоним, звільнені – зеленим. Територію, яка наразі не контролюється та є полем бою, окреслено світло-сірим кольором. «Інформація для мапи отримується різними способами – це і зведення Генштабу, і дані від військових, і співпраця з різними структурами, і матеріали, отримані за допомогою OSINT. Якщо це, наприклад, відео чи фото, осінтери «DeepState» їх аналізують і геолокують за різними ознаками [8]. Побудовано онлайн-мапу на основі інтелектуальної системи

«Griselda», яка забезпечує «швидкісне та якісне оброблення великих потоків даних, їхнє безпечне зберігання, автоматизацію процесів внесення та передання. До опрацювання інформації залучені модулі автоматичного аналізу та нейронні мережі» [19]. В умовах війни цей високоякісний публічний інформаційний продукт є першокласним джерелом інформації як для широкої аудиторії, так і для журналістів, які можуть брати дані мапи для створення матеріалів.

Однак проекти, які б залучали ШІ, для української медіасфери швидше виняток, а не правило. З початком етапу глобального доступу до різноманітних ШІ-технологій українські журналісти все частіше досліджують їхні можливості, пишучи про ШІ як про повноцінний об'єкт, а не допоміжний інструмент продукування матеріалів. Наприклад, видання «Медіамейкер» після появи в країні «ЧатуДжПТ» опублікувало серію статей, у яких медіакоманда випробовувала різноманітні ШІ-технології – від чат-ботів до візуальних генераторів, як-от DALL-E3. Так, у статті «Чітко говорить і ввічливо посміхається. Якби українські медіа були людьми: ШІ змальовує 8 персонажів» [15] журналістка створювала текстову частину за допомогою технічних промтів (запитів) у чат-боті «Бінг» від «Майкрософт», а візуальну – за допомогою вбудованого генератора зображень у «Канві». На початку матеріалу авторка відразу зазначила під дисклеймером, що «усі описи згенеровані штучним інтелектом. Вони були перекладені з англійської та відредаговані для ясності. Редакція «Медіамейкера» може не поділяти думок штучного інтелекту та не стверджує, що вони мають будь-який стосунок до згаданих брендів» [15]. Цікавим також є інший матеріал видання «Як медіа працювати з Bing AI? Запитання та підказки чат-бота» [9]. У статті наведений алгоритм дій для журналістів під час роботи з чат-ботом «Бінг» від директора з комунікацій «Майкрософт» Ф. Х. Шоу. Попри те, що команда українського медіа протягом 2023 року опублікувала низку статей про специфіку використання чат-бота, немає відкритої інформації, чи застосовують журналісти «Медіамейкера» ШІ-інструменти під час роботи.

Водночас онлайн-видання «Спека», яке спеціалізується на написанні матеріалів про технології та ІТ, має на сайті розділ «Штучний ін-

телект» і список спеціалізованих українських платформ і застосунків, які розроблені на основі ШІ-технологій [26]. До прикладу, на сайті є платформа для вивчення англійської мови «Грамлі», платформа рекламної аналітики «Кептіфай», нейронна мережа для зміни людського обличчя «Ріфейс» та інші. Перелік постійно оновлюється. До того ж, журналісти «Спеки» активно відстежують останні новини еволюціонування штучного інтелекту та формують відповідний контент. Варто зауважити, що навіть спеціалізоване медіа, яке здійснює продукування статей про ШІ, не надає інформації, якими ШІ-технологіями користується.

Незважаючи на всю ефективність ШІ, в сфері медіа внаслідок його поширення виникають нові виклики, пов'язані з авторством та надійністю контенту. Саме тому Комісія з журналістської етики в Україні розробила «Рекомендації щодо використання ШІ для створення журналістських матеріалів» [13]. До них, зокрема, належать «постійне адаптування до нових змін у своїй роботі та медіасередовищі загалом» та «врахування обмеженості функціоналу генеративних моделей штучного інтелекту» [13]. Крім цього, зазначено, що «відповідальність за журналістський матеріал лежить на авторові та редакції, навіть якщо під час його підготовки автор звертався за допомогою до штучного інтелекту», а в разі долучення ШІ до роботи необхідно «повідомляти аудиторію про матеріали (тексти, інфографіку, статичні чи динамічні зображення, відео), в яких автори використовували штучний інтелект для часткового або повного написання тексту чи створення графічних матеріалів / зображень, відео та ін.» [13]. Водночас Комісія не підтримує використання згенерованих зображень для візуального супроводу новин, навіть попри наявність підтвердження, що це робота ШІ. Як зазначає Комісія, «необхідно обережно підходити до впровадження алгоритмів, якщо йдеться про вибір заголовків чи відео, і відмовлятися від маніпулятивних прийомів для залучення трафіку, на кшталт згенерованих машиною заголовків із «мови ворожнечі» [13]. Особливу увагу Комісія приділяє використанню великих мовних моделей (LLM), тобто чат-ботам. Під час використання текстових фрагментів від чат-ботів текст необхідно обов'язково «перевіряти на оригінальність», «гендерні стереотипи та

дискримінаційні висловлювання» та «не ділитися із ШІ будь-якою інформацією, яка містить персональні дані – приміром, дані героїв матеріалів» [13]. Крім того, за умов використання інструментарію ШІ варто перевіряти фактаж, який він може надати. Водночас журналістам можна спрямувати увагу на «розкриття фейків та маніпуляцій, які виходять на новий рівень із використанням штучного інтелекту. Це особливо актуальна тема для України, яка переживає російське вторгнення і атаки російської пропаганди» [13].

**Висновки та перспективи дослідження.** Аналіз досліджень науковців, які вивчають різні аспекти ШІ й медіаматеріалів практиків і, відповідно, синтез концептуальних положень дозволяють зробити висновок про важливість питання релевантного впровадження ШІ в медійну сферу. Схарактеризовані в статті приклади застосування інструментів ШІ в журналістській діяльності засвідчили, що організації, які створюють інформаційний продукт з використанням ШІ-технологій, мають можливість продукувати цільовий контент, який відповідає потребам аудиторії. Інноваційні зміни в робочому

процесі полегшують рутинну роботу медійників, які в такому випадку мають більше часу на підготовку якісних матеріалів.

Незважаючи на відсутність багатомільйонних бюджетів та постійну фізичну й інформаційну загрозу з боку росії, вітчизняні медіаорганізації здатні створювати якісний інформаційний продукт із застосуванням ШІ-технологій. А їхня співпраця з ІТ-спеціалістами відкриває нові можливості для створення багатосарових та складних медіапроектів із використанням ШІ. Проте такі колаборації медіа з ІТ-фахівцями не є поширеними, а більшість українських видань на хвилі популярності ШІ почали активно продукувати доволотехнологічні матеріали про перспективи та виклики, які ставить перед суспільством еволюція ШІ. Важливо, щоб українські виробники інформації були обізнані про проблеми, пов'язані з використанням ШІ на практиці, наприклад, авторство та достовірність медіаконтенту.

Пропонована стаття не претендує на вичерпне дослідження порушеної проблеми, але вона дає змогу окреслити базові напрями для подальших наукових напрацювань у цій сфері.

#### Список використаної літератури

1. Баранов. О. А. Визначення терміну «штучний інтелект». Інформація і право. 2023. Вип. 1(44). С. 32–49. URL: [https://ippi.org.ua/sites/default/files/5\\_28.pdf](https://ippi.org.ua/sites/default/files/5_28.pdf) (дата звернення: 15.02.2024).
2. В Україні створено базу помічників місцевих депутатів. URL: <https://nashigroshi.org/2017/09/21/v-ukrajini-stvoreno-bazu-pomichnykiv-mistsevyh-deputativ/> (дата звернення: 23.02.2024).
3. Гарна хата. Bihus.Info. URL: <https://bihus.info/projects/garnakhata/> (дата звернення: 23.02.2023).
4. Деца війни. Texty.org.ua. URL: <https://topic-radar.texty.org.ua/#/?from=2022-12-19&to=2023-06-25> (дата звернення: 22.01.2024).
5. Декларації. Bihus.Info. URL: <https://bihus.info/projects/deklaracii/> (дата звернення: 22.01.2024).
6. Канцелярська сотня. DOCUCLAB. URL: <https://docuclub.docudays.ua/movies/item/kanceljarska-sotnya/> (дата звернення: 25.02.2024).
7. Концепція розвитку штучного інтелекту в Україні: Розпорядження Кабінету міністрів України від 02.12.2020 №1556-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-2020-%D1%80#Text> (дата звернення: 14.03.2024).
8. Лавришин Ю. Мапа, до якої «немає питань». Як працює проєкт DeepState. MediaSapience. 2023. URL: <https://ms.detector.media/it-kompanii/post/32559/2023-07-31-mapa-do-yakoi-nemaie-pytan-yak-pratsyue-proiekt-deepstate/> (дата звернення: 12.03.2024).
9. Нановська В. Як медіа працювати з Bing AI? Запитання та підказки для чат-бота. Медіамейкер. 2023. URL: <https://mediamaker.me/yak-media-praczuivaty-z-bing-ai-zapytannya-ta-pidkazky-dlya-chat-bota-1706/> (дата звернення: 12.03.2024).
10. Олійник Т. Як редакції у всьому світі впроваджують ШІ-дослідження. URL: <https://tokar.ua/read/92848/yak-redaktsii-u-vsomu-sviti-vprovadzhuut-shi-doslidzhennia/> (дата звернення: 19.03.2024).
11. Посіпаки. Bihus.Info. URL: <https://bihus.info/projects/posipaki/> (дата звернення: 15.03.2024).
12. Посіпаки-2. Мініміньйони. Bihus.Info. URL: <https://bihus.info/projects/posipaki/> (дата звернення: 15.03.2024).
13. Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо використання штучного інтелекту для створення журналістських матеріалів. Комісія з журналістської етики. 2023. URL: <https://cje.org.ua/statements/rekomendatsii-komisii-z-zhurnalistskoi-etyky-shchodo-vykorystannia-shtuchnoho-intelektu-dlia-stvorennia-zhurnalistskykh-materialiv/> (дата звернення: 15.03.2024).
14. Стратегія розвитку штучного інтелекту в Україні: монографія / за заг. ред.: А. І. Шевченка. Київ. 2023. URL: [https://jai.in.ua/archive/2023/ai\\_mono.pdf](https://jai.in.ua/archive/2023/ai_mono.pdf) (дата звернення: 10.03.2024).
15. Трапезнікова Д. Чітко говорить і ввічливо посміхається. Якби українські медіа були людьми: ШІ змалює 8 персонажів. Медіамейкер. 2023. URL: <https://mediamaker.me/yak-by-ukrajinski-media-bu-li-lyudmy-shi-zmaluye-8-personazhiv/>



- me/yakby-ukrayinski-media-buly-lyudmy-shi-uayavlyaye-8-vydan-1712/ (дата звернення: 11.03.2024).
16. Aftermath VR: Euromaidan. Мистецький Арсенал. URL: <https://artarsenal.in.ua/vystavky/ekspozycja/aftermath-vr-euromaidan/> (дата звернення: 20.02.2024).
17. Associate Press. The Future of Augmented Journalism: A guide for newsrooms in the age of smart machines 2017. 26 p. URL: [https://broadcastnewsabrahamsen.files.wordpress.com/2017/09/ap\\_insights\\_the\\_future\\_of\\_augmented\\_journalism.pdf](https://broadcastnewsabrahamsen.files.wordpress.com/2017/09/ap_insights_the_future_of_augmented_journalism.pdf) (дата звернення: 20.02.2024).
18. DeepStateMap. DeepStateUA. URL: <https://deepstatemap.live/#/47.324/35.991> (дата звернення: 20.03.2024).
19. Griselda. URL: <https://www.griselda.com.ua/> (дата звернення: 14.03.2024).
20. Guzman A. What is Human-Machine Communication, Anyway? New York, Peter Lang Publishing. 2018. Pp. 1–28. URL: [https://www.researchgate.net/publication/327043706\\_What\\_is\\_Human-Machine\\_Communication\\_Anyway](https://www.researchgate.net/publication/327043706_What_is_Human-Machine_Communication_Anyway) (дата звернення: 15.02.2024).
21. Lewis S. et. al. Artificial Intelligence and Journalism. Journalism & Mass communication Quarterly. 2019. September. Pp. 669–954. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/1077699019859901> (дата звернення: 15.02.2024).
22. Lewis S. Usher N. Open source and journalism: toward new frameworks for imagining news innovation. Media, Culture&Society. 2013. Vol. 35. July. Pp. 602–619. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/0163443713485494> (дата звернення: 15.02.2024).
23. Lewis S., Guzman A., Schmidt T. Automation, Journalism, and Human-Machine Communication: Rethinking Roles and Relationships of Humans and Machines in News. Digital Journalism. Vol. 7. 2019. Pp. 409–427. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2019.1577147> (дата звернення: 15.02.2024).
24. Russel S., Norvig P. Artificial Intelligence: A Modern Approach. 4th US ed. 2022. 1292 p. URL: <https://aima.cs.berkeley.edu/> (дата звернення: 18.02.2024).
25. Shyam S. The MAIN Model: A Heuristic Approach to Understanding Technology Effects on Credibility. Cambridge, MA: The MIT Press, 2008. Pp. 73–100. URL: <https://www.issuefab.org/resources/875/875.pdf> (дата звернення: 18.02.2024).
26. SPEKA.media. URL: <https://speka.media/dossier/latest/all> (дата звернення: 20.03.2024).
27. Tejedor S., Vila P. Echo Journalism: A Conceptual Approach to a Hybrid Formula between Journalism and Artificial Intelligence. 2021. Pp. 830–840. URL: <https://www.mdpi.com/2673-5172/2/4/48> (дата звернення: 18.02.2024).
28. The 2023 Global Outsourcing 100. IAOP. URL: <https://www.iaop.org/Content/19/165/5657> (дата звернення: 15.02.2024).
29. Wang P. What Do You Mean by «AI». Proceedings of the 2008 conference on Artificial General Intelligence 2008: Proceedings of the First AGI Conference. June 2008. Pp. 362–373. URL: [https://www.researchgate.net/publication/262357941\\_What\\_Do\\_You\\_Mean\\_by\\_AI](https://www.researchgate.net/publication/262357941_What_Do_You_Mean_by_AI) (дата звернення: 18.02.2024).

## References

1. Baranov, O. (2023). Vyznachennia terminu «shtuchnyi intelekt» [Defined by the term «piece intelligence»]. Informatsiia i pravo [Information and law]. Vol. 1(44). Pp. 32–49. Available at: [https://ippi.org.ua/sites/default/files/5\\_28.pdf](https://ippi.org.ua/sites/default/files/5_28.pdf) (accessed 15.02.2024).
2. V Ukraini stvoreno bazu pomichnykiv mistsevykh deputativ [A database of local deputies has been created in Ukraine]. Available at: <https://nashigroshi.org/2017/09/21/v-ukrajini-stvoreno-bazu-pomichnykiv-mistsevykh-deputativ/> (accessed 23.02.2024).
3. Harna khata [A beautiful house]. Bihus.Info. Available at: <https://bihus.info/projects/garnakhata> (accessed 23.02.2024).
4. Deza viiny [War disinformation]. Texty.org.ua Available at: <https://topic-radar.texty.org.ua/#/?from=2022-12-19&to=2023-06-25> (accessed 22.01.2024).
5. Deklaratsii [Declarations]. Bihus.Info. Available at: <https://bihus.info/projects/deklaraci> (accessed 22.01.2024).
6. Kantseliarska sotnia [Office hundred]. DOCUCLAB. Available at: <https://docuclub.docudays.ua/movies/item/kancelyarska-sotnya> (accessed 25.02.2024).
7. Kontsepsiia rozvytku shtuchnoho intelektu v Ukraini: Rozporiadzhennia Kabinetu ministriv Ukrainy vid 02.12.2020 №1556-r [The concept of artificial intelligence development in Ukraine: Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 02.12.2020 #1556]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-2020-%D1%80#Text> (accessed 14.03.2024).
8. Lavryshyn, Y. (2023) Mapa, do yakoi «nemaie pytan». Yak pratsiuie proiekt DeepState [A map to which «there are no questions». How the DeepState project works]. MediaSapience. Available at: <https://ms.detector.media/it-kompanii/post/32559/2023-07-31-mapa-do-yakoi-nemaie-pytan-yak-pratsiuie-proiekt-deepstate> (accessed 12.03.2024).
9. Nanovska, V. (2023). Yak media pratsiuivat z Bing AI? Zapytannia ta pidkazky dlia chat-bota [How does media work with Bing AI? Questions and tips for the chatbot]. Mediameiker. Available at: <https://mediameiker.com/yak-media-praczuivat-z-bing-ai-zapytannya-ta-pidkazky-dlya-chat-bota-1706> (accessed 12.03.2024).
10. Oliinyk, T. Yak redaktsii u vsomu sviti vprovadzhuut ShI-doslidzhennia [How newsrooms around the world are implementing AI research]. Available at: <https://tokar.ua/read/92848/yak-redaktsii-u-vsomu-sviti-vprovadzhuut-shi-doslidzhennia> (accessed 19.03.2024).
11. Posipaky [Minions]. Bihus.Info. Available at: <https://bihus.info/projects/posipaki> (accessed 15.03.2024).
12. Posipaky-2 [Minions-2]. Miniminiony. Bihus.Info. Available at: <https://bihus.info/projects/posipaki/> (accessed 15.03.2024).
13. Rekomendatsii Komisii z zhurnalistskoi etyky shchodo vykorystannia shtuchnoho intelektu dlia stvorennia

- zhurnalistskykh materialiv. Komisiia z zhurnalistskoi etyky (2023) [Recommendations of the Commission on Journalistic Ethics regarding the use of artificial intelligence for the creation of journalistic materials. Commission on journalistic ethics]. Available at: <https://cje.org.ua/statements/rekomendatsii-komisii-z-zhurnalistskoi-etyky-shchodovykorystannia-shtuchnoho-intelektu-dlia-stvorennia-zhurnalistskykh-materialiv> (accessed 15.03.2024)
14. Stratehiia rozvytku shtuchnoho intelektu v Ukraini: monohrafiia [Strategy for the development of artificial intelligence in Ukraine: monograph] / za zah. red. A. I. Shevchenka. Kyiv. 2023. Available at: [https://jai.in.ua/archive/2023/ai\\_mono.pdf](https://jai.in.ua/archive/2023/ai_mono.pdf) (accessed 10.03.2024).
  15. Trapeznikova, D. (2023). Chitko hovoryt i vchlyvo posmikhaietsia. Yakby ukrainski media buly liudmy: Shi zmalovuie 8 personazhiv [Speaks clearly and smiles politely. If Ukrainian media were people: AI portrays 8 characters]. Mediameiker. Available at: <https://mediameiker.me/yakby-ukrayinski-media-buly-lyudmy-shi-uyavlyaye-8-vydan-1712> (accessed 11.03.2024).
  16. Aftermath VR: Euromaidan. Mystetskyi Arsenal [Art arsenal]. Available at: <https://artarsenal.in.ua/vystavky/ekspozycia/aftermath-vr-euromaidan/> (accessed 20.02.2024).
  17. Associate Press. The Future of Augmented Journalism: A guide for newsrooms in the age of smart machines 2017. 26 p. Available at: [https://broadcastnewsabrahamsen.files.wordpress.com/2017/09/ap\\_insights\\_the\\_future\\_of\\_augmented\\_journalism.pdf](https://broadcastnewsabrahamsen.files.wordpress.com/2017/09/ap_insights_the_future_of_augmented_journalism.pdf) (accessed 20.02.2024).
  18. DeepStateMap. DeepStateUA. Available at: <https://deepstatemap.live/#6/47.324/35.991> (accessed 20.03.2024).
  19. Griselda. Available at: <https://www.griselda.com.ua/> (accessed 14.03.2024).
  20. Guzman, A. (2018). What is Human-Machine Communication, Anyway? New York, Peter Lang Publishing. Pp. 1–28. Available at: [https://www.researchgate.net/publication/327043706\\_What\\_is\\_Human-Machine\\_Communication\\_Anyway](https://www.researchgate.net/publication/327043706_What_is_Human-Machine_Communication_Anyway) (accessed 15.02.2024).
  21. Lewis, S. et. al. (2019). Artificial Intelligence and Journalism. Journalism & Mass communication Quarterly. September. Pp. 673–695. Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/1077699019859901> (accessed 15.02.2024).
  22. Lewis, S. Usher, N. (2013). Open source and journalism: toward new frameworks for imagining news innovation. Media, Culture & Society. Vol. 35. July. Pp. 602–619. Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/0163443713485494> (accessed 15.02.2024).
  23. Lewis, S., Guzman, A., Schmidt, T. (2019). Automation, Journalism, and Human-Machine Communication: Rethinking Roles and Relationships of Humans and Machines in News. Digital Journalism. Vol. 7. Pp. 409–427. Available at: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2019.1577147> (accessed 15.02.2024).
  24. Russel, S, Norvig, P. (2022). Artificial Intelligence: A Modern Approach. 4th US ed. 1292 p. Available at: <https://aima.cs.berkeley.edu/> (accessed 18.02.2024).
  25. Shyam, S. (2008). The MAIN Model: A Heuristic Approach to Understanding Technology Effects on Credibility. Cambridge, MA: The MIT Press. Pp. 73–100. Available at: <https://www.issuelab.org/resources/875/875.pdf> (accessed 18.02.2024).
  26. SPEKA.media. Available at: <https://speka.media/dossier/latest/all> (accessed 20.03.2024).
  27. Tejedor, S. & Vila, P. (2021). Exo Journalism: A Conceptual Approach to a Hybrid Formula between Journalism and Artificial Intelligence. Pp. 830–840. Available at: <https://www.mdpi.com/2673-5172/2/4/48> (accessed 18.02.2024).
  28. The 2023 Global Outsourcing 100. IAOP. Available at: <https://www.iaop.org/Content/19/165/5657> (accessed 15.02.2024).
  29. Wang, P. (2008). What Do You Mean by «AI». Proceedings of the 2008 conference on Artificial General Intelligence 2008: Proceedings of the First AGI Conference. June. Pp. 362–373. Available at: [https://www.researchgate.net/publication/262357941\\_What\\_Do\\_You\\_Mean\\_by\\_AI](https://www.researchgate.net/publication/262357941_What_Do_You_Mean_by_AI) (accessed 18.02.2024).

Надіслано до редакції 27.03.2024 р.