

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Гуманітарно-педагогічний факультет

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри журналістики та
мовної комунікації
_____ проф. Світлана ХАРЧЕНКО
« ____ » _____ 2025 р.

ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ БАКАЛАВРА

на тему:

**«РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В СУЧАСНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ:
ЗАГРОЗИ ЧИ МОЖЛИВОСТІ»**

Спеціальність 061 Журналістика

Гарант освітньої програми
доктор філологічних наук, професор

Світлана ХАРЧЕНКО

Керівник дипломного проєкту бакалавра
кандидат наук із соціальних комунікацій

Людмила РИЖЕНКО

Виконала

Каріна ВАСИЛЬКІВСЬКА

КИЇВ – 2025

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
Гуманітарно-педагогічний факультет

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри журналістики та
мовної комунікації

_____ Світлана ХАРЧЕНКО
«__» _____ 2025 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання дипломного проєкту бакалавра студенту
Васильківській Каріні Володимирівні

Спеціальність 061 Журналістика

Тему дипломного проєкту бакалавра: **«Роль штучного інтелекту в сучасній журналістиці: загрози чи можливості»** затверджено наказом ректора НУБіП України від «__» _____ 202__ р. № ____ «__»
Термін подання завершеної роботи на кафедру __. __. 2025

Вихідні дані до дипломного проєкту бакалавра: Під час написання дипломної роботи були використані наукові публікації з відкритих міжнародних баз даних (Google Scholar, Scopus), публікації українських та зарубіжних науковців у галузі журналістики, цифрових комунікацій, етики медіа. Також застосовано емпіричні методи дослідження: анкетування та аналіз результатів майстер-класу, проведеного серед студентів-журналістів. Використано порівняльний, описовий, аналітичний та інтерпретативний методи дослідження. У процесі роботи враховано чинні професійні стандарти, теоретичні підходи до вивчення впливу технологій на журналістику, а також чинну нормативну базу.

Перелік питань, які потрібно розробити:

- Описати сутність, етапи розвитку та сфери застосування штучного інтелекту.
- Охарактеризувати трансформацію журналістики під впливом технологій штучного інтелекту.
- Проаналізувати потенційні переваги та ризики використання ШІ в медіагалузі.
- Оцінити вплив ШІ на журналістську етику та професійні стандарти.
- Дослідити реакцію студентської аудиторії на використання ШІ у професійній діяльності журналіста.
- Сформулювати висновки щодо ролі ШІ в сучасній журналістиці як інструменту або виклику.

Дата видачі завдання «--» ----- 2024 р.

Керівник дипломного проєкту бакалавра

кандидат наук із соціальних комунікацій

Людмила РИЖЕНКО

Завдання прийняв до виконання

Каріна ВАСИЛЬКІВСЬКА

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ЖУРНАЛІСТИЦІ	7
1.1. Сутність і характеристики штучного інтелекту	7
1.2. Розвиток AI-технологій у медіа	9
1.3. Трансформація журналістики завдяки технологіям	14
Висновки до розділу 1	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПРОВЕДЕНОГО МАЙСТЕР – КЛАСУ «ШІ В ЖУРНАЛІСТИЦІ: ПЕРСПЕКТИВИ ТА РИЗИКИ»	21
2.1 Мета, завдання та підготовка майстер-класу	21
2.2 Зміст та структура майстер-класу	25
2.3 Методи і форма проведення заняття	29
2.4 Аналіз відгуків учасників та оцінка ефективності заходу	32
2.5 Підсумки та значення проведеного майстер-класу	35
Висновки до розділу 2	37
ВИСНОВКИ	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	41

ВСТУП

Актуальність теми. Штучний інтелект (ШІ) все глибше проникає у сферу журналістики, змінюючи традиційні процеси створення, аналізу та поширення інформації. Сучасні AI-технології допомагають автоматизувати рутинні завдання, покращують ефективність роботи редакцій та дають змогу аналізувати великі обсяги даних. Водночас, їх використання породжує низку викликів, пов'язаних з етичними питаннями, достовірністю контенту, загрозою маніпуляцій і можливістю витіснення журналістів. У зв'язку з цим вивчення ролі та впливу ШІ на журналістику є надзвичайно важливим для забезпечення якісної та об'єктивної інформації в цифрову епоху.

Мета дослідження. Проаналізувати теоретичні та практичні аспекти використання штучного інтелекту в журналістиці, виявити ключові виклики та загрози, пов'язані з використанням AI в журналістиці.

Завдання дослідження:

1. Розглянути сутність та характеристики штучного інтелекту та його застосування у сфері медіа.
2. Дослідити основні AI-технології, що використовуються у сучасній журналістиці.
3. Виявити в ході проведення майстер-класу, як технології штучного інтелекту корелюються з традиційними журналістськими практиками.
4. Проаналізувати виклики, що виникають у зв'язку з використанням AI у журналістиці, зокрема питання етики, достовірності, технологічної залежності та ризиків маніпуляцій.
5. Визначити стратегії та рекомендації для мінімізації негативних наслідків користування AI у медіакомунікаційному дискурсі.
6. Дослідити досвід інших країн щодо регулювання AI в журналістиці.

Об'єкт дослідження. AI як технологічний феномен в системі медіакомунікаційних технологій.

Предмет дослідження. Процеси впровадження штучного інтелекту в журналістиці та їхній вплив на сферу медіа в системі розробки інформаційно-навчального майстер – класу «Роль штучного інтелекту в сучасній журналістиці: загрози та виклики».

Методи дослідження. У ході роботи використано методи аналізу, порівняльного дослідження, синтезу, узагальнення, а також кейс-метод для оцінки реальних прикладів впровадження AI у журналістиці. Крім того, застосовувався метод контент-аналізу наукових джерел, публікацій та медіа-матеріалів та метод експерименту.

Практичне значення. Результати цього дослідження можуть бути використані студентами спеціальності «Журналістика» в ході підготовки практичних матеріалів, журналістами, редакторами, медіааналітиками та керівниками медіаорганізацій для ефективного та відповідального впровадження AI у журналістську діяльність. Запропоновані рекомендації сприятимуть зменшенню етичних ризиків та підвищенню рівня достовірності контенту у цифрову епоху.

Апробація. Основні положення та результати дипломного проєкту були апробовані під час передзахисту бакалаврських кваліфікаційних робіт на кафедрі журналістики гуманітарно-педагогічного факультету НУБіП України. Апробація відбулась на IV Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих науковців «Сучасні тенденції медіагалузі» 5 травня 2025 року.

Структура та обсяг роботи складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 46 сторінок.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ЖУРНАЛІСТИЦІ

1.1. Сутність і характеристики штучного інтелекту

Штучний інтелект (ШІ) стрімко проникає в різні галузі, зокрема й у журналістику, трансформуючи завдання, які раніше виконували люди – від написання новин до генерування зображень та аналізу даних. Сучасні новинні організації активно експериментують з AI-технологіями, бачачи в них потенціал підвищити ефективність і швидкість роботи редакцій. Водночас впровадження ШІ у медіа ставить важливі питання щодо ролі журналіста, етики та достовірності інформації. У цьому аналітичному звіті розглянуто теоретичні аспекти використання ШІ в журналістиці: сутність і характеристики штучного інтелекту; ключові напрямки застосування AI-технологій у медіа (автоматизовані новини, аналіз великих даних, персоналізація контенту); а також трансформацію журналістики під впливом цих технологій – зміну форматів подачі новин, ролі журналістів, етичних стандартів та зайнятості в сфері медіа.

Штучний інтелект визначають як здатність комп'ютерних систем виконувати завдання, які зазвичай потребують людського інтелекту. Інакше кажучи, ШІ – це технологія, що дозволяє машинам імітувати розумові процеси людини: **навчатися, міркувати, виявляти закономірності, приймати рішення** та розв'язувати складні проблеми. Наприклад, енциклопедичне визначення підкреслює, що ШІ включає інтелектуальні процеси, притаманні людям – здатність до логічного умовиводу, узагальнення знань, виявлення смислу та навчання на попередньому досвіді. Сучасні AI-системи можуть сприймати та інтерпретувати зовнішні дані (зображення, мову), навчатися на них і діяти певною мірою самостійно, виконуючи творчі чи рутинні завдання

без прямого втручання людини. Дослідники виділяють кілька базових компонентів, що характеризують інтелект (і лежать в основі ШІ): це здатність до *навчання, логічного міркування, розв'язання проблем, сприйняття (сенсору) та розуміння мови*. Саме на відтворенні цих здібностей людини зосереджені напрями розвитку AI. Зокрема, **машинне навчання** – підгалузь ШІ, що дозволяє машинам поступово “навчатися” на основі досвіду і даних, вдосконалюючи свої результати з часом. Завдяки алгоритмам, які аналізують великі масиви даних і **загальні правила** (або ж самостійно виводять такі правила з прикладів), комп'ютери можуть виконувати завдання на кшталт розпізнавання образів, прогнозування тенденцій чи персоналізації контенту з високою точністю. Інший важливий інструмент – **штучні нейронні мережі**, натхненні будовою мозку. Вони складаються з багатьох взаємопов'язаних “нейронів” і здатні адаптивно навчатися, виявляючи складні приховані патерни в даних. Розвиток глибинних нейронних мереж (так зване **глибинне навчання**) дозволив ШІ опанувати обробку неструктурованої інформації – зображень, аудіо, тексту – і вирішувати задачі, які раніше вважалися надскладними (наприклад, розпізнавання мови чи генерація зв'язного тексту).

Історично в сфері ШІ сформувалися різні підходи. Перший – **символічний (правил-орієнтований)** підхід, коли інтелект моделюється через наперед задані людиною правила, логіку і бази знань (експертні системи). Другий – **конекціоністський (на основі навчання)**, що ґрунтується на нейронних мережах і машинному навчанні, де система сама вчиться на даних, виявляючи закономірності. Сьогодні домінує саме машинне навчання і особливо глибинні нейромережі – завдяки зростанню обчислювальних потужностей та доступності великих даних цей підхід демонструє найбільшу успішність. ШІ-системи все частіше **навчаються з досвіду**, а не запрограмовані жорстко на кожен випадок. Наприклад, замість того щоб вручну прописувати всі правила для розпізнавання облич на фото, сучасна нейромережева модель тренується на великій кількості зображень і самостійно “вчиться” виділяти потрібні ознаки.

Нарис типів ШІ: вузький vs. загальний. Важливо розрізнати **вузький ШІ** (ANI – Artificial Narrow Intelligence) та **штучний загальний інтелект** (AGI – Artificial General Intelligence). Більшість наявних систем – вузькоспеціалізовані: вони перевершують людину у виконанні конкретних задач, але не володіють універсальністю. Як зазначає *Encyclopædia Britannica*, незважаючи на успіхи в окремих галузях, поки не існує програм, здатних зрівнятися з гнучким людським інтелектом у широкому діапазоні сфер. Натомість у вузьких завданнях досягнуто вражаючих результатів – є програми, що діють на рівні експертів-людей, наприклад, у медичній діагностиці, пошуку інформації, розпізнаванні мовлення чи рукописного тексту, спілкуванні в чаті тощо. ШІ саме в цьому обмеженому сенсі вже застосовується повсюдно – від голосових помічників до систем рекомендації контенту. І хоча перспектива створення справжнього загального інтелекту лишається поки теоретичною, прогрес у галузі триває, підігриваючи дискусії про межі можливостей AI.

1.2. Розвиток AI-технологій у медіа

AI-технології дедалі активніше впроваджуються у роботу медіаорганізацій, надаючи інструменти для автоматизації рутинних процесів і отримання нових аналітичних інсайтів. Розглянемо основні напрями використання ШІ в журналістиці: автоматизоване створення новин (так звану “робо-журналістику”), аналіз великих даних для виявлення трендів та фактів, а також персоналізацію контенту під аудиторію.

Як зазначає українська дослідниця Олена Рижко у виданні «Штучний інтелект у медіях» (Рижко О. Та ін., 2023), сучасний ШІ стає не просто додатковим інструментом, а сутнісною основою трансформації медіа — як з точки зору виробництва контенту, так і взаємодії з аудиторією. Його здатність «обробляти колосальні масиви інформації, розпізнавати закономірності та ухвалювати рішення» відкриває нові перспективи для медіапрофесій, зокрема

в контексті персоналізації, автоматизації, мультимодальності та гібридного створення матеріалів [10].

Розвиток науково-технічного прогресу та індустріальних процесів завдяки впровадженню технологій штучного інтелекту є предметом дослідження багатьох зарубіжних фахівців. Серед них варто відзначити праці Ніка Бострома, який аналізує потенційні ризики й етичні наслідки використання надінтелектуальних систем; Джарона Ланьє, що відомий критичним поглядом на цифрові платформи та вплив ІТ-технологій на суспільство; Джона Маркоффа, який досліджує взаємодію людини та машин в умовах автоматизації; а також Мартіна Форда, автора праць про зміну ринку праці під впливом штучного інтелекту та роботизації. Водночас важливу роль у розвитку цієї тематики відіграють і українські науковці. Зокрема, Д. Іванюк здійснює дослідження в сфері цифрової трансформації виробничих систем та автоматизації. М. Єфремов зосереджується на питаннях етичного регулювання інноваційних технологій. І. Твердохліб аналізує соціальні та філософські аспекти впливу ШІ на структуру суспільства. Т. Улянівський вивчає застосування штучного інтелекту в системах управління та кібербезпеці. В. Панченко приділяє увагу взаємозв'язку технологічних змін та гуманітарного знання. Н. Резнікова досліджує методологічні основи впровадження ІТ-інновацій в освітньому процесі. Таким чином, як у світовому, так і в українському науковому дискурсі простежується зростаючий інтерес до теми інтеграції штучного інтелекту в різні сфери людської діяльності, що свідчить про її міждисциплінарний та стратегічно важливий характер.

Один з перших і найпомітніших напрямів – це автоматична генерація текстів за заданими даними. Новинні організації використовують спеціалізовані алгоритми для написання шаблонних новин, особливо в темах, багатих на числові дані (спорт, фінанси, погода). Класичним прикладом є система **Heliograf** від *The Washington Post*. Вона дебютувала під час Олімпійських ігор 2016 року в Ріо: програма аналізувала спортивні дані (рахунки, медальний залік тощо) в режимі реального часу і зіставляла їх із

заздалегідь підготовленими фразами-шаблонами, автоматично генеруючи короткі новинні повідомлення [50]. Heliograf оперативно інформував читачів про результати змагань та інші статистичні факти, розвантажуючи журналістів від рутини і даючи їм змогу зосередитися на аналітичних матеріалах. Того ж 2016 року Heliograf використовувався для висвітлення виборів у США – генерував замітки, розсилки і дописи в соцмережах на основі виборчих даних [50].

Інший приклад – *Associated Press (AP)*, яка була одним із піонерів у цій сфері. AP ще в 2013 році почала застосовувати ШІ для автоматичного створення новинних матеріалів, зокрема спортивних результатів та фінансових звітів про прибутки компаній. Нині AP співпрацює з платформою **Automated Insights** і використовує її систему *Wordsmith* для генерування текстів фінансової тематики: алгоритм перетворює сирі дані про квартальні прибутки компаній на готові новинні замітки фактично без втручання людини. Така автоматизація дозволила AP суттєво збільшити обсяг висвітлення бізнес-новин – машина здатна швидко і безпомилково створювати сотні коротких звітів, які раніше забирали б багато часу журналістів [13]. Важливо, що наразі автоматизовані системи використовуються для фактологічних, шаблонних жанрів і коротких повідомлень; аналітичні статті, інтерв'ю чи розслідування повністю доручити ШІ поки що неможливо (і небезпечно).

Аналітика великих даних і виявлення закономірностей. Ще один ключовий напрям – застосування ШІ для збору, обробки та аналізу величезних масивів даних, що мають журналістську цінність. У добу цифрової інформації репортерам часто доводиться працювати з *Big Data* – потоками повідомлень у соцмережах, відкритими держреєстрами, базами документів тощо. AI може значно прискорити цю роботу, знаходячи **патерни, тренди та аномалії**, непомітні незброєним оком [1].

Приміром, інформаційні агентства застосовують алгоритми моніторингу соцмереж для відстеження **трендів новин**. *Reuters* розробила систему **News Tracer**, що в реальному часі сканує Twitter і допомагає виявити потенційно

важливі новини ще на стадії їх зародження, оцінюючи достовірність джерел та поширення тематики. *Associated Press* використовує аналітичний сервіс **NewsWhip**, який відстежує, які новини набирають популярність на різних платформах (Twitter, Facebook, Pinterest тощо) і подає журналістам оперативні сповіщення про вірусні теми [13]. За допомогою таких інструментів редакції отримують “пульс” інформаційного простору, що дозволяє швидше реагувати на важливі події.

AI-технології також відкрили нові можливості для **розслідувальної журналістики** та аналізу даних у суспільно значущих темах. Чудовий приклад – перуанське видання *Ojo Público*, яке створило алгоритм під назвою “**Funes**” для пошуку корупційних зв’язків. Цей “алгоритм проти корупції” проаналізував майже 245 тисяч державних контрактів і тендерів, виявляючи підозрілі збіги та **індикатори ризику** (наприклад, пов’язані компанії, аномально високі суми). У результаті журналісти отримали можливість викрити потенційні випадки відмивання грошей та прихованих зв’язків між бізнесом і чиновниками, які інакше було б дуже важко знайти вручну. Такі кейси демонструють, що ШІ може стати “цифровим детективом”, який продирається крізь гори інформації в пошуках фактів, економлячи тижні людської роботи.

Крім того, **інструменти обробки природної мови (NLP)**, що теж належать до AI, допомагають журналістам швидше розшифровувати інтерв’ю (автоматичне транскрибування аудіо/відео), перекладати тексти, сортувати документи за темами тощо. Наприклад, редакції тепер можуть за лічені хвилини отримати машинний розпис великої прес-конференції чи судового засідання і оперативно знайти в ньому потрібні цитати – те, що раніше вимагало годин ручної праці [14].

Персоналізація контенту. Третій важливий напрям використання ШІ у медіа – це підлаштування новинного контенту під інтереси конкретного користувача. В епоху надлишку інформації утримати увагу читача складно, тому медіакомпанії все частіше звертаються до **рекомендаційних алгоритмів**,

що формують індивідуальну стрічку новин [10]. AI-алгоритми аналізують поведінку аудиторії – які статті людина читає, на які теми реагує, скільки часу проводить – і на основі цих даних пропонують контент, який найімовірніше її зацікавить.

Індивідуалізація може відбуватися різними способами. Деякі новинарні платформи або мобільні додатки використовують **автоматичні рекомендації**: наприклад, одразу під статтею пропонують “схожі матеріали”, підібрані нейромережею. Інші медіа запускають **чат-боти**, які доставляють користувачам новини в зручному форматі. Так, *The Guardian* у 2016 році представила власного новинного чатбота у Facebook Messenger, який дозволяє читачам обрати випуск (британський, американський чи австралійський), тематику, що їх цікавить, і зручний час отримання повідомлень [2]. Користувач може налаштувати, щоб кожного ранку о 7-й годині бот надсилав йому вибірку головних новин дня або, скажімо, лише останні новини спорту і технологій, що його цікавлять. Фактично, новини подаються в інтерактивному режимі діалогу: людина пише боту запит («розкажи головне про вибори»), а той у відповідь генерує короткий виклад та дає посилання на повний матеріал. Персоналізовані підписки і боти підвищують залученість аудиторії, адже користувач отримує більш релевантний для себе контент, не витрачаючи час на пошук.

На веб-сайтах видань III також допомагає адаптувати контент під різні аудиторії. Наприклад, системи **динамічних paywall'ів** використовують алгоритми, щоб визначити, кому з читачів показати заклик оформити підписку чи платний доступ, а кому – дати ще трохи безкоштовного контенту, аби зацікавити. Такий AI враховує імовірність, з якою конкретний відвідувач погодиться платити, і відповідно персоналізує його досвід споживання новин. Отже, персоналізація охоплює і подачу матеріалів, і бізнес-моделі медіа, допомагаючи одночасно утримувати аудиторію та збільшувати доходи за рахунок таргетованих пропозицій.

1.3. Трансформація журналістики завдяки технологіям

Впровадження штучного інтелекту змінює не лише окремі робочі процеси, а й загальний ландшафт журналістики – від формату подачі новин до професійних вимог до журналістів. У цій секції проаналізуємо, які трансформації відбуваються завдяки AI: як змінюються формати і канали донесення інформації, яку нову роль відіграють журналісти в еру автоматизації, які етичні виклики постають перед медіа та як це все впливає на зайнятість у галузі. AI-технології розширюють межі традиційної журналістики, породжуючи інноваційні формати контенту. Вже згадані чатботи та новинні голосові асистенти перетворюють спосіб споживання новин – замість пасивного читання статті аудиторія може **взаємодіяти** з програмою, ставити запитання і отримувати саме ту інформацію, яка їй потрібна, у діалоговому режимі. Окрім текстових ботів, з'являються й інші формати. Наприклад, за допомогою генеративного ШІ медіа можуть автоматично створювати **аудиоверсії статей** різними мовами чи навіть відеоконтент. Так, у Перу згаданий інструмент *Quispe Chequea* генерує не лише тексти фактчеків, але й озвучує їх у вигляді аудіороликів – причому як іспанською, так і місцевими індіанськими мовами (кечуа, аймара тощо). Це дозволяє охопити ширшу аудиторію, подаючи перевірену інформацію різним мовним групам автоматично [43].

Деякі ЗМІ експериментують і з **віртуальними персонажами** як ведучими новин. У Китаї державне агентство *Xinhua* у 2018 році представило “цифрового диктора” – реалістичний аватар телевізійного ведучого, синтезований на основі відеозаписів і запрограмований читати новини з телесуфлера. Хоча подібні AI-ведучі поки сприймаються радше як технологічні демонстрації, вони сигналізують про потенціал ШІ у телевізійній та онлайн-журналістиці: новини можуть подаватися цілодобово без участі людини, кількома мовами і з необмеженою масштабованістю.

Зміна ролей і функцій журналіста. Одне з головних питань – чи витіснить ШІ живих журналістів, чи, навпаки, допоможе їм у роботі? Більшість експертів сходяться на думці, що мова йде не про **заміну, а про доповнення**. Рутинні, повторювані завдання будуть дедалі більше автоматизовані, але творчі й аналітичні аспекти журналістики залишаться сферою людини. Як підкреслює *Associated Press* у своїх стандартах: «центральна роль журналіста – збирати та перевіряти факти, надавати контекст і розповідати історії – не змінюється; ШІ не розглядається як заміна, а лише інструмент в руках репортера». [12]

На практиці це означає, що **журналістика зміщується в бік управління технологіями** та редагування їх результатів. Журналісти все частіше виступають як **куратори та верифікатори** контенту, згенерованого машинами. Наприклад, якщо алгоритм автоматично згенерував новину, редактор перевіряє її на точність, виправляє стилістику, додає людський “вимір” – цитати, бекграунд чи пояснення [40]. Також журналісти визначають, **де і як застосувати ШІ**, тобто виступають своєрідними продюсерами технологічного процесу. У багатьох редакціях з’являються нові ролі – *менеджери з AI, редактори з автоматизації* тощо. *The New York Times*, приміром, нещодавно призначила окремого редактора з питань ШІ, завдання якого – виробити принципи використання штучного інтелекту в діяльності видання. Це підтверджує: замість скорочення всіх робочих місць відбувається **еволюція навичок** – цінуються ті журналісти, хто вміє співпрацювати з алгоритмами, розуміє дані і технології.

Висока швидкість та автоматизація, що приносить AI, дозволяє журналістам бути продуктивнішими. Замість витратити час на переписування біржових довідок чи транскрибуцію інтерв’ю, репортери можуть зайнятися більш складними розслідуваннями, аналізом, пошуком унікальних історій. У цьому сенсі ШІ виконує роль **асистента**, беручи на себе "чорнову" роботу. Як зазначає огляд компанії *Emerj*, у редакціях вже зараз діє правило: “*те, що може бути автоматизоване – буде автоматизоване*”. Але це не означає

“кінець професії”: натомість ролі журналістів зміщуються в бік тих завдань, які не під силу машинам – критичного мислення, живих інтерв'ю, креативності. Автоматизація простих операцій (наприклад, фактчекінгу або збору довідкової інформації) навіть допоможе репортерам, знімаючи частину навантаження і зберігаючи час для більш якісної роботи. Загальний прогноз: майбутня редакція – це симбіоз AI та людей, де “розумні машини” і журналісти співпрацюють.

Водночас деякі робочі позиції все ж можуть стати зайвими. Мова про низькокваліфіковану працю, яка легко алгоритмізується. Наприклад, якщо раніше великі видання наймали десятки помічників для розшифровки аудіо або для модерації коментарів, то тепер ці функції може виконувати ШІ з рівнем точності, достатнім для потреб редакції. Такі вузькі ролі, ймовірно, будуть скорочені. Але натомість зростає попит на **фахівців з даних, інженерів AI, аналітиків**, які розробляють і підтримують ці системи у новинних організаціях. Згідно з опитуваннями, вже частина медіа мають окремого відповідального за AI-напрямок (близько 16% опитаних у світі призначили такого, а ще 24% планують призначити найближчим часом). Отже, структури редакцій адаптуються: замість повальної втрати робочих місць відбувається **перерозподіл функцій**.

Етичні виклики та стандарти. Технологічна революція, яку приносить ШІ, супроводжується серйозними етичними питаннями для журналістики. Одне з головних – **надійність та достовірність** автоматично згенерованого контенту. Журналістика тримається на довірі аудиторії, тому використання систем, які можуть припускатися помилок або “галюцинацій” (генерувати неправдиву інформацію), становить ризик для репутації медіа. Застосовуючи AI для створення матеріалів, редакції мусять мати механізми перевірки фактів і виправлення можливих похибок. Показовий випадок стався у січні 2023 року з технологічним сайтом *CNET*: там експериментували з публікацією статей, написаних ШІ-алгоритмом, але виявилось, що в багатьох матеріалах були фактичні помилки [16] Сайт мусив опублікувати понад 40 виправлень після

виходу таких статей та взяти паузу, аби вдосконалити процеси редактури. Цей випадок продемонстрував, що **контроль якості** з боку людини є незамінним – навіть найкращий генеративний алгоритм потребує редактора, який його перевірить.

Інша проблема – **прозорість** перед аудиторією. Читачі мають право знати, чи матеріал створено журналістом, чи згенеровано машиною, чи є в ньому автоматизовані елементи. Приховування цього факту може розцінюватися як обман. Нещодавній скандал навколо журналу *Sports Illustrated* став уроком для індустрії: видання звинуватили в публікації статей, написаних ШІ під вигаданими іменами авторів, тобто в імітації роботи реальних журналістів [40]. Виявлення цього підірвало довіру до видання і призвело до внутрішніх кадрових рішень. Отже, **етична політика** медіа щодо ШІ має передбачати чіткі правила: що генерується автоматично, як маркується та перевіряється. Багато провідних організацій вже почали розробляти відповідні стандарти. *Associated Press* у своїх внутрішніх настановах зазначає, що вихідні матеріали, згенеровані AI, слід розглядати лише як **неперевірену чернетку** – журналісти зобов'язані застосувати редакторський контроль і стандарти достовірності, перш ніж видавати інформацію в ефір [12]. AP прямо забороняє своїм працівникам використовувати генеративні моделі (на кшталт ChatGPT) для створення фінальних текстів або зображень, які йдуть до публікації, аби уникнути непомітних помилок чи перекручень. Подібно й інші редакції декларують: ШІ – лише допоміжний інструмент, а відповідальність за точність даних несе людина.

Також на порядку денному питання **упередженості алгоритмів та редакційної відповідальності**. Алгоритми, які рекомендують новини чи відбирають сюжети, можуть мати приховані *biases* – наприклад, недооцінювати теми, важливі для меншин, або формувати “*бульбашку фільтрів*”, коли читач бачить тільки те, що підтверджує його погляди. Журналістська спільнота усвідомлює ці ризики і шукає шляхи поєднати автоматизацію з принципами **редакційної справедливості та різноманітності** [20]. Частина рішення –

знову ж таки, прозорість і підзвітність: медіа мають пояснювати, як працюють їхні рекомендаційні системи, і слідкувати за якістю даних, на яких навчаються моделі (щоб уникнути дискримінаційних упереджень).

Окремий виклик – **дезінформація, згенерована ШІ**. Мова про так звані *deepfakes* – фальшиві зображення чи аудіо/відео, створені неймережами, настільки реалістичні, що відрізнити їх важко. Така технологія може бути використана зловмисниками проти журналістів чи для поширення фейкових новин (наприклад, “*виступ*” політика, якого насправді не було). Журналісти опиняються перед необхідністю розробляти інструменти для **виявлення підрбок**. Деякі медіа вже працюють над цим: іспанська медіагрупа *PRISA* створила систему **VerificAudio**, яка за допомогою AI перевіряє аудіозаписи на автентичність, аналізуючи голосові характеристики і порівнюючи їх з базами оригінальних голосів [45]. Подібні ініціативи покликані зберегти довіру до інформації в епоху, коли “*брехню*” можна згенерувати натисканням кнопки.

Отже, журналістська етика в контексті AI переживає динамічний розвиток. Постають нові **кодекси та рекомендації**: як збалансувати інновації з відповідальністю перед суспільством. Ключові принципи, що їх висувують експерти, – це **точність, прозорість і підзвітність** при використанні AI. ШІ має служити інструментом, що підсилює цінності якісної журналістики (об’єктивність, швидкість, глибину аналізу), а не підриває їх. Відтак, впровадження AI супроводжується виробленням стандартів: де є межа автоматизації, як позначати AI-контент, хто відповідає, якщо робот помилився тощо. Тільки за умов чіткого дотримання етичних норм використання ШІ може “*працювати на благо*” журналістики, а не на шкоду їй.

Висновки до розділу 1

Розвиток штучного інтелекту вже сьогодні суттєво впливає на журналістику, привносячи як нові можливості, так і виклики. **Теоретичний аналіз** показує, що ШІ – це не просто чергова технологічна примха, а якісно

новий етап еволюції медіа, де машини здатні виконувати інтелектуальні завдання пліч-о-пліч із людьми. Розуміння сутності AI (його визначення, особливостей та підходів до розробки) дає змогу усвідомити межі та потенціал цієї технології: сучасний ШІ – вузькоспеціалізований, здатний навчатися й вирішувати окремі завдання краще за людину, проте не володіє універсальним інтелектом та потребує нагляду.

У сфері медіа AI-технології вже продемонстрували свою **корисність**: автоматизація рутинних новин підвищує продуктивність редакцій (роботи на кшталт Heliograf або Wordsmith генерують численні новини із даних за лічені секунди), алгоритми аналізують великі дані, допомагаючи журналістам знаходити *голки в інформаційному стозі сіна* (кейси на зразок “Funes” від Ojo Público, який виявляє корупційні схеми у масивах документів), а системи персоналізації та чатботи створюють новий досвід споживання новин, більш адаптований під кожного читача. **Трансформаційний вплив** ШІ на журналістику проявляється в появі інтерактивних форматів, мультимовних та мультиплатформених подач, а головне – у зміні ролей: журналіст поступово стає оператором розумних інструментів, контролером якості та інтерпретатором даних, тоді як значна частина рутинної роботи автоматизується. Попри побоювання, нинішні тенденції свідчать, що ШІ доповнює, а не замінює журналістів: **людський фактор** залишається критично важливим для забезпечення довіри, етичності та глибини журналістського контенту.

Водночас перед галуззю стоять серйозні **виклики**. Необхідно встановити чіткі етичні рамки використання AI, аби зберегти стандарти достовірності та відповідальності медіа. Перші напрацювання вже є – провідні агентства, як-от AP, впроваджують стандарти, що забороняють публікувати неперевірений AI-контент і вимагають прозорості у використанні таких інструментів. Журналістика має адаптуватися до можливих ризиків дезінформації (наприклад, протидіяти deepfake-фальсифікаціям) і контролювати алгоритмічні упередження.

Підсумовуючи, можна стверджувати: **штучний інтелект виступає двояким фактором** для медіа: він одночасно і прискорює журналістику, робить її більш *“обчислювальною”*, і ставить перед нею нові питання, вирішення яких визначить майбутнє професії. Теоретичне осмислення аспектів AI у журналістиці – від визначення та технологічних підходів до практичних кейсів і етичних принципів – дозволяє краще підготуватися до тих змін, які вже відбуваються. За умови грамотного використання і відповідального підходу, ШІ може стати для журналістики не загрозою, а потужним союзником, розширюючи її можливості в інтересах аудиторії. У найближчі роки ми й надалі спостерігатимемо поглиблення інтеграції AI в медіа, і важливо спрямувати цю інтеграцію таким чином, щоб вона служила підвищенню якості та суспільної значущості журналістики, зберігаючи її фундаментальні цінності.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ ПРОВЕДЕНОГО МАЙСТЕР – КЛАСУ «ШІ В ЖУРНАЛІСТИЦІ: ПЕРСПЕКТИВИ ТА РИЗИКИ»

2.1 Мета, завдання та підготовка майстер-класу

Майстер-клас «ШІ в журналістиці: перспективи та ризики» було задумано як практично-орієнтований захід, що поєднує теоретичний огляд з інтерактивним обговоренням. **Метою** заходу було підвищити обізнаність аудиторії (в нашому випадку студентів 2 курсу спеціальності «Журналістика» Національного університету біоресурсів і природокористування України) щодо ролі технологій штучного інтелекту у сучасній журналістиці, продемонструвати **перспективи** використання ШІ (для підвищення ефективності збору та обробки інформації, автоматизації рутинних завдань тощо) та акцентувати увагу на можливих **ризиках** (етичні дилеми, загрози достовірності інформації, вплив на ринок праці журналістів і т.д.). Відповідно до мети, сформульовано такі **завдання** майстер-класу: 1) надати актуальну інформацію про сфери застосування ШІ у медіа; 2) проаналізувати позитивні й негативні наслідки впровадження ШІ на прикладах реальних кейсів; 3) залучити аудиторію до обговорення та критичного осмислення нових технологій; 4) оцінити реакцію та інтерес студентів до тематики для планування подальших освітніх заходів.



Рисунок 2.1. Майстер-клас «ШІ в журналістиці: загрози чи можливості»

Для підготовки майстер-класу «*ШІ в журналістиці: загрози чи можливості*» було створено спеціально розроблену мультимедійну презентацію, що мала на меті не лише візуалізувати теоретичний матеріал, а й забезпечити практичне осмислення теми через приклади, дані, кейси та аналіз.

Презентація складалася з 12 слайдів, кожен з яких мав чітку функціональну та змістову роль. На першому слайді було представлено тему заходу, ім'я автора й загальний візуальний стиль, витриманий у яскравих пастельних кольорах, що створював легку та доступну атмосферу для сприйняття складної теми. На другому слайді — зміст презентації, який чітко структурував подальший виклад: можливості ШІ, загрози й виклики, приклади міжнародного та українського досвіду, підсумки й сесія запитань-відповідей.

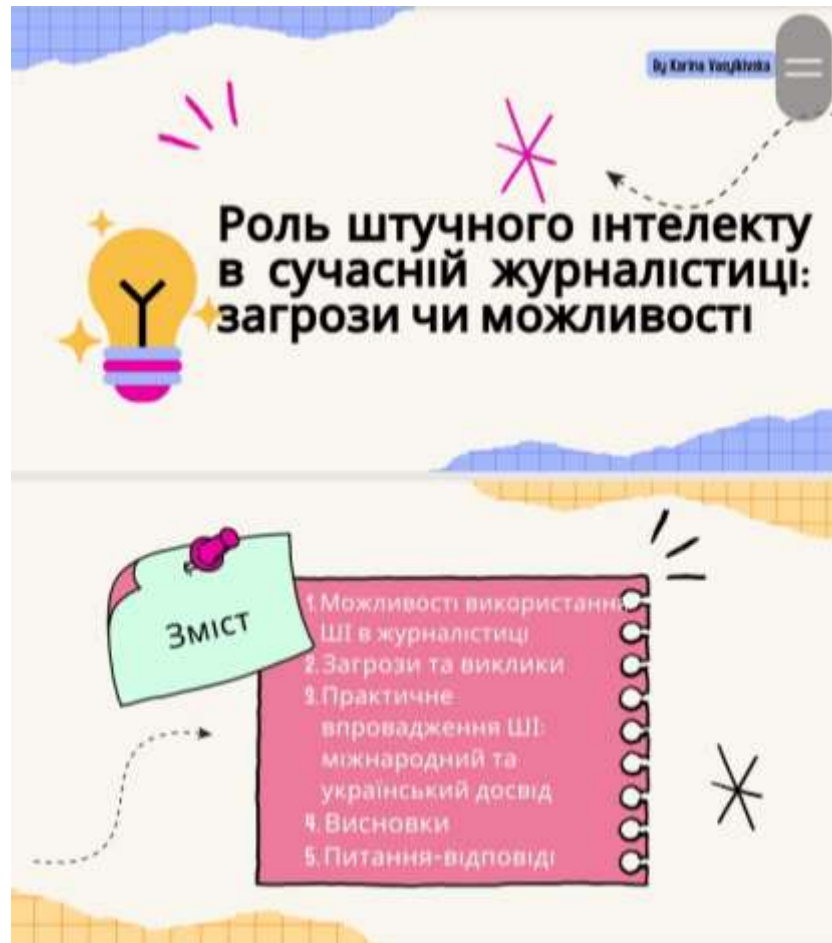


Рисунок 2.2. Перший та другий слайд презентації «ШІ в журналістиці: загрози чи можливості»

Слайди 3–4 висвітлювали можливості використання ШІ у журналістиці: автоматизація створення новин, аналітика великих даних, персоналізація новинного контенту та застосування інтерактивних інструментів. Вони містили інфографіку, назви сервісів (Heliograf, Dialogflow, Speechly, DeepL) та схематичні позначки, що дозволяли учасникам майстер-класу краще зорієнтуватися у функціоналі кожного рішення.

Слайди 5–6 були присвячені загрозам і викликам: дезінформація та deepfake, етичні дилеми, втрата робочих місць, замикання в «інформаційних бульбашках». На цих слайдах було представлено діаграми з плюсовими й мінусовими сторонами впровадження ШІ, наведено приклади фейкових новин і маніпулятивних відео, що стали результатом використання нейромереж.

Слайди 7–9 зосереджувались на практичному аспекті. Було подано приклади міжнародного досвіду — Сінгапур, Велика Британія, Латинська

Америка, а також український контекст. Тут згадувались ініціативи Міністерства оборони України, використання ШІ у війсьній сфері та в інформаційних кампаніях. Також представлено приклади адаптації технологій у бізнесі та ЗМІ.

Завершальні слайди 10–12 містили короткі висновки, які підсумовували амбівалентність впливу ШІ на журналістику: з одного боку — це інструмент підвищення ефективності та точності, з іншого — загроза для етики, зайнятості й довіри. Презентація закінчувалась слайдом «Сенк'ю вері мач» у дотепному візуальному оформленні, який викликав позитивну емоційну реакцію аудиторії. Презентація виконувала не лише інформативну функцію, а й мала експериментальну складову. Вона апробувалась у межах студентського майстер-класу на передзахисті дипломних робіт. Ефективність презентації оцінювалась через анкетування учасників, візуальне спостереження за залученням аудиторії та обговорення у форматі Q&A. В результаті була підтверджена релевантність структури, динаміка темпів викладу та доцільність включення кейсів і візуального контенту.

Презентація стала органічною частиною дослідницького інструментарію, дозволяючи з одного боку представити теоретичні напрацювання, а з іншого — протестувати рівень розуміння і реакцію цільової аудиторії на тематику ШІ в журналістиці. Організаційно, майстер-клас проводився запрошеним **лектором-практиком** – ним виступила Васильківська Каріна (цифровий маркетолог ТРЦ DREAM), яка має досвід застосування цифрових технологій і ШІ у сфері комунікацій. Участь фахівця з практичним досвідом була важливою для забезпечення прикладного характеру заходу. Аудиторію становили студенти (віком ~18–19 років, переважно початкові курси спеціальності «Журналістика»), проте аудиторія майстер-класу може бути значно ширша.

2.2 Зміст та структура майстер-класу

Майстер-клас складався з кількох логічних частин, що відповідали тематиці «перспективи та ризики» застосування ШІ. **Вступна частина** містила короткий екскурс в історію та сучасний стан розвитку ШІ, а також окреслення його ролі в медіа: було наведено визначення понять «штучний інтелект» і «журналістика даних», згадано перші приклади автоматизованого написання новин (зокрема, досвід інформаційних агенцій у генеруванні біржових звітів та спортивних новин за допомогою алгоритмів). Лектор наголосила, що ШІ наразі здійснює **значний вплив на журналістику**, викликаючи трансформації у професійній діяльності. Як зазначають дослідники, впровадження ШІ у медіасекторі приносить суттєві вигоди (автоматизація створення контенту, підвищення продуктивності журналістів) поряд із новими викликами (етичні питання, загроза робочим місцям тощо). Таким чином, аудиторія одразу була налаштована критично оцінювати інформацію, розуміючи, що технології мають дві сторони.

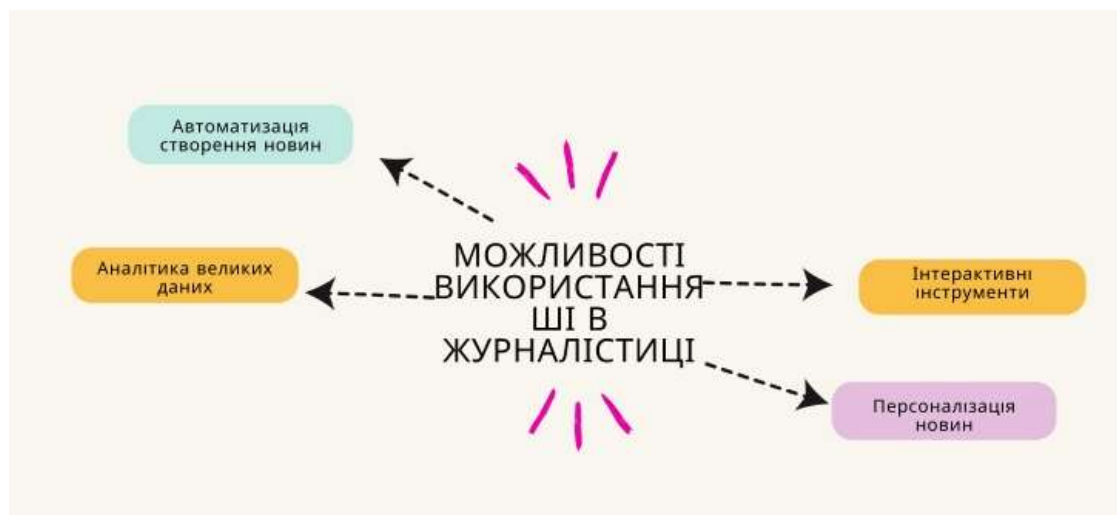


Рисунок 2.3. Слайд із можливостями застосування ШІ у журналістиці



Рисунок 2.4. Приклад використання ШІ для генерації новин (алгоритм Heliograf)

Основну теоретичну частину майстер-класу було присвячено детальному розгляду перспектив використання ШІ в журналістиці. Лектор презентувала декілька кейсів успішної інтеграції ШІ в роботу редакцій. Зокрема, було розглянуто:

- **Автоматизація рутинних новин:** приклади генерування шаблонних новин (про погоду, результати спортивних матчів, фінансові звіти) за допомогою алгоритмів Natural Language Generation. Пояснювалося, як це дозволяє журналістам зосередитись на аналітичних матеріалах, поки машина бере на себе повторювані задачі.

- **Аналітика даних та фактчекінг:** продемонстровано, як інструменти штучного інтелекту можуть швидко аналізувати великі масиви даних, знаходити тренди або аномалії (що корисно в розслідувальній

журналістиці), а також автоматично перевіряти факти та виявляти фейкову інформацію.

- **Персоналізація контенту:** обговорено системи рекомендацій новин, які на основі ШІ підлаштовують стрічки новин під інтереси читача (як приклад – алгоритми, що використовуються на онлайн-платформах новин).

Кожен із наведених позитивних прикладів супроводжувався обговоренням **можливих ризиків та проблем**. Зокрема: автоматизація новин підняла питання про **якість та оригінальність** контенту, адже шаблонні тексти можуть знизити різноманітність подачі; аналіз даних і автоматичний фактчекінг – про **надійність алгоритмів** (ймовірність хибних спрацьовувань, залежність від якості вихідних даних); персоналізація новин – про **інформаційні ізоляційні бульбашки** та можливу маніпуляцію громадською думкою шляхом алгоритмічного відбору інформації.

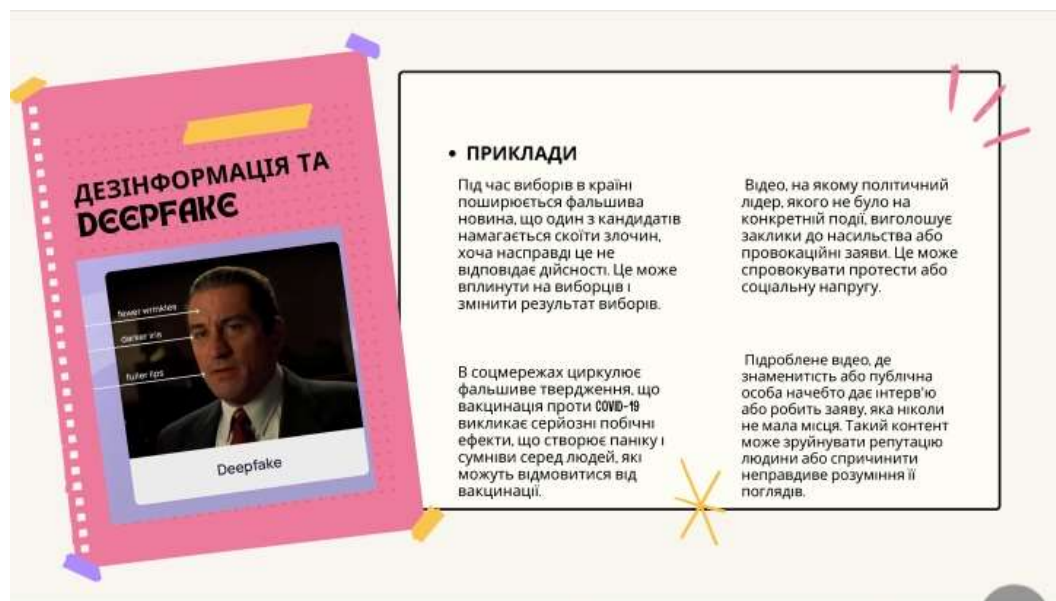


Рисунок 2.5. Пояснення феномену deepfake як одного з ризиків ШІ

Окремим блоком було висвітлено тему **етичних ризиків**: лектор навела приклади використання генеративних моделей (напр. *deepfake*-відео та тексти) для створення дезінформації. Студентам було продемонстровано фрагменти відомих *deepfake*-роликів, аби проілюструвати, наскільки реалістичним може бути штучно створений медіаконтент і яку загрозу це становить для довіри до медіа. Також обговорювалися питання прозорості: чи повинні ЗМІ відкрито

повідомляти аудиторію про використання ШІ при підготовці матеріалів, і як це впливає на довіру до журналістики.



Рисунок 2.6. Практичне впровадження ШІ: міжнародний досвід

Структурно, після теоретичної презентації матеріалу, було передбачено сесію питань-відповідей та загальну дискусію. Лектор заохочувала студентів ставити запитання по ходу викладу, що дозволяло одразу пояснювати незрозумілі моменти і робило атмосферу більш інтерактивною.

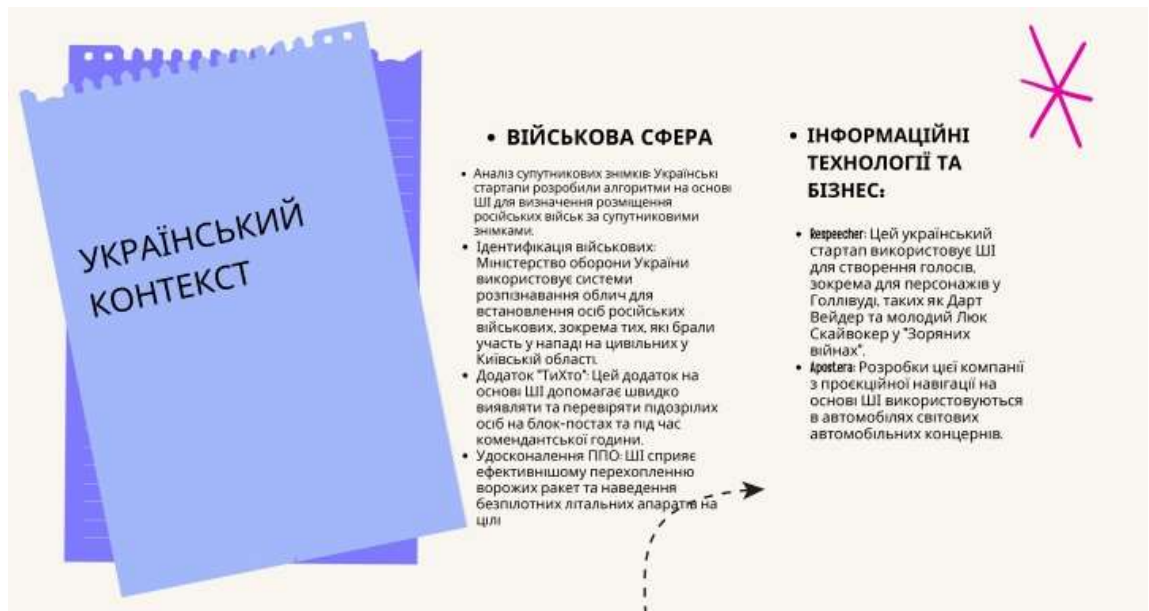


Рисунок 2.7. Український контекст використання ШІ у сфері журналістики та оборони

Крім того, наприкінці виступу було організовано відкриту **дискусію**, під час якої учасники поділилися власними думками: чи відчувають вони загрозу від ШІ для майбутньої професії, які аспекти використання ШІ здаються

найбільш перспективними, а які – найбільш небезпечними. Така форма обговорення сприяла закріпленню отриманих знань і розвитку критичного мислення – студенти мали можливість не лише почути інформацію, а й сформулювати та висловити свою позицію щодо неї.



Рисунок 2.8. Заключний слайд з висновками презентації

Отже, зміст майстер-класу був насиченим і різноплановим: від огляду **перспективних інструментів ШІ** до аналізу **ризиків та етичних дилем**. Завдяки чіткому плануванню і логічній структурі (вступ – позитивні приклади – проблемні аспекти – обговорення) вдалося охопити заявлену тему комплексно і в доступній для студентської аудиторії формі.

2.3 Методи і форма проведення заняття

Формат майстер-класу можна охарактеризувати як інтерактивну лекцію з елементами дискусії. Основним методом подачі інформації був *усний виклад* матеріалу в поєднанні з мультимедійною презентацією, що дозволило одночасно задіяти візуальне сприйняття слухачів. Лектор чітко структурувала виступ, виділяючи ключові тези на слайдах і доповнюючи їх поясненнями та прикладами. Складні технічні поняття (наприклад, принципи роботи

нейромереж у генерації тексту чи відео) пояснювалися в доступній формі, з використанням аналогій та спрощених схем, аби студенти без глибокої підготовки в ІТ могли зрозуміти сутність. Таким чином, було дотримано принцип доступності викладу матеріалу.

Під час лекційної частини застосовувалися **демонстраційні методи**: реальні приклади, відеофрагменти, кейси з медіапрактики. Це поживало аудиторію та утримувало увагу. Крім того, лектор ставила аудиторії **питання** (наприклад: «Як ви гадаєте, чи може ШІ повністю замінити журналіста?», «Хто має нести відповідальність за помилку, допущену ШІ в новині?»), стимулюючи тим самим рефлексію та діалог. Студенти охоче долучалися до обговорення: дехто наводив приклади зі свого медіадосвіду або згадував відомі випадки, пов'язані з ШІ, які вони бачили в соцмережах. Така **активність учасників** свідчила про їхню зацікавленість темою та сприяла глибшому засвоєнню інформації, оскільки обговорення дозволяє краще закріпити матеріал на практичному рівні.

Окремо варто відзначити організацію **зворотного зв'язку**. Після завершення основної частини майстер-класу кожному учаснику було запропоновано заповнити анонімну анкету-опитувальник для оцінювання заходу. Ця анкета містила як закриті запитання (у форматі «Так/Ні» щодо різних аспектів заняття: зрозумілість теми, корисність отриманої інформації, якість подання матеріалу, чіткість пояснень лектора, бажання дізнатися більше про тему тощо), так і відкрите запитання для вільного відгуку.

Рисунок 2.9. Форма зворотнього зв'язку для учасників майстер-класу

Такий підхід належить до методів педагогічної рефлексії: він дозволяє оцінити **результативність** майстер-класу очима самих студентів та зібрати пропозиції щодо покращення подібних заходів у майбутньому. Анкети було розроблено заздалегідь і роздано наприкінці сесії; студенти заповнили їх добровільно, витративши кілька хвилин після заходу. Наявність цього етапу в структурі майстер-класу підкреслює його **практико-орієнтований характер**: організатори були зацікавлені не лише в передачі знань, а й у вимірюванні освітнього ефекту та задоволеності аудиторії.

Варто зауважити, що заплановані елементи майстер-класу були в цілому реалізовані. Практичні завдання для самих студентів (наприклад, самостійна

робота з якимось AI-інструментом під час заняття) не проводились через обмеженість часу та формат заходу – основний акцент робився на демонстрації та обговоренні, а не на тренінгових вправах. Однак активна дискусія частково замінила практичну частину, дозволивши учасникам застосувати отримані знання у формі аргументованих висловлювань. Таким чином, майстер-клас мав характер ознайомчого семінару з елементами інтерактивності, що є оптимальним підходом для введення нової тематики в навчальний процес.

2.4 Аналіз відгуків учасників та оцінка ефективності заходу

ЗВОРОТНІЙ ЗВ'ЯЗОК ВІД УЧАСНИКА ПІСЛЯ МАЙСТЕР-КЛАСУ "ШІ В ЖУРНАЛІСТИЦІ"

Будь ласка, поділіться вашим враженням від майстер-класу, що сподобалося, що можна покращити, та які теми були б цікавими для вас у майбутньому

Вік: 29 № та прізвище: Ірина Сидоренко

Кожен відгук наближає нас до ідеального заходу

	Так	Ні
Чи було для вас темою майстер-класу зрозумілою?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Чи було для вас цікаво слухати про ШІ в журналістиці?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Чи були для вас поняття або інструменти, які потребували додаткових пояснень?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Чи вважаєте ви, що журналісти повинні вивчати роботу з ШІ?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Чи було глибоким у зрозумінні і практичній формі?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Чи вважаєте ви, що такі майстер-класи повинні бути частиною навчального процесу?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ШІ в журналістиці – це тема, яку я хочу навчатися глибоше	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Лектор читав лекцію окремими аспектами використання ШІ в журналістиці	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Чи було щось в темі, що залишилось для вас незрозумілим?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Напиши, короткий відгук про даний майстер-клас (не менше)

Весь процес супер, Ірина чудово виконала свою роботу, цікаво слухати! Хотілося ще! Просто іба Вікіма медія 😊

Рисунок 2.2. Фрагмент анкети зворотного зв'язку від учасниці майстер-класу

Усі ключові критерії оцінено позитивно, а в полі для коментаря студентка відзначила високий рівень заходу. Анкети зворотного зв'язку було проаналізовано з метою оцінити задоволеність студентів змістом і форматом майстер-класу. Результати анкетування засвідчили **одностайно позитивну реакцію** аудиторії. Усі опитані учасники відповіли ствердно («Так») на запитання щодо зрозумілості та цікавості теми майстер-класу для них особисто, що свідчить про вдале донесення матеріалу. Також 100% респондентів відзначили, що лектор чітко пояснив навіть складні аспекти використання ШІ в журналістиці – жоден зі слухачів не зазначив наявності незрозумілих моментів (в анкеті на запитання «Чи було щось у темі, що залишилось для Вас незрозумілим?» всі відповіли «Ні»). Цей показник є надзвичайно важливим, оскільки демонструє, що подача матеріалу відповідає рівню підготовки студентів і інформація була засвоєна без утруднень.

Окрім закритих питань, аналіз відкритих **коментарів учасників** дав змогу глибше зрозуміти враження від заходу. Студенти висловили свої думки у довільній формі, і всі відгуки мали позитивний характер. Зокрема, учасники відзначали **компетентність та харизму лектора**. В одній з анкет було написано: «*Все просто супер, Каріна – чудовий лектор, якого приємно і цікаво слухати! Чекаємо ще!*» (Додаток В). В іншому відгуку підкреслено, що майстер-клас був «*дуже пізнавальним та цікавим*», «*матеріал подавався у доступній формі*», а лектора охарактеризовано як «*дуже веселого та мегакрутого*», загальна оцінка заходу – «*10/10*». Подібні висловлювання свідчать про високий рівень задоволеності: студенти не лише отримали користь від змісту, але й оцінили стиль подачі інформації. Особливо важливо, що декілька учасників у своїх відгуках наголосили на бажанні продовження – вони зацікавлені в тому, щоб подібні заходи проводилися і надалі, висуваючи запит на **поглиблення тематики ШІ**. Така реакція вказує на успішне досягнення однієї з цілей майстер-класу – мотивувати аудиторію до

самостійного вивчення нових явищ у журналістиці та підтримувати інтерес до інновацій.

З узагальненого аналізу анкет можна зробити висновок, що майстер-клас відповів очікуванням аудиторії. Студенти оцінили **корисність отриманих знань** (більшість відзначила, що дізналися багато нового про інструменти ШІ), а також **актуальність теми** (вказували, що тема є важливою для їхнього професійного розвитку). Питання в анкеті щодо доцільності включення таких майстер-класів до навчального процесу теж отримало ствердні відповіді: учасники погодились, що подібні практичні заняття варто регулярно проводити в рамках освітньої програми. Це свідчить про усвідомлення студентами цінності практико-орієнтованих заходів та бажання бачити в навчальному плані більше інтеграції сучасних технологічних тем.

Важливо, що серед отриманих відгуків **не зафіксовано жодного негативного**. Жоден з учасників не зазначив недоліків чи критичних зауважень щодо організації або змісту майстер-класу. Також не було висунуто конкретних пропозицій щодо покращення – очевидно, формат і наповнення повністю задовольнили слухачів. Єдина побажання, яке можна трактувати як рекомендацію, – це продовжувати такі заходи у майбутньому та розширювати тематику. Наприклад, студенти могли б зацікавитися більш практичними тренінгами з роботи з конкретними AI-інструментами або поглибленим розглядом окремих аспектів (як-от етика ШІ в журналістиці чи правові питання, пов'язані з використанням штучно створених текстів і зображень). Цю інформацію організаторам варто врахувати при плануванні наступних подібних подій.

Отже, зворотній зв'язок від учасників продемонстрував, що майстер-клас досягнув поставлених освітніх цілей. Позитивні оцінки і захоплені відгуки слугують індикатором високої **ефективності** заходу, його відповідності інтересам і потребам студентської аудиторії. Це також підтверджує правильність обраних методів навчання та релевантність тематики.

2.5 Підсумки та аналіз результатів проведеного майстер-класу

Проведений майстер-клас «ШІ в журналістиці: перспективи та ризики» можна вважати успішним прикладом впровадження інтерактивних освітніх технологій у підготовку майбутніх журналістів. Захід забезпечив **синтез теорії і практики**: студенти отримали науково обґрунтовану інформацію про штучний інтелект у медіа разом з реальними прикладами його застосування, що підкріпило їх розуміння теми. Аналіз змісту майстер-класу показав, що було досягнуто баланс між демонстрацією **переваг** новітніх технологій (швидкість, автоматизація, нові інструменти для журналістської діяльності) та відвертим обговоренням можливих **ризиків** і обмежень (етичні та професійні виклики). Такий підхід виховує у студентів критичне мислення: вони не просто сприймають технологічний прогрес як даність, а навчаються зважувати його плюси і мінуси.

З точки зору дидактичної ефективності, майстер-клас продемонстрував високу результативність. Всі поставлені завдання були виконані: студенти підвищили свій рівень обізнаності щодо ШІ, активно залучилися до обговорення, що свідчить про розвиток навичок дискусії та аргументації, а також виявили мотивацію продовжувати знайомство з темою самостійно. **Зворотний зв'язок** у формі анкет показав максимальне задоволення аудиторії – важливий показник того, що форма і зміст заходу були обрані вдало.

Наприкінці заходу всім учасникам було урочисто вручено **сертифікати про проходження майстер-класу** встановленого зразка. Сертифікат підтверджував, що студент успішно пройшов навчання на заявлену тему і тим самим засвідчував набуття ним актуальних знань (див. Додаток А).



Рисунок 2.3. Зразок іменного сертифіката учасника майстер-класу

Такий сертифікат слугує офіційним підтвердженням участі та додатковою мотивацією для студентів. Наявність сертифіката має подвійне значення: з одного боку, це **визнання** зусиль студента, що підвищує його мотивацію та впевненість у власній компетентності; з іншого боку, сертифікат може доповнити портфоліо молодого спеціаліста, підтверджуючи його прагнення до позакласного навчання і розвитку навичок роботи з новими технологіями.

Підсумовуючи, варто зазначити, що проведений майстер-клас зробив вагомий внесок у професійну підготовку студентів-журналістів в умовах стрімкого розвитку цифрових технологій. Він надав учасникам **сучасні знання** про штучний інтелект, показав **практичну значущість** цієї теми для журналістики та стимулював подальший інтерес до самоосвіти у цьому напрямі. Отримані результати підтверджують ефективність такого формату роботи: інтеграція майстер-класів фахівців-практиків у освітній процес є доцільною і бажаною. У майбутньому планується продовжити роботу в цьому напрямі – зокрема, розробляти серії заходів, присвячених окремим аспектам використання ШІ в медіа (напрямки: автоматизована аналітика даних, роботизовані редактори, етика ШІ тощо), а також розглядати можливість

проведення практичних тренінгів, де студенти зможуть безпосередньо попрацювати з AI-інструментами під керівництвом наставників. Таким чином, досвід цього майстер-класу слугуватиме основою для подальшого вдосконалення освітніх практик, що допомагають підготувати майбутніх фахівців до викликів і можливостей цифрової епохи.

Висновки до розділу 2

Проведений майстер-клас на тему «Штучний інтелект у сучасній журналістиці: перспективи та ризики» засвідчив значний потенціал подібних інтерактивних заходів у контексті професійної підготовки студентів-журналістів. Аналіз змісту, структури, форми проведення та зворотного зв'язку дав змогу зробити кілька ключових висновків щодо доцільності, ефективності й подальших напрямів розвитку таких ініціатив.

По-перше, тема штучного інтелекту викликає високу зацікавленість студентської аудиторії. Вона є не лише актуальною, але й критично важливою для формування у майбутніх фахівців розуміння трансформацій, які відбуваються в професійному середовищі. Студенти проявили активність, критичне мислення й бажання продовжувати ознайомлення з цією тематикою, що підтверджує — ШІ має посісти належне місце в журналістській освіті.

По-друге, комплексний формат заходу (поєднання теоретичного огляду з практичними прикладами та живим обговоренням) виявився найбільш ефективним для засвоєння нової інформації. Подання матеріалу через реальні кейси — від прикладів автоматизації новин до аналізу ризиків дезінформації — забезпечило глибше розуміння суті викликів і можливостей ШІ у медіа.

По-третє, зворотний зв'язок від учасників підтвердив високий рівень організації, змістовного наповнення та подачі інформації. Усі респонденти відзначили зрозумілість матеріалу, компетентність лектора та актуальність теми. Позитивні оцінки в анкетах, а також емоційні коментарі студентів

засвідчують не лише досягнення освітньої мети, а й підвищення мотивації до самоосвіти.

По-четверте, важливим результатом майстер-класу стало формування у студентів розуміння етичних, професійних і соціальних аспектів використання ШІ. Обговорення таких тем, як відповідальність за контент, небезпека «інформаційних бульбашок» або deepfake, сприяло розвитку в учасників навичок критичної рефлексії щодо викликів новітніх технологій.

Досвід реалізації цього заходу може слугувати основою для створення системного курсу або циклу майстер-класів, присвячених цифровим трансформаціям у журналістиці. Впровадження таких елементів до освітнього процесу сприятиме не лише збагаченню знань студентів, а й формуванню у них гнучкості, адаптивності та готовності до викликів ринку праці в умовах цифрової доби. Таким чином, результати аналізу проведеного майстер-класу свідчать про його високу освітню цінність, практичну ефективність та потенціал до подальшого масштабування в межах університетських програм. Штучний інтелект має бути не лише темою дискусій, а й об'єктом постійного вивчення та критичної інтерпретації в підготовці сучасного журналіста.

ВИСНОВКИ

У ході дослідження було проаналізовано ключові аспекти застосування штучного інтелекту в журналістиці, що дозволило зробити ряд важливих висновків.

По-перше, AI-технології вже активно використовуються у створенні новинного контенту, редагуванні текстів, аналізі великих даних, автоматизованій генерації статей та персоналізації інформаційного потоку. Такі технології мають значний потенціал для підвищення ефективності роботи медіа, проте водночас вони породжують серйозні виклики.

По-друге, основними проблемами застосування штучного інтелекту у журналістиці є питання достовірності інформації, алгоритмічних упереджень, маніпуляцій та етичних ризиків. Алгоритми ШІ можуть створювати фальшивий або спотворений контент, що потребує посиленого редакторського контролю та механізмів перевірки фактів. Крім того, існує ризик технологічної залежності медіа від AI-інструментів, що може призвести до втрати автономності редакцій.

По-третє, особливу загрозу становлять маніпулятивні технології, такі як deepfake та автоматизоване поширення дезінформації. Вони можуть бути використані для створення фейкових новин, що здатні впливати на громадську думку та підривати довіру до журналістики. Таким чином, медіаорганізації повинні впроваджувати спеціальні механізми для виявлення та протидії дезінформації.

По-четверте, аналіз досвіду Австрії, Німеччини, Польщі, Швейцарії, Литви, Великої Британії та Франції показав, що більшість розвинених країн прагнуть врегулювати використання AI у журналістиці через спеціальні етичні кодекси та законодавчі ініціативи. Вони спрямовані на забезпечення прозорості, відповідальності та збереження ролі людського журналіста.

По-п'яте, ключовими стратегіями для мінімізації ризиків є:

- посилення редакторського контролю та фактчекінгу,

- чітке маркування AI-згенерованого контенту,
- розробка внутрішніх політик використання AI в медіа,
- навчання журналістів цифровій верифікації,
- міжнародна співпраця щодо створення етичних стандартів.

Таким чином, використання штучного інтелекту в журналістиці має як значні переваги, так і серйозні виклики. Для забезпечення якісної, достовірної та етичної журналістики необхідно дотримуватися принципу людського контролю над AI, зберігати автономність редакцій та розвивати механізми боротьби з маніпуляціями. Це дозволить ефективно інтегрувати нові технології, зберігаючи ключові цінності професійної журналістики у цифрову епоху.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баловсяк Н. Генеративний AI може стати серйозним ризиком в рік виборів. *Інтернет Свобода*. URL: <https://netfreedom.org.ua/article/generativnij-ai-mozhe-stati-serjoznim-rizikom-v-rik-viboriv> (дата звернення: 04.03.2025).
2. Горбачук Р. The Guardian: «ChatGPT вміло вигадує наші статті, що з цим робити?». *Зеркало недели | Дзеркало тижня | Mirror Weekly*. URL: <https://zn.ua/ukr/TECHNOLOGIES/the-guardian-chatgpt-vmilo-vihaduje-nashi-statti-shcho-z-tsim-robiti.html> (дата звернення: 04.03.2025).
3. Економічна правда. У 2024 році понад 2 мільярди людей проголосують. Уже зараз всі хвилюються через ШІ. Що відбувається?. *Економічна правда*. URL: <https://epravda.com.ua/publications/2023/10/19/705624/> (дата звернення: 04.03.2025).
4. Мирська Ю. The New York Times заборонила використання своїх матеріалів для навчання ШІ. *Speka - онлайн-медіа про підприємництво та технології | SPEKA.media | SPEKA.media*. URL: <https://speka.media/the-new-york-times-zaboronila-vikoristannya-svogo-kontentu-dlya-navcannya-si-9xjkdv> (дата звернення: 04.03.2025).
5. Нановська В. 10 принципів роботи журналістів зі штучним інтелектом. У чому суть Паризької хартії?. *Медіамейкер*. URL: <https://mediamaker.me/paryzka-hartiya-vprovadzhennya-shtuchnogo-intelektu-5862/> (дата звернення: 04.03.2025).
6. Нановська В. AP укладає угоду з OpenAI – Медіамейкер. *Медіамейкер*. URL: <https://mediamaker.me/news/ap-ukladae-ugodu-z-openai-shhodo-obminu-novynamy-ta-tehnologiyamy/> (дата звернення: 04.03.2025).
7. Нановська В. WIRED опублікували редакційні правила роботи з ШІ-інструментами – Новини про медіа – Медіамейкер. *Медіамейкер*.

URL: <https://mediamaker.me/news/wired-opublikuvaly-redakczijni-pravyla-roboty-z-shi-instrumentamy/> (дата звернення: 04.03.2025).

8. Панасовський М. Головну редакторку жіночого журналу Die Aktuelle було звільнено після публікації інтерв'ю з Міхаелем Шумахером, яке згенерував ШІ. *gagadget.com* | *Гаджети, технології, популярна наука - новини, огляди та статті*. URL: <https://gagadget.com/uk/238634-golovnu-redaktorku-zhinochogo-zhurnalu-die-aktuelle-bulo-zvilneno-pislia-publikatsiyi-interviu-z-mikhaelem-shumakherom-ia/> (дата звернення: 04.03.2025).

9. Поліковська Ю. Видання CNET, що використовує ШІ для написання статей, скорочує штат редакторів. *ms.detector.media*. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/31312/2023-03-03-vydannya-cnet-shcho-vykorystovuie-shi-dlya-napysannya-statey-skorochuie-shtat-redaktoriv/> (дата звернення: 04.03.2025).

10. Рижко О., Крайнікова Т., Водолазька С., Ситник О. Штучний інтелект у медіях. – Київ: Центр учбової літератури, 2023. – 224 с.

11. Свобода Р. Зеленський просить не поширювати фейки: «Ніяку зброю ми не складемо». *Радіо Свобода*. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-zelenskyi-zvernennia-feyky/31724483.html> (дата звернення: 04.03.2025).

12. Allo B. 10 countries leading the AI revolution: who's setting the rules?. *LinkedIn: Log In or Sign Up*. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/10-countries-leading-ai-revolution-whos-setting-rules-betania-allo-n9clc> (date of access: 04.03.2025).

13. Associated Press. Polish radio station abandons use of AI 'presenters' following outcry. *KESQ*. URL: <https://kesq.com/news/ap-national-news/2024/10/28/polish-radio-station-abandons-use-of-ai-presenters-following-outcry/#:~:text=WARSAW,%20Poland%20,was%20no%20point%20in%20continuing> (date of access: 04.03.2025).

14. Bugeja M. How journalism should face the unchecked threats of generative AI - Poynter. *Poynter*.

URL: <https://www.poynter.org/commentary/2023/how-journalism-should-face-the-unchecked-threats-of-generative-ai/> (date of access: 04.03.2025).

15. Cesareo S., White J. The global AI index. *Tortoise Media*. URL: <https://www.tortoisemedia.com/data/global-ai> (date of access: 04.03.2025).

16. Christian J. CNET's article-writing AI is already publishing very dumb errors. *Futurism*. URL: <https://futurism.com/cnet-ai-errors> (date of access: 04.03.2025).

17. Copeland B. J. Artificial intelligence (AI) | definition, examples, types, applications, companies, & facts | britannica. *Encyclopedia Britannica*. URL: <https://www.britannica.com/technology/artificial-intelligence> (date of access: 04.03.2025).

18. Diakopoulos N., Cools H. Writing guidelines for the role of AI in your newsroom? Here are some, er, guidelines for that. *Nieman Lab*. URL: <https://www.niemanlab.org/2023/07/writing-guidelines-for-the-role-of-ai-in-your-newsroom-here-are-some-er-guidelines-for-that/> (date of access: 04.03.2025).

19. Espiritusanto Ó., Nachawati-Rego L., Magallón-Rosa R. The role of AI in citizen journalism, human rights activism, and monitoring: limits and possibilities. *Journalism, digital media and the fourth industrial revolution*. Cham, 2024. P. 211–226. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-031-63153-5_16 (date of access: 04.03.2025).

20. European Commission for the Efficiency of Justice (CEPEJ). Practical examples of AI implemented in other countries - european commission for the efficiency of justice (CEPEJ) - www.coe.int. *European Commission for the Efficiency of Justice (CEPEJ)*. URL: <https://www.coe.int/en/web/cepej/practical-examples-of-ai-implemented-in-other-countries> (date of access: 04.03.2025).

21. France 24. Ethics charter for journalists of france médias monde - france 24. *France 24*. URL: <https://www.france24.com/en/ethics-charter> (date of access: 04.03.2025).

22. Gera V. Polish radio station replaces journalists with AI 'presenters'. *AP News*. URL: <https://apnews.com/article/poland-media-artificial-intelligence-radio-cbae50063b8f125c99a4a0f6d3ee82d8> (date of access: 04.03.2025).
23. Gingras R. Toward a healthy and sustainable future for journalism. *Medium*. URL: <https://richardgingras.medium.com/toward-a-healthy-and-sustainable-future-for-journalism-922462f4a84e> (date of access: 04.03.2025).
24. Guess R. AI generates debate over newsroom ethics. *Voice of America*. URL: <https://www.voanews.com/a/ai-generates-debate-over-newsroom-ethics-/7450743.html> (date of access: 04.03.2025).
25. Guess R. How AI could act as boost for investigative journalism. *Voice of America*. URL: <https://www.voanews.com/a/how-ai-could-act-as-boost-for-investigative-journalism/7434364.html> (date of access: 04.03.2025).
26. Gutiérrez-Caneda B., Lindén C.-G., Vázquez-Herrero J. Ethics and journalistic challenges in the age of artificial intelligence: talking with professionals and experts. *Frontiers in communication*. 2024. Vol. 9. URL: <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1465178> (date of access: 04.03.2025).
27. Harrington C. CNET published ai-generated stories. then its staff pushed back. *WIRED*. URL: <https://www.wired.com/story/cnet-published-ai-generated-stories-then-its-staff-pushed-back/#:~:text=decisionmaking%20process,%20especially%20as%20automated,producers,%20and%20other%20content%20creators> (date of access: 04.03.2025).
28. IBM. What is artificial intelligence (AI)? | IBM. *IBM - United States*. URL: <https://www.ibm.com/think/topics/artificial-intelligence#:~:text=Artificial%20intelligence%20,decision%20making,%20creativity%20and%20autonomy> (date of access: 04.03.2025).
29. Interfax-Ukraine. Нова темна цифрова ера вже тут, але у цих хмарах є трохи сонця. *Інтерфакс-Україна*. URL: <https://interfax.com.ua/news/blog/963374.html> (дата звернення: 04.03.2025).

30. Jackson F. The gray lady on the cutting edge: the new york times now uses AI in the newsroom. *eWEEK*. URL: <https://www.eweek.com/news/new-york-times-ai/#:~:text=Strict%20limits%20on%20AI%20use> (date of access: 04.03.2025).
31. Kahn E. BBC sets protocol for generative AI content. *Broadcast*. URL: <https://www.broadcastnow.co.uk/production-and-post/bbc-sets-protocol-for-generative-ai-content/5200816.article> (date of access: 04.03.2025).
32. Kshetri N. Artificial intelligence in developing countries. *IT professional*. 2020. Vol. 22, no. 4. P. 63–68. URL: <https://doi.org/10.1109/mitp.2019.2951851> (date of access: 04.03.2025).
33. López Linares C. 15 concepts for understanding AI in journalism – and their applications in newsrooms. *atAm Journalism Review*. URL: <https://latamjournalismreview.org/articles/15-concepts-for-understanding-ai-in-journalism-and-their-applications-in-newsrooms/#:~:text=Artificial%20intelligence%20continues%20on%20an,image%20generation%20and%20data%20analysis> (date of access: 04.03.2025).
34. Maxwell E. Truth or Fake - FRANCE 24 video edited to spread fake news about Ukraine's Zelensky. *France 24*. URL: <https://www.france24.com/en/tv-shows/truth-or-fake/20240229-france-24-video-edited-to-spread-fake-news-once-again> (date of access: 04.03.2025).
35. Meir N. Standards around generative AI | The Associated Press. *The Associated Press*. URL: <https://www.ap.org/the-definitive-source/behind-the-news/standards-around-generative-ai/#:~:text=However,%20the%20central%20role%20of,of%20journalists%20in%20any%20way> (date of access: 04.03.2025).
36. Ministry of Culture of the Republic of Lithuania. The algorithm of knowledge: application of artificial intelligence in Lithuanian journalism | Kurk Lietuvai. *Kurk Lietuvai*. URL: <https://kurklt.lt/en/projects/ziniu-algoritmas-dirbtinio-intelektu-taikymas-lietuvos-zurnalistikoje> (date of access: 04.03.2025).

37. Newman N. Journalism, media, and technology trends and predictions 2024. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2024> (date of access: 04.03.2025).
38. News P. The New York Times використовує інструменти ШІ в редакції - ProIT. *ProIT: медіа для профі в IT*. URL: <https://proit.ua/the-new-york-times-vikoristovuie-instrumenti-shi-v-riedaktsiyi/> (дата звернення: 04.03.2025).
39. Poynter Institute. How to combat AI hallucinations: Michael Bugeja | Poynter Institute posted on the topic | LinkedIn. *LinkedIn: Log In or Sign Up*. URL: https://www.linkedin.com/posts/poynter_how-journalism-should-face-the-unchecked-activity-7107350959780986881-TQOd (date of access: 04.03.2025).
40. Purtill J. Australian science magazine publishes AI-generated articles after laying off half its staff. *ABC (Australian Broadcasting Corporation)*. URL: <https://www.abc.net.au/news/science/2024-08-08/csiro-cosmos-magazine-generating-articles-using-ai/104186330> (date of access: 04.03.2025).
41. Scott L. Deepfakes a 'weapon against journalism,' analyst says. *Voice of America*. URL: <https://www.voanews.com/a/deepfakes-a-weapon-against-journalism-analyst-says-/7442897.html> (date of access: 04.03.2025).
42. Scott L. Deepfake video impersonates VOA russian service anchor, underscoring AI concerns. *Voice of America*. URL: <https://www.voanews.com/a/deepfake-video-impersonates-voa-russian-service-anchor-underscoring-ai-concerns/7333990.html> (date of access: 04.03.2025).
43. Simon F. M. Artificial intelligence in the news: how AI retools, rationalizes, and reshapes journalism and the public arena. *Columbia Journalism Review*. URL: https://www.cjr.org/tow_center_reports/artificial-intelligence-in-the-news.php (date of access: 04.03.2025).
44. Sonia Parratt-Fernández, María-Ángeles Chaparro-Domínguez, Victoria Moreno-Gil. Journalistic AI codes of ethics: analyzing academia's contributions to their development and improvement. *Profesional de la información*.

2025. Vol. 33, no. 6. URL: <https://doi.org/10.3145/epi.2024.0602> (date of access: 04.03.2025).

45. Statista. AI adoption rate selected countries 2022 | Statista. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/statistics/1378695/ai-adoption-rate-selected-countries/> (date of access: 04.03.2025).

46. Tani M. New York Times goes all-in on internal AI tools. *Semafor - An intelligent, transparent global news platform for breaking stories, analysis and video*. URL: <https://www.semafor.com/article/02/16/2025/new-york-times-goes-all-in-on-internal-ai-tools> (date of access: 04.03.2025).

47. Thomson Foundation. Paris charter on AI and journalism unveiled. *Thomson Foundation*. URL: <https://www.thomsonfoundation.org/latest/paris-charter-on-ai-and-journalism-unveiled/#:~:text=2,support%20groups%20engage%20in%20the> (date of access: 04.03.2025).

48. Underwood C. Automated journalism - AI applications at new york times, reuters, and other media giants | emerj artificial intelligence research. *Emerj Artificial Intelligence Research*. URL: <https://emerj.com/automated-journalism-applications/#:~:text=The%20Post%20has%20been%20experimenting,the%20games%20as%20it%20emerged> (date of access: 04.03.2025).

49. Vanderwicken P. Why the news is not the truth. *Harvard Business Review*. URL: <https://hbr.org/1995/05/why-the-news-is-not-the-truth> (date of access: 04.03.2025).

50. WashPostPR. The Washington Post experiments with automated storytelling to help power 2016 Rio Olympics coverage. *Washington Post*. URL: <https://www.washingtonpost.com/pr/wp/2016/08/05/the-washington-post-experiments-with-automated-storytelling-to-help-power-2016-rio-olympics-coverage/> (date of access: 04.03.2025).

51. □イタ-編集. German magazine fires editor over AI 'interview' with Michael Schumacher. *Reuters Japan*. URL: <https://jp.reuters.com/article/motor-f1-schumacher-idCAKCN2WJ09I/> (date of access: 04.03.2025).