

ПРИКЛАДНІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ: ДОСВІД, ТЕНДЕНЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ

Олександр Глазунов,

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
спеціальність 061 Журналістика,

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Науковий керівник –

кандидат наук із соціальних комунікацій,

завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

Владлена Мироненко

ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інтеграція штучного інтелекту (ШІ) в українські засоби масової комунікації стала каталізатором глибоких трансформацій у медіаіндустрії, які можна порівняти із цифровою революцією, що супроводжувала перехід друкованих видань в онлайн-формат у середині 2000-х років. Цей процес не лише змінив механізми створення, дистрибуції та споживання інформаційного контенту, а й суттєво вплинув на професійні стандарти журналістики, редакційні практики та комунікаційні стратегії.

У науковому дискурсі представлено значну кількість дефініцій штучного інтелекту, кожна з яких у тій чи іншій мірі відображає його сутність, акцентуючи увагу на різних аспектах цієї технології. Водночас, одним із найбільш комплексних і релевантних, на нашу думку, є визначення, запропоноване українським науковцем Олексієм Ситником: ШІ – це автоматизований процес обробки, аналітики, управління та генерації даних, орієнтований на оптимізацію виробничих процесів, а також комунікаційних та комунікативних аспектів взаємодії з аудиторією [3, с. 256].

Характерною особливістю ШІ, що відрізняє його від традиційних методів автоматизації, є здатність до контекстуального навчання [6]. Тобто, завдяки своїм алгоритмам і штучним нейронним мережам такі системи здатні навчатися на основі тих прикладів, які їм надавали раніше. Надалі ж вони аналізують великі обсяги даних у нелінійний спосіб, адаптуючи подальші дії

відповідно до отриманих результатів. Це забезпечує швидкість та ефективність обробки інформації та персоналізований підхід до її розповсюдження.

Як одна з фундаментальних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), ШІ (від розпізнавання мови до складного аналізу даних) відіграє ключову роль у трансформації сучасного цифрового медіапростору. Під ІКТ доцільно розуміти сукупність цифрових інструментів, алгоритмів, методологій та систем, що забезпечують створення, обробку, зберігання, передачу та розповсюдження інформації в інтерактивному середовищі, а також спеціальні системи, які забезпечують комунікацію, обмін даними та глобальну взаємодію між людьми та, умовно кажучи, між людьми й машинами [7]. Останній аспект є особливо актуальним, адже для сучасних журналістів та медіаменеджерів покращення способів, якими люди створюють, обробляють і обмінюються інформацією між собою, є одним з визначальних напрямів роботи.

Водночас деякі фахівці у сфері комунікативістики розглядають ШІ не як технологію, а радше як техніку – набір процедур та алгоритмічних рішень, спрямованих на реалізацію окремих комунікаційних завдань. Однак такий підхід, на нашу думку, ігнорує системний характер ШІ, його здатність до контекстуального навчання та інтеграції в різні сфери інформаційно-комунікаційного обміну.

На відміну від традиційних технічних засобів, які виконують ригідні, запрограмовані функції, ШІ демонструє емерджентні властивості, що дозволяють йому адаптуватися до нових інформаційних умов, аналізувати великий масив даних у реальному часі та формувати нелінійні комунікаційні стратегії. У цьому контексті штучний інтелект слід розглядати як високотехнологічну ІКТ, що не лише доповнює, а й якісно змінює логіку комунікативних процесів у цифрову епоху.

Сучасні українські мережеві медіа активно застосовують ШІ у кількох ключових напрямках: автоматизація новинного продакшну, аналіз поведінкових патернів аудиторії та персоналізація контенту. Використання таких алгоритмів дозволяє значно підвищити швидкість обробки інформації, удосконалити процеси модерації контенту та створювати індивідуалізований медіапродукт, орієнтований на потреби конкретного користувача.

Так, за результатами опитування Інституту масової інформації, проведеного в 2024 році, 22 % українських редакцій постійно використовують ШІ, тоді як 30% залучають його зрідка, а 20 % взагалі не застосовують такі технології. Основними причинами ігнорування таких інструментів є надання

переваги людській індивідуальності, нестача знань про ШІ та побоювання щодо можливих помилок у згенерованому контенті. Водночас медійники активно використовують ШІ для розшифровки інтерв'ю (62 %), створення візуального контенту (31 %) та виправлення текстових помилок (21 %) [2].

Зокрема, в українському медіа «Суспільне» у 2024 році повідомили, що їхня політика стосовно ШІ ґрунтується на принципах прозорості, відповідальності, ефективності, захисту даних та відповідності законодавству. Так, журналісти цього медіа маркують контент, створений із залученням ШІ, і обмежують використання своїх матеріалів для навчання сторонніх моделей. У свою чергу, в «Українській правді» такі інструменти використовуються, наприклад, у розшифровці інтерв'ю та генерації заголовків, але водночас це медіа, за заявами його редакторів, дотримується принципу людиноцентричності та не застосовує ШІ для створення новин і візуального контенту [4].

Водночас широке застосування ШІ породжує низку філософських, етичних та нормативних викликів, пов'язаних із маніпуляцією суспільною думкою, ризиками поширення дезінформації та питаннями відповідальності за автоматизовано створений контент. Зокрема, Тетяна Гуменюк вважає актуальними питання дотримання етичних стандартів для запобігання потенційній шкоді та забезпечення справедливості й прозорості в поширенні інформації. Так, алгоритми ШІ приймають рішення та створюють контент, у зв'язку з чим постає проблема питання відповідальності за ці дані, а також підзвітності та упередженості. Крім того, як зазначає науковиця, застосування ШІ в інформаційному просторі впливає на людську автономію. Так, через збільшення рівня автоматизації інформаційних процесів роль людини у прийнятті рішень може бути поставлена під сумнів. У зв'язку з цим сучасним медійникам і комунікативістам необхідно оцінити, як ШІ впливає на індивідуальну автономію та які ризики виникають у разі делегування важливих завдань штучному інтелекту [1, с. 52–53].

Наразі можна дійти попередніх висновків, що ШІ не зможе повністю замінити людину у створенні новинного контенту, зокрема журналістів, редакторів і дизайнерів. Такої думки переважно дотримуються і редактори медіа [4], і науковці [5, с. 77]. На наше переконання, відповідні технологічні інструменти дійсно оптимізують робочі процеси, але не володіють емпатією, необхідною для ефективної комунікації з аудиторією, і не здатні адекватно оцінювати авторський стиль без попереднього навчання. Тому ключові творчі та редакторські процеси залишаються за людиною, що підтверджує синергічну роль ШІ в медіаіндустрії, а не його повну автономність. ШІ має

розширювати можливості фахівців, а не замінювати їх.

Окремо варто зазначити, що наразі актуальною є проблема регуляції використанні ШІ в медіа з боку держави. На сьогодні в Україні відсутнє законодавство, яке б регламентувало «правила гри» у цьому напрямку – у правовому полі лише розроблені деякі рекомендації з цього питання. На наше переконання, впровадження відповідних регуляторних механізмів у законодавстві та в межах медіаполітики, особливо в контексті євроінтеграційних процесів, сприятиме збалансованому розвитку медійного простору в епоху ШІ.

Отже, впровадження ШІ в українські медіа сприяє автоматизації створення та поширення контенту, але водночас викликає етичні та правові питання. Наразі українські медіа використовують ШІ для оптимізації роботи, зберігаючи людський контроль над творчими процесами. Але з огляду на ризики дезінформації, актуальним є маркування ШІ-генерованого контенту та забезпечення прозорості його використання. При цьому, відсутність законодавчої бази вимагає нормативного врегулювання, що вже частково здійснюється через рекомендації різних державних органів.

Список використаної літератури

1. Гуменюк Т.В. Використання штучного інтелекту в інформаційному просторі: філософський аспект. *Український інформаційний простір*. 2023. № 12. С. 41–54. URL: <http://ukrinfospace.knukim.edu.ua/article/view/291164/284721>
2. Машкова Я.Ю. Українські медіа та штучний інтелект. Як редакції залучають ШІ для створення контенту? *Інститут масової інформації*. 2024. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/ukrayinski-media-ta-shtuchnyj-intelekt-yak-redaktsiyi-zaluchayut-shi-dlya-stvorenniya-kontentu-i62217>
3. Ситник О.В. Проблематика впровадження штучного інтелекту в сучасних ЗМІ та медіатехнологіях. *Український інформаційний простір*. 2023. № 12. С. 252–265. URL: <https://journ.knu.ua/nauka1/wp-content/uploads/2024/02/Conference.pdf>
4. Суліковська О.В. Людина як орієнтир, авторство й фактчекінг. Як українські медіа, організації та держструктури використовують ШІ. *Медіамейкер*. 2024. URL: <https://mediamaker.me/lyudyna-yak-oriyentyr-avtorstvo-j-faktcheking-yak-ukrayinski-media-organizacziyi-ta-derzhstruktury-vykorystovuyut-shi-8438/>
5. Харченко С.В. Штучний інтелект і літературне редагування медіатекстів: точки біфуркації. *Міжнародний філологічний часопис*. 2021.

№ 1. С. 121–125. URL:

<https://philologicalscience.com.ua/web/uploads/pdf/48554-353809-2-PB%2077-88.pdf>

6. AI Lacks Independent Learning, Poses No Existential Threat. *Neuroscience News*. 2024. URL: <https://neurosciencenews.com/ai-existential-threat-27543/>

7. Kirvan P., Awati R., Pratt M.K. What is ICT (information and communications technology)? *Informa TechTarget*. 2025. URL: <https://www.techtarget.com/searchcio/definition/ICT-information-and-communications-technology-or-technologies>