

ІНТЕГРАЦІЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ЖУРНАЛІСТСЬКУ ОСВІТУ: ЕТИЧНІ ВИКЛИКИ ТА ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ

Владлена МИРОНЕНКО

*кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,
завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
<https://orcid.org/0000-0001-5399-0739>
myronenko_v@365.dnu.edu.ua*

Штучний інтелект (ШІ) став рушійною силою змін у журналістиці, трансформувавши виробництво новин, доставку контенту та залучення аудиторії. Як новий комунікаційний інструмент, ШІ доповнює список технологічних розробок, з якими журналісти, викладачі журналістики та студенти-журналісти мали справу в останні роки. Всі мали набути таких навичок, як мультимедійна журналістика, вебдизайн та аналіз даних в рамках адаптації до цифрового середовища.

Подальший розвиток штучного інтелекту відкриє, ймовірно, ще більше інноваційних застосувань у журналістиці та призведе до значної зміни ролей в професійній діяльності. На думку дослідниці В. Шевченко, застосування ШІ вдосконалює журналістську діяльність, охоплюючи широкий спектр процесів; водночас в Україні його впровадження відбувається повільніше, проте окремі редакції вже використовують цю технологію для оптимізації робочих процесів, аналітики, перекладу, озвучування та генерації ідей [2].

Постало актуальне питання, як найкраще інтегрувати вивчення штучного інтелекту в освітні програми з журналістики, щоб підготувати здобувачів вищої освіти до мінливого медіаландшафту. Тобто для освітніх установ питання полягає вже не в тому, чи впроваджувати ШІ, а в тому, як інтегрувати його обмірковано та стратегічно. Інтеграція ШІ в журналістську освіту має враховувати те, як викладачі відповідають на виклики та можливості, що відкриває ШІ.

На Всеукраїнській конференції «Journalism Next: освіта, ШІ та нові виклики», що відбулася 30 вересня 2025 р., викладачі журналістики та медіапрактики обговорювали, яких змін потребує журналістська освіта в Україні. Учасники заходу зазначили, що головною цінністю журналіста залишається вміння розуміти контекст, володіти експертизою та будувати довірливу комунікацію, здатність розв'язувати етичні питання та нести відповідальність за свій контент. Водночас якісна журналістика та ШІ не суперечать одне одному: технології допомагають у зборі даних, редагуванні, аналітиці, але не замінюють професійного мислення, контексту й етики. Отже, як зауважили фахівці, варто усвідомити трансформацію журналіста майбутнього та інтегрувати наявні інструменти в освітні програми [1].

Швидке розгортання генеративного ШІ в редакціях пропонує значні переваги для продуктивності та інновацій, але водночас несе серйозні ризики: неточності, етичні дилеми та підрив суспільної довіри. Як зазначається в дослідженні [4], етичні питання мають першочергове значення, причому

найбільше занепокоєння викликають питання людського контролю та якості результатів (точність, упередженість, оригінальність, прозорість). На думку авторів дослідження, галузь намагається знайти баланс між перевагами генеративного ШІ та необхідністю дотримання етичних журналістських практик, включаючи заборону або обмеження використання в окремих випадках. В. Шевченко так само акцентує на тому, що залишаються відкритими питання регулювання та відповідальності, а редакціям необхідно розробити чіткі політики використання ШІ, щоб на правовому підґрунті забезпечити етичне створення контенту та збереження стандартів журналістики [2].

Медіаконсультантка К. Горчинська стверджує, що зростання популярності генеративного ШІ вже шкодить медіа та в найближчі роки ситуація тільки погіршиться. Авторка вживає термін «factslop» – коли ШІ-системи генерують відповіді, які виглядають як факти, проте не мають достатньої перевірки або походження, що становить ризик як для споживачів, так і для новинних редакцій. На її думку, люди дедалі частіше отримують інформацію через відповіді, створені великими мовними моделями (LLM), не відвідуючи редакційні сайти і не взаємодіючи із контентом традиційних медіакомпаній («zero-click» середовище). Через це сайти втрачають трафік, а редакції – можливість контролювати контент, монетизувати його або залучати аудиторію. Водночас замість того, щоб займатися створенням власного контенту і пошуковою оптимізацією (SEO), медіа повинні турбуватися про генеративну оптимізацію (GEO) та бути помітними спочатку для ШІ-систем і, відповідно, залишатися помітними для аудиторії. За таких умов редакції мають переосмислити свою роль: не просто бути джерелом тексту, але пропонувати глибокий, перевірений контент, який ШІ не може легко замінити; монетизувати інші взаємодії з аудиторією; будувати довіру; підвищувати цінність власного бренду, глибини й унікальності [5].

Безперечно, журналісти мають розуміти можливості та обмеження ШІ-систем, розпізнавати потенційні упередження та знати, як ефективно інтегрувати інструменти ШІ у свій робочий процес. Однак, оскільки ШІ бере на себе все більше рутинних завдань, журналістам доведеться більше зосередитися на розвитку унікальних людських навичок, які ШІ не може легко відтворити: налагодження та підтримка контактів з людьми, проведення глибоких інтерв'ю, здійснення ретельного аналізу, створення переконливих наративів, які резонують з аудиторією на емоційному рівні, та, взагалі, виконання завдань, де важливий емоційний інтелект. Отже, в епоху штучного інтелекту журналістика має стати більш «людською».

Впровадження ШІ не стільки замінює журналіста, скільки фундаментально трансформує його професійну роль. Журналіст перестає бути лише автором новин; він перетворився на «цифрового куратора», який керує різними джерелами інформації та інструментами ШІ, поєднуючи людський досвід та штучний інтелект [6]. Це вимагає розвитку нових компетентностей, і, відповідно, збалансованого підходу в освіті.

Журналістська освіта має поєднувати технологічні навички з фундаментальними журналістськими цінностями. Водночас інтеграція ШІ несе в собі й глибокі етичні виклики. Журналістська освіта несе відповідальність за

підготовку фахівців, здатних розпізнавати ці небезпеки та протидіяти їм. Освітні програми повинні зосередитися на тому, щоб навчити здобувачів не довіряти беззастережно вихідним даним ШІ, та розвинути навички: розпізнавати типові помилки, упередження, неточності, які видають ШІ-моделі; верифікувати кожне твердження та автентичність кожного згенерованого джерела традиційними журналістськими методами; мати практичний досвід роботи з інструментами для виявлення дипфейків (deepfakes); усвідомлювати повну відповідальність за кожне опубліковане слово, розуміти психологічний і соціальний вплив дезінформації. Здобувачі повинні чітко розуміти правову та етичну невизначеність, в яку вони потрапляють, використовуючи генеративний ШІ для створення контенту.

Можна виокремити такі ключові принципи успішної інтеграції штучного інтелекту в освіту:

- баланс теорії та практики – ефективні освітні програми повинні поєднувати теоретичні основи з інтенсивним практичним навчанням (студентські медіа, практичні завдання, поєднання академічної освіти з роботою в редакції) [1];

- міждисциплінарний підхід – створення у закладі освіти міждисциплінарних програм із залученням експертів з інших факультетів, як-от, комп'ютерних наук, що дозволить навчати не лише використанню ШІ, але й розумінню його технічних основ і соціальних наслідків;

- проєктне навчання – виконання практичних проєктів для кращого засвоєння матеріалу, наприклад, у Craig Newmark Graduate School of Journalism курс «Штучний інтелект і журналістика: інтеграція інтелектуальних інструментів для етичної та інноваційної журналістики» завершується випускним проєктом, що спрямований на розробку інноваційних рішень на основі ШІ для медіаорганізацій [3].

Продумана інтеграція штучного інтелекту в освітні програми з журналістики підвищує здатність галузі адаптуватися та відповідально формувати медіаландшафт. Мета освіти – не в тому, щоб навчити студентів, як «замінити» себе штучним інтелектом, а в тому, щоб розширити їхні можливості, вивільнивши час від рутини для глибшої, значущої роботи. Масове впровадження штучного інтелекту робить унікальні людські якості справжньою цінністю, що залишаться в журналістиці. Критичне мислення, емпатія, глибоке розуміння контексту, етичне судження та сміливість нести персональну відповідальність за сказане слово – це те, що неможливо автоматизувати. Завдання сучасної журналістської освіти – захистити, розвинути та посилити саме цю людську цінність.

Список використаної літератури

1. Теравська В. Якою має бути журналістська освіта у цифрову добу: побажання практиків та пропозиції викладачів. *Академія викладачів журналістики*. URL: <https://www.jta.com.ua/trends/yakoiu-maie-buty-zhurnalistiska-osvita-u-tsyfrovu-dobu-pobazhannia-praktykiv-ta-propozytsii-vykladachiv/>

2. Шевченко В. Використання штучного інтелекту в редакційній роботі світових та українських медіа. *Вісник Книжкової палати*. 2025. № 5. С. 3–9. URL: [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.5\(346\).3-9](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.5(346).3-9)
3. AI and Journalism: Integrating Intelligent Tools for Ethical and Innovative Reporting. *Craig Newmark Graduate School of Journalism at CUNY*. URL: <https://www.journalism.cuny.edu/courses/ai-and-journalism-integrating-intelligent-tools-for-ethical-and-innovative-reporting/>
4. Generative AI in journalism: the evolution of newswork and ethics in a generative information ecosystem / N. Diakopoulos et al. 2024. URL: <https://www.researchgate.net/publication/379668724>
5. Gorchinskaya K. Your AI butler will serve you «factslop»: How zero click hurts the consumer, and the newsrooms LLMs depend on. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. 2025. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/your-ai-butler-will-serve-you-factslop-how-zero-click-hurts-consumer-and-newsrooms-llms-depend>
6. Sonni A. F. Digital transformation in journalism: mini review on the impact of AI on journalistic practices. *Frontiers in Communication*. 2025. Vol. 10. URL: <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1535156>