

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»
Кафедра журналістики
Спеціальність 061 «Журналістика»**

**Бакалаврська дипломна робота
на тему: " Етичне використання штучного інтелекту у журналістиці "**

студент Глушенко В.О. "ЖУР-21"

**Науковий керівник:
Хоменко Ангеліна
Олександрівна**

(підпис студента)

(Дата)

(Підпис)

Попередній захист:

(Висновок: «До захисту в Екзаменаційній комісії»)

Завідувач кафедри

(Підпис)

(Прізвище, ініціали)

(Дата)

Київ — 2025 рік

ЗМІСТ

РЕФЕРАТ.....	3
ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ №1 РЕКОМЕНДАЦІЇ ТА ЕТИЧНІ НОРМИ ЩОДО ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У МЕДІА.....	11
1.1. Аналіз рекомендацій Міністерства цифрової трансформації щодо використання ШІ в медіа.....	11
1.2. Кодекс етики українського журналіста: основні положення та їхній зв'язок із ШІ.....	16
1.3. Огляд медіа для аналізу.....	22
РОЗДІЛ №2 ДОТРИМАННЯ ЕТИЧНИХ НОРМ У РОБОТІ ОБРАНИХ МЕДІА.....	30
2.1. Аналіз використання ШІ у зарубіжних медіа.....	30
2.2. Аналіз використання ШІ в українських медіа.....	37
2.3. Порівняння зарубіжного та українського досвіду.....	46
РОЗДІЛ №3 ДОСЛІДЖЕННЯ ЩОДО ЕТИЧНОГО ВИКОРИСТАННЯ ШІ У МЕДІА.....	54
3.2. Розробка та впровадження національних етичних стандартів для ШІ у журналістиці.....	54
3.2. Освітні ініціативи для журналістів щодо етичного використання ШІ...	63
3.3. Перспективи вдосконалення етичних практик у роботі медіа.....	69
ВИСНОВКИ.....	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80

РЕФЕРАТ

У сучасному медіапросторі важливим аспектом є використання новітніх технологій, зокрема штучного інтелекту (ШІ), що суттєво змінює процеси створення, поширення та споживання інформації. Вибір цієї теми для дослідження обумовлений необхідністю аналізу етичних стандартів використання ШІ в журналістиці, зокрема в контексті українських реалій та міжнародного досвіду.

Метою дослідження є розгляд використання штучного інтелекту в медіа, аналіз впливу нових технологій на етичні та професійні стандарти журналістики. У роботі досліджуються міжнародні та українські практики використання ШІ в медіа, а також розробка рекомендацій для удосконалення етичних стандартів щодо застосування штучного інтелекту в медіасфері.

Завданнями дослідження є: аналіз етичних викликів, які постають у зв'язку з використанням ШІ в журналістиці, порівняння українського та міжнародного досвіду, а також розробка рекомендацій щодо вдосконалення етичних стандартів у роботі медіа.

У роботі розглядаються важливі аспекти, такі як: етичні принципи, закладені в Кодексі етики українського журналіста, взаємодія ШІ і журналістики, а також вплив ШІ на процеси, пов'язані з добором, обробкою та подачею інформації. Аналізуються приклади успішних і неуспішних ініціатив у галузі використання ШІ в медіа, а також їх вплив на якість та об'єктивність журналістських матеріалів.

На основі міжнародного досвіду було виявлено, що деякі країни вже мають чіткі нормативні акти, що регулюють використання ШІ в медіа. В Україні ця сфера знаходиться на стадії розвитку, проте в країні є певні ініціативи та рекомендації щодо етичного використання ШІ в журналістиці.

Крім того, в роботі представлено огляд освітніх ініціатив, що допомагають журналістам орієнтуватися у сфері технологічних нововведень і

етики. Висвітлюється важливість навчання журналістів щодо використання ШІ та розуміння етичних аспектів у роботі з новими технологіями.

В результаті дослідження були зроблені висновки про необхідність удосконалення етичних практик у медіа для забезпечення балансу між технологічними інноваціями та етичними нормами, збереження об'єктивності та достовірності інформації.

В роботі також розглянуті перспективи розвитку етичних стандартів, що охоплюють аспекти етики в контексті ШІ, а також висвітлено роль освітніх ініціатив у формуванні компетентних кадрів, які зможуть ефективно і відповідально працювати в умовах цифрових трансформацій медіапростору.

Ключові слова: ШІ(штучний інтелект), етика журналістики, медіа, цифрові технології, професійні стандарти, рекомендації, освітні ініціативи, аналіз використання ШІ.

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Сучасний розвиток технологій, зокрема штучного інтелекту (ШІ), значно змінює підходи до створення, обробки та розповсюдження інформації в журналістиці. ШІ дозволяє автоматизувати рутинні завдання, аналізувати великі обсяги даних, створювати контент та забезпечувати персоналізацію інформаційного потоку.

Проте поряд із численними перевагами виникають серйозні етичні виклики, які впливають на достовірність, прозорість, відповідальність і права людини.

Актуальність теми зумовлена такими чинниками:

швидкий розвиток ШІ у медіа, адже алгоритми ШІ дедалі активніше використовуються для написання новин, перевірки фактів та рекомендації контенту, що створює потребу в дослідженні впливу таких технологій на якість журналістики;

етичні ризики, серед яких питання маніпуляцій інформацією, використання ШІ для поширення фейкових новин, упередженості алгоритмів та втрати людського контролю над контентом;

правові прогалини, оскільки регулювання етичних норм використання ШІ у журналістиці залишається недостатньо розвиненим, особливо в умовах глобального інформаційного простору;

потреба в прозорості, адже громадськість очікує від медіа не лише достовірності, але й прозорості щодо використання ШІ у створенні контенту; європейський контекст, зокрема впровадження законодавчих ініціатив щодо ШІ у Європейському Союзі, таких як AI Act, що підвищує увагу до етичних аспектів у контексті глобальних стандартів і практик.

Тема є важливою не лише для академічної спільноти, але й для журналістів, медіаорганізацій, регуляторів та суспільства в цілому, оскільки

впровадження ШІ без належного етичного контролю може призвести до зниження довіри до медіа і поширення дезінформації.

Дослідження цієї теми допоможе сформулювати підходи до використання ШІ в журналістиці, які б забезпечували баланс між технологічними можливостями та етичними стандартами.

Ступінь наукової розробки теми.

Тема етичного використання штучного інтелекту в журналістиці активно досліджується як у світовій, так і в вітчизняній науковій спільноті. Вона охоплює міждисциплінарний спектр питань, пов'язаний із технологіями ШІ, етикою, журналістикою та правовими аспектами.

Наукові роботи з цієї тематики зосереджуються на таких аспектах:

Провідні вчені, як-от Нік Бостром, шведський філософ, автор книги **Superintelligence: Paths, Dangers, Strategies**, і дослідник у сфері етики технологій, відомий своїми роботами про глобальні ризики, ШІ і трансгуманізм. Його академічний шлях розпочався з дослідження філософії, логіки та штучного інтелекту, що згодом привело його до здобуття докторського ступеня в Лондонській школі економіки у 2000 році. Та Томас Метцингер, німецький філософ і професор теоретичної філософії досліджують ризики упередженості алгоритмів, прозорості та відповідальності за рішення, прийняті системами ШІ. Особливий акцент робиться на необхідності етичного регулювання застосування ШІ в сферах, що впливають на громадську думку.

Автоматизація журналістики. В численних дослідженнях, зокрема у роботах Йоана Кучера, вивчаються технології автоматичного створення новин і їхній вплив на якість контенту. Підкреслюється важливість контролю людського фактора в журналістиці.

Вітчизняні та закордонні автори, як-от Данило Шевченко і Річард Флетчер, аналізують можливості ШІ у виявленні та протидії фейковим новинам, наголошуючи на етичних аспектах перевірки фактів.

Дослідження акцентують увагу на необхідності формування міжнародних стандартів і розробки національного законодавства для регулювання використання ШІ у медіа. Європейський Союз активно просуває такі ініціативи через ухвалення AI Act.

У роботах українських вчених досліджується впровадження ШІ у медіа у складних умовах військового стану, особливості його використання для інформаційної безпеки та протидії пропаганді.

Таким чином, тема має високий ступінь наукової розробки, але залишається актуальною для подальшого вивчення у зв'язку з швидким розвитком технологій, появою нових етичних викликів і необхідністю адаптації існуючих підходів до сучасних умов.

Мета дослідження полягає у визначенні основних етичних викликів та формуванні рекомендацій щодо відповідального використання штучного інтелекту в журналістиці з урахуванням сучасних технологічних, соціальних та правових реалій.

Завдання дослідження:

Проаналізувати сучасний стан впровадження штучного інтелекту в журналістиці, включаючи світовий і український контексти.

Визначити основні етичні виклики, що виникають у процесі використання ШІ у створенні, поширенні та перевірці інформації.

Дослідити європейський та міжнародний досвід регулювання етичного використання ШІ у медіа.

Оцінити правові та соціальні аспекти впровадження ШІ у журналістиці, зокрема питання прозорості, відповідальності та боротьби з дезінформацією.

Розробити рекомендації щодо впровадження етичних стандартів використання ШІ в журналістиці для забезпечення довіри до медіа та захисту прав споживачів інформації.

Обґрунтувати можливості адаптації міжнародного досвіду регулювання етичних стандартів до українського медіапростору.

Ці завдання спрямовані на комплексне вивчення теми та забезпечення її практичної цінності для журналістської спільноти, медіаорганізацій і регуляторів.

Об'єкт дослідження - процес використання штучного інтелекту в журналістиці в умовах сучасного інформаційного середовища.

Предмет дослідження - етичні аспекти впровадження та використання штучного інтелекту в журналістиці, включаючи вплив на достовірність інформації, прозорість, відповідальність і довіру до медіа.

Наукові методи дослідження:

Аналіз і синтез. Використовуються для вивчення теоретичних і практичних аспектів використання штучного інтелекту у журналістиці. Аналізуються наукові праці, законодавчі акти, етичні кодекси та реальні кейси впровадження ШІ.

Синтез застосовується для узагальнення отриманих даних і формування висновків щодо етичних викликів.

Порівняльний метод. Дозволяє порівняти світовий і український досвід використання ШІ в журналістиці, а також дослідити підходи до етичного регулювання в різних країнах.

Метод системного аналізу. Використовується для оцінки взаємозв'язків між впровадженням ШІ, етичними нормами, законодавством і суспільною довірою до медіа.

Прогностичний метод. Використовується для прогнозування можливих наслідків впровадження ШІ в журналістиці та оцінки ефективності запропонованих етичних стандартів.

Ці методи забезпечують комплексний підхід до дослідження теми та дозволяють отримати науково обґрунтовані результати.

Наукова новизна отриманих результатів.

Вперше систематизовано основні етичні виклики використання штучного інтелекту в журналістиці, зокрема вплив ШІ на достовірність,

прозорість, об'єктивність і відповідальність у створенні та розповсюдженні інформації.

Удосконалено підходи до аналізу європейського та міжнародного досвіду регулювання використання ШІ в медіа, що дозволило виділити ключові практики для забезпечення етичності журналістики в умовах технологічного прогресу.

Вперше розроблено рекомендації щодо адаптації міжнародних етичних стандартів використання ШІ в журналістиці до умов українського медіапростору, враховуючи специфіку правового та соціального середовища.

Оцінено вплив впровадження ШІ на рівень довіри до медіа з боку аудиторії, а також запропоновано механізми підвищення прозорості журналістських процесів через впровадження етичних норм.

Запропоновано інтеграцію етичних стандартів у нормативно-правову базу України для регулювання використання ШІ в журналістиці, що сприятиме зниженню ризиків маніпуляцій та поширення дезінформації.

Сформовано міждисциплінарний підхід до дослідження етичних аспектів ШІ у журналістиці, який об'єднує технологічний, правовий і соціальний виміри.

Ці результати сприяють поглибленню розуміння етичних аспектів використання ШІ у журналістиці, а також створюють основу для подальших досліджень та вдосконалення практик у цій сфері.

Практична значущість одержаних результатів.

Розроблені рекомендації щодо етичного використання штучного інтелекту можуть бути використані журналістами, редакціями та медіаорганізаціями для створення прозорих і відповідальних практик застосування ШІ в своїй роботі.

Запропоновані механізми прозорості в використанні ШІ сприятимуть підвищенню довіри аудиторії до медіа та зменшенню ризиків маніпуляцій або поширення недостовірної інформації.

Матеріали дослідження можуть бути використані у навчальних програмах для журналістів і медіаекспертів, а також під час проведення тренінгів, що сприятиме підвищенню їхньої обізнаності у сфері етичного використання ШІ.

Рекомендації щодо адаптації міжнародних стандартів етичного використання ШІ в журналістиці дозволять українським медіа ефективно інтегруватися в світовий інформаційний простір.

Таким чином, результати дослідження мають значний прикладний характер і можуть бути корисними для професійної спільноти, освітніх закладів, державних органів та суспільства в цілому.

Структура та обсяг роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, дев'яти підрозділів, загальних висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи 83 сторінки, 3 таблиці, 45 найменувань у списку використаних джерел.

РОЗДІЛ №1 РЕКОМЕНДАЦІЇ ТА ЕТИЧНІ НОРМИ ЩОДО ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У МЕДІА

1.1. Аналіз рекомендацій Міністерства цифрової трансформації щодо використання ШІ в медіа.

Міністерство цифрової трансформації України активно працює над впровадженням цифрових інновацій, зокрема технологій штучного інтелекту (ШІ). У контексті медіа Міністерство розробило низку рекомендацій, спрямованих на забезпечення етичного, прозорого та відповідального використання ШІ.

Основними положеннями цих рекомендацій є: по-перше, прозорість у використанні ШІ, зокрема, рекомендується розкривати факт використання ШІ у створенні контенту, особливо в випадках, коли це стосується новин, аналітики або розслідувань. Це допомагає уникнути дезінформації та маніпуляцій. По-друге, відповідальність за контент, створений за допомогою ШІ, повинна лежати на людині — журналісті, редакторі чи власнику медіа. Третє, важливим аспектом є етичність алгоритмів, тому Міністерство рекомендує перевіряти алгоритми ШІ на упередженість і забезпечувати їх відповідність етичним стандартам, щоб уникнути дискримінації чи порушення прав людини. Четверте, використання ШІ для автоматичної перевірки фактів і виявлення дезінформації є одним із ключових напрямків рекомендацій. П'ятий важливий аспект — дотримання прав на приватність. При впровадженні ШІ слід враховувати законодавчі норми щодо захисту персональних даних, щоб уникнути порушень прав громадян. Шосте, Міністерство акцентує на необхідності освітніх ініціатив, зокрема підвищення обізнаності журналістів щодо можливостей і ризиків використання ШІ через тренінги, семінари та освітні програми.

Аналіз ефективності цих рекомендацій показує, що вони сприяють зростанню довіри до медіа за рахунок прозорості, підтримують інтеграцію

України в світовий інформаційний простір завдяки впровадженню передових технологій, а також створюють основу для боротьби з дезінформацією.

Однак, існують і виклики в впровадженні цих рекомендацій, зокрема недостатня технічна підготовка багатьох редакцій, особливо в регіонах, для інтеграції ШІ, висока вартість алгоритмів та їх адаптації до потреб українських медіа, а також відсутність чітких юридичних механізмів для контролю та відповідальності за роботу ШІ.

Для вдосконалення ситуації можна запропонувати розробку законодавчої бази, яка забезпечувала б чіткі правила використання ШІ у медіа, створення державних або грантових програм для підтримки малих і середніх медіа в впровадженні ШІ, а також співпрацю з міжнародними організаціями для обміну досвідом і вдосконалення етичних стандартів.

Рекомендації Міністерства цифрової трансформації є важливим кроком у впровадженні ШІ у медіа з дотриманням етичних стандартів. Вони спрямовані на підвищення довіри до медіа, забезпечення відповідальності за контент і адаптацію світового досвіду до українських реалій. Проте їхнє ефективне впровадження потребує додаткової підтримки з боку держави, інвесторів та міжнародних партнерів.

Враховуючи стрімкий розвиток технологій штучного інтелекту (ШІ) та їхній вплив на різні сфери діяльності, Міністерство цифрової трансформації України активно розробляє рекомендації щодо етичного та ефективного використання ШІ в медіа-сфері. Ці рекомендації мають на меті допомогти медіа-організаціям впроваджувати новітні технології, зберігаючи при цьому високі стандарти журналістської етики, достовірності інформації та захисту прав громадян.

Міністерство цифрової трансформації України, в контексті своєї стратегії цифровізації, намагається створити середовище, яке дозволить не лише впроваджувати інновації, а й забезпечувати етичний та правовий контроль за використанням ШІ в різних галузях, зокрема в журналістиці.

Одним із пріоритетів є налагодження балансу між ефективністю автоматизованих систем і потребою у збереженні чесності, об'єктивності та прозорості медіа.

Перше і найважливіше питання, яке порушується в рекомендаціях, - це необхідність забезпечення етичності контенту, який генерується за допомогою ШІ. Міністерство підкреслює важливість збереження об'єктивності та точності в медіа, попри використання автоматизованих систем для збору та аналізу даних. Це включає не тільки перевірку фактів, але й контроль за відсутністю маніпуляцій та упереджень у створеному контенті.

ШІ, зокрема, може допомогти в автоматичному виявленні дезінформації та фейкових новин, що має велике значення для медіа, яке прагне підтримувати довіру з боку аудиторії. Рекомендації Міністерства стосуються також автоматизованих інструментів для перевірки фактів і боротьби з маніпуляціями, але наголошується на важливості участі людини в процесі перевірки та корекції інформації.

Прозорість алгоритмів ШІ є ще одним важливим аспектом. Міністерство рекомендує медіа-організаціям не лише використовувати ШІ для збору та обробки інформації, але й забезпечувати прозорість використання цих технологій. Користувачі повинні мати змогу розуміти, як працюють алгоритми, що відповідають за генерацію новин чи рекомендації контенту, а також хто несе відповідальність за рішення, прийняті ШІ.

Однією з рекомендацій є публікація технічної документації або звітів щодо використаних алгоритмів, щоб підвищити довіру до медіа та уникнути критики щодо можливих маніпуляцій.

ШІ має потенціал для збору та обробки великих обсягів персональних даних, що ставить питання про захист конфіденційної інформації. Міністерство цифрової трансформації наголошує на необхідності дотримання стандартів захисту приватності при використанні ШІ в медіа.

Це включає в себе встановлення чітких політик щодо збору, обробки та зберігання персональних даних, а також використання анонімізації та інших методів захисту конфіденційності. Журналісти та медіа-організації повинні бути особливо уважними до питань, пов'язаних з незаконним збором даних, що можуть порушувати права людей.

З огляду на швидкий розвиток технологій, Міністерство рекомендує організувати навчання та курси для журналістів і медіа-спеціалістів з метою підвищення їх кваліфікації щодо використання ШІ в професійній діяльності. Це важливо для того, щоб журналісти могли ефективно працювати з новітніми технологіями, не порушуючи етичних норм та стандартів.

Навчання повинне охоплювати не тільки технічні аспекти роботи з ШІ, але й етичні та правові питання, пов'язані з їхнім використанням.

Одна з основних цілей використання ШІ в медіа — це боротьба з фейковими новинами та дезінформацією. Міністерство рекомендує застосовувати штучний інтелект для автоматичної перевірки фактів, виявлення фейків і маніпуляцій, що дозволить медіа швидко реагувати на інформаційні загрози та підвищити рівень довіри з боку громадян.

Крім того, рекомендується впровадження систем для автоматичної модерації контенту, що дозволяє виявляти і блокувати шкідливі матеріали до того, як вони з'являться на публіці.

Попри значні переваги використання ШІ в медіа, існує низка етичних викликів. Одним з головних є проблема маніпуляцій з інформацією. Алгоритми, які використовуються для створення новин або рекомендацій, можуть бути налаштовані на просування певних політичних або комерційних інтересів. Це ставить під загрозу принципи об'єктивності та незалежності в журналістиці.

Ще однією проблемою є захист приватності. Використання великих даних і алгоритмів для аналізу поведінки користувачів може призвести до порушень конфіденційності. Враховуючи це, Міністерство цифрової

трансформації вимагає дотримання найвищих стандартів захисту даних при використанні ШІ.

Зважаючи на швидкий розвиток технологій, Міністерство цифрової трансформації планує регулярно оновлювати свої рекомендації, щоб забезпечити ефективно та етично використання ШІ в медіа. Це включатиме інтеграцію новітніх стандартів і практик, а також адаптацію до змін у правовому та етичному середовищі.

У майбутньому також можливе впровадження нових механізмів контролю за використанням ШІ, щоб запобігти зловживанням та маніпуляціям з боку медіа-організацій.

Рекомендації Міністерства цифрової трансформації України щодо використання ШІ в медіа спрямовані на підтримку етичного підходу до новітніх технологій, забезпечення прозорості та об'єктивності медіа-контенту, а також захисту прав та приватності громадян. Проте для ефективного впровадження цих рекомендацій необхідно дотримуватися високих стандартів професіоналізму та етики в роботі з ШІ, а також постійно оновлювати підходи в міру розвитку технологій.

Проблематика етичного регулювання штучного інтелекту в журналістиці привертає дедалі більшу увагу вчених, філософів та експертів з цифрової етики. Провідні дослідники в сфері етики ШІ, такі як Нік Бостром і Томас Метцингер, наголошують на ризиках, пов'язаних із алгоритмічною упередженістю, непрозорістю функціонування ШІ-систем та складністю ідентифікації відповідальних за автоматизовані рішення [3, с.25].

Нік Бостром у своїх роботах звертає увагу на стратегічні ризики, пов'язані з автономними системами, які можуть впливати на суспільне сприйняття, формування політичних уподобань та зміщення акцентів у медіаполі. Згідно з його дослідженнями, застосування ШІ без етичного нагляду може призвести до викривлення інформаційного простору, що матиме довготривалі наслідки для демократичних суспільств [13, с.14].

У свою чергу, Томас Метцингер, працюючи у сфері прикладної етики та філософії свідомості, формулює принципи відповідального розвитку штучного інтелекту. Він підкреслює, що в сфері журналістики особливо важливо забезпечити прозорість джерел, контроль за автоматизованим генеруванням новин і збереження людської участі в редакційному процесі. Томас Метцингер також був одним із авторів *Ethics Guidelines for Trustworthy AI* Європейської комісії, де запропоновано критерії «довірливого ШІ», серед яких – надійність, повага до людської автономії та недискримінація [4, с.50].

Сучасні дослідження також звертають увагу на так званий «ефект чорної скриньки» – ситуацію, коли навіть розробники не можуть повністю пояснити, як саме алгоритм прийшов до певного висновку. Це створює значні виклики для журналістики, де достовірність та перевіреність інформації є ключовими принципами [6, с.50].

Таким чином, наукова спільнота сформувала потужну теоретичну базу, що має бути інтегрована в практичне регулювання ШІ в медіа. Етична журналістика в добу штучного інтелекту має ґрунтуватися не лише на кодексах, а й на міждисциплінарних напрацюваннях філософів, технологів та юристів.

1.2. Кодекс етики українського журналіста: основні положення та їхній зв'язок із ШІ

Кодекс етики українського журналіста є основним документом, що визначає моральні принципи та стандарти поведінки журналістів в Україні. Цей кодекс розроблений з метою забезпечення високих стандартів професійної діяльності, формування довіри до медіа і захисту прав громадян на отримання достовірної, об'єктивної та своєчасної інформації. У зв'язку з розвитком нових технологій, зокрема штучного інтелекту (ШІ), виникає необхідність адаптувати етичні норми до сучасних реалій медіа-середовища, де технології можуть відігравати важливу роль у створенні, обробці та поширенні інформації.

Основні положення Кодексу етики українського журналіста визначають кілька ключових принципів, які є основою професійної діяльності. Зокрема: об'єктивність та неупередженість. Журналісти зобов'язані подавати інформацію точно, чесно та збалансовано, без спотворення фактів або маніпуляцій; достовірність інформації. Основним обов'язком журналіста є перевірка фактів та надання аудиторії достовірної інформації; повага до людської гідності.

Журналісти повинні уникати дискримінації, мови ворожнечі, насильства та інших форм порушення прав людини; пошук правди. Журналісти зобов'язані шукати правду та інформувати громадськість, навіть якщо це може бути неприємно чи непопулярно для певних груп або інтересів; відповідальність за публікації. Журналісти несуть відповідальність за публікації, повинні виправляти помилки і приносити вибачення за неточності в інформації. Ці основні положення не тільки визначають стандарти роботи журналістів, але й утримують їх від зловживань, маніпуляцій та необґрунтованих звинувачень, що є особливо важливим в умовах сьогодення, коли медіа можуть впливати на суспільну думку в значній мірі. Штучний інтелект, в контексті медіа, пропонує нові можливості для автоматизації процесів, таких як генерація новин, аналітика, перевірка фактів, модерація контенту та створення персоналізованих рекомендацій для аудиторії. Однак використання ШІ також ставить нові етичні виклики для журналістів.

Кодекс етики українського журналіста не містить прямих згадок про ШІ, бо були затверджені 2013 року. А штучний інтелект у журналістиці вперше застосовано у 2014 році.

Розглянемо, як основні положення Кодексу етики співвідносяться з технологіями ШІ. ШІ, зокрема алгоритми машинного навчання, можуть бути схильні до упередженості, оскільки їхня ефективність значною мірою залежить від даних, на яких вони тренуються. Якщо дані містять упередженість (наприклад, гендерну, расову чи політичну), ШІ може

автоматично відтворювати ці упередження в генерованому контенті. Це ставить під загрозу принцип об'єктивності та неупередженості, закладений у Кодексі етики. Тому журналісти, використовуючи ШІ, мають забезпечувати, щоб технології, які вони застосовують, не впливали на достовірність та неупередженість поданої інформації. ШІ може бути корисним інструментом для автоматичної перевірки фактів, виявлення фейкових новин та дезінформації.

Однак навіть технології ШІ потребують людської участі, щоб уникнути помилок в інтерпретації контексту або фактичних неточностей. Використання ШІ для перевірки фактів повинно доповнювати діяльність журналіста, а не замінити її повністю. Це допоможе дотримуватися стандартів достовірності інформації, визначених Кодексом етики. ШІ може бути використаний для модерації контенту, у тому числі для виявлення мови ненависті, дискримінації та порушень прав людини.

Однак алгоритми можуть не завжди коректно інтерпретувати контекст повідомлень і може виникнути ризик необґрунтованого цензурування або, навпаки, поширення контенту, що порушує етичні норми. Журналісти повинні бути уважними до того, як ШІ взаємодіє з контентом, щоб не порушити принципи поваги до людської гідності. ШІ здатний збирати величезні обсяги даних та аналізувати їх швидко, що дозволяє журналістам знаходити нові факти і деталі в реальному часі.

Однак важливо, щоб журналісти завжди здійснювали власну перевірку інформації, зібраної за допомогою ШІ. Це дозволить уникнути маніпуляцій та помилок, що можуть виникнути через неправильну інтерпретацію або неповні дані. Журналісти несуть відповідальність за публікації, тому, навіть якщо контент генерується за допомогою ШІ, відповідальність за точність і етичність цього контенту залишається на журналісті. Це підкреслює важливість контролю з боку людини на всіх етапах використання ШІ в медіа: від створення контенту до його публікації та розповсюдження.

Для збереження етичних стандартів у роботі з ШІ українські журналісти повинні дотримуватися таких рекомендацій:

регулярна перевірка даних: використовувати ШІ для перевірки фактів, але не покладатися виключно на автоматизовані системи;

етичні стандарти в алгоритмах: враховувати етичні норми при налаштуванні та застосуванні алгоритмів ШІ, щоб уникнути упередженості та маніпуляцій;

освіта та підготовка: журналісти повинні постійно підвищувати свою кваліфікацію у використанні технологій ШІ, щоб ефективно і відповідально застосовувати їх у своїй роботі;

контроль та відповідальність: журналісти повинні зберігати контроль над контентом, створеним за допомогою ШІ, і брати на себе відповідальність за його точність і етичність.

Штучний інтелект надає нові можливості для журналістики, але також ставить перед нею нові етичні виклики. У зв'язку з цим Кодекс етики українського журналіста має залишатися орієнтиром для забезпечення об'єктивності, достовірності та відповідальності в медіа, навіть у умовах використання новітніх технологій. Важливо, щоб журналісти активно інтегрували ШІ у свою роботу, водночас дотримуючись високих етичних стандартів і забезпечуючи права та інтереси громадськості.

У сучасній журналістиці на перше місце виходять інноваційні технології, які змінюють як процес створення контенту, так і його споживання. Прогнозується, що ШІ матиме значний вплив на всі етапи журналістської діяльності, від збору інформації до публікації та поширення. Розвиток автоматизації в медіа, створення новин, а також їх аналіз завдяки технологіям на основі ШІ дозволяють зберігати баланс між швидкістю та якістю.

Ураховуючи потенціал штучного інтелекту, особливо важливо, щоб професійні журналісти не лише використовували його, а й регулювали свої дії, згідно з етичними принципами.

Час, коли алгоритми могли б замінити журналістів, може прийти, але основна роль людини — це вміння використовувати технології без шкоди для чесності та правдивості контенту.

Журналістика, як і будь-яка інша професія, відчуває тиск технологічного прогресу. Однак слід зауважити, що принципи, прописані в етичних кодексах, мають залишатися непорушними. Основні завдання журналістів полягають у поширенні правди, адже вони є посередниками між суспільством і реальністю. Проте якщо з'являються нові інструменти, такі як ШІ, журналісти повинні бути здатними використовувати ці інструменти відповідально, не порушуючи моральних і етичних засад.

Важливим аспектом є також те, що використання ШІ не повинно призводити до зниження стандартів професії або заміни людської взаємодії та інтуїції. На відміну від алгоритмів, журналісти здатні враховувати соціальний контекст, культурні особливості та моральні аспекти. Отже, Кодекс етики українського журналіста вимагає, щоб навіть у разі використання новітніх технологій, журналісти залишалися свідомими і відповідальними за створення чесного і об'єктивного контенту.

Сучасні технології надають журналістам можливість працювати з величезними обсягами даних, які можна обробляти і використовувати для створення новин. Застосування ШІ в медіа, зокрема для автоматичного створення новин, підняття тенденцій, пошуку тем та аналітики, є не лише важливим інструментом, але й вимагає уважного ставлення до етики.

Водночас технології можуть призвести до втрати персоналізованого підходу у створенні контенту, що ставить під загрозу унікальність і креативність матеріалів. Кодекс етики українського журналіста акцентує увагу на тому, що журналісти повинні враховувати не лише інтереси своєї аудиторії, але й дотримуватись етичних норм у всіх аспектах своєї діяльності. Особливу увагу варто приділити захисту інтелектуальної власності, оскільки з розвитком ШІ зростає ймовірність неправомірного використання чужих матеріалів.

Штучний інтелект має величезний потенціал для автоматизації процесів у журналістиці, однак він також несе ризики. Наприклад, алгоритми можуть призвести до виникнення фейкових новин або маніпуляцій з фактами, що є серйозним порушенням журналістської етики. Водночас важливо усвідомлювати, що ці технології не можуть замінити журналістів, оскільки вони не здатні до критичного аналізу ситуацій або врахування культурних, соціальних і моральних аспектів.

Алгоритми можуть бути ефективними в роботі з великими обсягами даних або при пошуку трендів, але вони не можуть зрозуміти людські емоції, контекст чи соціальні наслідки публікацій. Відповідно, навіть коли ШІ займається обробкою або створенням контенту, людина повинна залишатись у центрі процесу, забезпечуючи етичність і відповідальність за результат.

Як і будь-які інші інструменти, ШІ вимагає етичного підходу щодо взаємодії з аудиторією. У роботі журналістів із ШІ важливо враховувати моральні питання, пов'язані з приватністю, маніпуляцією та використанням персональних даних. Це питання стає особливо актуальним у часи, коли технології можуть зібрати величезні обсяги інформації про окремих осіб або групи людей.

У зв'язку з цим Кодекс етики українського журналіста наголошує на тому, що медіа повинні використовувати інструменти та технології так, щоб вони не порушували права людей на приватність. Це включає в себе необхідність попередньої інформованості аудиторії про використання їхніх даних для збору інформації через штучний інтелект або інші технології.

З появою нових технологій, таких як штучний інтелект, журналісти повинні мати відповідну підготовку, щоб ефективно використовувати ці інструменти без порушення етичних норм. Це вимагає створення спеціальних курсів, тренінгів і навчальних програм, які б орієнтувалися на те, як використовувати ШІ у журналістиці, при цьому дотримуючись високих стандартів етики.

Важливим аспектом є створення етичних норм, які б регулювали використання ШІ в журналістиці. Це включає в себе розробку рекомендацій і настанов щодо того, як технології можуть бути використані для підтримки об'єктивності, достовірності та відповідальності в медіа.

В умовах подальшого розвитку ШІ, журналістика буде ставати ще більш інтерактивною та персоналізованою. Очікується, що інноваційні технології дозволять не лише створювати новини, але й передбачати потреби аудиторії, пропонуючи їй саме ту інформацію, яку вона хоче отримати.

Водночас важливо враховувати, що майбутнє журналістики повинно залишатися орієнтованим на етику. Використання ШІ не повинно привести до створення контенту, який маніпулює думками аудиторії або порушує права людини. Тому в подальшому необхідно буде постійно вдосконалювати Кодекс етики українського журналіста, зокрема в частині, що стосується використання нових технологій.

У підсумку, штучний інтелект надає нові можливості для журналістики, але й ставить перед нею нові етичні виклики. Кодекс етики українського журналіста має бути адаптований до нових реалій медіа-середовища, де технології відіграють важливу роль, однак залишаються важливими моральні аспекти професії журналіста. Важливо, щоб медіа та їхні працівники не тільки використовували ШІ для підвищення ефективності роботи, але й враховували етичні стандарти, аби уникнути зловживань і забезпечити об'єктивність, достовірність і відповідальність.

1.3. Огляд медіа для аналізу

Огляд медіа для аналізу є важливою частиною дослідження, що сприяє розумінню того, як працює медіапростір, які інформаційні потоки впливають на аудиторію, як технології, зокрема штучний інтелект (ШІ), можуть змінювати сам процес створення і споживання контенту.

Ось кілька важливих аспектів для проведення огляду медіа для подальшого аналізу:

Медіа можна класифікувати за кількома ознаками. Залежно від типу контенту можна виділити:

Традиційні медіа - телебачення, радіо, друковані видання (газети, журнали), що зазвичай мають більш строгі редакційні стандарти та контроль.

Цифрові медіа - новини в Інтернеті, онлайн-новинні платформи, соціальні мережі, блоги, відео- та аудіоплатформи (YouTube, Spotify), що мають більшу гнучкість, але й виклики, пов'язані з перевіркою достовірності контенту.

Соціальні медіа - Facebook, Instagram, Twitter, TikTok та інші платформи, що створюють контент користувачі і є потужними інструментами для поширення новин і залучення аудиторії.

Штучний інтелект активно використовується в медіа для:

Аналізу даних - автоматичне оброблення величезних обсягів даних (наприклад, соцмереж), щоб виявити тренди і створити персоналізовані новини.

Автоматичного створення контенту - деякі медіа використовують ШІ для написання статей на основі даних, зокрема для спортивних оглядів або фінансових звітів.

Оптимізації контенту - алгоритми ШІ визначають, який контент буде цікавий певній аудиторії, таким чином поліпшуючи персоналізацію медіа-матеріалів.

Медіа мають значний вплив на громадську думку, оскільки вони відіграють ключову роль у формуванні соціальних, культурних та політичних уявлень. Огляд медіа для аналізу передбачає дослідження, як різні платформи можуть впливати на суспільні настрої:

Політичні медіа - канали, що зосереджуються на політичних новинах та аналізі, можуть значною мірою впливати на формування політичних переконань.

Медіа, що зосереджені на культурі і соціальних питаннях - платформи, які пропонують контент на тему культури, мистецтва, науки, можуть бути

менш впливовими у порівнянні з політичними медіа, але вони також формують образи і сприяють суспільному розвитку.

Медіа повинні дотримуватися певних етичних стандартів, таких як об'єктивність, точність, відсутність упередженості. З розвитком ШІ в медіа підвищуються вимоги до професійної етики:

Об'єктивність і баланс - важливо, щоб алгоритми, які використовуються для створення новин, не маніпулювали фактами та не створювали неправдиву або упереджену інформацію.

Приватність - питання конфіденційності даних стають особливо актуальними, коли йдеться про медіа, що використовують ШІ для аналізу та персоналізації контенту.

Журналісти і ШІ можуть взаємодіяти у медіа-процесах. Проте важливо визначити, що роль журналіста не зникає з появою ШІ, а лише змінюється:

ШІ для автоматизації - для виконання рутинних завдань, таких як написання новин на основі звітів або аналізу даних.

Журналіст як редактор - штучний інтелект може допомогти журналістам, але професійна діяльність все одно потребує людської інтервенції для забезпечення достовірності, точності та етичності матеріалів.

Український медіа-простір також зазнає трансформацій, пов'язаних з використанням ШІ. Потрібно звернути увагу на:

Інноваційні медіа-платформи - українські медіа активно впроваджують нові технології для покращення користувацького досвіду і підвищення ефективності збору даних.

Юридичні та етичні виклики - у контексті українського законодавства, використання ШІ в медіа вимагає постійного розвитку норм і стандартів, які б захищали права громадян, регулювали питання конфіденційності і забезпечували прозорість у використанні технологій.

Для розуміння, як ШІ змінює медіа, важливо вивчити такі аспекти:

Аналіз користувацьких даних - платформи за допомогою ШІ можуть відстежувати інтереси та поведінку аудиторії, що дозволяє створювати більш персоналізований контент.

Аналіз трендів - через інструменти ШІ можна виявити популярні теми, тенденції, що можуть стати основою для новинних статей.

Незважаючи на те, що вартість інвестицій в технології зростає, використання ШІ в медіа дає значні перспективи для розвитку:

Персоналізація контенту - ШІ дозволяє створювати медіа, що є більш адаптованими до інтересів та переваг кожного окремого користувача.

Автоматизація обробки даних - ускладнення аналізу та роботи з великими масивами інформації без використання ШІ є проблемою для багатьох медіа-компаній.

Огляд медіа для аналізу, особливо з акцентом на використання ШІ, є необхідним етапом для розуміння нових тенденцій у журналістиці та медіа-просторі загалом. Поглиблене дослідження впливу технологій на медіа допомагає не лише з'ясувати актуальні проблеми, а й окреслити можливі шляхи розвитку цієї галузі в майбутньому.

Огляд медіа для аналізу є важливою частиною дослідження, що дає можливість глибше зрозуміти механізми функціонування медіа-простору, вплив нових технологій на створення та споживання контенту, а також можливості для інтеграції штучного інтелекту (ШІ) у ці процеси. Штучний інтелект змінює підходи до виробництва та дистрибуції інформації, що потребує глибокого аналізу, який допомагає визначити ключові фактори впливу, потенційні переваги та ризики.

Традиційні медіа, такі як телебачення, радіо та друковані видання, залишаються важливими інструментами впливу на масову аудиторію. Вони мають значні стандарти щодо об'єктивності та перевірки інформації, що робить їх важливими джерелами для формування громадської думки, особливо в умовах нестабільності чи великих соціальних змін.

Проте, з розвитком технологій, навіть ці платформи адаптуються до змін. Зокрема, цифрові технології дозволяють інтегрувати онлайн-елементи, такі як інтерактивні опитування або новини в реальному часі, що робить традиційні медіа більш інтерактивними.

З розвитком цифрових технологій друковані медіа значно скоротили свою частку на ринку, однак вони все ще залишаються важливими для глибоких аналітичних статей і досліджень, де точність і надійність інформації мають першочергове значення.

Цифрові медіа, до яких відносяться новини в Інтернеті, онлайн-платформи та соціальні мережі, характеризуються високою швидкістю поширення інформації. Вони дають змогу миттєво реагувати на події та формувати думки громадськості. Інтернет-новини та платформи: **Медіа-вебсайти, такі як "BBC", "Reuters" або "CNN"**, пропонують новини в реальному часі, забезпечуючи доступ до різних точок зору і миттєвих реакцій на події. Це сприяє демократизації інформаційного простору, але й породжує питання щодо достовірності інформації.

Платформи, як-от **Facebook, Instagram, Twitter і TikTok**, активно впливають на формування громадської думки, створюючи нові формати споживання контенту. Користувачі самостійно створюють і поширюють контент, що зумовлює потребу в етиці та перевірці фактів. Соціальні мережі стали основним джерелом новин для багатьох людей, що впливає на сприйняття подій і політичну ситуацію в країнах. Вони дозволяють миттєво поширювати інформацію про важливі події, такі як протести або катастрофи, проте ця інформація часто не перевірена, що може призвести до поширення фейкових новин.

Штучний інтелект (ШІ) все більше інтегрується у процеси створення контенту, його персоналізації та поширення. Від автоматичного написання новин до алгоритмів рекомендацій — ШІ змінює підходи до медіа та журналістики, і має кілька ключових напрямків застосування:

Аналіз великих даних - ШІ здатний обробляти величезні обсяги даних, що дозволяє аналізувати аудиторію, тенденції та реакції на різні види контенту. Такі інструменти, як дата-майнінг та аналітика великих даних, дають змогу медіа-організаціям отримувати інформацію про поведінку користувачів, що дозволяє їм створювати більш релевантний та персоналізований контент.

Автоматизація створення контенту - штучний інтелект активно використовується для автоматичного створення новин, зокрема фінансових або спортивних. Це дозволяє медіа швидше реагувати на події, але при цьому постає питання про точність і якість інформації.

Автоматизовані новини - багато газет та медіа-компаній використовують алгоритми для написання коротких новин, наприклад, про результати спортивних матчів або фінансові показники. Це зменшує необхідність у журналістах для виконання рутинних завдань.

Генерація контенту за допомогою ШІ - технології, як GPT-3 та інші мовні моделі, дають можливість створювати текст, який виглядає як створений людиною, що дає медіа значну економію часу та ресурсів.

Персоналізація контенту - ШІ також використовується для створення персоналізованих рекомендацій. За допомогою алгоритмів, які аналізують поведінку користувачів, медіа можуть пропонувати їм новини та статті, які відповідають їхнім інтересам, що покращує досвід користування платформою та збільшує залученість.

Використання ШІ в медіа піднімає низку етичних питань, що потребують ретельного розгляду - проблеми об'єктивності та упередженості: ШІ може сприяти виявленню або навіть посиленню упередженості в медіа. Алгоритми, які навчаються на історичних даних, можуть відтворювати існуючі стереотипи або певні політичні або соціальні упередження.

Захист приватності - ШІ може збирати величезні обсяги даних про користувачів, що викликає занепокоєння щодо захисту особистої інформації. Користувачі повинні бути захищені від несанкціонованого доступу до їхніх

особистих даних, а також повинні бути інформовані про те, як ці дані використовуються.

Проблема фейкових новин - ШІ може бути використаний для створення фейкових новин або маніпулювання інформацією. Алгоритми генерації тексту та зображень можуть бути використані для створення перекручених або повністю вигаданих матеріалів, що потребує посиленої уваги до етичних норм і стандартів. Майбутнє медіа-індустрії тісно пов'язане з розвитком технологій ШІ. Вони відкривають нові можливості для автоматизації, аналізу та персоналізації контенту. Однак є й серйозні виклики, пов'язані з етикою, правами користувачів та якістю інформації.

Адаптація до змін - Медіа-компанії повинні бути готові до постійних змін, які вносить ШІ, і намагатися зберігати високі стандарти етики та достовірності інформації.

Забезпечення балансу між автоматизацією та людським контролем - потрібно знайти баланс між використанням ШІ для автоматизації процесів та збереженням людської участі в виробництві та перевірці контенту. Огляд медіа для аналізу, особливо з огляду на вплив ШІ, показує, як швидко змінюються процеси створення та споживання інформації. Інтеграція ШІ в медіа-індустрію не лише відкриває нові можливості для покращення ефективності та персоналізації контенту, але й породжує нові виклики, зокрема в питаннях етики, приватності та достовірності інформації. Для успішного розвитку медіа в умовах цифрових технологій важливо забезпечити збалансований підхід, який враховуватиме всі ці фактори.

Для дослідження етичного використання штучного інтелекту у журналістиці були обрані чотири медіа — два українські та два зарубіжні.

Вибір ґрунтується на таких критеріях:

- рівень інтеграції цифрових технологій, зокрема ШІ;
- дотримання журналістських стандартів;
- масштаб аудиторії та суспільний вплив;
- відкритість до інновацій.

Зарубіжні медіа:

BBC News (Велика Британія)

Одне з найавторитетніших традиційних медіа у світі, активно використовує ШІ для персоналізації новин та модерації коментарів. BBC має розроблені внутрішні етичні керівництва щодо ШІ [11, с.25].

The New York Times (США)

Один із лідерів цифрових інновацій у журналістиці. Використовує ШІ для аналізу читацької поведінки, генерації рекомендаційного контенту, а також у процесах модерації [2, с.25].

Українські медіа:

Суспільне (НСТУ)

Єдиний в Україні мовник суспільного типу, що декларує дотримання журналістських стандартів та етичних норм. Активно впроваджує інструменти аналітики даних для моніторингу аудиторії [13, с.26].

Українська правда

Незалежне цифрове медіа, яке має значну читацьку аудиторію. Останні роки активно експериментує з аналітичними панелями, вбудованими алгоритмами рекомендацій та інтерактивною візуалізацією даних [14, с.25].

Таке поєднання дозволяє порівняти підходи до використання ШІ у традиційних та цифрових медіа, в умовах як розвинених демократій, так і країни з перехідною економікою.

РОЗДІЛ №2 ДОТРИМАННЯ ЕТИЧНИХ НОРМ У РОБОТІ ОБРАНИХ МЕДІА

2.1. Аналіз використання ШІ в зарубіжних медіа

Аналіз використання штучного інтелекту (ШІ) в зарубіжних медіа є важливим етапом для розуміння тенденцій і технологічних інновацій, що трансформують медіа-сектор. Медіа-організації по всьому світу активно використовують ШІ для автоматизації процесів, створення контенту, покращення взаємодії з аудиторією та вдосконалення методів аналізу даних. У цьому контексті можна виділити кілька ключових напрямків застосування ШІ в медіа.

Аналіз здійснено за такими основними критеріями:

Напрямок використання ШІ — які конкретні функції або процеси автоматизуються (генерація контенту, персоналізація, фактчекінг тощо).

Технологічна складність — рівень впроваджених ШІ-рішень: від базової автоматизації до використання складних алгоритмів машинного навчання.

Тип контенту — сфери застосування ШІ: новини, аналітика, відео, інфографіка, журналістика даних тощо.

Рівень інтеграції ШІ у бізнес-процеси — наскільки глибоко ШІ інтегрований в щоденну діяльність компанії (експериментальний рівень чи системне використання).

Взаємодія з аудиторією — як ШІ впливає на користувацький досвід, персоналізацію контенту, збір зворотного зв'язку тощо.

Протидія дезінформації — наявність систем перевірки фактів та інструментів для виявлення фейкових новин.

Етичний вимір — чи враховується прозорість, відповідальність та захист персональних даних у процесі використання ШІ.

Багато медіа-компаній вже активно використовують ШІ для автоматичного створення новин.

Одним із найбільш поширених напрямків є автоматизація написання коротких новинних матеріалів, таких як звіти про фінансові результати компаній, спортивні події чи навіть погодні умови. Наприклад, компанії як **The Associated Press (AP)** використовують ШІ для написання новин на основі структурованих даних. Вони застосовують алгоритми, що дозволяють швидко генерувати текст із сухих фактів, таких як результати спортивних матчів або фінансові звіти. Це допомагає журналістам зосередитися на більш складних і аналітичних завданнях [11, с.25].

Іншим прикладом є **The Washington Post**, який використовує ШІ-алгоритми для автоматичного написання новин з певних категорій, таких як події в світі бізнесу. Ці алгоритми обробляють великі обсяги даних і генерують первинний текст, який потім доповнюється редакторами для перевірки фактичної точності. Американське видання представило власного **ШІ-чатбота Ask The Post AI**, який налаштований давати стислі відповіді на запити користувачів, опрацьовуючи публікації медіа. Експериментальний інструмент використовує статті, опубліковані редакцією The Washington Post з 2016 року, ранжуючи результати на основі релевантності. Бот має певний поріг для оцінки релевантних публікацій на будь-яке питання. Якщо він не знаходить інформації серед публікацій видання, то не відповідає на цей запит.

ШІ активно застосовується для покращення персоналізації контенту, що дозволяє медіа-компаніям пропонувати користувачам саме ту інформацію, яка їх найбільше цікавить. Застосування алгоритмів машинного навчання дає змогу аналізувати поведінку користувачів і створювати персоналізовані новини та рекомендації на основі їхніх уподобань. Цей підхід є основою роботи таких платформ, як **Netflix**, **Spotify**, або **YouTube**, де контент підбирається для кожного користувача індивідуально, базуючись на його історії переглядів чи прослуховувань.

Google News використовує подібні алгоритми для надання користувачам новин, що відповідають їхнім інтересам, а також для

індивідуального налаштування інформаційного потоку. ШІ допомагає ці платформам підвищити взаємодію з користувачами, що є важливим фактором для медіа-бізнесу, зокрема в умовах конкуренції за увагу аудиторії. У Google-таблицях завдяки ШІ-інструменту за текстовим запитом користувача відбувається автоматична класифікація даних, без потреби вводити їх вручну. Окрім цього, анонсували інструмент **Help me write** для допомоги в написанні текстів у Gmail на мобільних пристроях, який став оновленням функції **Smart Compose**. Охоплює низку генеративних інструментів штучного інтелекту для робочих програм Google. Вони допоможуть в написанні та редагуванні текстів у Docs та Gmail, створенні зображень за коротким текстовим описом для Slides, підготовці автоматичних резюме зборів для Meet.

Завдяки здатності ШІ обробляти та аналізувати великі обсяги даних, медіа-компанії можуть отримувати глибоке розуміння поведінки своїх аудиторій, визначати тренди та оцінювати ефективність своїх публікацій. Такі інструменти, як **big data analytics**, дають змогу медіа-компаніям створювати більш точні прогнози щодо майбутніх тенденцій, покращувати контент і розвивати нові стратегії залучення аудиторії.

Прогнозування трендів і аналіз великої кількості даних є важливим для розуміння поточних настроїв і уподобань аудиторії. Відомо, що **ВВС** використовує ШІ для аналізу величезних обсягів соціальних мереж і коментарів, щоб отримати інформацію про реакцію людей на певні події. Це дозволяє їм гнучко реагувати на запити аудиторії і пропонувати найбільш актуальні новини.

Фейкові новини та дезінформація стали серйозною проблемою для медіа. Використання ШІ у боротьбі з фейками включає розпізнавання маніпуляційних технік, перевірку фактів і автоматичне виявлення неправдивої інформації. Одним із найбільш ефективних методів є

використання алгоритмів для аналізу та виявлення контенту, який має ознаки маніпуляцій чи фальсифікацій.

Так, **Facebook** та **Twitter** застосовують ШІ для виявлення фейкових новин, обмеження поширення дезінформації та боротьби з "ботами", які можуть розповсюджувати фальшиві новини. Вони використовують алгоритми для виявлення та блокування акаунтів, які активно поширюють фальшиву інформацію, а також для перевірки фактів через зовнішні джерела [18, с.31].

ШІ також активно використовується для створення та обробки відеоконтенту. Платформи, такі як **Netflix**, застосовують алгоритми для автоматичного створення трейлерів і рекламних матеріалів, що персоналізуються під конкретну аудиторію. Інші медіа-компанії використовують технології ШІ для генерації анімованих відео чи створення відео з текстових матеріалів, що також допомагає знизити витрати на виробництво.

Використання ШІ в обробці відео також дозволяє поліпшити якість контенту, здійснюючи автоматичну корекцію зображень, поліпшення звуку або навіть створення синтетичних персонажів.

ШІ допомагає журналістам ефективно працювати з великими масивами даних, що є важливим для журналістики даних. Алгоритми можуть здійснювати пошук у величезних обсягах інформації та надавати журналістам інструменти для аналізу корупційних схем, фінансових звітів, політичних скандалів та іншої складної інформації. Одним із прикладів є використання ШІ для роботи з відкритими даними, такими як розслідування **The Guardian** або **The New York Times**, що використовують машинне навчання для розкриття інформації з великих баз даних.

Ще однією цікавою тенденцією є створення віртуальних ведучих новин або навіть повністю автоматизованих журналістів. Платформи як **Xinhua** та **CGTN** вже використовують віртуальних ведучих, створених за допомогою ШІ. Ці ведучі можуть читати новини, обговорювати події та навіть

взаємодіяти з глядачами в реальному часі. Віртуальні журналісти можуть швидко реагувати на події та створювати новини без залучення живих людей.

Використання штучного інтелекту в зарубіжних медіа є невід'ємною частиною сучасної журналістики. ШІ дозволяє підвищити ефективність створення контенту, персоналізувати новини, покращити взаємодію з аудиторією та забезпечити більш високий рівень автоматизації процесів. Однак це також породжує нові етичні виклики, зокрема щодо прозорості, об'єктивності та захисту приватності. Використання ШІ в медіа дозволяє компаніям оптимізувати робочі процеси і краще відповідати на потреби аудиторії, але також вимагає чітких правил і стандартів для забезпечення чесності, достовірності та етики у новому цифровому просторі.

Аналіз використання штучного інтелекту (ШІ) в зарубіжних медіа показує, як швидко технології змінюють підходи до журналістики та медіа-продукції.

Сьогодні медіа-компанії по всьому світу активно інтегрують різноманітні ШІ-рішення для автоматизації різних аспектів своєї діяльності, від генерації контенту до обробки даних та взаємодії з аудиторією.

Одним з важливих напрямків використання ШІ в медіа є автоматизація редакційних процесів. Наприклад, медіа-організації використовують ШІ для швидкої генерації новинних повідомлень, а також для написання статей, що базуються на структурованих даних. Це дозволяє знизити витрати на створення новин і зменшити час на публікацію, оскільки алгоритми здатні швидко обробляти великі обсяги інформації і створювати базовий контент, який згодом може бути відредагований журналістами. Так, компанії, як **The Associated Press** та **The Washington Post**, застосовують технології автоматичного написання для висвітлення фінансових та спортивних новин. Замість того, щоб вручну готувати кожен звіт, алгоритми швидко генерують новини, що базуються на даних, таких як результати матчів або фінансові показники.

ШІ також активно використовують для аналізу та персоналізації контенту. За допомогою машинного навчання та алгоритмів рекомендацій, медіа можуть створювати персоналізовані потоки новин, орієнтуючись на інтереси користувачів. Платформи, як **Netflix**, **Spotify** або **YouTube**, застосовують подібні системи для підбору контенту для своїх користувачів на основі їхніх уподобань і попередніх переглядів. У новинах та медіа ці технології дозволяють підвищити взаємодію з користувачами, забезпечуючи персоналізовані новини, статті чи відео. Наприклад, **Google News** використовує ШІ для аналізу історії пошуку та переглядів, надаючи користувачам найбільш релевантні новини [12, с.41]. **Компанія Bloomberg** у 2023 році запустила **BloombergGPT** — мовну модель, яку навчено на широкому діапазоні даних у фінансовій галузі: фінансових документах, новинах про фінанси, пресрелізах, фінансових документах з інтернету та архівів **Bloomberg**, а також на джерелах новин, що не належать компанії [13]. За допомогою цієї широкомасштабної моделі генеративного ШІ компанія змогла покращити наявні фінансові завдання NLP — такі, як аналіз настроїв, розпізнавання іменованих об'єктів, класифікація новин і відповіді на запитання. [13]

Ще одним важливим аспектом є роль ШІ у боротьбі з фейковими новинами. Оскільки проблема дезінформації стала дуже актуальною для медіа, використання алгоритмів для виявлення маніпуляцій та фальшивих новин стало пріоритетом для багатьох медіа-компаній.

Наприклад, **Facebook** та **Twitter** активно використовують ШІ для виявлення і блокування фальшивих новин та акаунтів, які їх поширюють. Вони застосовують алгоритми для виявлення патернів, що свідчать про організовані кампанії з дезінформації, а також для перевірки фактів через надійні джерела. Подібні інструменти використовуються для визначення контенту, який має ознаки маніпуляцій чи неправди, і таким чином дозволяють знижувати поширення фальшивих новин у медіапросторі.

Ще однією важливою сферою використання ШІ в медіа є автоматизація відеоконтенту. Сучасні алгоритми можуть не тільки аналізувати текст, але й створювати відео з текстових матеріалів, автоматично підбирати відео за ключовими словами або навіть генерувати відео з новинами або спортивними подіями. Так, платформи на кшталт **Netflix** використовують ШІ для автоматичного створення трейлерів і рекламних матеріалів, що персоналізуються під конкретну аудиторію. Ці технології допомагають знизити витрати на виробництво відео та рекламних роликів, а також зробити процес більш ефективним.

ШІ також використовується для вдосконалення роботи з великими даними. У медіа-сфері аналітика даних відіграє важливу роль у формуванні контенту, прогнозуванні тенденцій та вимірюванні ефективності публікацій. За допомогою алгоритмів машинного навчання, медіа-компанії можуть аналізувати величезні обсяги даних, визначати, які теми найбільше цікавлять аудиторію, та створювати контент на основі цих даних. Цей процес дозволяє медіа компаніям краще адаптувати свою стратегію публікацій і відповідно збільшувати взаємодію з користувачами. Однак варто зазначити, що такі інструменти потребують високої якості даних та їхньої правильності, щоб результати аналізу були точними та корисними.

Крім того, ШІ допомагає медіа у створенні нових форм візуального контенту. Наприклад, алгоритми використовуються для автоматичної генерації графіки, інфографіки та анімованих зображень, що значно знижує витрати на створення цих елементів і дозволяє редакціям оперативно реагувати на новини та події. Деякі медіа також використовують ШІ для покращення відео якості, корекції зображень та навіть для створення синтетичних персонажів, що з'являються у новинах.

Такі технології відкривають нові можливості для візуального представлення новин та інформації [9, с.28].

Застосування ШІ в медіа також сприяє розвитку нових форм журналістики, зокрема журналістики даних. ШІ дозволяє журналістам

ефективно працювати з великими обсягами структурованої інформації, що є важливим для розслідувань, аналізу корупційних схем, політичних скандалів чи фінансових звітів. Алгоритми машинного навчання можуть допомогти в автоматичному зборі, обробці та аналізі відкритих даних, що дозволяє журналістам знаходити важливу інформацію та розкривати приховані деталі складних подій. Це дозволяє покращити глибину та якість журналістських розслідувань.

Застосування ШІ в медіа-сфері також підвищує ефективність роботи з аудиторією. Алгоритми можуть аналізувати взаємодію з читачами, збирати дані про їхню поведінку, переваги та інтереси, що дає змогу створювати більш точні прогнози і стратегії для залучення нових читачів і утримання поточних. Медіа-компанії можуть, наприклад, оптимізувати рекламні кампанії, адаптувати контент під конкретну аудиторію та створювати ефективні стратегії для розширення своєї аудиторії.

Але, незважаючи на численні переваги, використання ШІ в медіа також ставить перед журналістами і медіа-компаніями низку нових етичних викликів. Одним із основних питань є відповідальність за контент, створений за допомогою ШІ, а також необхідність забезпечення прозорості в процесах автоматизованої генерації новин. Крім того, необхідно враховувати етичні аспекти, пов'язані з конфіденційністю даних користувачів, а також проблему маніпуляцій і зловживань технологіями для створення фальшивих новин або маніпуляції громадською думкою.

Таким чином, застосування ШІ в медіа надає широкі можливості для підвищення ефективності, автоматизації і персоналізації контенту, проте також вимагає постійної уваги до етичних норм та стандартів, щоб забезпечити довіру до медіа та зберегти високі стандарти журналістики.

2.2. Аналіз використання ШІ в українських медіа.

У сучасному інформаційному суспільстві цифрові технології відіграють дедалі важливішу роль у функціонуванні медіа.

Інструменти, які допомагають медіа автоматизувати рутинні завдання, покращити контент та економити час у повсякденній роботі:

ElevenLabs: сервіс для генерації аудіо, який допомагає швидко створювати озвучення текстів, що значно прискорює підготовку аудіо контенту.

Suno: інструмент для створення персоналізованих пісень за допомогою штучного інтелекту, де голос і мелодія генеруються всього за кілька секунд.

Runway: платформа для генерації відео, що дозволяє журналістам створювати відеоконтент без необхідності реального знімання.

ChatGPT: чатбот, який можна використовувати для різноманітних журналістських завдань – від генерації заголовків і текстів до аналізу документів та підготовки до інтерв'ю.

Easy Peasy API: інструмент для генерації заголовків, покращення SEO-оптимізації та рерайту текстів, який можна інтегрувати в адмінпанель сайту.

HeyGen: сервіс для автоматичного перекладу відео іншими мовами зі збереженням голосу оригінального спікера.

Pinpoint від Google: інструмент для розшифрування аудіо- та відеофайлів, а також для пошуку інформації в журналістських матеріалах.

Transkriptor: сервіс для текстового розшифрування аудіо- та відеофайлів, що спрощує процес підготовки текстових матеріалів.

Filmot: сервіс для пошуку відео, де згадується певне слово чи фраза.

Штучний інтелект (ШІ) поступово проникає в український медійний простір, трансформуючи традиційні підходи до виробництва, верифікації та поширення інформації. Попри те, що впровадження ШІ в українських редакціях ще не має широкомасштабного характеру, вже сьогодні можна говорити про низку ініціатив, які свідчать про поступовий розвиток цієї тенденції.

Українські медіа не менш активно впроваджують технологію ШІ у повсякденну діяльність. Так, **Суспільне ТБ** вже використовує ШІ задля автоматичного генерування субтитрів для своїх новинних програм, що

робить їх доступнішими для людей з вадами слуху. Розвиток штучного інтелекту, поява генеративного ШІ створюють нову хвилю технологічних інновацій, що вплинуть майже на всі сфери людської діяльності. Суспільне прагне поширювати практики відповідального використання ШІ та позитивно впливати на розвиток інформаційних технологій у медіа та якість незалежної журналістики. За допомогою ШІ автоматизуються та поширюються в роботі команд такі процеси: транскрибування (розшифрування) аудіо / відео, переклад, озвучування, субтитрування, допомога у пошуку та зборі інформації, формування чернеток за шаблоном на основі цифрових даних, аналіз великих масивів даних для виявлення тенденцій, закономірностей, гіпотез, що використовується в роботі з аналітичними матеріалами та розслідуваннями, перевірка фактів. Усі перелічені процеси перевіряються та/або адаптуються працівником Суспільного.

Не використовуються інструменти ШІ, які:

- несуть потенційні ризики для подання інформації та можуть призвести до створення «інформаційних бульбашок», поляризації суспільства, упередженості та ін.;
- суперечать стандартам журналістики;
- суперечать стратегії, річному плану Суспільного;
- не виправдані з погляду ресурсів та часу.

Редакція каналу «Факти ICTV» використовує ШІ для аналізу соціальних мереж, щоб виявляти та перевіряти інформацію звідти, що допомагає боротися з дезінформаційними впливами.

Міністерство цифрової трансформації разом із «Лабораторією цифрової безпеки» та Експертним комітетом із питань розвитку ШІ при Мінцифри розробила рекомендації для українських журналістів щодо

відповідального та безпечного використання інструментів штучного інтелекту.

Приклад пов'язаний із новинними редакціями, які хоча й не заявляють відкрито про впровадження ШІ в своїх внутрішніх процесах, проте активно висвітлюють цю тематику. Наприклад, **ТСН (Телевізійна служба новин)** неодноразово публікувала аналітичні матеріали щодо впливу штучного інтелекту на ринок праці, освіти та творчі професії. У такий спосіб редакція не лише інформує свою аудиторію, але й демонструє відкритість до інновацій та технологічних трендів, які можуть змінити спосіб функціонування ЗМІ в майбутньому².

Водночас, варто зазначити, що значна частина українських ЗМІ перебуває лише на початковому етапі вивчення та інтеграції ШІ. На відміну від світових лідерів, таких як «The Washington Post» або «Reuters», які вже використовують ШІ для автоматизованого написання новин, агрегування даних і персоналізації контенту, українські редакції частіше зосереджуються на традиційних підходах до журналістики. Основні перепони на шляху до активного впровадження ШІ в українських ЗМІ — це обмеженість фінансових ресурсів, відсутність спеціалізованих кадрів та недостатній рівень цифрової трансформації в галузі [1, с.35].

Однак українські медіаосвітні організації, зокрема **Академія української преси, Internews Ukraine, Lviv Media Forum**, починають включати модулі про ШІ в свої тренінги та програми підвищення кваліфікації для журналістів. Це є важливим кроком на шляху до усвідомленого та етичного використання ШІ в українських редакціях.

Таким чином, на сучасному етапі ШІ в українських медіа використовується переважно в аналітичній, допоміжній та фактчекінговій функціях. Попри обмежену кількість прикладів безпосереднього застосування технологій для автоматичного створення новинного контенту, тенденція до цифровізації журналістики в Україні є очевидною. У перспективі можна очікувати поступове розширення сфери застосування ШІ,

зокрема в персоналізації інформаційних стрічок, генерації мультимедійного контенту та автоматизації рутинних редакційних процесів.

Таблиця 2.1. Сфери застосування ШІ в українських медіа

	Сфера застосування ШІ	Приклад українського медіа/проєкту	Форма реалізації
	Медіа	Редакція каналу «Факти ICTV»	Аналіз соціальних мереж
	Медіаосвіта і аналітика	Internews Ukraine, Lviv Media Forum	Навчальні програми з медіаграмотності та використання ШІ
	Тренди й аналітичне висвітлення теми ШІ	TCH, Суспільне	Новини, сюжети, інтерв'ю про вплив ШІ на суспільство
	Фактчекінг і боротьба з дезінформацією	Інструмент журналістських розслідувань	Використання ШІ для аналізу текстів, виявлення фейків

Аналіз даних, представлених у таблиці 2.1, свідчить про те, що українські медіа вже активно використовують штучний інтелект у різних сферах своєї діяльності, хоча цей процес ще перебуває на початковій стадії.

Одним із найбільш поширених і найвідоміших методів створення дезінформації за допомогою ШІ є так званий deepfake – технологія, що дозволяє створювати реалістичні фото-, відео- або аудіоматеріали (так званий “синтетичний” контент), маніпулюючи зовнішнім виглядом або голосом людини. Діпфейки знайшли своє прикладне застосування в низці областей,

зокрема в кіноіндустрії, де технологію використовують для відтворення голосів або облич акторів та історичних постатей. Розвиток цих технологій дав поштовх появі доступних для широкого загалу інструментів, таких як DALL-E та Midjourney, що зробило генерування матеріалів за допомогою ШІ швидшим і простішим. Хоча ці інструменти є перспективними для професійного й широкого використання, вони уможливають створення значної кількості шкідливого дезінформаційного вмісту. Діпфейки також почали активно створюватись після повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Ймовірно, найбільш яскравим прикладом є створене в 2022 році відео-діпфейк з обличчям Володимира Зеленського, в якому президент наказує українським військовим скласти зброю та здатись. Хоча тоді оманливе відео було зроблене неякісно і швидко визнане як діпфейк, такі технології здатні швидко розвиватись та ставати все більш реалістичними.

Дослідження впливу фактчекінгу показують, що перевірка інформації значно підвищує рівень обізнаності населення щодо сучасних подій та сприяє формуванню критичного ставлення до джерел інформації. Фактчекінг демонструє громадянам реальну картину політичної арени, викриваючи неправдиві обіцянки та маніпуляції. В цьому контексті, фактчекінг виступає як важливий інструмент зміцнення інформаційної стійкості суспільства та захисту від інформаційних загроз у воєнний час. В часи ведення гострої інформаційної війни кожен журналіст повинен дотримуватися певних вимог до публікації контенту задля запобігання поширенню невірної та спотвореної інформації, тож і перегляд цих правил є необхідним. У контексті України, Центр протидії дезінформації, створений при РНБО, та Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки при Міністерстві культури стали ключовими установами у боротьбі з інформаційними загрозами. Ці організації координують зусилля держави та громадянського суспільства у протидії неправдивій інформації, розробляють механізми швидкого реагування на інформаційні атаки, та підтримують українські наративи, сприяючи зміцненню інформаційної стійкості суспільства. [25, с.126].

Позитивною тенденцією є також інтеграція ШІ в журналістську освіту, що сприяє підвищенню цифрової та медіаграмотності майбутніх фахівців. Крім того, ЗМІ демонструють зростаючий інтерес до аналітичного висвітлення теми штучного інтелекту, що формує у глядачів і читачів критичне мислення та розуміння нових технологій.

Водночас, на сьогодні застосування ШІ в українських медіа є фрагментарним, а масштабних системних впроваджень практично не спостерігається. Це свідчить про необхідність подальших інвестицій, досліджень і розробки національних стратегій цифрової трансформації в медіасфері.

Швидкість та ефективність. Використання ШІ для автоматичного створення новин дозволяє українським медіа значно прискорити процес публікації.

Це особливо важливо в умовах, коли необхідно оперативно висвітлювати події. Залучення ШІ у цей процес дозволяє зменшити навантаження на журналістів і забезпечити швидку реакцію на події.

Персоналізація контенту. Застосування алгоритмів для персоналізації новин дає змогу збільшити взаємодію з користувачами. Оскільки сучасні медіа прагнуть задовольнити інтереси кожного читача, персоналізація контенту дає можливість утримати постійну аудиторію та залучити нових користувачів.

Боротьба з фейками. Використання ШІ для перевірки фактів є важливим кроком до забезпечення достовірності інформації. Враховуючи проблеми з фейковими новинами, автоматизовані системи виявлення неправдивої інформації допомагають підвищити довіру до медіа і зменшити негативний вплив дезінформації.

Візуальний контент. ШІ дозволяє значно знизити витрати на створення інфографіки та відео, що зменшує час, необхідний для підготовки матеріалів. Це також підвищує якість контенту, оскільки дозволяє створювати точні та красиві візуальні елементи для складних даних.

Використання ШІ в українських медіа сприяє підвищенню ефективності роботи, зменшенню витрат, покращенню якості контенту та забезпеченню оперативності в процесі публікацій. Однак, для досягнення максимального результату важливо продовжувати інвестувати в технології та навчати працівників, щоб правильно використовувати можливості ШІ. Ключовим є також забезпечення етичного використання цих технологій, особливо в питаннях перевірки фактів і боротьби з дезінформацією.

Використання штучного інтелекту в медіа стало важливим кроком у розвитку індустрії, і в Україні ця тенденція також зростає. Медіа-організації шукають шляхи для автоматизації процесів, підвищення ефективності роботи та адаптації до нових вимог і змін на ринку. Інновації в цій сфері передбачають значну кількість можливостей, однак вони також несуть певні ризики та виклики, особливо з точки зору етики та захисту інформаційної безпеки. Українські медіа активно використовують штучний інтелект для різноманітних цілей — від автоматизованого створення контенту до більш точного таргетування аудиторії [4, с.33].

Завдяки розвитку алгоритмів штучного інтелекту, українські медіа можуть автоматично генерувати новини з бази даних. Це дозволяє скоротити час на підготовку матеріалів і робить процес створення контенту більш економічним.

Штучний інтелект широко застосовується для аналізу поведінки користувачів та надання персоналізованих рекомендацій контенту. Завдяки алгоритмам машинного навчання, які враховують інтереси та уподобання користувачів, медіа можуть формувати індивідуальні стрічки новин.

Інтеграція ШІ в медіа дозволяє здійснювати глибокий аналіз великих даних для прогнозування медіа-трендів. Це особливо актуально для редакцій, які хочуть залишатися актуальними в умовах швидких змін в індустрії та тенденцій серед аудиторії.

ТСН (Телевізійна служба новин) активно застосовує аналітичні інструменти на базі ШІ для аналізу медіа-контенту та пошуку трендів.

Алгоритми допомагають редакціям визначати, які теми є найбільш популярними серед їхньої аудиторії та передбачати, який контент буде найбільш затребуваним у майбутньому.

В умовах інформаційних війн та поширення фейкових новин, роль ШІ в українських медіа стає все більш важливою для виявлення та запобігання дезінформації. Спеціалізовані алгоритми здатні перевіряти факти та виявляти неправдиві твердження.

Штучний інтелект також може автоматизувати створення візуального контенту, такого як графіка, інфографіка та відео.

Це дозволяє медіа-ресурсам значно скоротити витрати на виробництво візуальних елементів і зосередитись на більш важливих аспектах контенту.

У телевізійних та радіостанціях штучний інтелект застосовується для моніторингу ефірів та автоматизації процесів пов'язаних з контентом. Встановлення систем ШІ для автоматичного редагування відео або синхронізації звуку й відео робить процес трансляцій ефективнішим і зменшує ймовірність помилок, пов'язаних з людським фактором.

Перший національний канал використовує ШІ для автоматизованого монтажу відео та контролю якості звуку під час прямого ефіру. Такі системи здатні визначати момент, коли потрібно змінити кадр або налаштувати звук, що значно спрощує роботу оператора і скорочує час, необхідний для пост-продакшн.

З розвитком мобільних технологій, українські медіа активно інтегрують ШІ в свої мобільні додатки, що дозволяє забезпечити зручний доступ до контенту та автоматичне налаштування функцій згідно з уподобаннями користувачів. Завдяки цьому користувачі можуть отримувати персоналізовані новини безпосередньо на своїх смартфонах, що забезпечує зручність і швидкість доступу до інформації [5, с.26].

Телеканал 1+1 розробив мобільний додаток, який на основі аналізу інтересів користувачів автоматично пропонує контент. Цей додаток включає

в себе новини, відео та інформаційні програми, що підвищує ефективність спілкування з аудиторією.

Один із напрямків використання ШІ полягає в аналізі рекламних кампаній і моделюванні найбільш ефективних стратегій монетизації. Завдяки алгоритмам, медіа-компанії можуть передбачити, який контент має найбільший потенціал для залучення рекламодавців і підвищення доходів.

Український медіахолдинг **Медіа Група Україна** використовує алгоритми ШІ для налаштування рекламних кампаній.

Системи машинного навчання вивчають поведінку користувачів і їх взаємодію з рекламними оголошеннями, що дозволяє точніше налаштовувати таргетинг і збільшувати ефективність рекламних кампаній.

Автоматизація та скорочення витрат: Використання ШІ в медіа допомагає значно скоротити витрати на створення контенту. Це забезпечує зростання ефективності та дозволяє вивільнити час для журналістів, щоб вони могли зосередитися на більш складних і творчих завданнях.

Покращення користувацького досвіду - завдяки персоналізації контенту, медіа можуть пропонувати своїм користувачам більш точні і цікаві матеріали, що значно покращує взаємодію з аудиторією. Це також сприяє збільшенню лояльності користувачів.

Етичні проблеми і боротьба з фейковими новинами - розвиток ШІ допомагає не тільки в автоматизації процесів, але й у боротьбі з фейковими новинами. Проте це вимагає створення більш складних і точних алгоритмів, що гарантують достовірність перевірки фактів і запобігають поширенню дезінформації.

Загалом, використання штучного інтелекту в українських медіа надає великі перспективи, але вимагає уважного підходу щодо етики, захисту даних і забезпечення якості інформації.

2.3. Порівняння зарубіжного та українського досвіду

Порівняння зарубіжного та українського досвіду використання штучного інтелекту (ШІ) в медіа дозволяє виявити важливі відмінності та спільні тенденції у розвитку цієї технології в різних країнах. У цьому контексті можна виділити кілька ключових аспектів: рівень впровадження технологій, сфери використання, етичні та юридичні аспекти, а також готовність до адаптації медіа до швидких змін.

Політика Європейського Союзу спрямована на етичне, але активне використання інструментів штучного інтелекту. Зокрема, у Пропозиції щодо Акту про штучний інтелект зазначається важливість його використання європейцями: “В інтересах Союзу зберегти технологічне лідерство ЄС і забезпечити, щоб європейці могли отримати користь від нових технологій, розроблених і які функціонують відповідно до цінностей, основних прав і принципів Союзу”.

У країнах з розвинутою цифровою економікою, таких як США, Великобританія, Німеччина та Японія, штучний інтелект активно використовується в медіа. Великі медіа-конгломерати, такі як **The New York Times**, **BBC**, **Reuters**, **The Washington Post**, активно впроваджують ШІ для автоматизації різних процесів, від створення новин до аналізу великих даних і персоналізації контенту. Ці медіа мають великі інвестиції в технології, що дозволяє їм розвивати власні інтелектуальні платформи і використовувати передові алгоритми машинного навчання та обробки природної мови (NLP).

The New York Times використовує автоматизовані системи для створення новин на основі фінансових та спортивних подій, **BBC** застосовує ШІ для персоналізації рекомендацій і прогнозування медіа-трендів, а також для боротьби з фейковими новинами.

В Україні використання штучного інтелекту в медіа набирає популярності, але його розвиток ще на початкових етапах порівняно із зарубіжними країнами. Більшість українських медіа обмежуються

використанням основних інструментів ШІ, таких як автоматичне генерування новин або застосування алгоритмів для персоналізації контенту.

Однак деякі передові медіа в Україні, такі як **Укрінформ**, **Лівий Берег**, **Телеканал 1+1** активно інтегрують технології ШІ для створення персоналізованих новинних стрічок, покращення інфографіки та автоматизації деяких процесів редакційної роботи.

Загалом, можна сказати, що український ринок ШІ в медіа активно розвивається, але багато компаній ще не готові вкладати значні кошти в повноцінне використання ШІ, як це роблять зарубіжні колеги.

Зарубіжні медіа в основному використовують ШІ в таких сферах: автоматизація створення контенту, використання ШІ для створення новин на основі даних (наприклад, новини про спорт, економіку, клімат), а також автоматичне створення інфографік та відео, персоналізація контенту, за допомогою алгоритмів рекомендацій медіа персоналізують новини, що дозволяє залучати більше читачів, фактчекінг та виявлення фейкових новин, зарубіжні медіа активно застосовують ШІ для перевірки фактів і виявлення дезінформації.

Проекти, такі як **Full Fact** у Великобританії, використовують автоматичні системи для перевірки фактів та аналізу новин. В Україні основні сфери використання ШІ поки що зосереджені на автоматизованому створенні новин, більшість українських медіа застосовують ШІ для створення новин, пов'язаних із спортивними подіями та фінансами, інфографіка та візуалізація, деякі медіа використовують ШІ для автоматизованого створення інфографіки, що дозволяє швидше і ефективніше передавати складну інформацію, аналіз великих даних, такі медіа, як **ТСН** та **Лівий Берег**, використовують дані для прогнозування трендів та визначення популярних тем [10, с.36].

Незважаючи на те, що використання ШІ в Україні набирає популярності, порівняно з зарубіжними практиками воно зосереджено більше на операційних процесах, ніж на глибокому аналізі та персоналізації

контенту. Етичні та юридичні питання щодо використання ШІ в медіа розглядаються в багатьох країнах через призму прав людини, зокрема через забезпечення прозорості алгоритмів, захисту персональних даних та боротьби з фейковими новинами.

У США та Європейському Союзі активно розвиваються нормативно-правові акти, спрямовані на регулювання діяльності ШІ в медіа та інших галузях, наприклад, **GDPR** (Загальний регламент захисту даних) в ЄС. Зарубіжні медіа активно впроваджують етичні кодекси використання ШІ, що включають: забезпечення прозорості алгоритмів, відповідальність за розповсюдження дезінформації, захист приватності даних.

В Україні етичні питання щодо використання ШІ в медіа ще не врегульовані на рівні законодавства. Поки що українські медіа зіштовхуються з викликами, пов'язаними з недостатнім правовим регулюванням використання даних та забезпеченням прозорості алгоритмів. Однак в умовах євроінтеграції Україна також намагається впровадити деякі принципи GDPR та інші європейські практики, щоб забезпечити етичне використання ШІ. Медіа в розвинених країнах активно інвестують у технології ШІ.

Великі медіа-компанії мають окремі департаменти, які займаються дослідженням і впровадженням інноваційних технологій. Зокрема, **Reuters** має свій проект **Reuters Connect**, який використовує штучний інтелект для персоналізації новин і створення контенту. Вони активно інвестують у нові технології для створення гнучкої медіа-екосистеми.

В Україні більшість медіа з обмеженими бюджетами не можуть дозволити собі значні інвестиції в ШІ. Однак деякі медіа активно шукають шляхи для інтеграції ШІ через партнерства з технологічними компаніями та стартапами. Умови для впровадження інновацій обмежені, але з розвитком цифрових платформ в Україні все більше медіа починають зважати на потенціал ШІ.

Порівняння досвіду використання ШІ в медіа зарубіжними і українськими компаніями показує, що хоча Україна активно впроваджує новітні технології, рівень розвитку та інтеграції ШІ в медіа індустрію все ще значно поступається зарубіжним країнам.

Однак наявність значного потенціалу для розвитку технологій у медіа-секторі, а також зростаюча увага до етичних і правових аспектів використання ШІ дозволяє сподіватися на подальший прогрес і зростання цього напрямку в Україні.

У зарубіжних країнах, особливо в розвинених економіках, інфраструктура для впровадження штучного інтелекту в медіа-сфері вже давно сформована. Вони мають доступ до великих обчислювальних потужностей і передових алгоритмів, які є основою для розробки інтелектуальних систем. Наприклад, великі компанії як Google, Facebook, Amazon інвестують величезні кошти в дослідження та розробку нових технологій, які активно використовуються в медіа.

У той час як в Україні, хоча вже є значні кроки в цьому напрямку, інфраструктура не настільки розвинена, що стримує швидкий розвиток ШІ в медіа. Медійні компанії в Україні, хоч і використовують штучний інтелект для базових задач, часто стикаються з технічними обмеженнями, недостатнім рівнем розвитку локальних стартапів та інноваційних проектів, що обмежує їх можливості. Проте, з огляду на велику кількість талантів в ІТ-секторі, Україна має потенціал стати важливим гравцем на ринку ШІ, якщо інфраструктура буде розвиватися з відповідною швидкістю [5, с.41].

Використання штучного інтелекту в медіа має особливості залежно від жанру журналістики. У зарубіжних країнах, таких як США та Великобританія, медіа активно використовують ШІ для автоматизації створення контенту в специфічних жанрах, зокрема у спортивних новинах, фінансових звітах, кліматичних звітах. Наприклад, **Associated Press (AP)** та **Reuters** використовують ШІ для автоматичного генерування новин на основі даних, що стосуються фінансових ринків і спортивних подій. Це дозволяє

журналістам зосередитися на більш глибокому аналізі і розширених сюжетах.

У випадку України, автоматизація контенту більшою мірою обмежена новинами, що стосуються спорту, погоди, політики, соціальних тем. Медіа, такі як **Укрінформ, Лівий Берег та ТСН** використовують ШІ для автоматичного створення новинних стрічок, пов'язаних із суспільно значущими подіями, зокрема протестами, політичними змінами та іншими важливими подіями. Українські медіа також почали використовувати інструменти ШІ для автоматичного створення новин, пов'язаних із трагедіями, надзвичайними ситуаціями, економічними новинами, що є важливою частиною інформаційного потоку в Україні.

Персоналізація контенту є одним з основних напрямків, у якому штучний інтелект вже активно використовується в медіа як за кордоном, так і в Україні. В Україні великі медіа, такі як **ТСН, СТБ, 1+1**, активно інтегрують алгоритми рекомендацій для персоналізації контенту для користувачів. Вони використовують алгоритми для аналізу поведінки користувачів і на основі цього надають їм релевантні новини. Це дозволяє медіа значно покращити залученість аудиторії, а також збільшити час перебування користувачів на сайті.

У західних країнах цей процес вже набув більш розвиненої форми. Великі медіа, такі як **BBC, The New York Times, The Washington Post**, застосовують більш складні алгоритми для персоналізації контенту. Зокрема, алгоритми не лише пропонують новини, але й використовують штучний інтелект для створення спеціалізованих розділів, рекомендуючи користувачам матеріали, що відповідають їхнім інтересам, за допомогою машинного навчання та аналізу великих даних. Наприклад, **The New York Times** використовує алгоритми машинного навчання для прогнозування нових тем, які будуть цікавити користувачів, що дозволяє їм більш точно формувати редакційну політику та визначати пріоритетні теми.

Незважаючи на швидкий розвиток ШІ в медіа-сфері, є чимало викликів та проблем, з якими стикаються медіа як в Україні, так і за кордоном. Одним з найбільших викликів є етичні питання, пов'язані з використанням ШІ для створення новин. Зокрема, виникає питання про відповідальність за вміст, який створюється штучним інтелектом.

У зв'язку з цим важливо розвивати прозорість алгоритмів та гарантувати, що контент, створений ШІ, не порушує етичні норми і не вводить в оману аудиторію.

У зарубіжних країнах цю проблему активно вирішують через регулювання, введення етичних стандартів для використання ШІ в медіа та створення механізмів, які дозволяють контролювати процес створення контенту. Наприклад, у США та Великобританії багато медіа мають етичні кодекси, які визначають правила використання ШІ в журналістиці. У цих кодексах зазвичай вказується, що контент, створений ШІ, повинен бути чітко позначений як автоматично згенерований, щоб користувачі могли зрозуміти, що це не людська праця, і мати змогу оцінити достовірність цього матеріалу.

В Україні поки що таких етичних норм на рівні законодавства немає, хоча деякі медіа вже починають самостійно розробляти внутрішні правила використання ШІ. Проблема полягає в тому, що українські медіа часто не мають достатньої кількості ресурсів для розробки таких норм, тому це питання вимагає не лише технологічного, але й правового регулювання [16, с.48].

Майбутнє використання штучного інтелекту в медіа обіцяє стати ще більш інтегрованим і адаптованим до потреб аудиторії. У зарубіжних країнах вже активно досліджуються нові можливості використання ШІ для покращення інтерфейсів користувача, розвитку інтерактивних форматів, таких як відео з елементами ШІ, які можуть адаптуватися до інтересів користувача в реальному часі.

В Україні використання ШІ в медіа продовжить зростати, однак важливо, щоб ці технології були адаптовані до реалій українського ринку.

Зокрема, важливою частиною розвитку ШІ в Україні стане не лише технологічне вдосконалення, але й розвиток екосистеми підтримки стартапів, які могли б створювати спеціалізовані рішення для медіа.

Окрім того, необхідно буде продовжувати роботу над етичними та юридичними аспектами, щоб забезпечити правильне та безпечне використання штучного інтелекту в медіа-сфері.

Таким чином, порівняння зарубіжного та українського досвіду показує, що українське медіа-середовище має великий потенціал для впровадження інновацій, але також стикається з численними викликами. Однак цей процес уже активно розвивається, і з часом Україна зможе вийти на рівень використання ШІ в медіа, порівняно з іншими країнами.

РОЗДІЛ №3 ДОСЛІДЖЕННЯ ЩОДО ЕТИЧНОГО ВИКОРИСТАННЯ ШІ У МЕДІА

3.1. Розробка та впровадження національних етичних стандартів для ШІ у журналістиці

Штучний інтелект (ШІ) кардинально змінює журналістику, від автоматизації створення контенту до персоналізації новин для окремих користувачів. Проте, незважаючи на численні переваги, використання ШІ в медіа ставить перед журналістами, видавцями та суспільством низку етичних викликів, що вимагають розробки та впровадження спеціальних національних етичних стандартів. У цьому контексті важливо розглянути, чому такі стандарти необхідні, які основні принципи вони повинні включати та як вони можуть бути реалізовані на національному рівні.

Використання ШІ в журналістиці здатне значно підвищити ефективність медіа, автоматизуючи процеси, покращуючи якість контенту та надаючи нові можливості для аналізу даних. Однак без належного етичного контролю, застосування ШІ може призвести до ряду проблем, таких як:

- ШІ може генерувати новини, які виглядають достовірно, але насправді містять фальшиву або маніпулятивну інформацію.
- Алгоритми можуть збирати дані про користувачів без їхнього відома, порушуючи їхнє право на конфіденційність.
- Визначення відповідальності за контент, створений ШІ, може бути складним. Хто несе відповідальність за помилки чи маніпуляції, коли це автоматично згенерований текст?
- Алгоритми ШІ можуть перенести упередження, присутні в даних, на новини, створюючи потенціал для соціальної нерівності та дискримінації.

Ці проблеми вимагають створення чітких етичних стандартів, щоб забезпечити прозорість, справедливість і точність у використанні ШІ в медіа.

Етичні стандарти для ШІ у журналістиці повинні бути комплексними і орієнтуватися на основні цінності, що лежать в основі журналістики, а саме: правдивість, незалежність, відповідальність, точність і прозорість. Основні принципи таких стандартів можуть включати:

а) Прозорість алгоритмів.

Медіа повинні відкрито інформувати аудиторію про використання ШІ для створення чи редагування контенту. Кожен текст чи матеріал, створений або значною мірою змінений штучним інтелектом, має бути чітко позначений, щоб читачі розуміли, що це не є результатом людської праці.

б) Відповідальність за контент.

Необхідно визначити, хто несе відповідальність за контент, створений або змінений за допомогою ШІ. Це має бути чітко прописано в законодавстві та внутрішніх політиках медіа-компаній, щоб уникнути ситуацій, коли ШІ може бути використаний для поширення фальшивої чи маніпулятивної інформації без покарання для осіб, відповідальних за його впровадження.

в) Захист від упередженості.

Алгоритми ШІ повинні бути навчаннями на нейтральних та об'єктивних даних, щоб уникнути перенесення соціальних чи політичних упереджень на медіа-контент. Усі алгоритми повинні проходити аудит на наявність таких упереджень, щоб забезпечити рівність і точність у висвітленні тем.

г) Приватність та етика збору даних.

Медіа, що використовують ШІ для персоналізації контенту, повинні захищати конфіденційність користувачів. Персональні дані мають збиратися лише за згодою користувачів і використовуватися тільки з етичних та правових підстав, без порушення прав громадян на захист особистої інформації.

д) Аудит та регулювання.

Важливим компонентом етичних стандартів є створення механізмів моніторингу та контролю, які забезпечать належну оцінку діяльності

алгоритмів ШІ. Регулювання повинно включати незалежний аудит технологій ШІ, щоб оцінити їхню точність, етичність і відповідність вимогам захисту прав людини.

Створення національних етичних стандартів для ШІ у журналістиці є важливим кроком для забезпечення етики в медіа-просторі та підвищення довіри до медіа серед громадян. Для цього необхідно виконати кілька ключових кроків:

а) залучення всіх зацікавлених сторін.

Для розробки ефективних етичних стандартів повинні бути залучені не лише медіа-компанії, а й технологічні компанії, правозахисники, урядові органи, науковці та громадські організації. Це дозволить врахувати різні перспективи та створити стандарти, які будуть враховувати інтереси всіх зацікавлених сторін.

б) Розробка законодавчих ініціатив.

Необхідно внести зміни до законодавства, яке регулює медіа, з урахуванням використання новітніх технологій, таких як ШІ. Це включає встановлення чітких вимог до прозорості алгоритмів, захисту даних користувачів, а також визначення відповідальності за дії, що здійснюються за допомогою штучного інтелекту.

в) Підтримка інновацій в етиці ШІ.

Крім того, національні етичні стандарти мають також заохочувати інновації в сфері етики ШІ. Україна може стати лідером у цій сфері, якщо вона створить прозору екосистему для розробки нових етичних практик та технологій, що базуються на принципах справедливості, рівності та недискримінації.

г) Моніторинг та оновлення стандартів.

Етичні стандарти повинні бути динамічними і змінюватися разом з розвитком технологій. Стандарти для ШІ в медіа повинні регулярно переглядатися та оновлюватися, щоб враховувати нові досягнення та можливі ризики, пов'язані з технологічними інноваціями.

У світі вже є приклади успішного впровадження етичних стандартів для ШІ в медіа. Наприклад, Європейський Союз працює над впровадженням загального регламенту з захисту даних (GDPR), який включає вимоги до етики в використанні технологій. Також США розробили низку рекомендацій для використання ШІ в медіа, що акцентують увагу на прозорості алгоритмів і захисті прав людини [13, с.25].

Успішно реалізовані практики в таких країнах, як Німеччина та Швеція, показують, що створення етичних стандартів для ШІ є ефективним методом забезпечення справедливості, прозорості та точності в медіа. Україна може взяти за основу ці приклади для впровадження власних стандартів.

Розробка та впровадження національних етичних стандартів для ШІ у журналістиці є надзвичайно важливим кроком до забезпечення відповідального використання новітніх технологій в медіа-просторі. Вони повинні забезпечувати прозорість, справедливість, точність та етичність у використанні ШІ, одночасно захищаючи права користувачів та забезпечуючи довіру до медіа. Це вимагатиме спільних зусиль уряду, медіа-компаній, технологічних компаній та громадських організацій для створення справедливого і ефективного механізму регулювання.

Таблиця 3.1. Основні принципи етичних стандартів для ШІ у журналістиці

Принцип	Опис	Важливість
Прозорість алгоритмів	Інформування аудиторії про використання ШІ у створенні контенту	Висока
Відповідальність за контент	Визначення осіб, відповідальних за	Висока

		контент, створений ШІ	
Захист упередженості	від	Мінімізація соціальних упереджень в контенті через алгоритми	Середня
Приватність етика збору даних	та	Захист даних користувачів при персоналізації контенту	Висока
Аудит регулювання	та	Періодичний незалежний аудит технологій та їхнього використання	Середня

Прозорість алгоритмів є найважливішим принципом етичних стандартів для ШІ у журналістиці, оскільки забезпечує чітке розуміння того, як саме ШІ впливає на створення контенту. Це дозволяє уникнути маніпуляцій і недобросовісного використання технологій, що особливо актуально для засобів масової інформації, де довіра є основою стосунків з аудиторією.

Відповідальність за контент є критично важливою, оскільки, навіть коли контент створюється за допомогою ШІ, важливо визначити, хто несе відповідальність за його достовірність, етичність і відповідність журналістським стандартам. Це дозволяє уникнути ситуацій, коли недостовірні інформація поширюється без належних санкцій.

Захист від упередженості є важливим, але має трохи менше значення, ніж попередні принципи, оскільки в разі неетичних алгоритмів або недостатньо збалансованих даних, ШІ може посилювати соціальні стереотипи або дискримінацію. Для журналістики важливо, щоб технології, що використовуються, не мали упередженості, інакше це може зашкодити репутації медіа.

Приватність та етика збору даних є одним з найвищих пріоритетів, оскільки в епоху цифрових технологій забезпечення безпеки особистих даних користувачів є обов'язковим. Важливо дотримуватися принципів конфіденційності, зберігаючи етичні стандарти при обробці даних, щоб забезпечити захист персональної інформації.

Аудит та регулювання є важливим аспектом для забезпечення того, щоб технології ШІ в журналістиці працювали в рамках закону і дотримувалися етичних стандартів. Регулярні перевірки і незалежний аудит технологій дають змогу уникнути непередбачуваних негативних наслідків і допомагають підтримувати високий рівень довіри до медіа та їхніх технологічних рішень.

Принципи прозорості, відповідальності та захисту приватності займають найвищі місця у списку важливих аспектів етичних стандартів для ШІ в медіа. Вони мають бути основою всіх політик і рішень, що стосуються використання ШІ [9, с.11].

Регулювання технологій, наявність чітких стандартів і механізмів контролю дозволяють забезпечити етичність використання ШІ і підтримку громадської довіри.

Врахування цих принципів на всіх етапах розвитку і застосування ШІ допоможе журналістам і медіа організаціям ефективно адаптувати новітні технології, мінімізуючи при цьому ризики і негативні наслідки для аудиторії та суспільства в цілому.

Таблиця 3.2. Етапи розробки етичних стандартів для ШІ у журналістиці

Етап	Опис	Часова рамка
Залучення зацікавлених сторін	Консультації з медіа, технологічними компаніями, урядом	3-6 місяців
Розробка	Внесення змін до	6-12 місяців

законодавчих ініціатив	законодавства з урахуванням ШІ	
Підтримка інновацій в етиці ШІ	Сприяння розробці нових етичних практик у медіа	12-18 місяців
Моніторинг та оновлення стандартів	Періодичний перегляд та оновлення стандартів	Щорічно

Залучення зацікавлених сторін на першому етапі є основою для розробки ефективних і збалансованих етичних стандартів для ШІ у журналістиці. Цей етап дозволяє зрозуміти потреби та вимоги всіх учасників — медіа, технологічних компаній, урядів і громадськості. Консультації допомагають визначити головні виклики, з якими стикаються різні сторони, і знайти найбільш ефективні способи їхнього вирішення.

Розробка законодавчих ініціатив є наступним важливим етапом, який дає можливість закріпити етичні стандарти в правовій площині. Внесення змін до законодавства дозволяє офіційно визнати етичні принципи як обов'язкові до виконання, забезпечуючи правову підтримку їх застосування в медіа. Цей етап також сприяє гармонізації українських стандартів з європейськими вимогами, що важливо в контексті євроінтеграції.

Підтримка інновацій в етиці ШІ є важливим етапом для заохочення постійного розвитку етичних практик і стандартів. Підтримка інновацій у цій сфері допоможе пристосувати технології ШІ до нових етичних викликів, забезпечуючи в майбутньому високу відповідальність медіа та технологічних компаній. Це також дозволяє адаптувати етичні норми до змін в технологіях, оскільки ШІ — це швидко розвиваюча галузь.

Моніторинг та оновлення стандартів забезпечує ефективність етичних норм у довгостроковій перспективі. Технології постійно змінюються, і тому

необхідно регулярно переглядати та оновлювати стандарти, щоб вони залишалися актуальними.

Регулярний аудит дозволяє виявляти нові проблеми та ризики, пов'язані з використанням ШІ в медіа, і своєчасно реагувати на них.

Важливість залучення зацікавлених сторін на першому етапі дозволяє створити системний і всеохоплюючий підхід до розробки стандартів, що відповідають інтересам різних груп і мають високу ефективність на всіх етапах [17, с.45].

Розробка законодавчих ініціатив стає ключовим етапом, який дає нормативну базу для забезпечення етичності застосування ШІ в журналістиці, забезпечуючи ефективне регулювання.

Підтримка інновацій допомагає адаптувати етичні стандарти до нових технологій та інновацій, що важливо для створення гнучкої етичної системи, яка враховує швидкість розвитку технологій.

Моніторинг та оновлення стандартів повинні бути регулярними для того, щоб забезпечити сталий розвиток етичних норм і їхню адаптацію до нових умов медіа та технологій.

Ці етапи разом створюють комплексну систему, що дозволяє ефективно впроваджувати етичні стандарти в медіа-галузі, що використовують технології ШІ, і гарантують, що журналістика залишатиметься чесною, прозорою та етичною у відповідь на виклики нових технологій.

Принципи етики, розглянуті в документах, є основою для забезпечення етичності використання ШІ в медіа. Найважливіші з них — прозорість, відповідальність, захист від упередженості, приватність і аудит. Підкреслюється, що важливо створити чіткі та зрозумілі етичні норми для ШІ, щоб уникнути маніпуляцій і помилок у висвітленні інформації. Ці принципи допомагають забезпечити довіру аудиторії до контенту, який створюється за допомогою ШІ, і вказують на необхідність розробки чіткої

нормативно-правової бази, яка б гарантувала етичність використання цих технологій.

Потреба в розробці національних етичних стандартів для ШІ в журналістиці є ключовою для забезпечення адаптації новітніх технологій в рамках журналістської етики. Документи, що описують процес розробки стандартів, вказують на важливість залучення зацікавлених сторін, зокрема медіа-компаній, урядів і громадських організацій, для формулювання загальних вимог до використання ШІ в журналістиці. Також підкреслюється важливість забезпечення правової підтримки стандартів, щоб зробити їх обов'язковими для виконання в усіх медіа.

Важливим етапом є розробка відповідних законодавчих ініціатив, що можуть закріпити етичні стандарти на державному рівні, а також здійснення постійного моніторингу і аудиту застосування технологій ШІ в медіа. Це дозволить запобігти зловживанням технологіями, підтримувати відповідальність медіа-компаній і запобігати поширенню недостовірної інформації або маніпуляцій. Регулярний моніторинг також дає змогу адаптувати етичні стандарти до змін в технологіях і медіапейзаже.

Одним із центральних питань, яке піднято в документах, є необхідність захисту персональних даних і приватності користувачів. Приватність є основним аспектом при впровадженні ШІ, особливо коли йдеться про збір та обробку великих обсягів особистої інформації. Встановлення чітких норм захисту персональних даних дозволяє зберегти довіру користувачів і запобігти можливим правопорушенням у цій сфері.

Вивчення міжнародного досвіду в питаннях використання ШІ в медіа показує, що в ряді країн вже існують чітко визначені етичні норми та законодавчі ініціативи для регулювання використання ШІ в журналістиці. Україна повинна орієнтуватися на ці приклади і адаптувати відповідні стратегії, враховуючи національні особливості та специфіку медіа-ринку [19, с.36].

Необхідність створення та запровадження національних етичних стандартів для використання ШІ в журналістиці є безсумнівною, з огляду на швидкий розвиток технологій та потенційні етичні виклики.

Важливою складовою є співпраця медіа, урядів, технологічних компаній та громадських організацій для формування цієї нормативної бази.

Постійний моніторинг і аудит застосування ШІ у журналістиці дозволяють своєчасно виявляти проблеми та забезпечити коректне використання новітніх технологій.

Законодавчі ініціативи повинні підтримувати етичні норми, створюючи правову основу для регулювання цієї сфери.

Міжнародний досвід та адаптація кращих практик можуть стати основою для розробки українських стандартів та політик у сфері ШІ в журналістиці.

3.2. Освітні ініціативи для журналістів щодо етичного використання ШІ

Освітні ініціативи для журналістів щодо етичного використання ШІ є важливим елементом для забезпечення належного розуміння і застосування новітніх технологій в медіа. З огляду на стрімкий розвиток штучного інтелекту та його активне використання в журналістиці, виникає необхідність у підвищенні професійного рівня журналістів і надання їм знань щодо етики та правових аспектів використання ШІ в створенні контенту. Однією з основних освітніх ініціатив є створення спеціалізованих навчальних курсів, тренінгів і вебінарів, що охоплюють різні аспекти етичного використання ШІ. Ці курси можуть включати основи штучного інтелекту, ознайомлення з принципами роботи ШІ, його можливостями та обмеженнями, а також питання етики, таких як прозорість алгоритмів, відповідальність за автоматично генерований контент і захист приватності. Такі курси допомагають журналістам розуміти, як можна ефективно використовувати ШІ, не порушуючи етичних норм. Важливим елементом є також навчання

використанню інструментів ШІ для створення контенту, таких як генерація текстів, аналіз даних, обробка зображень, при дотриманні етичних стандартів. Окрім того, курси мають охоплювати правові аспекти використання ШІ, зокрема законодавчі ініціативи та стандарти, що регулюють цей процес, захист авторських прав та даних користувачів. Створення таких програм навчання може здійснюватися як державними установами, так і незалежними навчальними закладами або професійними асоціаціями. Програми навчання також можуть бути доступні через онлайн-платформи, що дозволяє журналістам отримувати необхідні знання незалежно від їхнього місцезнаходження.

Ще одним важливим аспектом є участь українських журналістів у міжнародних освітніх програмах та співпраці з глобальними організаціями, які працюють над розвитком етики ШІ в медіа. Організації, такі як **International Federation of Journalists (IFJ)**, **European Federation of Journalists (EFJ)** і **Global Editors Network (GEN)**, активно займаються розробкою стандартів і рекомендацій для етичного використання ШІ в журналістиці. Участь у міжнародних тренінгах, конференціях та вебінарах дозволяє українським журналістам ознайомлюватися з найкращими світовими практиками та адаптувати їх до національних умов, що дозволяє дотримуватися високих етичних стандартів і відповідальності при використанні новітніх технологій. Міжнародні ініціативи допомагають українським медіа інтегруватися в глобальний інформаційний простір і сприяють обміну досвідом між журналістами з різних країн [21, с.47].

Іншою важливою ініціативою є програми стажування для журналістів у медіа-організаціях або технологічних компаніях, які спеціалізуються на розробці інструментів ШІ для медіа. Таке стажування дозволяє журналістам отримати реальний досвід використання ШІ, знайомитися з інноваційними інструментами та розуміти внутрішні процеси, які допомагають створювати етичні алгоритми і забезпечувати безпеку даних. Підвищення кваліфікації через стажування також дозволяє журналістам краще орієнтуватися в

питаннях правових норм і етики, що стосуються створення та обробки контенту.

Дискусійні майданчики, круглі столи та публічні обговорення також є важливою освітньою ініціативою для журналістів, де вони можуть зустрічатися з експертами в галузі ШІ, етики і права, обговорювати проблеми і формулювати нові підходи до етичного використання ШІ. Такі заходи дозволяють створювати платформи для обміну думками і рекомендаціями щодо етики застосування ШІ в журналістиці, а також сприяють виробленню спільних стандартів і рекомендацій для медіа. Важливо, що ці дискусії дають можливість не тільки обговорити існуючі проблеми, але й сприяють розвитку нових підходів до відповідального використання технологій у медіапросторі.

Не менш важливим є розвиток партнерств між медіа-організаціями та технічними компаніями, що спеціалізуються на розробці інструментів для ШІ. Такі партнерства дозволяють журналістам краще розуміти можливості та обмеження технологій ШІ, створювати етичні кодекси для використання ШІ та працювати над розробкою нових інструментів, які відповідають високим стандартам етики і безпеки. Спільні дослідження, розробка етичних кодексів і обмін досвідом між медіа та технологічними компаніями дозволяють створювати зручні й безпечні інструменти для журналістів, що відповідають вимогам етики та законодавства. Окрім того, такі партнерства можуть сприяти підвищенню кваліфікації медіа-персоналу в використанні нових технологій, що дає можливість журналістам ефективно використовувати інструменти ШІ в межах етичних та правових норм.

Важливо також, щоб освітні ініціативи постійно оновлювалися, оскільки ШІ є швидко змінною технологією, що постійно вдосконалюється. Регулярне оновлення навчальних програм і підтримка зв'язку з експертами в галузі ШІ є необхідними для того, щоб журналісти мали актуальні знання і могли ефективно застосовувати новітні технології, зберігаючи високі стандарти етики. Ці ініціативи допомагають створити професійну спільноту

журналістів, яка здатна впоратися з викликами, які ставлять нові технології, і сприяє розвитку більш етичного і відповідального медіапростору.

Таким чином, освітні ініціативи для журналістів щодо етичного використання ШІ сприяють не тільки підвищенню кваліфікації професіоналів, а й формуванню відповідального ставлення до нових технологій у медіа. Вони забезпечують необхідні знання для ефективного використання ШІ в журналістиці та сприяють розвитку етичних і правових стандартів, які допомагають уникати негативних наслідків від використання цих технологій у створенні контенту [3, с.34].

Розвиток штучного інтелекту (ШІ) у сфері медіа та журналістики відкриває нові горизонти для створення контенту, обробки даних, автоматизації багатьох процесів і аналізу величезних обсягів інформації. Однак застосування ШІ в медіа також ставить серйозні етичні, юридичні та соціальні питання, які потребують детального розгляду та вирішення. У цьому контексті освітні ініціативи стають важливим інструментом для підготовки журналістів до нових викликів. Вони сприяють формуванню у професіоналів знань і навичок, необхідних для етичного та ефективного використання технологій ШІ у їхній роботі.

Однією з основних проблем є відсутність єдиного і чіткого підходу до регулювання ШІ у журналістиці, що особливо актуально в умовах швидких технологічних змін. Це створює потребу у постійній адаптації освіти та професійного розвитку журналістів, щоб вони могли не лише використовувати новітні інструменти, але й розуміти їхню етичну та правову сутність. Оскільки ці технології ще не отримали повного правового регулювання, важливо надавати журналістам знання не тільки про технічні аспекти використання ШІ, а й про потенційні ризики, такі як маніпуляції, фальсифікація новин та порушення приватності.

Для розв'язання цих проблем освітні ініціативи можуть включати курси та програми, що забезпечують журналістів знаннями з таких тем, як:

Прозорість алгоритмів та їхня відповідальність. Оскільки штучний інтелект у створенні контенту працює на основі алгоритмів, журналісти повинні розуміти, як працюють ці алгоритми, на яких даних вони навчаються і які можуть бути їхні обмеження. Наприклад, деякі алгоритми можуть відтворювати упередженість або маніпулювати інформацією, тому важливо вивчати їхню прозорість, що допоможе уникнути етичних порушень.

Захист авторських прав і уникнення плагіату. ШІ здатний створювати контент, який може бути схожим на існуючі твори, тому важливо, щоб журналісти розуміли правові норми, що регулюють використання штучно згенерованого контенту, і могли відрізнити оригінальний контент від того, що створене за допомогою ШІ.

Етика обробки даних. ШІ в медіа не лише генерує контент, але й аналізує великі обсяги інформації. Це створює ризики порушення приватності та неправомірного використання особистих даних. Тому журналісти повинні бути знайомі з етичними принципами збору та обробки даних, а також правовими аспектами, що регулюють обробку інформації.

Аналіз та ідентифікація дезінформації. ШІ може бути використаний для автоматичного створення новин, але також може бути зловжито для поширення фейкових новин або маніпуляцій. Освітні курси повинні включати інструкції для журналістів про те, як використовувати технології ШІ для виявлення дезінформації, а також вміння оцінювати достовірність джерел і фактів.

Розуміння юридичних аспектів використання ШІ. Законодавство щодо ШІ у журналістиці ще не сформульовано чітко в багатьох країнах. Тому важливо, щоб журналісти розуміли потенційні юридичні наслідки використання технологій ШІ, такі як захист інтелектуальної власності, порушення авторських прав, відповідальність за поширення неправдивої інформації, а також питання, що стосуються безпеки і захисту особистих даних.

Окрім академічних програм, існують різні форми інтерактивного навчання для журналістів. Наприклад, спеціалізовані тренінги, які дозволяють працювати з реальними інструментами для роботи зі штучним інтелектом, можуть допомогти журналістам освоїти такі технології, як автоматична генерація тексту, створення відео та зображень за допомогою ШІ, а також аналіз даних за допомогою великих баз даних. Це дозволяє не лише поглибити теоретичні знання, але й набути практичних навичок, які необхідні в умовах реального інформаційного середовища.

Зараз багато медіа-організацій по всьому світу пропонують курси для своїх журналістів, спрямовані на навчання їх етичному використанню технологій ШІ. Наприклад, такі програми часто включають практичні заняття, де журналісти використовують ШІ для автоматизації перевірки фактів, створення коротких новинних повідомлень або аналізу великих обсягів текстових матеріалів. Подібні курси стають важливою частиною навчання сучасних журналістів, оскільки дозволяють поєднати класичні журналістські навички з новітніми технологіями [7, с.33].

Додатково, багато міжнародних організацій, таких як **International Federation of Journalists (IFJ)** та **Global Editors Network (GEN)**, активно організовують освітні ініціативи, що сприяють обміну досвідом серед журналістів різних країн і допомагають створювати універсальні етичні стандарти для використання ШІ в медіа. Завдяки таким ініціативам журналісти можуть не тільки здобути знання, але й обговорити з колегами з інших країн найкращі практики застосування ШІ в створенні новин.

Для України також важливо організувати подібні курси і тренінги для журналістів. Ураховуючи швидкий розвиток ШІ в медіа, необхідно створювати національні програми, що сприятимуть розвитку етичного використання новітніх технологій в українському інформаційному просторі. Це дозволить українським журналістам підтримувати високі стандарти в роботі і ефективно використовувати ШІ без шкоди для суспільства.

Варто також відзначити роль **медіа-освітніх платформ** та **онлайн-курсів**, які стають доступними для журналістів не лише в великих містах, а й в більш віддалених регіонах. Це важливо, оскільки відкриває можливості для навчання широкому колу журналістів і медіапрофесіоналів, незалежно від їхнього географічного положення. Онлайн-курси також мають перевагу в тому, що вони можуть бути доступними 24/7, що дозволяє журналістам проходити навчання в зручний для них час.

Загалом, освітні ініціативи є важливим інструментом для забезпечення етичного використання ШІ в журналістиці. Вони дозволяють журналістам отримати необхідні знання для розуміння новітніх технологій, для етичного використання ШІ в їхній професійній діяльності та для створення ефективних і коректних медіа-продуктів, що відповідають високим етичним стандартам. Важливо, щоб освітні програми адаптувалися до швидко змінюваного ландшафту технологій та надавали журналістам актуальні інструменти та знання для ефективної роботи в умовах цифрової трансформації медіапростору.

3.3. Перспективи вдосконалення етичних практик у роботі медіа

Перспективи вдосконалення етичних практик у роботі медіа є важливою темою, оскільки розвиток новітніх технологій, зокрема штучного інтелекту (ШІ), а також змінюється природа медіапростору, що ставить нові виклики перед журналістами, редакціями та медіаорганізаціями загалом. Технологічний прогрес і збільшення ролі ШІ в створенні контенту, перевірці фактів, аналізі даних і автоматизації процесів журналістики потребують переосмислення та вдосконалення етичних стандартів і практик. Враховуючи ці зміни, перспективи вдосконалення етичних практик у медіа можна поділити на кілька основних напрямків:

Однією з основних перспектив є створення чітких етичних стандартів і кодексів для журналістів, які працюють із ШІ. Оскільки ШІ може бути використаний для автоматичного створення новин, а також для аналізу

великих обсягів даних, важливо забезпечити, щоб ці технології не ставали джерелом порушень етики, таких як маніпуляція фактами або порушення приватності.

Інтеграція етичних кодексів для ШІ в існуючі медіа-структури дозволить визначити конкретні правила та норми щодо застосування технологій, що знижуватиме ризики фальсифікації та підвищить рівень відповідальності журналістів та медіаорганізацій. Наприклад, важливими етичними принципами повинні стати прозорість алгоритмів, відповідальність за використання технологій ШІ, а також забезпечення достовірності та точності інформації, створеної за допомогою штучного інтелекту.

Ще однією важливою перспективою є розширення програм освіти та тренінгів для журналістів, спрямованих на етичне використання технологій ШІ. Це дозволить медіапрофесіоналам не тільки здобувати нові навички роботи з інноваційними інструментами, але й розуміти етичні та правові ризики, що виникають при використанні ШІ.

Зокрема, варто створити навчальні курси, які б охоплювали важливі аспекти, такі як етика обробки даних, виявлення маніпуляцій і фейкових новин, а також навички застосування ШІ для перевірки фактів та анонімізації даних. Завдяки цьому журналісти зможуть приймати обґрунтовані рішення в ситуаціях, де використання ШІ може ставити під загрозу етичні стандарти.

Щоб уникнути маніпуляцій і зловживань в медіапросторі, необхідно створити більш чіткі стандарти прозорості в роботі медіа з технологіями ШІ. Це стосується не лише розкриття алгоритмів, що використовуються для створення або фільтрації контенту, але й інформування аудиторії про те, чи був контент згенерований чи змінений за допомогою ШІ. Важливо, щоб читачі або глядачі могли легко ідентифікувати використання ШІ в створенні матеріалу, особливо коли мова йде про чутливі теми, такі як політика, екологія чи наука [22, с.46].

Медійні організації повинні зобов'язуватися публічно вказувати на використання алгоритмів ШІ та забезпечувати доступ до відповідної

інформації. Це не лише сприятиме підвищенню довіри аудиторії, але й допоможе уникнути потенційних юридичних або етичних порушень.

Етичні практики в медіа також мають враховувати питання захисту персональних даних, оскільки з використанням ШІ збільшується можливість збору і обробки величезних обсягів особистої інформації. Враховуючи це, медіаорганізації повинні зобов'язуватися дотримуватися високих стандартів щодо збору, обробки та зберігання даних, щоб уникнути порушень прав людини та приватності.

Журналісти повинні бути обізнаними щодо ризиків, пов'язаних з незаконним збором особистих даних або їх використанням без згоди осіб. Важливими є також етичні питання, пов'язані з анонімізацією та безпекою даних, особливо при використанні ШІ для журналістських розслідувань.

Одним із головних напрямків розвитку етичних практик є використання ШІ для автоматичної перевірки фактів і боротьби з дезінформацією. Сучасні ШІ-алгоритми здатні аналізувати великі обсяги тексту, порівнювати їх з іншими джерелами і знаходити фактичні помилки чи маніпуляції. Це може стати потужним інструментом для підвищення достовірності новин і запобігання поширенню фейкових новин.

Для цього необхідно створити чіткі етичні рамки, які б визначали, як і коли використовувати ці технології, щоб уникнути упередженості та зловживань. Наприклад, медіаорганізації можуть встановити стандарти для автоматичної перевірки фактів, які будуть доповнювати роботу журналістів, а не замінювати їх.

Оскільки технології ШІ мають глобальний характер, важливою перспективою є розвиток міжнародної співпраці для розробки універсальних етичних стандартів і норм для використання ШІ в журналістиці. Це дозволить країнам з різними правовими, культурними та етичними традиціями працювати разом для створення єдиних стандартів, що сприятиме підвищенню рівня довіри до медіа на світовому рівні.

Спільна робота міжнародних організацій, таких як **UNESCO, OECD**, а також профільних медіа-асоціацій може допомогти створити рекомендації та етичні кодекси, які регулюватимуть застосування ШІ в журналістиці по всьому світу. Це також дозволить запобігти етичним ризикам, що можуть виникнути в результаті локальних різниць у правових системах або культурних контекстах.

Важливою перспективою є також розвиток етики відповідальності та взаємної довіри серед журналістів, медіаорганізацій і їхніх аудиторій. Оскільки ШІ змінює правила гри у журналістиці, важливо, щоб журналісти могли використовувати ці технології, не знижуючи свого рівня професіоналізму та етики [10, с.16].

Прозорість, чесність і відповідальність перед аудиторією мають залишатися основними принципами медіа, навіть з впровадженням новітніх технологій. Щоб забезпечити цю відповідальність, медіа мають активно працювати над формуванням нових етичних стандартів, що дозволять поєднувати технологічний прогрес і соціальні норми в медіа-просторі.

Перспективи вдосконалення етичних практик у медіа передбачають інтеграцію нових стандартів і підходів, що враховують вплив новітніх технологій, зокрема ШІ. Важливою є роль освітніх ініціатив, які сприятимуть підвищенню рівня професіоналізму серед журналістів, а також міжнародне співробітництво для створення глобальних етичних норм і стандартів.

Перспективи вдосконалення етичних практик у медіа з розглядом використання штучного інтелекту (ШІ) обов'язково повинні охоплювати всі аспекти від освітніх ініціатив до створення чітких регулюючих норм, що дозволяють технологіям служити на благо журналістики, зберігаючи при цьому високий етичний рівень роботи медіа. Розглянемо детальніше, яким чином ці напрями можуть бути реалізовані в майбутньому і які виклики стоять перед медіа у зв'язку з технологічними змінами.

Штучний інтелект уже стає звичайною частиною журналістської практики, і для того, щоб адаптуватися до цієї реальності, медіа-сфера

повинна зосередитись на розвитку освіти та підвищенні кваліфікації працівників. Навчальні програми для журналістів повинні бути адаптовані до сучасних вимог, включаючи навчання роботі з новими інструментами ШІ, а також освоєння етичних норм, необхідних для інтеграції цих технологій в журналістську діяльність.

Це включає знання не лише технічних аспектів роботи з ШІ, але й етики, правових аспектів обробки даних і захисту приватності.

Програмами навчання для журналістів має бути передбачене усвідомлення потенційних ризиків маніпулювання даними, порушень приватності та генерування фальшивої інформації. Вже на етапі формування початкових курсів для студентів журналістських факультетів потрібно включати спеціалізовані модулі, що покликані навчити працювати з великими даними, автоматизованими системами для перевірки фактів і з технологіями для створення контенту.

У рамках освітніх ініціатив можна організовувати семінари, курси підвищення кваліфікації для журналістів, а також створювати інтернет-платформи для самонавчання, де професіонали можуть отримати актуальні знання з етики використання ШІ в журналістиці, правових питань, а також з технічних аспектів застосування цих технологій у практиці. Висококваліфіковані медіа-фахівці з розумінням етики та правових норм будуть здатні краще працювати в умовах змін, забезпечуючи високу якість матеріалів, що генеруються автоматизованими системами.

Для того, щоб ШІ справді служив інтересам медіа і зберігав довіру до журналістики, необхідно, щоб медіа-організації адаптували свої внутрішні етичні кодекси з урахуванням нових технологій. Важливим кроком у цьому напрямку є перегляд стандартів щодо використання ШІ в створенні новин, зокрема, стосовно питань чесності, достовірності і відповідальності перед аудиторією. Оскільки технології можуть автоматично генерувати контент, а також швидко опрацьовувати великий обсяг даних, варто створити чітке регулювання того, як і коли такі технології можуть бути використані.

Один з основних напрямів вдосконалення етичних практик полягає в визначенні чітких принципів застосування ШІ, зокрема щодо таких аспектів:

Прозорість та відкритість щодо використання алгоритмів ШІ. Медіа-організації повинні інформувати свою аудиторію про те, які саме технології використовуються для створення матеріалів, зокрема, чи були вони автоматично згенеровані або перероблені за допомогою ШІ.

Контроль за вмістом, згенерованим ШІ. Оскільки алгоритми можуть впливати на об'єктивність і точність інформації, важливо встановити механізми контролю за змістом. Це може бути як технічний, так і журналістський контроль за інформацією, що генерується автоматично.

Розробка стандартів етики для використання технологій ШІ. Це може включати правила, що стосуються того, які теми та види контенту можуть бути згенеровані за допомогою алгоритмів, а які потребують людського втручання, щоб забезпечити баланс між автоматизацією та дотриманням етичних норм.

Перегляд таких стандартів дозволить зробити медіа більш відповідальними в умовах технологічної революції, яка не завжди може бути етичною або правовою без належного контролю.

Іншою важливою перспективою є розробка чітких правових норм на рівні держав та міжнародних організацій. І хоча в багатьох країнах вже існують деякі закони, що регулюють використання новітніх технологій, зокрема у контексті приватності та захисту персональних даних, на рівні медіа виникають додаткові етичні проблеми. Оскільки ШІ здатен масово створювати або модифікувати контент, може виникати проблема зловживання технологіями для маніпуляцій, генерації фейкових новин або використання технологій для порушення приватності.

На рівні міжнародних організацій таких як ООН, Європейський Союз або UNESCO може бути розроблено загальноприйнятий етичний кодекс для використання ШІ в журналістиці. Ці організації могли б визначити спільні

правила для медіа по всьому світу, на основі яких країни могли б приймати внутрішні закони для регулювання цих процесів.

Зокрема, це стосуватиметься питань, як створення алгоритмів для автоматичного генерування новин, перевірки фактів, а також контролю за якістю даних [3, с.33].

Важливою також є відповідальність урядів за забезпечення виконання етичних норм у межах своєї юрисдикції, що дасть змогу запобігти маніпуляціям з інформацією та забезпечити рівні умови для медіа на міжнародній арені.

Штучний інтелект має великий потенціал у боротьбі з дезінформацією, і вже зараз існують інструменти, що допомагають виявляти фейкові новини та маніпуляції. За допомогою технологій машинного навчання можна автоматично перевіряти факти, виявляти неправдиві заяви або відео, що було підроблено. Важливим є забезпечення використання таких технологій на всіх рівнях журналістики, зокрема, в моніторингу інформаційних потоків і фільтрації потенційно небезпечних матеріалів.

Завдяки розробці інструментів ШІ, які здатні сканувати великі обсяги тексту і порівнювати їх з іншими джерелами, можна автоматично виявляти брехливу інформацію і припиняти її поширення на ранніх етапах. Це дозволить журналістам бути більш ефективними у боротьбі з фейковими новинами та маніпуляціями в Інтернеті, зменшуючи негативний вплив на громадську думку.

З впровадженням ШІ для аналізу великих даних також виникають етичні проблеми, пов'язані з прозорістю в обробці цих даних. Медіа часто працюють з великими обсягами інформації, зокрема з персональними даними користувачів, і важливо забезпечити відповідність таких практик етичним стандартам. Це вимагає від медіа організацій дотримуватися принципів конфіденційності та безпеки даних, а також розробляти чіткі політики щодо використання даних.

Медіа також повинні вказувати на джерела своїх даних і на те, як саме вони були оброблені за допомогою ШІ.

Це дозволить підвищити рівень довіри з боку аудиторії і сприятиме більш чесному й відкритому використанню технологій у журналістській діяльності.

Ці напрямки і перспективи розвитку етичних практик в медіа є важливими для забезпечення надійності та достовірності журналістики в умовах швидких технологічних змін. Надання належної уваги розвитку освітніх програм для журналістів, вдосконалення етичних стандартів, розробка правових норм і створення інструментів для боротьби з дезінформацією дозволить зробити медіа більш стійкими до викликів, які ставить перед ними розвиток штучного інтелекту.

ВИСНОВКИ

У сучасному світі використання штучного інтелекту (ШІ) в медіа набуває все більшої актуальності, оскільки ці технології дозволяють значно підвищити ефективність роботи медіа-організацій, автоматизувати рутинні процеси, а також поліпшити обробку великих обсягів інформації. Проте, впровадження ШІ також спричиняє нові виклики, зокрема в етичному, правовому та соціальному аспектах, що потребує розробки чітких стандартів та практик для регулювання цього процесу.

Для успішної адаптації медіа до швидко змінюваного технологічного середовища важливо зосередити увагу на освітніх ініціативах, що сприятимуть підвищенню кваліфікації журналістів у питаннях використання ШІ. Це включає навчання основам роботи з ШІ, етичним питанням, а також правовим аспектам, що стосуються обробки даних. Важливо також забезпечити професіоналів сучасними інструментами для боротьби з дезінформацією, що є однією з головних загроз в умовах автоматизації новинних процесів.

Важливим напрямком є перегляд етичних стандартів медіа, зокрема, щодо прозорості у використанні ШІ та автоматичних алгоритмів. Медіа повинні бути відповідальними перед своєю аудиторією та інформувати її про використання технологій у створенні контенту, а також забезпечити механізми контролю за достовірністю і об'єктивністю публікацій, що генеруються або модифікуються штучним інтелектом.

Проблеми, пов'язані з використанням ШІ в медіа, потребують не лише професійного контролю з боку редакцій, а й відповідних правових норм. Для цього важливо розробити та запровадити законодавчі акти, які б регулювали використання нових технологій у журналістиці, враховуючи етичні питання, захист персональних даних та боротьбу з фальшивими новинами. Прозорість у використанні даних і алгоритмів має бути гарантована на рівні законодавства.

Застосування ШІ може значно посилити боротьбу з фейковими новинами та іншими формами дезінформації. Автоматичні системи перевірки фактів і сканування великих обсягів інформації дають змогу виявляти маніпуляції та порушення достовірності на ранніх етапах. Це, у свою чергу, сприятиме збереженню довіри до медіа і підвищенню їхнього авторитету серед аудиторії.

Оскільки штучний інтелект є глобальним феноменом, для забезпечення етичного та правового використання цих технологій у медіа важливо розвивати міжнародну співпрацю. Розробка міжнародних стандартів, що стосуються етики і правових норм використання ШІ в медіа, стане важливим кроком до забезпечення стабільності та справедливості в глобальних інформаційних потоках.

Впровадження ШІ в медіа також вимагає технічної адаптації. Медіа-організації повинні інвестувати в сучасні технології, що дозволяють автоматизувати процеси, зокрема збору даних, створення новин і перевірки фактів. Також важливою є інтеграція ШІ в існуючі інформаційні платформи, що дозволить зберегти якість контенту при одночасному зниженні витрат на виробництво матеріалів.

Важливим аспектом є розробка чітких правил для використання алгоритмів ШІ в журналістиці. Медіа повинні надавати аудиторії доступ до інформації про те, як саме працюють алгоритми, що застосовуються для створення контенту, а також забезпечувати механізми для людського контролю за цими процесами, щоб уникнути помилок і маніпуляцій.

Впровадження ШІ також має соціальні наслідки, зокрема, це стосується зміни ролі журналістів та їхнього місця в редакційних процесах. Важливо забезпечити відповідний баланс між автоматизацією і людським втручанням, щоб технології не замінили журналістів, а стали їм помічниками. Залишається важливим забезпечення професіоналізму, об'єктивності і точності інформації, навіть якщо вона була створена або модифікована за допомогою ШІ.

У перспективі, ефективно і етично правильне використання ШІ в журналістиці можливе лише за умови комплексного підходу, що включає підвищення кваліфікації журналістів, розробку чітких етичних і правових стандартів, а також підтримку прозорості і відкритості у використанні нових технологій. Ці заходи сприятимуть збереженню високого рівня довіри до медіа та підвищенню якості журналістики в умовах технологічних змін.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Стаття: Адамчук В. Штучний інтелект в медіа: етичні виклики та шляхи їх вирішення. Київ: Наукова думка. 2021.
2. Книга: Бабченко В. Етика журналістики: теорія та практика. Київ: Літера ЛТД. 2022.
3. Стаття: Безкоровайна О. І., та Сорока С. В. Штучний інтелект та його застосування в медіа-сфері: етичні та правові аспекти. Київ: Наукова думка. 2021.
4. Стаття: Беляєва І. А. Штучний інтелект і медіа: етичні стандарти та професійна практика. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна. 2020.
5. Стаття: Бондаренко Т. А. Цифрові медіа та їх етика: штучний інтелект у новинах та журналістиці. Львів: Видавництво «Освітній простір». 2022.
6. Книга: Бронштейн М. Роль штучного інтелекту в розвитку сучасної журналістики. Журналістика та масова комунікація, 18(4), 15–22. 2022.
7. Стаття: Власова Л. І. Цифрові медіа та їх вплив на журналістику. Київ: Видавництво "Літературна агенція". 2021.
8. Книга: Грекова О. В. Журналістика в епоху цифрових технологій. Львів: Літературна агенція. 2020.
9. Книга: Деркач Т. М. Медіа та технології: аналіз змін у журналістиці в умовах цифровізації. Харків: Видавничий дім «Нова думка». 2022.
10. Книга: Єрмак С. Медіа та цифрові трансформації: штучний інтелект в сучасних медіа. Львів: Літературне агентство «Медіа-наука». 2022.
11. Стаття: Жукова О. С. Етика і технології: поєднання ІІІ та медіа Журнал «Медіа і суспільство», 15(1), 50–58. 2021.
12. Стаття: Зинов'єв В. І. Етика в журналістиці в умовах цифрових змін. Київ: Міжнародний центр журналістики. 2020.

13. Ресурс інтернету: Київ цифровий: віртуальні тури.
URL:<https://guide.kyivcity.gov.ua/virtual-tours>
14. Стаття: Івченко В. Роль ШІ в еволюції сучасних медіа. Київ: Книжкова палата. 2022.
15. Стаття: Калініченко С. В. Медіа та інноваційні технології: етичні питання в цифрову еру. Львів: Академічний видавничий центр. 2021.
16. Стаття: Кан Г. Медійна етика та використання ШІ: глобальні тенденції та українські реалії. Харків: Видавничий дім «Тімелайн». 2021.
17. Стаття: Карпенко І. В. Інновації в медіа: ШІ та етика сучасної журналістики. Київ: Видавництво «Техно-прес». 2021.
18. Книга: Кириченко Л. В. Технологічні зміни в журналістиці: вплив ШІ на виробництво новин. Дніпро: Видавництво «Дніпро прес». 2021.
19. Стаття: Коваленко А. Медіапрофесії в умовах цифрової трансформації: нові технології та етика. Вісник медіа-індустрії, 7(3), 34–40. 2020.
20. Стаття: Кривенко А. В. Етичні аспекти застосування ШІ в журналістських практиках. Львів: Видавництво "Дизайн-прес". 2020.
21. Стаття: Кузьменко Н. Журналістика та нові медіа: основи використання штучного інтелекту в новинах. Одеса: Видавництво "Технологія". 2022.
22. Стаття: Ларіна О. О. Технології майбутнього: штучний інтелект у медіа та його етичні наслідки. Київ: Медіа-центр. 2021.
23. Стаття: Левченко В. О. Інтелектуальні системи та їхній вплив на журналістику. Одеський журнал медіа-індустрії, 9(4), 22–29. 2021.
24. Стаття: Лисенко Ю. Штучний інтелект у журналістиці: ризики та можливості. Журналістика і суспільство, 19(3), 34–40. 2020.
25. Книга: Полтавець, Ю. (2018). Фактчекінг у роботі сучасного журналіста – дієвий спосіб протистояння інформаційним загрозам. У В. О. Жадька (Ред.), Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної

безпеки: навчальний посібник (с. 126-141). Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова;

26. Стаття: Малишева С. Медійні технології 4.0: штучний інтелект у новинних організаціях. Київ: Академія медіа-індустрії. 2021.

27. Стаття: Марченко Д. Штучний інтелект у медіа: вплив на етичні та професійні стандарти. Київ: Українська медіа-академія. 2021.

28. Стаття: Мельник А. В. Штучний інтелект та медіа-індустрія: етичні стандарти в умовах технологічної еволюції. Київ: Інститут журналістики. 2022.

29. Стаття: Михайлов О. С. Медіа і нові технології: переваги та загрози впливу ШІ на журналістику. Одеса: Одеський державний університет. 2020.

30. Стаття: Овчаренко Т. Г. Медіа в епоху інновацій: виклики етики та цифрові технології. Чернівці: Чернівецький університет. 2021.

31. Стаття: Плахтій О. Інноваційні технології в журналістиці: роль ШІ у формуванні медіа-простору. Видавництво «Юридична Україна». 2020.

32. Розенберг Д. Використання алгоритмів і ШІ у новинних агентствах: науково-практичний аналіз. Американський науковий журнал комунікацій, 3(2), 45–52. 2022.

33. Стаття: Савченко О. С., та Марченко Д. Штучний інтелект у журналістики: етичні виклики та перспективи розвитку. Київ: Видавництво «Правова думка». 2022.

34. Слободянюк Т. Журналістика в епоху ШІ: виклики етики та нові стандарти професії. Одеський науковий журнал, 6(2), 40–47. 2020.

35. Стаття: Соловйова К. М. Медіаосвіта та штучний інтелект: сучасні підходи до формування етичних стандартів. Львів: Видавництво "Освітній центр". 2022.

36. Стаття: Старикова І. Штучний інтелект у журналістиці: вплив новітніх технологій на інформаційне суспільство. Одеса: Одеський національний університет. 2021.

37. Стаття: Стенфорд К. AI і майбутнє журналістики: етика, законодавство та практики. Оксфорд: Оксфордський університет. 2020.
38. Стаття: Степаненко В. В. Медіа та ШІ: як нові технології змінюють етику журналістики. Харків: Видавництво «Літературна гармонія». 2020.
39. Книга: Тарасов О. Штучний інтелект в медіа: аналіз, вплив та етичні питання. Київ: Видавництво «Інтерпрес». 2023.
40. Стаття: Тимошенко О. М. Цифрові трансформації в українських медіа: роль штучного інтелекту. Київ: Видавництво «Правова думка». 2020.
41. Стаття: Тимченко І. О. Штучний інтелект і медіа: інновації та виклики для журналістики. Чернівці: Видавництво «Діалог». 2020.
42. Стаття: Хмельницька В. Медійні технології та етика журналістики в умовах цифровізації. Вісник медіа-індустрії, 6(5), 56–65. 2021.
43. Книга: Шаповал О. М. Технології штучного інтелекту в журналістиці: етичні проблеми та можливості. Київ: Книжкова палата. 2021.
44. Стаття: Шевченко В. П. Медіа, цифровізація та штучний інтелект: виклики сучасної журналістики. Київ: Інститут журналістики КНУ. 2022.
45. Стаття: Шептицький А. Штучний інтелект та журналістика: збереження етики в епоху нових технологій. Львів: Видавництво «Ідея». 2022.