

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»**

Кафедра журналістики

Спеціальність 061 «Журналістика»

**Бакалаврська кваліфікаційна
робота на тему:**

**«Регулювання використання
штучного інтелекту у політиках
європейських медіа»**

Студента 4-го курсу, групи
ЖУР-21

Дандель Владислав
Геннадійович

Науковий керівник:

(Викладач, Хоменко Ангеліна
Олександрівна)

(підпис студента)

(Дата)

(Підпис)

Попередній захист:

(Висновок: «До захисту в Екзаменаційній комісії»)

Завідувач кафедри

(Підпис)

(Прізвище,
ініціали)

(Дата)

Київ - 2025 рік

РЕФЕРАТ

Вид виконуваної роботи - дипломна робота бакалавра.

Кількість сторінок, таблиць, джерел, додатків - 70 сторінок, включає 3 таблиці, 2 рисунки, 70 найменувань у списку використаних джерел.

Об'єкт дослідження - процеси впровадження та регулювання штучного інтелекту (ШІ) в медіа-секторі Європейського Союзу.

Предмет дослідження - політики європейських медіаорганізацій щодо використання та регулювання ШІ.

Мета роботи - дослідження регулювання та використання ШІ у європейських медіа, аналіз політик провідних медіаорганізацій, а також вивчення можливостей їх адаптації для України. Особлива увага приділяється збереженню демократичних стандартів та інформаційної безпеки.

Методи дослідження:

- аналіз документів — застосовано у першому розділі для вивчення нормативно-правових актів ЄС та внутрішніх політик медіаорганізацій щодо ШІ;
- порівняльний аналіз — використано у другому розділі для зіставлення підходів різних європейських медіа до регулювання ШІ.
- синтез — застосовано у третьому розділі для формулювання рекомендацій на основі отриманих даних.

Одержані висновки та їх новизна:

1. Виявлено, що провідні європейські медіа (BBC, Euronews, France Télévisions) дотримуються різних моделей регулювання ШІ: від прозорості та етичності (BBC) до технологічної ефективності (Euronews) і підтримки творчості (France Télévisions).

2. Запропоновано адаптацію цих підходів до українських реалій з урахуванням національних інформаційних викликів.
3. Розроблено практичні рекомендації для вдосконалення правового регулювання ІІІ в українських медіа.

Сфера практичного застосування результатів. Результати дослідження можуть бути використані для створення ефективної правової бази, яка забезпечуватиме етичне та прозоре використання ІІІ в українських медіа, підвищуючи довіру до інформаційного простору та сприяючи інтеграції України в європейський інформаційний простір.

ЗМІСТ

Реферат.....	2
Вступ.....	5
Розділ 1. Теоретичні засади штучного інтелекту у медіа.....	8
1.1. Історія розвитку, поняття та основні технології штучного інтелекту.....	8
1.2. Роль штучного інтелекту в медіа: автоматизація контенту та персоналізація новин.....	21
1.3. Етичні аспекти використання ШІ в медіа: прозорість, дезінформація, маніпуляції.....	23
Розділ 2. Аналіз політик європейських медіа щодо регулювання використання штучного інтелекту	31
2.1. Регулювання використання ШІ у політиках BBC.....	31
2.2. Політика Euronews щодо використання ШІ.....	37
2.3. Використання ШІ в політиках France Télévisions.....	39
2.4. Використання ШІ у RAI (Radiotelevisione Italiana).....	43
Рекомендації та пропозиції щодо регулювання використання штучного інтелекту у медіа.....	48
3.1. Рекомендації щодо вдосконалення політик ЄС з регулювання ШІ в медіа.....	48
3.2. Рекомендації для українських медіа щодо використання ШІ.....	50
Висновки.....	64
Список використаних джерел та літератури	66

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Технології штучного інтелекту (ШІ) швидко змінюють всі сфери людської діяльності, і медіа-сфера не є винятком. Від автоматизованих новинних репортажів до алгоритмів, які персоналізують новини для користувачів, ШІ має величезний потенціал для трансформації журналістики та медіа-простору. Водночас разом із численними перевагами виникають нові виклики — від ризику поширення дезінформації до маніпуляцій з боку медіа-платформ і рекламодавців. У зв'язку з цим, питання регулювання використання ШІ в медіа набуває особливої актуальності.

Європейський Союз, прагнучи забезпечити етичність і прозорість медіа, активно працює над розробкою законодавчих ініціатив і регулюючих норм для контролю за впровадженням ШІ в медіа-сферу. Оскільки медіа є важливим інструментом формування громадської думки та зміцнення демократичних процесів, їхня етика і відповідальність є не менш важливими за технологічні досягнення. Розвиток ШІ в медіа потребує балансу між інноваціями та регулюванням, що забезпечить правильне використання цих технологій для забезпечення прав громадян і збереження інформаційної безпеки.

Актуальність цієї теми є великою і для України, яка прагне інтегруватися в європейський інформаційний простір, дослідження європейського досвіду регулювання ШІ в медіа є надзвичайно корисним. В Україні медіа-індустрія також активно розвивається, і питання прозорості, етики та регулювання застосування ШІ набуває все більшої значущості.

Ступінь наукової розробки. Наукові дослідження в галузі журналістики та медіа-менеджменту вже торкалися аспектів використання ШІ, однак комплексний аналіз політик європейських медіа щодо його

регулювання залишається недостатньо висвітленим. Зокрема, питання етичних норм, впливу на аудиторію та правових аспектів потребують більш глибокого дослідження

Метою цієї роботи є дослідження регулювання та використання штучного інтелекту у європейському медіа, аналіз наявних політик провідних медіа, а також вивчення можливостей їх адаптації для України. Важливим є не лише розуміння існуючих підходів у європейських медіа, але й визначення їх застосовності в контексті українських реалій, зокрема в умовах сучасних інформаційних викликів і необхідності збереження демократичних стандартів.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі **завдання**:

- дослідити історію розвитку, поняття та основні технології ШІ;
- охарактеризувати роль ШІ в медіа, зокрема в автоматизації контенту та персоналізації новин;
- проаналізувати етичні аспекти використання ШІ в медіа, включаючи прозорість, дезінформацію та маніпуляції;
- дослідити політики європейських медіа щодо регулювання використання ШІ, зокрема BBC, Euronews, France Télévisions та RAI;
- розробити рекомендації щодо вдосконалення політик ЄС з регулювання ШІ в медіа;
- надати пропозиції для українських медіа щодо відповідального використання ШІ.

Об'єктом дослідження є процеси впровадження та регулювання ШІ в медіа-секторі Європейського Союзу. **Предметом дослідження** - політики європейських медіаорганізацій щодо використання та регулювання ШІ.

Методологія. У процесі дослідження будуть застосовані такі наукові методи: аналіз документів для вивчення нормативно-правових актів ЄС та внутрішніх політик медіаорганізацій щодо ШІ; порівняльний аналіз для

зіставлення підходів різних європейських медіа до регулювання ІІІ; синтез для формулювання рекомендацій на основі отриманих даних. Особливий акцент методології зроблений на аналізі та порівнянні політик європейських медіа щодо ІІІ, зокрема спеціальних принципів регулювання ІІІ у ВВС та політиці Euronews, яка використовує загальні рекомендації ЄС щодо використання ІІІ.

Наукова новизна роботи полягає в комплексному аналізі європейського підходу до регулювання ІІІ в медіа та можливостей його адаптації до українських реалій. Також в роботі будуть розроблені практичні рекомендації щодо покращення правового регулювання цієї сфери в Україні.

Практична значущість результатів дослідження полягає в їхньому застосуванні для створення ефективної правової бази, яка сприятиме етичному використанню ІІІ в українських медіа, враховуючи європейський досвід.

Структура роботи включає вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел. Загальний обсяг роботи складає 70 сторінок, включаючи 3 таблиці, 2 рисунки та 70 найменувань у списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У МЕДІА

1.1 Історія розвитку, поняття та основні технології штучного інтелекту

Штучний інтелект наразі є одним із найбільш потужних напрямів досліджень в науці та однією з найбільш обговорюваних тем у суспільстві. Останнім часом ШІ став також одним із найголовніших технологічних трендів світу. Причиною тому є стрімкий розвиток технологій, глобалізація та прискорення науково-технічного прогресу [1, с. 84].

Ідея створення машини, здатних думати, бере свій початок ще в давнину. У філософії Стародавньої Греції мислителі, такі як Аристотель, розмірковували про можливість створення логічних систем, які могли б автоматично виконувати поставлені задачі. Історія впровадження штучного інтелекту у сферу медіа є досить динамічною та демонструє, як технології впливають на трансформацію не лише журналістики, а й способу, у який людство сприймає інформацію. Спочатку ці інновації розвивалися обережно, але з кожним десятиліттям їхній вплив ставав дедалі відчутнішим.

Перші практичні ідеї автоматизації виникли ще в XVII столітті, коли математики Блез Паскаль і Готфрід Лейбніц створили механічні обчислювальні пристрої. Однак сучасна історія штучного інтелекту почалася у XX столітті. У середині XX століття, коли з'явилися перші комп'ютери, науковці почали експериментувати з алгоритмами, здатними аналізувати текст. Однак тодішні можливості ШІ були досить обмеженими, а тому його застосування у медіа зводилося до вузькоспеціалізованих завдань, як-от перевірка граматики чи створення базових текстових шаблонів. У 1980-х роках, коли почали розвиватися так звані експертні системи, журналісти і

редактори отримали доступ до інструментів, які могли автоматично опрацьовувати великі обсяги даних. Такі системи використовувалися для дослідження тем із багатьма джерелами інформації, полегшуючи аналітичну роботу.

У 40-х роках ХХ століття відбулося виділення ШІ в самостійний науковий напрям. У 1943 році Ворен Маккаллок і Волтер Пітс представили першу математичну модель нейронної мережі, яка заклала основу для майбутнього розвитку технологій ШІ. Згодом відбувся його розподіл на два основних стратегічних напрями: нейрокібернетику (низько рівневий підхід) і кібернетику «чорного ящика» (високо рівневий підхід). Основна ідея нейрокібернетики полягає в тому, що єдиним об'єктом у природі, здатним мислити, є людський мозок, тому будь який «думаючий» прилад повинен обов'язково створюватися за образом людського мозку, копіювати його структуру та принцип дії. Отож, нейрокібернетика працює над моделюванням структури мозку та його діяльності. Кібернетика «чорного ящика» не акцентує увагу на структурі та принципі дії людського мозку, головне, щоб ШІ адекватно моделював найвищий рівень людського мозку — рівень його інтелектуальних функцій.

У 1950 році Алан Тюрінг, відомий британський математик, запропонував знаменитий «Тест Тюрінга» для визначення інтелектуальних можливостей машини, який став еталоном для оцінки здатності машини до мислення. Офіційно поняття «штучний інтелект» було введено в 1956 році під час Дартмутської конференції, організованої Джоном Маккарті, Марвіном Мінським, Клодом Шенноном і Гербертом Саймоном. Вони поставили амбітну мету – створити машини, здатні розв'язувати проблеми так само, як це робить людина. Дослідники розробили перші алгоритми пошуку рішень, а також створили системи, здатні грати в шахи [5, с. 11].

Трьом науковцям, які заклали основи ШІ. Йошуа Бенджі, Джеффри Хінтон і Ян Лекун - називають «хрещеними батьками ШІ». Метод,

розроблений цією трійцею в 90-х і 2000-х роках, дав змогу здійснити величезний прорив у таких завданнях, як комп'ютерний зір і розпізнавання мови. Їхня робота є в основі сучасних технологій ШІ, від самоврядних автомобілів до автоматизованої медичної діагностики [1, с. 86].

У 1960-х роках акцент у розвитку ШІ перейшов на створення експертних систем, таких як DENDRAL і MYCIN. Ці системи могли аналізувати дані та давати рекомендації у вищих спеціалізованих галузях, наприклад, у медицині чи хімії. Водночас Марвін Мінський та Сеймур Пейперт розпочали дослідження у сфері машинного навчання, що стало основою для сучасних методів. 1980-ті роки стали періодом відродження інтересу до ШІ після так званої «зими штучного інтелекту» – періоду зниження фінансування через розчарування. У цей час починають використовувати нейронні мережі, особливо завдяки розробці алгоритму зворотного поширення помилки (backpropagation). Також були створені перші комерційні програми ШІ, наприклад, для автоматизації бізнес-процесів.

1990-ті роки пов'язані із проривом у комп'ютерній потужності та зростанні обсягів даних, які могли бути використані для навчання моделей. Однією з найвідоміших подій стало створення програми Deep Blue, яка в 1997 році обіграла Гаррі Каспарова, чемпіона світу з шахів. Вперше було помічено переваги машинного інтелекту над людським у певних завданнях. У 2000-х роках розвиток Інтернету та збільшення обсягів доступних даних дало нові підходи до машинного навчання. також, розвиток алгоритмів глибокого навчання (deep learning) дозволив створити більш складні нейронні мережі.

Вже на початку 2000-х років медіа-індустрія зробила значний крок уперед, інтегруючи ШІ в процес створення контенту. Особливо помітним став розвиток технологій автоматизованого тексту, таких як Natural Language Generation (NLG). Такі алгоритми дозволяли автоматично писати звіти на

основі структурованих даних, наприклад, спортивні огляди чи фінансові звіти. Associated Press стала однією з перших медіакомпаній, які активно впроваджували такі технології. Зокрема, у 2014 році вони почали використовувати систему «Wordsmith» для автоматизації звітів про фінансові показники компаній, що дало змогу скоротити час на створення стандартних матеріалів і переорієнтувати ресурси на більш творчі та аналітичні завдання.

У 2010-х роках почалась ера так званих «розумних» ШІ. Розвиток глибинного навчання та машинного навчання зробив ШІ невід'ємною частиною медіа. Відомі видання, такі як «The Washington Post», почали експериментувати з ботами, здатними створювати текст у реальному часі. Робот «Heliograf», запущений у 2016 році, став знаковим прикладом такого підходу. Його завдання полягало у висвітленні масштабних подій, зокрема Олімпійських ігор, завдяки швидкому аналізу даних і автоматичній генерації новинних повідомлень. У той же час медіакомпанії почали звертати увагу на персоналізацію. Сервіси, як-от «Netflix» або «Google News», використовуючи алгоритми машинного навчання, аналізували поведінку користувачів і пропонували їм контент, який відповідав їхнім інтересам. Для традиційних медіа це стало сигналом до адаптації, адже аудиторія дедалі більше цінувала індивідуальний підхід.

Зараз, у 2020-х роках, ШІ виконує широкий спектр завдань: від моніторингу актуальних новин до перевірки фактів і створення мультимедійного контенту. GPT-моделі, як-от GPT-4, можуть створювати тексти, що за якістю не поступаються роботам журналістів. Водночас сучасні технології дозволяють створювати й адаптувати відео, аудіо та зображення. Важливим напрямком стало і застосування ШІ для боротьби з дезінформацією. Такі платформи, як «Full Fact», розробляють алгоритми, які аналізують інформаційний простір і виявляють потенційно неправдиві матеріали та фейки.

Сьогодні штучний інтелект використовується в багатьох сферах, включаючи медицину, фінанси, транспорт і розваги. Наприклад, у 2016 році система «AlphaGo» компанія «DeepMind» обіграла професійного гравця в гру Го, яка довгий час вважалася однією із найскладніших ігор для комп'ютерів. Загалом, історія впровадження ШІ у медіа - це історія пошуку балансу між ефективністю і творчістю, швидкістю і якістю, людським фактором і технологією. Можна сказати, що це шлях, який лише почався, але вже відкрив безліч можливостей для інновацій.

Поняття штучний інтелект походить від англ. «Artificial intelligence» та являє собою розділ комп'ютерної лінгвістики та інформатики, що опікується формалізацією проблем і завдань, що подібні до дій, які виконує людина. Саме це поняття ввів у 1956 році професор Дартмутського коледжу Джон МакКарті. Він цікавився, чи можна навчити машину, як і дитину, абстрактним поняттям, використовувати мову і самостійно вдосконалюватися методом спроб і помилок.

Оксфордський словник подає таке визначення: штучний інтелект - це теорія і розробка комп'ютерних систем, здатних виконувати завдання, які зазвичай потребують людського інтелекту, таких як візуальне сприйняття, розпізнавання мови, прийняття рішень і переклад між мовами.

Доктор технічних наук, член-кореспондент Національної академії наук України А. І. Шевченко подає таке визначення поняття: «штучний інтелект - це алгоритм вирішення завдань, сформований штучною свідомістю».

Таким чином, штучний інтелект став однією з найбільш актуальних тем в науці та технологіях на сучасному етапі розвитку. Завдяки своїй здатності виконувати завдання, які зазвичай потребують людського інтелекту, ШІ змінив багатогранність багатьох галузей — від медицини до фінансів, від автоматизації виробництва до сфери розваг. Поняття ШІ досі трактується по-різному в залежності від наукових традицій та фокусу досліджень. Існує

багато різних підходів до визначення та розуміння цього терміну, які варіюються від класичних теоретичних аспектів до сучасних технологічних інновацій (табл. 1.1).

Таблиця 1.1. Поняття ШІ у дослідженнях науковців [3, с. 38-40].

№	Дослідник	Поняття
1	Алан Тюрінг (1950)	Штучний інтелект - здатність машини здійснювати розумові операції, які зазвичай притаманні людині.
2	Джон Маккарті (1956)	Штучний інтелект - наука та інженерія створення інтелектуальних машин, здатних виконувати завдання, що вимагають людського інтелекту, зокрема, мови, навчання, міркування та самовдосконалення.
3	Стюарт Рассел і Пітер Норвіг (2010)	Штучний інтелект - дослідження агентів, які приймають рішення та виконують дії на основі спостережень і взаємодії з навколишнім середовищем. Вони підкреслюють, що ШІ включає здатність вирішувати проблеми, приймати рішення в складних умовах і здійснювати навчання на основі досвіду.
4	Курт Вітер (2017)	ШІ - створення технологій, що здатні обробляти та аналізувати великі обсяги даних для створення моделей, які можуть імітувати процеси прийняття рішень і інтелектуальні функції, що виконуються людьми.

5	Джеффри Хінтон (2022)	ШІ - можливість створення адаптивних систем, що здатні вивчати нові стратегії і вирішувати завдання, що постійно змінюються, шляхом використання великих обсягів даних.
6	Дмитро Шимків (2022)	ШІ - сукупність алгоритмів та технологій, які здатні вирішувати завдання, зазвичай властиві людині, такі як розпізнавання зображень, природної мови, прогнозування тенденцій. Він наголошує, що застосування ШІ в Україні має значний потенціал для розвитку цифрових державних послуг і вдосконалення управлінських систем.
7	Михайло Олексієнко (2023)	ШІ - комплексна галузь знань, яка об'єднує математику, статистику, програмування і нейронауки, щоб розробляти системи, які здатні приймати рішення та вчитися на основі даних.

Загалом, проаналізувавши визначення поняття штучного інтелекту за різними дослідниками, варто зауважити, що воно має різноманітні трактування залежно від підходу дослідників, галузі застосування та технологічних досягнень. Більшість визначень підкреслює здатність систем ШІ вирішувати завдання, які традиційно вимагають людського інтелекту, такі як розпізнавання образів, обробка природної мови та прийняття рішень.

Класичні підходи до ШІ орієнтувалися на створення загальної теорії, що пояснює, як можна змоделювати мислення, тоді як сучасні підходи зосереджені на розробці практичних алгоритмів і технологій, таких як машинне навчання та глибокі нейронні мережі. У контексті медіа ці сучасні

підходи проявляються у вигляді автоматизації контенту, персоналізації стрічок новин, створення чат-ботів для взаємодії з аудиторією та використання алгоритмів для аналізу аудиторії.

Звужуючи трактування поняття у медіа, варто зазначити, що ШІ в цій сфері насамперед асоціюється зі здатністю оптимізувати процес створення і поширення контенту. Алгоритми штучного інтелекту аналізують дані про вподобання користувачів, прогнозують тенденції та автоматизують рутинні завдання, такі як модерація коментарів чи створення базових новин. Це дозволяє медіа організаціям не лише працювати швидше, але й забезпечувати більш персоналізований підхід до кожного споживача інформації.

Варто зазначити, що більшість дослідників одностайно сходяться на тому, що існує три типи ШІ:

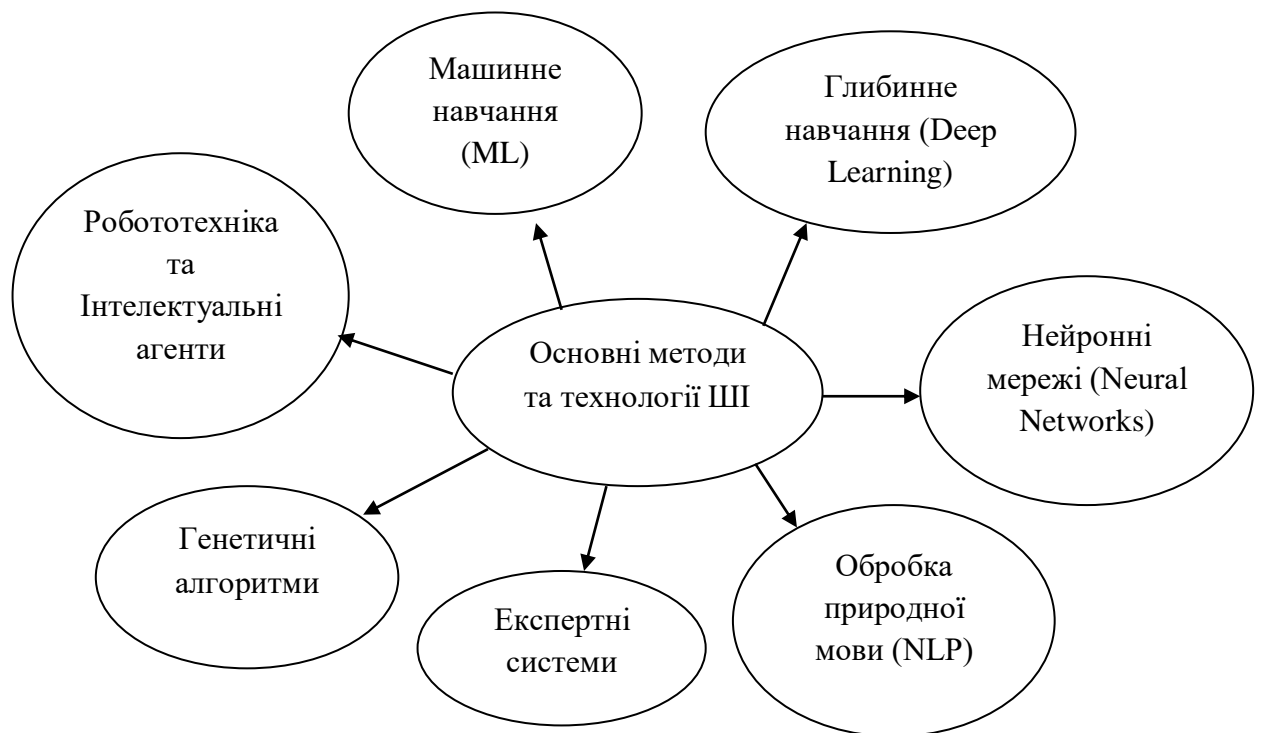
- штучний інтелект вузького спектра, або ANI (Artificial Narrow Intelligence) - перший рівень штучної свідомості, яка спеціалізується на прийнятті рішень лише в одній сфері: наприклад, може обіграти світового чемпіона із шахів, однак може зробити тільки це і нічого більше;
- загальний штучний інтелект, або AGI (Artificial General Intelligence) - штучний інтелект другого рівня, який досягає та перевершує рівень звичайної людської свідомості: може розв'язувати математичні та логічні задачі, абстрактно мислити, порівнювати та засвоювати складні ідеї, швидко навчатися, зокрема із власного досвіду;
- штучний супер інтелект, або ASI (Artificial Super Intelligence) - третій рівень розвитку технологій штучного інтелекту, де він є розумнішим, аніж усе людство разом узяте, спочатку трохи, а згодом як результат самонавчання — у трильйони разів [1, с. 85].

Штучний інтелект заснований на технології нейронної мережі, яка імітує роботу людського мозку. Нині це поєднання використовується всюди:

від біометричних систем ідентифікації людей до фільтрів анти спаму для електронної пошти. Щодня ми стикаємось зі ШІ. Це голосовий пошук — Siri і Alexa, які доступні на iOS, Android і Windows, відеоігри, персонажі яких можуть непередбачувано для гравця поводитися, автономні авто, які можуть самі аналізувати ситуацію на дорозі та діяти, онлайн-підтримка клієнтів на сайтах, рекомендації товарів, які можуть вас зацікавити, що створюється внаслідок аналізу відвідуваних вами інтернет-сторінок. На порталах новин роботи вже створюють фінансові звіти, спортивні репортажі та замітки тощо. Штучний інтелект (ШІ або AI) — термін, що застосовується для опису інтелектуальних можливостей комп'ютерів для прийняття рішень [7, с. 64].

Основні технології штучного інтелекту охоплюють широкий спектр методів та підходів, що дозволяють машинам виконувати завдання, які традиційно вимагають людського інтелекту (рис. 1.1).

Рисунок 1.1. Основні технології ШІ.



Машинне навчання є підгалуззю ШІ, що надає комп'ютерам можливість «вчитися» з досвіду. Основна ідея полягає у створенні алгоритмів, які аналізують дані, виявляють закономірності та роблять прогнози або приймають рішення без необхідності прямого програмування для кожної задачі. Основними підходами в машинному навчанні є:

- навчання з учителем (Supervised Learning) - використовується, коли є набір даних з мітками (результатами). Наприклад, для прогнозування ціни нерухомості алгоритм використовує відомі дані про ціни минулих продажів. Популярні алгоритми: лінійна регресія, дерева рішень, випадковий ліс, метод опорних векторів;
- навчання без учителя (Unsupervised Learning) - використовується для роботи з даними без міток. Тут алгоритм самостійно шукає приховані закономірності, наприклад, для кластеризації клієнтів за їх поведінкою. Популярні методи: кластеризація K-means, ієрархічна кластеризація, метод головних компонент (PCA);

- навчання з підкріпленням (Reinforcement Learning) - цей підхід заснований на принципі «винагороди та покарання». Алгоритм діє в середовищі, вчиться на своїх помилках і коригує свою стратегію для досягнення максимальної винагороди. Цей підхід використовується в іграх, автономних системах і робототехніці. Відомий алгоритм – Q-Learning [2; 4, с. 106].

Глибинне навчання (Deep Learning) – це підгалузь машинного навчання, яка базується на використанні багатoshарових нейронних мереж для аналізу складних структур даних. Воно є одним з найпотужніших методів, здатний розпізнавати об'єкти на зображеннях, переводити мову в текст, генерувати новий контент та багато іншого. Основні типи нейронних мереж:

- згорткові нейронні мережі (Convolutional Neural Networks, CNNs) - спеціалізовані для роботи із зображеннями та відео. Використовуються для задач комп'ютерного бачення, наприклад, для розпізнавання облич і об'єктів;
- рекурентні нейронні мережі (Recurrent Neural Networks, RNNs) - використовуються для обробки послідовних даних, таких як текст чи аудіо. Завдяки своїй архітектурі, RNN здатні зберігати інформацію про попередні елементи послідовності, що робить їх ефективними для задач обробки природної мови;
- трансформери (Transformers) - новітня архітектура, яка використовує механізм «уваги» для розпаралелювання процесів і забезпечує кращі результати для обробки тексту. Моделі типу GPT-3 та BERT побудовані на основі трансформерів.

Нейронні мережі (Neural Networks) є основою для багатьох сучасних методів ШІ, зокрема, для глибинного навчання. Вони являють собою моделі, що імітують роботу людського мозку і складаються з численних

взаємопов'язаних «нейронів» або шарів. Нейронні мережі можуть мати різні архітектури та кількість шарів, залежно від задачі, яку потрібно вирішити.

- прямі нейронні мережі (Feedforward Neural Networks) - один з найпростіших типів, де інформація проходить через нейрони в одному напрямку – від входу до виходу;
- багатошарові перцептрони (Multilayer Perceptrons, MLPs) - клас нейронних мереж, де є кілька прихованих шарів між вхідним і вихідним шаром. Це дозволяє моделі «вчитися» більш складним функціям [6, с. 243].

Обробка природної мови (Natural Language Processing, NLP) охоплює методи, що дозволяють комп'ютерам розуміти, інтерпретувати та генерувати людську мову. NLP широко використовується в чат-ботах, перекладачах, пошукових системах, для аналізу тексту та емоційного забарвлення повідомлень. До основних методів NLP відносять наступні:

- моделі на основі частотних словників, які раніше використовувалися для базових завдань NLP, таких як пошук ключових слів та базова класифікація текстів;
- Word2Vec та GloVe - моделі, які перетворюють слова в числові вектори, що зберігають семантичне значення, дозволяючи алгоритмам обробляти текст у числовому форматі;
- трансформерні моделі (BERT, GPT) - сучасні моделі, здатні генерувати зв'язний текст, розуміти запити користувачів та навіть перекладати мову в режимі реального часу.

Комп'ютерне бачення (Computer Vision) дозволяє ШІ розпізнавати та аналізувати візуальні дані, такі як зображення та відео. Використовується в таких додатках, як розпізнавання облич, автоматичне виявлення об'єктів, аналіз медичних зображень та автономне водіння. Основні методи комп'ютерного бачення це:

- згорткові нейронні мережі (CNN) - основний метод для роботи з зображеннями;
- аналіз зображень та обробка відео - включає різні методи для детекції об'єктів, класифікації, сегментації зображень;
- розпізнавання об'єктів - дозволяє системам ідентифікувати певні об'єкти в зображенні та відслідковувати їх переміщення [11, с. 71].

Наступні, це експертні системи – це програми, які використовують бази знань для прийняття рішень у вузьких галузях. Вони є одними з перших успішних прикладів застосування ШІ, оскільки здатні допомагати лікарям у діагностиці або консультувати в інших спеціалізованих сферах. Вони працюють на основі правил, які задаються експертами, і є корисними для завдань, що потребують детального аналізу.

Генетичні алгоритми імітують принципи природної еволюції, такі як відбір, схрещування та мутація, для пошуку оптимальних рішень. Вони використовуються для вирішення складних завдань оптимізації, зокрема в промисловості та логістиці.

Робототехніка є сферою, де ШІ інтегрується з фізичними системами для створення автономних роботів. Ці роботи здатні взаємодіяти з фізичним світом, виконуючи складні завдання, такі як складання товарів, доставка або навіть наукові дослідження на інших планетах. У таких системах часто використовуються технології комп'ютерного бачення, машинного навчання та обробки сигналів. Натомість, інтелектуальні агенти – це автономні системи, що здатні приймати рішення та діяти відповідно до заданих умов. Ці агенти взаємодіють із середовищем і використовуються в таких додатках, як ігри, навчальні програми та автоматизовані системи обслуговування.

Кожна з цих технологій відіграє важливу роль у розвитку штучного інтелекту та розширенні його можливостей. Завдяки стрімкому розвитку цих методів, штучний інтелект стає все більш потужним інструментом для

розв'язання різноманітних задач, які ще кілька десятиліть тому були виключно прерогативою людини.

Таким чином, штучний інтелект є однією з найбільш трансформаційних технологій сучасності, що впливає на різні аспекти життя, науки, економіки та суспільства. Основними складовими ШІ є підходи та методи, які дозволяють системам адаптуватися, навчатися, приймати рішення та виконувати складні завдання. ШІ є потужним інструментом, який при правильному застосуванні є основою для глобального прогресу, відкриваючи нові можливості.

1.2 Роль штучного інтелекту в медіа: автоматизація контенту та персоналізація новин

У сучасному інформаційному просторі роль медіа невпинно зростає. Технологічний прогрес і цифровізація відкривають нові можливості для створення та розповсюдження інформації. Серед ключових інновацій, що вплинули на медіа індустрію, є власне штучний інтелект, застосування якого стало революційним, дозволяючи автоматизувати створення контенту та персоналізувати подачу новин для кожного користувача. Роль штучного інтелекту відіграє все більш значущу роль у сучасних медіа, трансформуючи способи створення, поширення та сприймання інформації.

Штучний інтелект є доволі революційним, але в той час таким буденним інструментом у медіа, насамперед у сфері автоматизації. Завдяки технологіям на основі Natural Language Generation (NLG), системи здатні генерувати текст на основі структурованих даних, таких як фінансові звіти, спортивні результати чи новини про вибори. Одним із найбільш відомих та яскравих прикладів є використання ШІ у новинах, таких як Associated Press. Завдяки системі Wordsmith, агенція автоматизувала створення тисяч новинних матеріалів на місяць, що суттєво підвищило продуктивність

журналістів. Боти, як-от Heliograf від The Washington Post, демонструють, як ШІ може змінювати журналістику. Heliograf використовувався для висвітлення виборів у США та спортивних подій, створюючи короткі новини із максимальною швидкістю [9, с. 80].

ШІ також сприяє створенню локального контенту, що часто залишається поза увагою журналістів. Такі алгоритми здатні збирати та аналізувати дані про місцеві події, автоматично формуючи статті, які відповідають інтересам конкретних спільнот. Окрім текстів, ШІ активно використовується для створення відео- та аудіоконтенту. Системи синтезу мови дозволяють автоматично озвучувати новини, а алгоритми відеомонтажу спрощують створення відеорепортажів.

Однією з ключових переваг ШІ у медіа безсумнівно є здатність персоналізувати новини. Алгоритми аналізують поведінку користувачів, їхні інтереси та уподобання, щоб запропонувати їм контент, який максимально відповідає їхнім потребам. Машинне навчання дозволяє не лише визначати поточні інтереси аудиторії, але й прогнозувати їх, що дає можливість медіа завчасно підготувати матеріали, які відповідатимуть майбутнім трендам. Наприклад, платформи, як-от Google News чи Flipboard, використовують алгоритми рекомендацій для створення унікального досвіду для кожного користувача, що в свою чергу підвищує залученість аудиторії та час, який вона проводить на платформі.

Штучний інтелект також використовується для створення інтерактивних платформ, де новини адаптуються під емоційний стан і поточні потреби користувачів. Наприклад, деякі програми аналізують тональність голосу чи тексту, щоб визначити, які новини краще запропонувати. Автоматизація дозволяє журналістам зосередитися на глибоких дослідженнях та аналітичних матеріалах, залишаючи маленькі завдання алгоритмам ШІ, а це в свою чергу сприяє підвищенню якості контенту. ШІ дозволяє медіа не лише створювати персоналізований контент,

а й пропонувати таргетовану рекламу, яка відповідає інтересам користувачів, що підвищує монетизацію [13, с. 314].

Таким чином, автоматизація контенту та персоналізація новин, за допомогою ШІ, відкривають нові можливості для медіаіндустрії. Вони не лише підвищують ефективність роботи редакцій, але й покращують взаємодію з аудиторією. Загалом штучний інтелект став незамінним інструментом у сучасному медіапросторі. Він відкриває нові можливості для творчості журналістів і створює інноваційні підходи до взаємодії з користувачами. У майбутньому його роль лише зростатиме, формуючи нову еру медіа, де ефективність, персоналізація та достовірність будуть основними пріоритетами.

1.3 Етичні аспекти використання ШІ в медіа: прозорість, дезінформація, маніпуляції

У сучасному інформаційному суспільстві проблема прозорості, маніпуляцій громадською думкою та дезінформації набуває дедалі більшого значення. З розвитком цифрових медіа та соціальних платформ, обсяг інформації, що циркулює у суспільстві, зростає експоненціально, створюючи сприятливе середовище для поширення маніпулятивних і дезінформаційних повідомлень [6, с. 243].

Використання штучного інтелекту в медіа швидко трансформуює традиційні підходи до створення, поширення та сприймання інформації користувачами, завдяки автоматизації процесів, персоналізації контенту та швидкості обробки великих обсягів даних, ШІ відкриває нові можливості для медіаіндустрії. Проте водночас, з численними перевагами, існують і певні проблемні питання пов'язані із низкою етичних питань, серед яких виділяються прозорість алгоритмів, загроза дезінформації та маніпуляцій.

Сьогодні не можна недооцінювати той значний вплив медіа, який вони мають на формування суспільної думки та настроїв. Населення розвинутих країн постійно в той чи інший спосіб, зокрема й за допомогою медіа, споживає інформацію, що дає не тільки можливість для неймовірно швидкого розвитку науки, мистецтва та інших галузей людської діяльності, а й відкриває широке поле для маніпулювання інформацією та для впливу на суспільну свідомість. Маніпуляції під час медійних комунікацій можуть відбуватися в різний спосіб. Вивчення таких маніпуляцій є важливою сферою досліджень для науковців [3, с. 39].

У науковій літературі розроблено чимало класифікацій феномену маніпуляції в медіа за різними ознаками. Д. Дімміді запропонувала класифікацію маніпуляцій в медіа, яка передбачає змішування фактів з думками, неправдиві твердження, перекручування фактів та інші. Класифікація С. Волтона містить чотири типи маніпуляцій в медіа: хибні новини, спотворення, вигадки та згубні впливи. Д. Коффман пропонує розрізнити приховану маніпуляцію як внутрішньо неконсистентну та інші види [16, с. 61].

Маніпулювання інформацією часто використовують у політиці, маркетингу, масових комунікаціях та інших галузях, де важливим є вплив на громадську думку. Однак такі маніпуляції спричиняють спотворення реальності, поширення хибних переконань та дестабілізують суспільство. Маніпулювання інформацією – це давня практика, яка супроводжує розвиток людської цивілізації. Одним із ранніх прикладів маніпуляції інформацією є використання пропаганди під час воєн і конфліктів. Політичні лідери, релігійні діячі та інші впливові люди використовували друковані ЗМК для поширення своїх ідей і думок, а також для формування громадської думки у вигідному для них ракурсі [8; 10, с. 53].

Із появою сучасних технологій – телебачення, радіо, інтернет, соціальних мереж – маніпулювання інформацією відкрило для себе нові горизонти та стало набагато впливовішим. Як зазначає М. Б Булах, сучасні засоби масової інформації й технологічні інструменти дають змогу швидко та ефективно впливати на громадську думку й маніпулювати нею. Саме контроль медіа за інформацією дає змогу маніпулювати масовою свідомістю, створювати в ній модель вигідної суб'єкту впливу дійсності та вирішувати, які проблеми сьогодні є найактуальнішими [3, с. 40].

Прозорість у медіа означає відкритість щодо того, як створюється, обробляється та розповсюджується інформація, що включає розуміння того, хто стоїть за певним контентом, як він був отриманий і на яких джерелах базується. Прозорість дозволяє аудиторії оцінити достовірність інформації та прийняти обґрунтовані рішення про її сприйняття. Вона сприяє збереженню довіри до медіа, адже коли люди розуміють, як формується інформація, вони з більшою ймовірністю будуть довіряти її джерелу. У світі, де джерела інформації можуть бути неясними або прихованими, прозорість є основою для належної журналістики.

Прозорість також є особливо важливою для медіа, оскільки вона допомагає запобігти маніпуляціям і дезінформації. До прикладу, якщо медіа відкрито вказують на свої джерела, процеси та інтереси, це допомагає аудиторії краще розуміти контекст новин і виявляти потенційні упередження. Прозорість також означає відповідальність перед громадськістю. Коли медіа публікують певну інформацію, вони повинні бути готові пояснити її походження та шляхи перевірки фактів, що є гарантією якості і правдивості повідомлень [12, с. 11; 14, с. 51].

Натомість, дезінформація протилежна за значенням поняття, яке являє собою навмисне поширення неправдивої або спотвореної інформації з метою впливу на громадську думку чи досягнення певних цілей. Вона може бути

результатом свідомих маніпуляцій, коли джерело навмисно подає інформацію, що вводить в оману або викривляє реальність. В умовах швидкості поширення новин у цифрову еру дезінформація може швидко охоплювати велику аудиторію, що створює серйозні соціальні, політичні та економічні наслідки.

Дезінформація в медіа має різні причини, серед яких політичні маніпуляції, економічний інтерес чи навіть просто пошук сенсацій. Особливо у цифрову епоху легко створити враження достовірності завдяки ретельно підібраним фактами, але при цьому вони можуть бути частково або повністю неправдивими. Такі новини можуть бути поширені через соціальні мережі або інші платформи, де важко перевірити їхню правдивість. Дезінформація має значні наслідки для суспільства. Вона спотворює громадське сприйняття важливих подій, що впливає на вибори, політичні рішення, соціальні рухи та навіть на національну безпеку. Зокрема, у політичному контексті дезінформація часто використовується для дискредитації опонентів або для маніпуляцій під час виборів. У такому випадку вона стає не просто інформаційною помилкою, а потужним інструментом маніпуляції.

Маніпуляція через дезінформацію є ще однією серйозною проблемою в медіа. Вона включає створення новин, які цілеспрямовано спотворюють реальність, щоб вплинути на поведінку людей. Наприклад, таке може бути зроблено за допомогою не лише неправдивих фактів, але й за допомогою селективного вибору фактів, що підсилюють певну точку зору або наратив. Така маніпуляція часто є особливо ефективною у політичних кампаніях, коли зміна сприйняття певних подій може кардинально змінити результати виборів [21, с. 161].

Традиційно, для боротьби з дезінформацією необхідно розвивати критичне мислення у громадян, а також заохочувати медіа до більших стандартів перевірки фактів. Журналісти повинні дотримуватися етичних принципів і забезпечувати прозорість у своїй роботі, щоб уникнути

поширення неперевіреної інформації. Крім того, важливо застосовувати технології для виявлення фальшивих новин і заблокування таких матеріалів, які можуть бути небезпечними для суспільства.

Медіа повинні бути лідерами у боротьбі з дезінформацією та заохочувати прозорість у своїй роботі. Сучасні етичні стандарти медіа покликані забезпечити баланс між правом на свободу слова і відповідальністю за точність поширеної інформації. Прозорість і боротьба з дезінформацією не повинні бути тільки технічними завданнями, але й етичними принципами, на яких повинна ґрунтуватися вся діяльність медіа, що сприятиме створенню здорового інформаційного середовища, в якому суспільство зможе розвиватися і взаємодіяти на основі правдивої та достовірної інформації [25, с. 72].

Алгоритми, які автоматично обирають або створюють контент, часто є «чорними ящиками» – складними системами, які важко зрозуміти навіть розробникам, що в свою чергу породжує питання щодо відповідальності за рішення, які приймає ШІ, та їхнього впливу на суспільство. ШІ здатний генерувати реалістичний текст, відео та аудіо, що робить його інструментом для створення фейкових новин та дезінформації. Наприклад, технології «deepfake» використовуються для створення відео, що вводять в оману, і можуть застосовуватися для політичних маніпуляцій. Алгоритми ШІ, які персоналізують новини відповідно до інтересів користувача, можуть створювати інформаційні "бульбашки" – що обмежує доступ до різноманітних точок зору і підсилює вплив когнітивних упереджень.

Технологія «deepfake» стає дедалі доступнішою, що викликає занепокоєння щодо її використання в медіа. І хоча вона має потенціал для творчих проєктів, зловживання цією технологією може підірвати довіру до всього медійного контенту. Водночас, правильно використаний, ШІ може сприяти поширенню інформації серед ширшої аудиторії. Наприклад,

автоматизовані переклади дають змогу людям із різних країн отримувати доступ до новин без мовних бар'єрів [26, с. 8].

Зрозуміти, як саме ШІ може впливати на медіа-простір, та визначити етичні стандарти використання таких технологій важливо для збереження достовірності та справедливості інформації.

Прозорість є одним з основних етичних стандартів при використанні ШІ в медіа. Важливо, щоб медіа чітко зазначали, коли контент був створений чи редагований за допомогою ШІ. У такий спосіб аудиторія розуміє, як формується інформація та чи може вона бути оброблена або змінена алгоритмами. Використання ШІ в медіа часто є невидимим для аудиторії, оскільки алгоритми працюють за лаштунками, автоматизуючи редакційні процеси або персоналізуючи контент. Медіа повинні розкривати інформацію про те, як саме використовується ШІ для формування новин або впливу на порядок висвітлення подій.

Один з великих етичних ризиків використання ШІ в медіа — це можливість маніпуляцій. Алгоритми можуть допомогти в створенні контенту, який підсвідомо впливає на думки або переконання людей, формуючи спотворене або неповне уявлення про події. Наприклад, алгоритми можуть підлаштовувати новини або рекламні оголошення таким чином, щоб створити позитивний образ конкретних осіб або подій, при цьому ігноруючи важливі контексти чи факти, що ставить перед медіа серйозне етичне завдання — уникати використання технологій для маніпулювання аудиторією.

Сутність найбільшого ризику використання ШІ в медіа — це автоматичне генерування фейкових новин або дезінформації. Алгоритми ШІ можуть надзвичайно швидко створювати контент, що здається правдоподібним, але насправді містить викривлені або неправдиві відомості. Потім це стає ще більш небезпечним, коли такий контент швидко

поширюється в соціальних мережах або на інших онлайн-платформах. Алгоритми можуть бути настільки точними у створенні контенту, що навіть професіонали у сфері журналістики не завжди можуть відрізнити реальну новину від вигаданої.

З метою боротьби з дезінформацією та маніпуляціями, медіа повинні розробити чіткі правила використання ШІ в контексті виявлення фальшивих новин. Наприклад, через впровадження спеціалізованих інструментів для перевірки фактів, а також створення надійних алгоритмів для фільтрації ідентифікованих фейкових новин до їх публікації.

В Україні, в умовах активної інформаційної війни, боротьба з дезінформацією через ШІ є важливим етичним завданням. Однією з ініціатив є створення платформи «StopFak» В Україні також активно використовуються ШІ для перевірки фактів, зокрема інструменти, що автоматично аналізують текст і виявляють невідповідність фактів [15; 20, с. 107].

У ЄС також активно працюють над етичними стандартами використання ШІ в медіа. Європейський Союз прийняв низку законодавчих актів, таких як Директива про боротьбу з дезінформацією, яка визначає, як повинні працювати платформи для боротьби з фальшивими новинами та маніпуляціями. Цей закон включає вимоги до прозорості алгоритмів та чіткі правила для медіа щодо розкриття використання ШІ.

ЄС активно працює над створенням нормативно-правової бази для забезпечення прозорості в роботі алгоритмів, які використовуються в медіа. Зокрема, введено вимогу до великих технологічних платформ, таких як Facebook та Google, надавати детальну інформацію про принципи роботи своїх алгоритмів і механізмів персоналізації контенту [23; 24].

Європейський Союз підтримує ініціативи для автоматичної перевірки фактів. Важливою частиною є співпраця між державами-членами для

створення спільних інструментів для виявлення фейкових новин та маніпуляцій, а також надання платформам зворотного зв'язку для вдосконалення їх алгоритмів. Етичне питання маніпуляцій з інформацією є надзвичайно важливим для ЄС, де існують високі вимоги до журналістської етики та неупередженості. ЄС наголошує на важливості відповідальності медіа за використання ШІ у своїй діяльності.

Медіа по всьому світу повинні активно працювати над тим, щоб алгоритми ШІ не становили загрози для рівності, справедливості та нейтральності. Це означає, що ШІ не повинен бути спрямований на підтримку політичних або ідеологічних позицій, а також не повинен бути використаний для маніпулювання емоціями та переконаннями аудиторії.

Цілком ймовірно, в майбутньому, з розвитком технологій ШІ, медіа та держави будуть змушені розвивати нові етичні стандарти, які дозволяють не лише зберегти довіру аудиторії, але й максимально ефективно використовувати можливості ШІ в медіа без шкоди для суспільства та демократичних процесів.

Таким чином, штучний інтелект пропонує величезний потенціал для медіаіндустрії, але його використання повинно бути детально врегульоване, аби запобігти етичним порушенням. Прозорість алгоритмів, боротьба з дезінформацією та уникнення маніпуляцій є критично важливими для збереження довіри аудиторії. Ефективне поєднання технологій ШІ з етичними стандартами може в майбутньому створити основу для більш об'єктивної, ефективної та відповідальної журналістики.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ПОЛІТИК ЄВРОПЕЙСЬКИХ МЕДІА ЩОДО РЕГУЛЮВАННЯ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

2.1 Регулювання використання ШІ у політиках BBC

BBC (British Broadcasting Corporation) – одна з найстаріших і найвідоміших медіакомпаній у світі. Її історія почалася 18 жовтня 1922 року, коли група провідних британських радіотехнічних компаній заснувала British Broadcasting Company для трансляції радіопрограм. Перший ефір відбувся 14 листопада 1922 року. Уже в 1927 році компанія стала державною організацією і отримала нову назву – British Broadcasting Corporation. Сьогодні BBC працює на численних платформах: радіо, телебачення, онлайн потоки мовлення, впливаючи на розвиток журналістики, технологій і культури. Її девіз «To inform, educate and entertain», що означає «інформувати, навчати й розважати» залишається актуальним вже впродовж десятиліть. Її новинний відділ – один із найбільших у світі, із кореспондентами в понад 200 країнах. Новини BBC транслуються багатьма мовами, що робить її однією з найбільших медіа організацій [17].

Однією з причин такої популярності BBC є її зобов'язання забезпечувати об'єктивність, прозорість і високу якість контенту. Окрему роль відіграє BBC у популяризації сучасних технологій. З появою інтернету BBC створила один із найвідвідуваніших новинних сайтів у світі – BBC News Online. Платформа забезпечує не лише новини, але й аналітику, інтерактивні мапи, мультимедійні матеріали. Попри чималий успіх, BBC часто критикують за перевагу у висвітленні деяких тем, зокрема політики.

З жовтня 2023 року BBC використовує ШІ, щоб ефективніше працювати та доносити свою місію. Про це видання повідомило на своєму

офіційному сайті. Родрі Талфан Дейвіс, директор відділу націй BBC оприлюднив таке звернення: «Інновації завжди були в центрі BBC. Від найперших радіопередач у 1922 році до кольорового телебачення у 1960-х роках і швидкого розвитку наших онлайн-ових і мобільних послуг за останні 25 років – інновації рухали еволюцію BBC на кожному кроці. Щоразу, коли BBC використовує нові технології, ми робимо це таким чином, щоб наші цінності ставилися на перше місце. Ми хочемо використовувати нові технології, щоб принести користь усім аудиторіям і допомогти нам реалізувати нашу суспільну місію новими та цікавими способами. Більше того, ми хочемо позитивно вплинути на те, як розвиваються нові технології для підтримки постачання надійних суспільних ЗМІ та інформації. Очікується, що поява Generative Artificial Intelligence або Gen AI стане передвісником нової хвилі технологічних інновацій, яка може вплинути майже на всі сфери людської діяльності. Нові інструменти можуть генерувати текст, зображення, мову, музику та відео у відповідь на запити користувача. Нинішні можливості є вражаючими, і очікується їх швидкий розвиток. Можливо, ви чули про деякі з цих інструментів, як-от ChatGPT або Midjourney, які є двома найвідомішими. Ми віримо, що штучний інтелект покоління може надати BBC значну можливість поглибити та розширити нашу місію, дозволяючи нам приносити більше цінності нашій аудиторії та суспільству. Це також має потенціал, щоб допомогти нашим командам працювати ефективніше та ефективніше в широкому діапазоні сфер, включаючи робочі процеси виробництва та наш бек-офіс» [17].

Варто зазначити, що крім позитивних думок про використання ШІ, Родрі Талфан Дейвіс озвучив і зворотню сторону. Так, він зазначає, що штучний інтелект покоління, ймовірно, створить нові та значні ризики, якщо його не використовувати належним чином. До них належать етичні проблеми, проблеми з законодавством і авторським правом, а також значні ризики, пов'язані з дезінформацією та упередженістю. «Ці ризики реальні, і

їх не можна недооцінювати. Ця хвиля інновацій вимагатиме рівною мірою бачення та пильності. Але ми віримо, що відповідальний підхід до використання цієї технології може допомогти зменшити деякі з цих ризиків і дати можливість експериментувати» - Родрі Талфан Дейвіс.

Дослідивши офіційний сайт BBC та доступні внутрішні документи, доцільно відзначити, що BBC використовує три принципи, які формують підхід до роботи з штучним інтелектом (табл. 2.1).

Таблиця 2.1. Принципи роботи BBC із ШІ [17].

№	Принцип (цитата)	Пояснення
1	«Ми завжди будемо діяти в найкращих інтересах громадськості. Ми досліджуватимемо, як ми можемо використовувати Generative AI для посилення нашої громадської місії та надання більшої цінності аудиторії. Водночас ми намагатимемося пом'якшити проблеми, які може створити Generative AI, зокрема довіру до медіа, захист авторських прав і виявлення вмісту. Ми також будемо прагнути співпрацювати з технологічною індустрією, медіа-партнерами та регуляторами, щоб підтримувати безпеку та прозорість у розробці ШІ покоління та захист від соціальної шкоди».	Принцип прозорості. Компанія обіцяє діяти в інтересах громадськості та пом'якшувати проблеми, які може створити штучний інтелект: довіру до медіа, захист авторських прав і пошук контенту. BBC прагне співпрацювати з технологічною індустрією, медіапартнерами та регуляторами, щоб застосовувати ШІ прозоро та безпечно.
2	«Ми завжди віддаватимемо	Принцип пріоритету людського

	<p>пріоритет таланту та креативності – Жодна технологія не зможе відтворити або замінити людську креативність. Ми завжди надаватимемо пріоритет і цінуватимемо автентичну, людську розповідь репортерів, письменників і мовників, які є найкращими у своїй галузі. Ми працюватимемо з ними, щоб дослідити, як вони можуть використовувати Generative AI, щоб допомогти їм розширити нові межі. Творці та постачальники відіграють життєво важливу роль у нашій галузі. BBC завжди враховуватиме права художників і правовласників при використанні Generative AI».</p>	<p>фактора при створенні матеріалів. У медіа наголошують, що завжди віддаватимуть пріоритет таланту та креативності й жодні технології не замінять людину. BBC пише, що цінує роботу журналістів і досліджуватиме, як вони зможуть використовувати ШІ. Також корпорація обіцяє дотримуватися прав креаторів під час використання штучного інтелекту.</p>
3	<p>«Ми будемо відкритими та прозорими – довіра є основою відносин BBC з аудиторією. Наші керівники завжди залишатимуться підзвітними громадськості за весь контент і послуги, створені та опубліковані BBC. Ми будемо прозорими та зрозумілими для аудиторії, коли вихідні дані Generative AI з'являться в нашому контенті та службах. Людський нагляд стане важливим кроком у</p>	<p>Принцип чіткого розмежування авторського та згенерованого ШІ контенту. BBC повідомлятиме, коли створюватиме контент за допомогою ШІ, й не покладатиметься лише на штучний інтелект у дослідженнях і розробленні тем.</p>

<p>публікації контенту Generative AI, і ми ніколи не будемо покладатися виключно на дослідження, згенеровані AI, у наших результатах».</p>	
--	--

Загалом, у своїй діяльності BBC дотримується принципів прозорості, чіткого розмежування авторського та згенерованого ШІ контенту, а також пріоритету людського фактора при створенні матеріалів. Саме такі підходи відображені в міжнародних рекомендаціях щодо відповідального використання ШІ в медіа, які базуються на практиках таких організацій, як BBC, Wired, Associated Press та CNET.

В лютому 2024 року медіа запустило 12 пілотних проекти з використання штучного інтелекту на три теми:

1. Пілотні проекти, що максимізують цінність наявного контенту:

- переклад контенту, щоби зробити його доступним для більшої кількості людей;
- переформатування наявного контенту, наприклад, перетворення коментаря зі спортивного радіо на текст для сайту BBC Sport.

2. Пілотні проекти, спрямовані на новий досвід для аудиторії:

- більш персоналізований маркетинг — дослідження, як ШІ може допомогти створювати персоналізований текст, зображення чи відео в маркетингу;
- BBC Assistant — досліджуватиме потенціал чатботів для інтерактивного й індивідуального навчання на безплатному онлайн-ресурсі для школярів BBC Bitesize.

3. Пілотні проекти, що виконують певні завдання швидше та простіше:

- пришвидшення роботи медійників. Наприклад, «помічник із заголовків», який дає варіанти заголовків на вибір;
- впорядкування того, як редакція організовує та позначає свій контент.

Протягом 2024 року команда BBC експериментувала в кожній із цих сфер, тестуючи інструменти ШІ, однак звітів чи результатів станом на січень 2025 року – оприлюднено не було.

Таким чином, регулювання використання штучного інтелекту у BBC демонструє важливість поєднання інноваційних підходів із дотриманням високих стандартів етики та прозорості в медіа. Дана компанія, як один із найбільших мовників у світі, активно впроваджує політики, які забезпечують відповідальне застосування ШІ в журналістиці, що включає розробку чітких правил використання алгоритмів, маркування згенерованого контенту та впровадження механізмів людського контролю на кожному етапі створення матеріалів. Особливу увагу BBC приділяє боротьбі з ризиками дезінформації та упередженості в алгоритмах. Компанія активно співпрацює з дослідниками для розробки інструментів перевірки даних і уникнення маніпуляцій. Наприклад, у своїх політиках BBC визначає принципи, що спрямовані на запобігання поширенню недостовірної інформації та захист аудиторії від потенційних загроз. Також важливим аспектом є прозорість у роботі ШІ. BBC зобов'язується чітко інформувати свою аудиторію про те, як саме використовуються алгоритми, та пояснювати, яким чином приймаються рішення на основі автоматизованих систем. Такий підхід не лише підвищує довіру до компанії, а й встановлює стандарт відповідального використання ШІ для інших гравців медійного ринку. Регулювання ШІ в BBC слугує прикладом для інших медіаорганізацій, демонструючи, як інновації можуть співіснувати з етичними принципами. Важливо, щоб подібний підхід поширювався на весь медійний сектор, сприяючи відповідальному використанню технологій на благо суспільства та підтримуючи основні цінності журналістики.

2.2 Політика Euronews щодо використання ШІ

Euronews — це одна з провідних європейських інформаційних платформ, відома своєю мультикультурною спрямованістю, багатомовністю та незалежним підходом до новин. Euronews являє собою європейський цілодобовий інформаційний телеканал, заснований 1993 року з метою надання міжнародних новин на кількох мовах. Його створення стало результатом ініціативи Європейської мовної спілки (EBU), яка прагнула забезпечити європейську аудиторію об'єктивною та багатомовною інформацією.

Перший ефір Euronews відбувся 1 січня 1993 року з міста Екюлі, поблизу Ліона, Франція. На початку канал мовив п'ятьма мовами: французькою, англійською, німецькою, італійською та іспанською. Згодом, у 1995 році, французька компанія Alcatel Alsthom придбала 49% акцій оператора SOCEMIE, а в 1997 році ці акції перейшли до британського новинного постачальника ITN. Однак у 2003 році ITN продала свою частку, і SOCEMIE знову стала під контролем засновників.

Протягом свого існування Euronews розширював мовні послуги, додаючи арабську (липень 2008 року), турецьку (січень 2010 року), перську (жовтень 2010 року) та українську (серпень 2011 року) мови, що дозволило каналу охопити ширшу аудиторію та стати важливим джерелом інформації для різних культурних та мовних груп [27, с. 255-257].

Сьогодні Euronews є одним з провідних міжнародних новинних каналів, що мовить 13 мовами у 155 країнах світу. Канал продовжує розвиватися, адаптуючись до нових технологій та змін у медіапросторі, зберігаючи при цьому свою основну мету — надання об'єктивної та доступної інформації для аудиторії.

Euronews почав використовувати технології штучного інтелекту (ШІ) ще на початку 2020-х років. У перші роки впровадження ШІ основна увага

була зосереджена на автоматизації процесів створення та розповсюдження новин. Зокрема, компанія почала використовувати алгоритми ШІ для автоматичного створення новинних матеріалів, що дозволяло значно прискорити процес подачі новин, особливо для менш складних або коротших статей. Такі алгоритми здатні автоматично генерувати текст за даними з бази даних або через аналітику, без участі журналістів.

Один із напрямків, в якому Euronews активно застосовує ШІ, – це персоналізація новин. Компанія використовує алгоритми машинного навчання для аналізу поведінки користувачів та адаптації новинного контенту під їхні інтереси, що дозволяє створювати більш персоналізований досвід для кожного читача, забезпечуючи більш точну відповідність між запитом та наданим контентом. Алгоритми допомагають визначити, які теми і новини є найбільш цікавими для конкретного користувача, підвищуючи взаємодію та залучення аудиторії. Euronews також застосовує ШІ для вдосконалення відеоконтенту. Наприклад, для автоматичного перекладу та субтитрування матеріалів на різні мови.

Ще одним важливим напрямком використання ШІ є боротьба з дезінформацією. Euronews активно застосовує алгоритми для аналізу джерел новин і виявлення фейкових або ненадійних повідомлень. Використання ШІ дозволяє виявляти і відслідковувати патерни, які можуть свідчити про поширення фейкових новин, що є важливою частиною відповідальної журналістики.

Однак важливо зазначити, Euronews немає якихось керівних принципів стосовно використання ШІ, як BBC, а підпорядковується загальним регуляторним нормам Європейського Союзу стосовно ШІ.

Так, останнім законом ЄС стосовно ШІ, вступив в дію вже 2 лютого 2025 року (Artificial Intelligence Act) та є першим у світі комплексним нормативним актом щодо регулювання ШІ. Цей закон забороняє системи, що

несуть так званий «неприйнятний ризик», такі як соціальний рейтинг і маніпулятивні алгоритми, та встановлює обов'язкові правила для технологій ШІ, зокрема вимоги щодо прозорості та стрес-тестування для розробників. Відповідно до цього закону, системи ШІ з високим ступенем ризику повинні проходити оцінку та зменшення ризиків, вести журнали використання, бути прозорими та точними, а також забезпечувати людський нагляд. Громадяни мають право подавати скарги на такі системи та отримувати роз'яснення щодо рішень, ухвалених на їх основі, якщо вони впливають на їхні права.

Загалом, впровадження технологій штучного інтелекту в Euronews значно підвищило ефективність та дозволило краще адаптувати новини до потреб аудиторії. ШІ активно використовується для автоматизації створення новин, персоналізації контенту, а також для полегшення перекладу та субтитрування, що робить платформу більш доступною для міжнародної аудиторії. Однак, великим недоліком є відсутність елементарних внутрішніх правил регулювання та використання ШІ.

2.3 Використання ШІ в політиках France Télévisions

Французька державна телевізійна корпорація France Télévisions - об'єднує основні громадські телеканали Франції. Її історія починається з 1964 року, коли було створено Office de radiodiffusion-télévision française (ORTF) - національну організацію, відповідальну за радіо та телебачення. У 1974 році ORTF була розділена на кілька окремих організацій, серед яких були Antenne 2 та FR3. Згодом, ці дві організації об'єдналися 7 вересня 1992 року, утворивши France Télévision.

1 серпня 2000 року France Télévisions була створена як холдингова компанія для французьких громадських телевізійних каналів, поглинувши контроль над France 2, France 3 та La Cinquième (пізніше перейменованою на France 5). Вже у 2004 році France Télévisions поглинула Réseau France Outre-

mer, що дозволило розширити її мовлення та аудиторію. З 2 липня 2020 року генеральним директором France Télévisions є Дельфін Ернотт, яка була призначена на п'ятирічний термін.

Сьогодні France Télévisions об'єднує кілька основних каналів: France 2, France 3, France 4, France 5, France Info та France Ô, а також має частки в інших тематичних та міжнародних каналах, таких як ARTE France, Euronews, TV5 Monde та France 24 [18].

France Télévisions є публічним французьким мовником, який активно впроваджує штучний інтелект (ШІ) у свою діяльність, орієнтуючись на покращення контенту, ефективність роботи та взаємодію з аудиторією. Використання новітніх технологій стало важливою складовою стратегії розвитку компанії, особливо з огляду на стрімкий розвиток медіапростору та зростання попиту на інноваційні технології у сфері журналістики та медіа.

Одним із перших напрямків використання ШІ в France Télévisions стало автоматизоване створення новин. Вони застосовують алгоритми для швидкого збору та аналізу інформації з різних джерел, що дозволяє значно прискорити процес публікації новин. Наприклад, ШІ може автоматично генерувати короткі новини на основі даних, які надходять з офіційних джерел або соціальних медіа, що дозволяє редакціям зосередитися на аналізі і перевірці фактів.

В France Télévisions також активно використовують ШІ для персоналізації контенту. Вони застосовують алгоритми рекомендацій, які на основі попереднього перегляду та вподобань глядачів пропонують їм найбільш відповідний контент. Такий підхід дозволяє збільшити залучення аудиторії, покращити взаємодію з користувачами та створити індивідуалізований досвід для кожного глядача.

ШІ у France Télévisions застосовують також для підвищення доступності контенту для різних груп населення. Зокрема, технології

автоматичного перекладу і субтитрування дозволяють надавати доступ до програм для людей, які не володіють французькою мовою або мають обмеження за слуховими можливостями. Цей аспект є важливим для публічного мовника, який має на меті забезпечити рівний доступ до інформації для всіх верств населення.

Використання ШІ також має важливе значення у боротьбі з дезінформацією та фейковими новинами. France Télévisions активно використовує алгоритми для перевірки фактів і виявлення маніпуляцій, що дозволяє зменшити ризики поширення недостовірної інформації. Крім того, вони працюють з іншими організаціями та платформами для розвитку спільних інструментів перевірки фактів, що є важливою складовою їхнього медіаплану.

France Télévisions також активно впроваджують ШІ в інтерфейси користувача, що дозволяє покращити взаємодію з глядачами через голосові помічники або чат-боти, що дозволяє створювати більш інтерактивні, зручні та персоналізовані платформи для споживання контенту, що підвищує залучення глядачів і покращує їхній досвід при взаємодії з медіа.

France Télévisions активно співпрацює з технологічними компаніями та університетами для розвитку нових інновацій в галузі ШІ. Це дозволяє мовнику залишатись на передовій розвитку технологій і впроваджувати новітні рішення, які сприяють покращенню якості контенту та оптимізації внутрішніх процесів. Завдяки таким інвестиціям вони здатні оперативно адаптуватися до змін на медіа-ринку.

Як публічний мовник, France Télévisions прагне дотримуватися етичних стандартів у використанні ШІ. Вони акцентують увагу на прозорості алгоритмів, які використовуються для створення і поширення контенту, а також на об'єктивності та неупередженості у висвітленні подій. Одним із пріоритетів є мінімізація впливу алгоритмів на журналістську незалежність.

France Télévisions також вкладається в навчання своїх співробітників для роботи з новими технологіями, що дозволяє покращити компетенції журналістів, редакторів та технічного персоналу, а також створювати нові формати контенту, які використовують переваги ШІ для підвищення його якості та доступності.

Цікаво, що алгоритми ШІ також застосовуються для передбачення майбутніх тенденцій у новинах і поведінці аудиторії. Завдяки великим даним і методам машинного навчання, France Télévisions здатні прогнозувати, які теми будуть актуальними для глядачів, і своєчасно пропонувати їм відповідний контент. Це дозволяє значно покращити планування новин та програм. ШІ також використовується для покращення якості аудіовізуального контенту. Вони застосовують алгоритми для автоматичної корекції відео та аудіо матеріалів, що дозволяє підвищити якість зображення та звуку, що особливо важливо для публічного мовника, який зобов'язаний забезпечувати високий рівень своїх програм.

ШІ дозволяє France Télévisions підвищити оперативність новин. Алгоритми автоматично обробляють велику кількість даних і створюють короткі новинні замітки, які потім перевіряються редакцією. Це дає можливість надавати новини в реальному часі та оперативно реагувати на події, що є важливим у сучасному світі, де інформація швидко змінюється.

France Télévisions активно співпрацює з іншими медіа-компаніями для розвитку та впровадження нових технологій. Вона дозволяє не тільки підвищити ефективність їх роботи, але й забезпечити інтеграцію з міжнародними проектами, що використовують ШІ в медіа.

France Télévisions також застосовує ШІ для аналізу даних з соціальних медіа. Алгоритми машинного навчання допомагають визначити найбільш актуальні і важливі для публіки теми, що дозволяє мовнику зберігати свою конкурентоспроможність.

France Télévisions активно використовує ШІ для автоматизації процесів трансляції. Алгоритми можуть самостійно визначати, який контент варто показати в ефірі, залежно від часу доби, ситуації та вподобань аудиторії.

Останнім важливим аспектом використання ШІ є забезпечення безпеки контенту. France Télévisions застосовує технології ШІ для виявлення порушень авторських прав, захисту контенту від несанкціонованого доступу та забезпечення конфіденційності даних [18].

France Télévisions є одним із лідерів серед публічних мовників, який активно впроваджує ШІ для автоматизації створення контенту, персоналізації новин і забезпечення більш ефективного використання технологій в медіа-сфері. Їхня політика базується на поєднанні інноваційних рішень і етичних стандартів, що дозволяє їм залишатись на передовій медіа-технологій і забезпечувати високу якість контенту для широкої аудиторії.

2.4 Використання ШІ у RAI (Radiotelevisione Italiana). Порівняння політик ЄС.

RAI (Radiotelevisione Italiana) - національна суспільна телерадіокомпанія Італії, заснована 1954 року. Вона є однією з 23 компаній-засновників Європейського мовного союзу.

Історія RAI починається з 27 серпня 1924 року, коли був створений Італійський радіомовний союз (Unione Radiofonica Italiana, URI). 6 жовтня 1924 року URI запустила радіостанцію 1-RO. 17 листопада 1927 року URI була реорганізована в Ente Italiano per le Audizioni Radiofoniche (EIAR), що стало основою для подальшого розвитку радіомовлення в Італії. Після Другої світової війни, 3 січня 1954 року, EIAR була перетворена на Radio Audizioni Italiane (RAI), а 7 вересня 1992 року RAI була реорганізована в сучасну

форму як національна суспільна телерадіокомпанія. RAI управляє кількома основними телеканалами:

- RAI 1 - загальнонаціональний канал, що пропонує різноманітний контент, включаючи новини, розваги та спортивні передачі;
- RAI 2 - орієнтований на молодшу аудиторію, з програмами про музику, моду та молодіжні серіали;
- RAI 3 - культурний канал, що транслює документальні фільми, освітні програми та культурні події;
- RAI 4 - канал, орієнтований на молодь, з фільмами, серіалами та музичними програмами;
- RAI 5 - культурний канал, що пропонує театральні вистави, опери та балетні постановки;
- RAI News 24 - 24-годинний новинний канал, що висвітлює події в Італії та світі;
- RAI Sport - канал, присвячений спортивним подіям та програмам;
- RAI Storia - канал, що транслює документальні фільми та програми про історію;
- RAI Scuola - освітній канал, орієнтований на учнів та студентів;
- RAI Gulp - дитячий канал з анімаційними та розважальними програмами;
- RAI YoYo - канал для дітей дошкільного віку з освітніми та розважальними програмами [19].

Варто зауважити, що RAI активно бере участь у міжнародних медіаініціативах. Вона є однією з 23 компаній-засновників Європейського мовного союзу, що сприяє співпраці між європейськими мовними організаціями.

Сьогодні RAI є однією з найбільших медіаорганізацій Італії, що пропонує широкий спектр програм для різних аудиторій. Вона продовжує розвиватися, адаптуючись до нових технологій та змін у медіапейзаже,

зберігаючи при цьому свою основну мету — надання об'єктивної та доступної інформації для громадян Італії.

RAI (Radiotelevisione Italiana) активно інтегрує штучний інтелект у свою діяльність, що дозволяє значно підвищити якість контенту та взаємодії з аудиторією. Одним з основних напрямків є персоналізація контенту, де за допомогою ШІ компанія пропонує своїм глядачам індивідуальні рекомендації. Завдяки алгоритмам машинного навчання система аналізує подібність аудиторії та пропонує найбільш релевантні програми, що значно підвищує зручність використання платформи.

Іншим аспектом є автоматизація створення контенту. RAI використовує ШІ для автоматичного створення новин, а також для допомоги в модерації контенту. Алгоритми суттєво спрощують процес обробки великих обсягів даних, що дозволяє журналістам більше часу розділяти кількість аналітичних та творчих завдань.

Ще одним напрямком є використання ШІ для аналізу поведінки аудиторії, що дозволяє компанії отримувати цінну інформацію щодо подібності глядачам, які, у свій час, готові коригувати редакційну політику та адаптувати контент під потреби та інтереси своєї аудиторії. Завдяки цьому RAI підвищує свою конкурентоспроможність на медіаринку.

ШІ також активно використовується для автоматизації процесів перекладу та субтитрування контенту. Завдяки алгоритмам обробки природної мови RAI можна швидше й ефективніше забезпечити багатомовний доступ до програми, що робить контент доступним для ширшої аудиторії по всьому світу.

Крім того, в рамках забезпечення безпеки та контролю якості контенту RAI використовує алгоритми для виявлення пошкодженого та небажаного контенту, такі як фейкові новини або образливі висловлювання. Також важливою складовою є автоматизована модерація онлайн-платформи та

соціальних мереж. Завдяки ШІ компанія здатна швидко виявляти та видаляти неприпустимий контент, знижуючи ризик зростання негативних або неналежних матеріалів серед глядачів.

Політика RAI (Radiotelevisione Italiana) щодо використання штучного інтелекту демонструє інноваційний підхід до інтеграції новітніх технологій у медіа-середовище. Компанія активно використовує ШІ для персоналізації контенту, автоматизації створення матеріалів, аналізу поведінки аудиторії та забезпечення багатомовного доступу до контенту через автоматизовані переклади та субтитрування. Завдяки цьому RAI забезпечує підвищення ефективності роботи, покращує взаємодію з користувачами та забезпечує доступність матеріалів для ширшої аудиторії. Особливу увагу приділено етичним аспектам використання ШІ, включаючи автоматичну модерацію контенту для виявлення неприпустимих матеріалів та підтримання високих стандартів якості та безпеки.

Загалом, політика RAI в області ШІ показує, що компанія активно реагує на виклики сучасного медіа простору, використовуючи технології для покращення якості контенту, підвищення зручності для користувачів та забезпечення високого рівня безпеки. Утім, для досягнення максимального ефекту важливо продовжувати вдосконалювати підходи до етичних питань, зокрема щодо прозорості та захисту даних.

Дослідження регулювання використання штучного інтелекту (ШІ) в європейських медіа показує, що кожна організація, як-от BBC, Euronews і France Télévisions, має свої підходи до впровадження та використання цих технологій.

Так, BBC ставить акцент на прозорості та етичності. Наприклад, корпорація прагне використовувати ШІ для суспільного блага, забезпечуючи захист авторських прав і довіри аудиторії. Вони наголошують, що нові технології не повинні замінити людську творчість, а лише доповнювати її.

Euronews більше зосереджується на технічній ефективності. Вони використовують ШІ для автоматизації процесів, наприклад, перекладу новин на різні мови та персоналізації контенту під кожного користувача. Проте етичні аспекти у них менш виражені. France Télévisions надає перевагу підтримці творчості. Вони використовують ШІ для боротьби з дезінформацією, але водночас підкреслюють, що ключову роль у створенні контенту все ще відіграють люди.

Якщо порівнювати моделі регулювання, то можна виділити наступне:

- у BBC домінує модель прозорості та відповідальності;
- у Euronews технологічна модель із фокусом на автоматизації;
- у France Télévisions культурно-креативний підхід із підтримкою людського фактора.

BBC з поміж інших більше вирізняється орієнтацією на етичні стандарти та прозорість. Euronews робить ставку на операційну ефективність, а France Télévisions акцентує увагу на поєднанні технологій і людської творчості. Попри спільне використання ШІ для персоналізації та автоматизації, їхні пріоритети суттєво різняться.

РОЗДІЛ 3

РЕКОМЕНДАЦІЇ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО РЕГУЛЮВАННЯ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У МЕДІА

3.1 Рекомендації щодо вдосконалення політик ЄС з регулювання ШІ в медіа

Проаналізувавши в попередньому розділі регулювання використання штучного інтелекту в провідних європейських медіа, таких як BBC, Euronews, France Télévisions та RAI (Radiotelevisione Italiana), можна зробити висновок, що підходи Європейського Союзу, та зокрема європейських медіа до впровадження та використання ШІ є ефективними. Європейські медіакомпанії підтримують етичні принципи, встановлені ЄС, зокрема такі, як прозорість, та відповідальність, а також активно розробляють власні принципи та правила використання ШІ, як наприклад це вже зробило BBC.

Втім, для глибшого аналізу ефективності регулювання ШІ та для розробки пропозицій, щодо вдосконалення політик ЄС з регулювання ШІ в медіа, варто врахувати не тільки аналіз політик медіа та нормативно-правове регулювання ШІ, але й статистичні дослідження.

Так, згідно з даними консалтингової компанії Preqin, однією з проблем, пов'язаних із використанням ШІ в різних галузях, зокрема і в медіа є досить низький рівень довіри та насторожене ставлення до нього населення. Такі настрої не дивні, адже існує багато історій пов'язаних з тим наскільки небезпечним може бути ШІ та які наслідки може спричинити. Саме тому виникає питання: чому люди не довіряють ШІ і які основні чинники на це впливають? По-перше, багато людей ставлять під сумнів надійність і точність ШІ, особливо коли потрібно врахувати фактори, які є суб'єктивними та неочевидними, що може призвести до неправильної інтерпретації даних.

По-друге, дехто має страх втратити своє робоче місце та бути усуненим з посади через розробку технологій, які будуть виконувати роботу швидше і ефективніше. Ще однією значимою причиною є необізнаність людей. Вони не розуміють що таке ШІ, як з ним взаємодіяти та які основні принципи його роботи. Як наслідок споживачі або недооцінюють або ж переоцінюють можливості та потенціал ШІ [1, с. 217].

Інше дослідження «Довіра до штучного інтелекту: глобальне дослідження «(Trust in artificial intelligence: A global study) було проведене ще у 2023 році, однак його результати є актуальні і сьогодні. У ньому аналізувався рівень довіри та ставлення громадськості до використання ШІ, в ЄС та США.

Одним із ключових висновків дослідження було те, що громадськість має більшу довіру до технологій, коли знає, як вони працюють. Так, згідно результатів дослідження у 43% людей, менша довіра до каналів новин, які використовують ШІ. Тому, європейським медіа варто намагатися більш відкрити для аудиторії про те, як і для чого використовують ШІ. Наприклад, у випадках, коли алгоритми впливають на рекомендації новин чи реклами, слід позначити це у зрозумілій формі для читачів або глядачів. Важливо впроваджувати маркування матеріалів, які були створені або модифіковані за допомогою ШІ. Наприклад, якщо відео або стаття частково згенеровані штучним інтелектом, це повинно бути чітко виділено. Така прозорість дозволяє уникнути маніпуляції контентом.

Загалом, серед проаналізованих медіа в попередньому розділі, найбільш ефективна політика виявилась в BBC, адже, цим медіа беруться до уваги не тільки нормативно-правові акти та рекомендації з регулювання ШІ, а й активно впроваджуються внутрішні правила та принципи з використання ШІ. Тому, рекомендується, щоб медіаорганізації включали принципи застосування систем ШІ до своїх редакційних статутів та розробляли

внутрішні правила етичного використання конкретних технологій, як це вже зробило BBC.

Доцільно звернути увагу на те, що у США є спеціалізовані підрозділи для роботи із ШІ. Враховуючи їх досвід європейським медіа варто звернути увагу на створення окремих підрозділів, відповідальних за розробку, впровадження та перевірку ШІ, дозволить забезпечити контроль якості та відповідність етичним стандартам.

Інвестування в навчання працівників щодо можливостей та обмежень ШІ є не менш важливим для його успішної інтеграції. Наприклад, проведення внутрішніх тренінгів, семінарів та майстер-класів допоможе співробітникам зрозуміти, як ефективно використовувати ШІ у своїй роботі.

Отже, європейські і медіа вже активно застосовують принципи прозорості, етики та відповідальності, що є ключовими для підтримки довіри громадськості до технологій ШІ. Однак для досягнення більшої ефективності та адаптації до стрімко зміненого технологічного середовища необхідно інтегрувати деякі елементи досвіду США, зокрема більшого гнучкого підходу до впровадження інновацій. По-друге, для покращення регулювання ШІ важливим є розвиток чітких етичних стандартів, посилення моніторингу за використанням ШІ в медіа, а також забезпечення більшої участі громадськості в процесі формування та впровадження політики. Таким чином, для вдосконалення політики ЄС необхідно посилити співпрацю між державами, медіа та громадськістю, а також активно впроваджувати технології та етичні стандарти, які забезпечують гармонійний розвиток медіаіндустрії в цифрову епоху.

3.2 Рекомендації для українських медіа щодо використання ШІ

Сучасний розвиток штучного інтелекту (ШІ) в українських медіа є важливим аспектом трансформації медіа-простору, що відбувається на фоні технологічних інновацій та глобалізаційних процесів. Застосування ШІ

відкриває нові горизонти для автоматизації створення контенту, персоналізації новин та аналізу великих даних, що дозволяє значно підвищити ефективність медіа-організацій.

Проте в Україні процес впровадження ШІ в медіа переплітається з низкою важливих проблем, серед яких: відсутність чіткого державного регулювання щодо використання ШІ в медіа-сфері, а також проблеми, які пов'язані з етичним застосування технологій та запобігання ризикам, пов'язаним із поширенням дезінформації та маніпуляцією громадською думкою.

Євроінтеграція є одним з ключових факторів, що впливає на багато сфер, розвиток сучасних технологій, зокрема і включаючи розвиток та регулювання штучного інтелекту в Україні. З наближенням до європейських стандартів та нормативів Україна бере на озброєння досвід ЄС, орієнтуючись на передові практики та політики, що сприяють розвитку технологічних інновацій. Європейські країни, зокрема, активно використовують ШІ у різних сферах, таких як медіа, охорона здоров'я, транспорт, безпека та державне управління, що визначає стратегічний напрямок і для України.

Одним із важливих аспектів є також інтеграція українських медіа в єдиний європейський інформаційний простір, що включає використання інноваційних технологій, зокрема штучного інтелекту. Україна вже активно враховує європейський досвід, розробляючи політики для етичного та ефективного використання ШІ в медіа. Досвід ЄС у регулюванні технологій, таких як Диджитал-сервісний акт, регламент щодо штучного інтелекту та Біла Книга, є важливим орієнтиром для українських медіа щодо розвитку національного законодавства та етики використання ШІ.

Проаналізувавши сучасний стан державного регулювання ШІ, зокрема в медіа просторі, можна зробити висновок про те, що Україна потихеньку, але впевнено крокує до стандартів ЄС. Так, ще у 2020 році Кабінетом

міністрів України було надано розпорядження «Про схвалення Концепції розвитку штучного інтелекту в Україні». У даному документі акцентується увага на необхідності інтеграції України в міжнародну екосистему ШІ, зокрема через гармонізацію з європейськими стандартами в цій європейській сфері. Він також підкреслює важливість формування етичних стандартів, підготовки фахівців і розвитку наукових досліджень у галузі ШІ. Відповідно до Концепції, ключовими напрямками стали:

- створення освітніх програм, розвиток інфраструктури для досліджень;
- сприяння впровадженню ШІ в бізнесі, стимулювання стартапів;
- розробка нормативної бази та етичних засад для використання ШІ;
- впровадження ШІ для покращення публічних послуг.

Одним з провідних завдань цього розпорядження було не тільки регулювання використання ШІ, а й забезпечення конкурентоспроможності України у сфері ШІ, підвищення якості життя громадян через впровадження сучасних технологій, а також створення умов для розвитку цифрової економіки. Дане розпорядження Кабінету Міністрів стало основою для подальшої розробки конкретних заходів і програм, які стимулюють інновації у сфері штучного інтелекту в Україні.

На початку 2024 року команда Міністерства цифрової трансформації разом із «Лабораторією цифрової безпеки» та Експертним комітетом із питань розвитку ШІ при Міністерстві Цифрової Трансформації розробила рекомендації для українських журналістів щодо відповідального та безпечного використання інструментів штучного інтелекту. Про це повідомила пресслужба Міністерства на своєму офіційному сайті. «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», - зазначив заступник Міністра цифрової трансформації Олександр Борняков [1, с. 217].

У Міністерстві Цифрової Трансформації також зазначили, що поради, наведені в документі, ґрунтуються на найкращих міжнародних практиках використання штучного інтелекту в журналістській сфері. Зокрема, на рекомендаціях від комітету Ради Європи та політиках міжнародних медіа: BBC, Wired, Associated Press, CNET та інших. Документ містить чітку інструкцію з порадами, на що саме медіа варто звертати увагу при виборі системи ШІ для роботи, а також як оцінювати на етичність та правдивість контент, згенерований штучним інтелектом. Відповідно до рекомендацій, використання системи ШІ у сфері медіа має відбуватися з урахуванням принципів та цінностей, визначених Кодексом етики українського журналіста. «Використання та розвиток систем ШІ у сфері медіа доцільно здійснювати з урахуванням основних цінностей журналістської етики, включно з правдивістю й точністю, неупередженістю та незалежністю, не нанесенням шкоди, недискримінацією, підзвітністю, інклюзивністю, повагою до приватного життя, конфіденційністю джерел та іншими принципами, передбаченими Кодексом етики українського журналіста», - йдеться у документі. Разом із цим відповідальні медіа мають:

- перевіряти легальність і законність систем ШІ;
- здійснювати оцінювання ризиків і контролювати результати роботи ШІ;
- розкривати інформацію про використання систем ШІ та чітко розмежовувати автентичний та згенерований контент;
- забезпечити захист персональних даних;
- постійно покращувати принципи відповідального використання ШІ та інше.

Медіа, які замовляють або розробляють системи ШІ самостійно, рекомендується:

- дотримуватися законодавства про захист персональних даних;
- пересвідчитися, що система є недискримінаційною й не спричиняє негативних наслідків для вразливих і маргіналізованих груп;
- отримувати всі необхідні юридичні права та згоди перед публікацією згенерованого контенту;
- повідомляти користувачів про застосування систем ШІ;
- призупиняти застосування системи, якщо є вади в алгоритмах, і вчасно виправляти їх;
- дати можливість аудиторії писати скарги, якщо вона підозрює, що система ШІ порушує їхні права.

Крім цього, медіа, які використовують готові системи ШІ, котрі можна знайти у вільному доступі, для них рекомендується:

- переконатися, що система ШІ відповідає стандартам у сфері захисту прав людини й безпеки даних;
- утримуватися від використання російських систем ШІ;
- використовувати системи виключно на законних підставах із дотриманням прав інтелектуальної власності третіх осіб.

Також редакціям рекомендують заохочувати персонал навчатися використовувати системи ШІ за допомогою програм, курсів і воркшопів. Фахівці також запропонували рекомендований алгоритм вибору систем ШІ для діяльності суб'єкта у сфері медіа та оцінювання згенерованого ШІ контенту, який можна використовувати для загальної оцінки безпеки та надійності систем ШІ [22].

Вже літом 2024 року Міністерство Цифрової Трансформації оприлюднило Білу книгу, яка детально описує підхід України до регулювання штучного інтелекту. Для його розробки залучали експертів із різних галузей: громадського сектора, бізнесу, представників державних органів, наукової спільноти, щоб вмістити пропозиції й потреби фахівців із

різних сфер. Біла книга була розроблена з урахуванням інтересів усіх ключових учасників: громадян, бізнесу та держави. Так, для громадян: створення безпечного цифрового середовища, де права людини будуть захищені від ризиків, пов'язаних із ШІ. Для бізнесу - українські компанії зможуть стати більш конкурентоспроможними та виходити на міжнародні ринки. Для держави - можливість інтегруватися до ЄС, синхронізувавши законодавство у сфері ШІ з європейським. У даній книзі Міністерство Цифрової Трансформації пропонує Bottom-up підхід для врегулювання питань ШІ в Україні (рис. 3.1) [22; 30, с. 606].

Рисунок 3.1. Bottom-up підхід для врегулювання питань ШІ в Україні

Bottom-up підхід



Варто зазначити, що якщо уважно проаналізувати Рекомендації Міністерства Цифрової Трансформації, то прослідковується дублювання принципів ВВС, таких як пріоритет людського фактору, прозорість і т.д. Також прослідковуються положення з європейської Білої Книги (табл. 3.1).

Таблиця 3.1. Принципи використання ШІ в українському медіа.

№	Принцип	Характеристика
1	Прозорість та зрозумілість у використанні систем ШІ	<p>Медіа рекомендується розкривати інформацію про те, коли і в який спосіб вони використовують системи ШІ. Принцип прозорості передбачає його дотримання на всіх етапах життєвого циклу системи ШІ та пояснення порядку функціонування системи, розкриття потенційних ризиків від використання системи ШІ для прав людини й зазначення можливих впливів такої системи.</p> <p>Суб'єктам у сфері медіа рекомендовано розробляти та оприлюднювати власні політики, стратегії, стандарти, керівні принципи чи інші</p>

		<p>документи, що окреслюють засади використання систем ШІ у їхній діяльності. Прикладами можуть слугувати оприлюднені принципи світових медіа: The Guardian, BBC, Wired, CNET, Associated Press тощо.</p>
2	<p>Розмежування автентичного та згенерованого ШІ контенту</p>	<p>Потреба розмежування контенту, згенерованого ШІ, може виникати у двох випадках: коли медіа використовує чужий контент і коли медіа свідомо генерує контент за допомогою систем ШІ для ілюстрування власних матеріалів.</p> <p>Для уникнення випадкового використання чужого згенерованого ШІ контенту журналістам</p>

		<p>рекомендовано проявляти відповідну обачність, ретельність і скептицизм, щоб переконатися, що матеріали, на які вони посилаються, є автентичними.</p> <p>1 Також слід пам'ятати, що в Україні контент, згенерований ШІ, є об'єктом права інтелектуальної власності (ст. 33 Закону України «Про авторське право і суміжні права»)</p>
3	Маркування згенерованого ШІ контенту	<p>Є низка способів, як медіа можуть прозоро поінформувати аудиторію про використання ШІ: водяні знаки, написи чи інші позначення, щоб чітко ідентифікувати штучно створений контент.</p> <p>Наприклад, використовувати напис</p>

		<p>«Матеріал згенеровано з використанням штучного інтелекту» в репортажах про ілюстрації або об'єкти мистецтва, створені ШІ, або в матеріалах, які були створені ШІ.</p>
4	<p>Пріоритет людського фактору</p>	<p>Системи ШІ можуть використовувати для виконання високоавтоматизованих завдань у межах щоденних робочих процесів, звільняючи час і ресурси для інших видів діяльності, водночас ухвалення остаточних рішень людиною має залишатися центральним як для довгострокових стратегій, так і для щоденних редакційних завдань. Щоб уникнути некоректних або упереджених</p>

		<p>процесів / результатів використання систем ШІ, рекомендується залишати кінцевий фаховий контроль за людиною. Важливим є чітке визначення редакційними командами цілей, сфери застосування та умов використання для кожної системи ШІ. Водночас доцільним є проведення наскрізного й безперервного нагляду за впливом розгорнутих систем ШІ, забезпечення їх відповідності умовам та цілям використання, а також зберігання можливості деактивувати їх у будь-який момент.</p>
5	Персоналізація медіаконтенту та захист персональних даних	Розробляючи та використовуючи

		<p>системи ШІ для автоматичної персоналізації та рекомендацій контенту, слід керуватися журналістською етикою. Персоналізація контенту з використанням ШІ та система рекомендацій на основі ШІ мають ґрунтуватися на принципах різноманітності, плюралізму думок і цілісності інформації та з дотриманням законодавства про захист персональних даних.</p>
--	--	--

Таким чином, Україна, перебуваючи на шляху до євроінтеграції, має унікальну можливість врахувати кращі практики регулювання ШІ, напрацьовані європейськими країнами. Це дозволяє створити конкурентоспроможний і етично відповідний медіа-простір. Сьогодні, Україна активно впроваджує досвід ЄС, однак, є декілька «нюансів».

По-перше, українським медіа варто розробити власні етичні кодекси використання ШІ, з акцентом на прозорість алгоритмів, перевірку контенту

та захист персональних даних. В свою чергу, це сприятиме збереженню довіри аудиторії та мінімізації ризиків поширення дезінформації або маніпулятивного контенту.

По-друге, використання ШІ має бути спрямоване на підсилення, а не заміну журналістських практик. Рекомендується впроваджувати алгоритми допомоги в аналізі даних, пошуку теми та перевірці фактів, але залишати остаточне слово за журналістами, аби зберегти редакційний контроль.

По-третє, для ефективного використання ШІ необхідно підвищувати кваліфікацію співробітників медіа. Наприклад, організовувати тренінги з розуміння алгоритмів, їх впливу на роботу медіа та основ етичного використання штучного інтелекту.

По-четверте, медіа мають брати участь у процесі формування державної політики ШІ. Важливо забезпечити зворотний зв'язок з урядовими структурами, щоб створити регулювання, яке враховує специфіку українського інформаційного простору та забезпечує рівні умови для всіх учасників сайту.

По-п'яте, використання ШІ в медіа потребує посилення уваги до інформаційної безпеки. Необхідно розробити стратегії захисту алгоритмів від зловживань, хакерських атак або спроби втручання в автоматизовані процеси.

Загалом, врахування європейського досвіду дозволяє Україні не тільки покращити ефективність впровадження ШІ, а й уникнути потенційних ризиків, таких як поширення дезінформації та порушення приватності громадян. Своєю чергою, це сприяє розвитку етичних норм і стандартів, які можуть стати основою для подальшого вдосконалення медіа політики та технологічних інновацій в Україні. Євроінтеграція надає Україні можливість посилити свої позиції на міжнародній арені, адаптувати найкращі практики,

зокрема в сфері використання ШІ, і гармонізувати свою політику з вимогами європейських стандартів.

ВИСНОВКИ

Швидкий розвиток технологій штучного інтелекту (ШІ) суттєво впливає на всі сфери людської діяльності, включаючи медіа. Застосування ШІ відкриває широкі можливості для трансформації журналістики, зокрема через автоматизацію новинних репортажів, персоналізацію контенту та боротьбу з дезінформацією. Водночас ці інновації породжують нові виклики, такі як маніпуляції з боку медіа-платформ і ризики поширення недостовірної інформації.

Європейський Союз активно працює над створенням етичних і прозорих нормативно-правових основ для впровадження ШІ в медіа-сферу. Ці зусилля спрямовані на досягнення балансу між інноваціями та регулюванням, забезпечуючи відповідальне використання технологій, захист прав громадян та підтримку демократичних процесів.

Для України це дослідження особливо актуальне, оскільки країна прагне інтегруватися в європейський інформаційний простір. Досвід європейських медіа у регулюванні ШІ може стати основою для створення ефективних і прозорих правил, які враховуватимуть українські реалії.

На основі проведеного дослідження виявлено, що європейські медіаорганізації дотримуються різних підходів до впровадження ШІ, які залежать від їхніх місій та цінностей. Зокрема, BBC орієнтується на прозорість та етичність, Euronews акцентує увагу на технологічній ефективності, а France Télévisions підтримує поєднання інновацій з творчим підходом. Ці моделі можуть бути адаптовані до українських умов для розвитку етичного використання ШІ в медіа.

Практична значущість роботи полягає у сприянні вдосконаленню регулювання ШІ в українських медіа, забезпеченні прозорості, етичності та підвищенні довіри до медійного простору. Результати дослідження мають

потенціал для подальшого застосування у формуванні політик, що поєднують сучасні технології та суспільні потреби.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Андрощук Г. Тенденції розвитку штучного інтелекту: економіко-правовий аспект. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. № 3, 2019. С. 84-101.
URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/84299379-158c-4529-a3d7-9f2013d9b6a1/content>
2. Біла книга з регулювання ІІІ в Україні: бачення Мінцифри.
URL: <https://cms.thedigital.gov.ua/storage/uploads/files/page/community/docs/%D0%A0%D0%B5%D0%B3%D1%83%D0%BB%D1%8E%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%A8%D0%86.pdf>
3. Гришин М. В. Маніпулювання інформацією: теоретичні аспекти наукового дискурсу. *Інтегровані комунікації*. № 2 (16). 2023. С. 38-43.
URL: <https://intcom.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/273>
4. Грозна, О. О. Технологічні інновації в онлайн-медіа: роль штучного інтелекту та віртуальної реальності у трансформації контенту. *Обрії друкарства*. № 1 (15), 2024. С. 102–112.
URL: <http://horizons.vpi.kpi.ua/article/view/302843>
5. Гук О. В., Артеменко Л. П., Хитровська Ю. В. Історія штучного інтелекту в медіа бізнесі: етапи розвитку, особливості застосування, виклики та перспективи. *Сторінки історії*. № 59. 2024.
URL: <https://historypages.kpi.ua/article/view/318894>
6. Гуменюк М. М. Застосування технологій штучного інтелекту для виявлення маніпулювання громадською думкою. *ПІВДЕННОУКРАЇНСЬКИЙ ПРАВНИЧИЙ ЧАСОПИС*. №2, 2024. С. 242-246.
URL: http://www.sulj.oduvs.od.ua/archive/2024/2/2_2024.pdf#page=242

7. Дубчак А. О., Литвиненко Я. В. Напрямки використання штучного інтелекту в сучасних умовах. Іван Пулюй: життя в ім'я науки та України : матеріали міжнар. наук. конф., м. Тернопіль, 28–30 вересня, 2020 рік. Тернопіль, 2020. С. 64–65.
8. Інститут проблем штучного інтелекту: офіц. веб-сайт.
URL: <https://www.ipai.net.ua/uk/istoriya-ipshi>
9. Казаков Г.І. Державне регулювання використання штучного інтелекту у сфері культури: світовий досвід та перспективи для України. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування. Том 35 (74) № 4 2024. С. 79-83.
URL:
https://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2024/4_2024/4_2024.pdf#page=85
10. Косілова О. І., Солодовнікова К. Х. Права і свободи людини і громадянина VS Штучний інтелект: проблемні аспекти. *Інформація і право*. № 4 (35). 2020. С. 56-66.
11. Кучмілова Т. С., Мороз Т. О., Шешунова А. В. Використання штучного інтелекту. *Modern Economics*. 2023. № 39 (2023). С. 69-74.
URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/14853>
12. Лисенко, І. В., Лисенко, А. М. Проблеми та перспективи правового регулювання штучного інтелекту, як виду інноваційної діяльності. *Міністерство освіти і науки України*. 2024. с. 168.
13. Макух-Федоркова, І., Мікіцел Д. Правові засади розвитку штучного інтелекту: європейський та американський досвід. *Медіафорум: аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент*. № 15. 2024. С. 304-319.
14. Мачуський, В. В., Мачуська, І. Б., Тітова, В. М., Тітова, О. С. Біла книга зі штучного інтелекту як джерело формування законодавства Європейського Союзу у сфері штучного інтелекту. 2024.
15. Національна стратегія розвитку штучного інтелекту в Україні 2021–2030. 2021. URL: <http://surl.li/kjafll2>

- 16.16. Новосельський І. Ф. Конвергенція медіа як чинник розвитку інформаційного простору України: політологічний аспект. *Політикус: наук. журнал*. 2020. №3. С. 58–65.
URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/handle/123456789/9491>
18. Офіційний сайт BBC.
URL: <https://www.bbc.com>
19. Офіційний сайт France Télévisions.
URL: <https://www.francetelevisions.fr>
20. Офіційний сайт Radiotelevisione Italiana.
URL: <https://www.rai.it>
21. Павліха, Н. В., Н. С. Науменко, and О. А. Корнелюк. Розвиток та регулювання штучного інтелекту в Україні у воєнний та повоєнний періоди: сучасні тенденції та перспективи. *Цифрова економіка та економічна безпека*. № 8 (08). 2023. С. 105-111.
22. Пістракевич, Олена Володимирівна. Стратегія ЄС у сфері штучного інтелекту як складова європейської інформаційної політики. 2020. С. 159-161.
23. Про схвалення Концепції 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>
24. Рекомендації з відповідального використання штучного інтелекту у сфері медіа. 2024.
URL: <http://surl.li/zpsmqz>
25. Рекомендації з відповідального використання штучного інтелекту у сфері медіа.
URL:
<https://thedigital.gov.ua/storage/uploads/files/page/community/docs/%D0%A0%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97%D0%A8%D0%86%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0.docx.pdf>

26. Серенок, А. О. Готовність уряду України та урядів країн східної Європи до впровадження штучного інтелекту. *Публічне управління XXI століття: нові виклики і трансформації*. С. 74-88.
27. Сисоєва, І. М., Погріщук, О. Б. Використання штучного інтелекту в умовах сталого розвитку. 2024. С. 57-69.
28. Ситник, О. Проблематика впровадження штучного інтелекту в сучасних ЗМІ та медіатехнологіях. *Український інформаційний простір*, № 2 (12), 2023. С. 252–265.
URL: <http://ukrinfospace.knukim.edu.ua/article/view/291187>
29. Технології добросовісного використання штучного інтелекту у сфері освіти та науки: матеріали всеукраїнського науковопедагогічного підвищення кваліфікації, 31 липня – 10 вересня 2023 року. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2023. 276 с.
URL: https://www.researchgate.net/profile/Yuliya-Danchenko-2/publication/374558381_AKTUALNIST_VIVCENNA_STUCNOGO_INTELEKTU_ZDOBUVACAMI_VISOI_VIJSKOVOI_OSVITI_RELEVANCE_OF_THE_STUDY_OF_ARTIFICIAL_INTELLIGENCE_RECIPIENTS_OF_HIGHER_MILITARY_EDUCATION/links/65252a880d999b4754b30b19/AKTUALNIST-VIVCENNA-STUCNOGO-INTELEKTU-ZDOBUVACAMI-VISOI-VIJSKOVOI-OSVITI-RELEVANCE-OF-THE-STUDY-OF-ARTIFICIAL-INTELLIGENCE-RECIPIENTS-OF-HIGHER-MILITARY-EDUCATION.pdf#page=159
30. Трачук Т. А., Андрющенко М. Ю. Тенденції та особливості функціонування онлайн-медіа. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. Том 35 (74), № 4, 2024. Частина 2.
URL: https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2024/4_2024/part_2/36.pdf
31. Чанишев, РАШИД ІБРАГІМОВИЧ. "Проблеми розвитку та правового регулювання штучного інтелекту." Європейські орієнтири розвитку

України в умовах війни та глобальних викликів XXI століття: синергія наукових, освітніх та технологічних рішень (2023): 603-606.

32. Ярошенко О. В. Штучний інтелект у журналістиці: майбутнє медіа під впливом нових технологій. *Scientific Notes of Institute of Journalism*, Vol. 2 (85) 2024

URL: http://www.scientific-notes.com/wp-content/uploads/2024/11/10_nz_85_24.pdf