

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н.
КАРАЗІНА СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи на тему

**«ЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В
СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА»**

Виконала: студентка 4 курсу групи ЗСМК-42

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

спеціальності 061 Журналістика Савченко В.М.

Керівник: канд.соц.н., доцент Волянська Олена Володимирівна

Харків – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА	6
1.1. Етика журналістики в епоху технологій: розуміння поняття етики сьогодні	6
1.2. Ризики застосування штучного інтелекту в журналістиці: теоретичні підходи та аналіз	14
1.3. Етичні норми використання штучного інтелекту в медіа: соціологічний контекст сучасних досліджень	16
Висновки до першого розділу	20
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МЕДІАКОМУНІКАЦІЯХ	22
2.1. Штучний інтелект в медіа: огляд сучасних технологій і методів	22
2.2. Етичні виклики в контексті використання штучного інтелекту в зв'язках з громадськістю	25
Висновки до другого розділу	32
РОЗДІЛ 3	34
ЗАСОБИ ЗАСТОСУВАННЯ НАСЛІДКІВ МОЖЛИВИХ ЕТИЧНИХ ПОРУШЕНЬ У ЗАСТОСУВАННІ ШІ	34
3.1. Практичні приклади використання штучного інтелекту в журналістиці та громадських комунікаціях	34
3.2. Практичні рекомендації для мінімізації щодо запобігання ризиків використання ШІ	45
Висновки до третього розділу	52
ВИСНОВКИ	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	57
ДОДАТКИ	64

ВСТУП

Актуальність теми. Використання штучного інтелекту (ШІ) в соціальних медіа стає дедалі більш актуальним у сучасному інформаційному середовищі, оскільки ШІ має великий потенціал для трансформації способів, якими медіа взаємодіють із аудиторією. Автоматизація процесів збору, аналізу та поширення інформації дозволяє компаніям та організаціям ефективно досягати своїх цілей, зменшуючи витрати часу та ресурсів.

Однак цей процес також спричиняє ряд етичних викликів, пов'язаних із захистом персональних даних, прозорістю алгоритмів, а також маніпулюванням інформацією.

Інтеграція ШІ у медіа та PR-сфери ставить під питання традиційні стандарти журналістської етики, оскільки автоматизовані системи можуть впливати на формування громадської думки, приховуючи або спотворюючи певні аспекти реальності. Зокрема, виникає необхідність регулювання використання алгоритмів, щоб уникнути маніпулювання фактами або інформаційного фільтрування, яке може призводити до нерівного доступу до важливої інформації.

Особливу увагу слід звернути на вплив таких технологій на довіру громадськості до медіа та організацій, які їх використовують. Як ШІ змінює комунікаційні стратегії та які етичні норми повинні існувати в умовах його використання, є ключовими питаннями для подальшого розвитку цієї сфери.

Тому дослідження етичних аспектів застосування ШІ в медіакомунікаціях та зв'язках з громадськістю є надзвичайно важливим для забезпечення балансу між технологічним прогресом і дотриманням моральних та етичних стандартів у сфері медіа та комунікацій.

Метою роботи є дослідження етичних аспектів використання штучного інтелекту в медіакомунікаціях та зв'язках з громадськістю, зокрема вивчення впливу таких технологій на взаємодію медіа з аудиторією, питання захисту персональних даних, прозорості алгоритмів і етичних стандартів у цій сфері та розробка способів запобігання порушенню етичних норм в

журналістиці та зв'язках з громадськістю в ситуаціях використання технологій штучного інтелекту.

Для досягнення даної мети в дипломній роботі були сформульовані та вирішені наступні завдання:

- дослідити етику журналістики в епоху технологій;
- визначити ризики застосування штучного інтелекту в журналістиці: теоретичні підходи та аналіз;
- проаналізувати етичні норми використання штучного інтелекту в медіа: соціологічний контекст сучасних досліджень;
- розглянути штучний інтелект в медіа;
- визначити етичні виклики в контексті використання штучного інтелекту в зв'язках з громадськістю;
- розробити способи запобігання порушенню етичних норм в журналістиці та зв'язках з громадськістю в ситуаціях використання технологій штучного інтелекту.

Об'єктом дослідження є використання технологій штучного інтелекту в медіакомунікаціях і зв'язках з громадськістю, зокрема алгоритмів, які автоматизують процеси створення та поширення інформації, а також інструментів ШІ для взаємодії з аудиторією.

Предметом дослідження є етичні проблеми та виклики, які виникають в процесі використання штучного інтелекту в медіа та PR-стратегіях, зокрема питання маніпулювання інформацією, захисту особистих даних та прозорості алгоритмів.

Інформаційною базою для написання дипломної роботи є літературні джерела, нормативно-правове забезпечення за темою дипломної роботи.

Під час написання роботи **використовувалися методи** аналізу та синтезу, порівняння, статистичного та економічного аналізу, а також методи оцінки ефективності, що дозволяють глибоко вивчити проблеми штучного інтелекту (ШІ) в медіакомунікаціях та зв'язках з громадськістю.

Наукова новизна роботи полягає в уточненні методичного підходу щодо розвитку штучного інтелекту, зокрема в в медіакомунікаціях та зв'язках з громадськістю.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає у розробці рекомендацій щодо етичного використання штучного інтелекту в медіакомунікаціях та зв'язках з громадськістю, а також у формуванні стандартів та принципів, які забезпечать етичність і прозорість алгоритмів у цій сфері.

Результати дослідження можуть бути корисними для медіа-компаній, PR-агентств, регуляторних органів і розробників технологій, що працюють у сфері комунікацій.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МЕДІАКОМУНІКАЦІЯХ ТА ЗВ'ЯЗКАХ З ГРОМАДКІСТЮ

1.1. Етика журналістики в епоху технологій: розуміння поняття етики сьогодні. Соціальні медіа

Соціальні медіа — це онлайн-платформи, що дають змогу обмінюватися інформацією різного формату: текстами, зображеннями, аудіо та відео. Вони формують інтерес користувачів до спільного інформаційного простору, зосередженого навколо певного контенту. Зазвичай матеріали в межах соціальних медіа згруповані за темами або мають спільну специфіку. Сьогодні більшість людей активно використовують соціальні мережі для комунікації, просування, продажів і поширення інформації.

Етика журналістики в епоху технологій — це комплекс моральних і професійних принципів, що регулюють діяльність журналістів у контексті сучасних технологічних змін. В умовах розвитку цифрових медіа, штучного інтелекту, великих даних та соціальних мереж виникає новий набір викликів для журналістики, що вимагає адаптації традиційних етичних норм до нових реалій [12].

Сучасні технології значно змінюють спосіб збору, аналізу і поширення інформації. Це створює як нові можливості для журналістів, так і нові етичні ризики, такі як маніпулювання фактами, фейкові новини, порушення приватності, а також питання прозорості та відповідальності алгоритмів, які можуть бути використані для створення новинного контенту.

В умовах стрімкого розвитку цифрових технологій і штучного інтелекту, етика журналістики зазнала значних змін. Сучасні медіа працюють у постійному потоці інформації, де новини поширюються миттєво, а аудиторія стає активним учасником процесу створення та поширення контенту.

У такому середовищі виникають нові етичні виклики, пов'язані із правдивістю інформації, захистом приватності, прозорістю технологій та відповідальністю за контент.

Етику журналістики вивчали багато вчених і дослідників, які приділяли увагу розвитку професійних стандартів та моральних принципів, що регулюють діяльність журналістів, зокрема Гуржій В. [1], Погореленко А. [11], Козуб В. [4], Надточій. О [7] і тд. Розглянемо це більш детально (табл.1.1).

Таблиця.1.1

Визначення поняття “етика журналістики”, за різними авторами

Автор	Визначення
Гуржій В. [1]	Етика журналістики — це система моральних норм і принципів, які регулюють діяльність журналістів, забезпечують достовірність і об'єктивність подачі інформації та сприяють дотриманню соціальних і культурних стандартів у суспільстві.
Погореленко А. [11]	Етика журналістики — це сукупність моральних принципів, що визначають правильність і відповідальність журналістів у їхній діяльності, а також забезпечують надійність і неупередженість публікацій.
Козуб В. [4]	Етика журналістики полягає в реалізації моральних норм і стандартів, які спрямовані на захист суспільних інтересів і сприяють чесності та прозорості в процесі інформаційної комунікації.
Надточій. О [7]	Етика журналістики — це сукупність етичних норм і принципів, які визначають поведінку журналістів у процесі збору, обробки та поширення інформації з метою забезпечення її достовірності та об'єктивності.
Піх В. [9]	Етика журналістики — це система моральних орієнтирів, які дозволяють журналістам здійснювати свою діяльність, зберігаючи об'єктивність, правдивість і незалежність від зовнішніх впливів.
Процак Т.В. [12]	Етика журналістики є важливим складником професіоналізму журналістів, який забезпечує правдивість інформації та дотримання моральних стандартів у медіа-сфері, зокрема стосовно маніпулювання фактами.

Шашенко, С. [16]	Етика журналістики визначає моральні принципи, які повинні бути дотримані журналістами під час виконання їхніх професійних обов'язків, гарантуючи високу якість інформаційних матеріалів та повагу до прав людини.
Тимошенко Є. [14]	Етика журналістики — це набір етичних норм і принципів, які регулюють взаємодію журналістів із суспільством, сприяючи розвитку суспільної довіри та відповідальності у сфері медіа.

Згідно з визначеннями різних авторів, етика журналістики є ключовим елементом професіоналізму журналістів, який забезпечує достовірність і об'єктивність інформації, а також гарантує відповідальність медіа перед суспільством.

Незважаючи на різноманіття підходів, всі автори сходяться на думці, що етика журналістики регулює поведінку журналістів у процесі збору, обробки та поширення інформації, що сприяє дотриманню соціальних і культурних стандартів, забезпеченню чесності, прозорості і захисту прав людини.

Усі визначення підкреслюють важливість моральних норм і стандартів, які дозволяють журналістам виконувати свою діяльність, зберігаючи об'єктивність і неупередженість, уникаючи маніпулювання фактами. Вони також наголошують на необхідності забезпечення високої якості інформаційних матеріалів та розвитку суспільної довіри до медіа. У сучасних умовах, коли технології та цифрові медіа відкривають нові можливості для журналістської діяльності, етика журналістики залишається важливим орієнтиром для підтримки професійних стандартів та відповідальності перед громадськістю.

В епоху технологій журналістика зазнала значних змін. Нові медіа, цифрові платформи, штучний інтелект та соціальні мережі не тільки змінюють спосіб створення та поширення інформації, а й ставлять перед журналістами нові етичні виклики. Розглянемо основні аспекти етики журналістики в епоху технологій включають (табл.1.2):

Таблиця.1.2

Основні аспекти етики журналістики в епоху технологій [4]

Ключовий аспект	Опис
Перевірка фактів та правдивість інформації	У цифрових медіа важливо зберігати високі стандарти достовірності та уникати поширення неперевіраних або маніпулятивних матеріалів.
Прозорість алгоритмів і ШІ	Використання ШІ для автоматизованого створення контенту та підбору новин вимагає прозорості в тому, як працюють алгоритми та які дані використовуються.
Захист приватності	Технології дозволяють збирати великі обсяги даних про аудиторію, що піднімає етичні питання щодо використання персональних даних без дозволу користувачів.
Відповідальність за контент	Важливо зберігати відповідальність за контент, навіть якщо він створений автоматизованими системами чи штучним інтелектом.
Маніпулювання громадською думкою	Технології, зокрема алгоритми соціальних мереж, можуть використовуватись для маніпулювання громадською думкою, що створює проблеми з об'єктивністю та нейтральністю.

Отже, етика журналістики в епоху технологій вимагає балансу між використанням новітніх інструментів для забезпечення ефективності та підтримання моральних принципів, таких як правда, неупередженість, прозорість та відповідальність.

У сучасному світі, з розвитком новітніх технологій, особливо штучного інтелекту (ШІ), етика журналістики зазнала значних змін. Штучний інтелект охоплює широке коло технологій, що дозволяють машинам виконувати завдання, які раніше потребували людського інтелекту. ШІ включає в себе алгоритми машинного навчання, нейронні мережі, природну обробку мови, а також здатність до самонавчання та вдосконалення на основі досвіду.

У журналістиці ШІ може використовуватися для автоматизованого створення контенту, перевірки фактів, модерації коментарів або навіть для визначення, який контент найбільше цікавить користувачів. Це створює нові

можливості для журналістів, але також і нові етичні виклики, зокрема в контексті об'єктивності, правдивості та маніпуляцій із інформацією [3].

Етика в контексті ШІ — це новий напрямок, який вивчає моральні принципи, що мають регулювати використання штучного інтелекту. Одним із основних аспектів етики ШІ є забезпечення прозорості алгоритмів, оскільки часто алгоритми, що приймають рішення або генерують інформацію, є складними і можуть бути непрозорими для користувачів.

Окремі вчені та фахівці відзначають важливість того, щоб ШІ не мав упереджень і не сприяв дискримінації чи маніпулюванню. У випадку з журналістикою, важливим питанням є також забезпечення того, щоб автоматизовані системи не поширювали фейкові новини або неправдиву інформацію. ШІ має бути розроблений таким чином, щоб враховувати етичні принципи та не підривати довіри до медіа [1].

Етику в контексті штучного інтелекту активно розглядають численні вчені та дослідники. Одним із основних представників цього напрямку є Тімоті Нобл, який досліджує вплив технологій на суспільство та питання етики штучного інтелекту.

Вчені, такі як Стівен Беннер, обговорюють питання відповідальності розробників ШІ за потенційні етичні проблеми, які можуть виникати через використання технологій. Деякі дослідники, зокрема вчені з Массачусетського технологічного інституту (MIT), працюють над етичними рамками для ШІ, що включають аспекти довіри, прозорості та соціальної відповідальності технологій. Також важливим аспектом є розгляд таких питань, як захист приватності, можливість маніпулювання громадською думкою через автоматизовані системи та забезпечення рівності й справедливості у використанні даних [1].

Використання ШІ в журналістиці ставить перед професією нові етичні питання. Оскільки багато аспектів журналістської діяльності, таких як перевірка фактів, вибір контенту та навіть генерація новин, тепер можуть

бути автоматизовані, це вимагає ретельного регулювання щодо того, яким чином ці технології використовуються.

Важливо, щоб журналісти, медіа-компанії та розробники ШІ дотримувалися етичних норм і не дозволяли технічним інструментам шкодити суспільному інтересу або маніпулювати інформацією. Прозорість, відповідальність і чесність залишаються важливими принципами, яким повинні відповідати як журналісти, так і технологічні розробники.

Одним із основних інструментів є автоматизоване створення контенту. Це дозволяє журналістам швидко генерувати новини, аналізувати великі обсяги даних або навіть створювати прогнози на основі зібраної інформації. Такі системи можуть писати новини про спортивні події, фінансові результати або навіть погодні умови, що дозволяє зекономити час на створення стандартних матеріалів [7].

Штучний інтелект також активно використовується для перевірки фактів. Алгоритми машинного навчання допомагають аналізувати великі обсяги інформації, порівнювати факти з наявними даними та виявляти потенційні помилки чи недостовірні відомості. Це важливий інструмент для боротьби з фейковими новинами та дезінформацією, оскільки дозволяє швидко перевіряти інформацію перед її публікацією.

Також штучний інтелект застосовується для персоналізації новин. Алгоритми аналізують поведінку користувачів на цифрових платформах, визначають їхні уподобання та інтереси, після чого пропонують персоналізовані новини та контент. Це дає змогу медіа-компаніям збільшувати взаємодію з аудиторією та підвищувати ефективність поширення новин.

Використання чат-ботів і віртуальних помічників є ще одним важливим інструментом у журналістиці. Вони дозволяють автоматизувати взаємодію з читачами, відповідати на запитання, а також надавати інформацію в реальному часі.

Така технологія допомагає забезпечити оперативний зв'язок з аудиторією, а також збирати дані для аналізу публіки [3].

Алгоритми для модерації контенту також широко використовуються в журналістиці. Вони допомагають автоматично фільтрувати коментарі, виявляти ненависницькі висловлювання або порушення етики в онлайн-дискусіях. Це важливо для підтримки здорового клімату в медіапросторі та забезпечення безпеки користувачів.

Таким чином, штучний інтелект надає численні інструменти, які сприяють підвищенню ефективності журналістської роботи, але водночас ставлять перед медіа нові етичні виклики, що потребують ретельного контролю та регулювання.

Існують значні переваги та недоліки використання можливостей і інструментів штучного інтелекту в журналістиці. Штучний інтелект надає медіа-компаніям потужні інструменти для автоматизації численних процесів, що значно підвищує ефективність роботи журналістів.

Однак, одночасно з цими перевагами, виникають також серйозні етичні, правові та технічні виклики.

Розглянемо більш детально переваги і недоліки використання можливостей та інструментів штучного інтелекту в журналістиці (табл.1.3):

Таблиця.1.3

Переваги і недоліки використання можливостей та інструментів штучного інтелекту в журналістиці [13]

Переваги	Недоліки
Швидкість обробки та створення контенту: ШІ дозволяє значно прискорити процес написання новин, зокрема в автоматизованому форматі для стандартних матеріалів (наприклад, спортивні звіти чи фінансові новини).	Низька якість контенту: Автоматично згенерований контент може бути поверхневим або безглуздим, особливо в контексті складних або емоційно насичених тем.
Перевірка фактів: Алгоритми допомагають швидко перевіряти факти та спростовувати дезінформацію, що особливо важливо в епоху фейкових новин.	Залежність від даних: Алгоритми залежать від доступних даних, а їхнє використання може бути обмежене або неточне, якщо дані не є повними або актуальними.

Персоналізація контенту: Завдяки аналізу користувацьких уподобань, ШІ може допомогти створювати персоналізовані новини та пропонувати контент, що відповідає інтересам читачів.	Приватність і безпека даних: Персоналізація вимагає збору великої кількості особистої інформації про користувачів, що може ставити під загрозу їхню конфіденційність та права на приватність.
Модерація контенту: Алгоритми можуть автоматично фільтрувати непотрібний або шкідливий контент, забезпечуючи безпеку та комфорт в онлайн-дискусіях.	Проблеми з точністю модерації: Модерація за допомогою ШІ може бути не зовсім точною і може призвести до помилкового видалення контенту або, навпаки, не виявити порушення.
Автоматизація рутинних завдань: Боти і алгоритми допомагають автоматизувати рутинні процеси, як наприклад, генерування звітів або обробка великих обсягів даних, що зменшує навантаження на журналістів.	Втрата робочих місць: Автоматизація може призвести до зменшення кількості робочих місць для журналістів, оскільки багато завдань можуть бути виконані машинами.
Ефективність у роботі з великими обсягами даних: ШІ може обробляти великі масиви інформації, допомагаючи знаходити важливі патерни, тренди або аномалії в даних.	Упередженість алгоритмів: Алгоритми, які створюються людьми, можуть мати приховані упередження, що впливають на об'єктивність контенту.
Зменшення людської помилки: Оскільки ШІ автоматизує деякі процеси, це дозволяє зменшити ймовірність помилок, таких як помилки в фактографії чи арифметичних розрахунках.	Невизначеність та етичні питання: Використання ШІ в журналістиці ставить багато етичних питань щодо прозорості та відповідальності за автоматично згенерований контент.

Таким чином, використання штучного інтелекту в журналістиці має як значні переваги, так і численні недоліки. Серед переваг варто відзначити високу швидкість обробки та створення контенту, що дозволяє значно зменшити час на написання стандартних новин та репортажів. ШІ також є потужним інструментом для перевірки фактів і боротьби з дезінформацією, що має особливе значення в епоху поширення фейкових новин.

Інструменти ШІ дозволяють персоналізувати контент відповідно до інтересів читачів, що сприяє підвищенню залученості аудиторії, а також автоматизувати рутинні завдання, знижуючи навантаження на журналістів. Крім того, використання ШІ в модерації контенту і обробці великих обсягів

даних може покращити безпеку в онлайн-дискусіях і дозволити виявляти важливі тренди та патерни.

Однак, разом з перевагами, використання ШІ в журналістиці має і певні недоліки. Зокрема, автоматично згенерований контент може бути поверхневим або навіть помилковим, що негативно впливає на якість публікацій.

Алгоритми, які працюють на основі доступних даних, можуть бути обмеженими і не завжди точними, а залежність від таких даних може призводити до помилок. Персоналізація контенту, хоча й корисна, ставить під загрозу конфіденційність користувачів і їхні права на приватність. Крім того, модерація контенту за допомогою ШІ може бути неточною, що іноді призводить до помилкового видалення контенту або до неусвідомлення порушень.

Автоматизація рутинних завдань може призвести до скорочення робочих місць для журналістів, а також до зниження творчого внеску в журналістську діяльність. Проблеми з упередженістю алгоритмів і етичні питання щодо прозорості та відповідальності за контент, створений штучним інтелектом, є важливими аспектами, які потребують ретельного аналізу.

Отже, використання ШІ в журналістиці має великий потенціал для покращення ефективності та швидкості роботи, однак потребує відповідного контролю і регулювання, щоб уникнути негативних наслідків, таких як зниження якості контенту, загроза приватності та етичні проблеми.

1.2. Ризики застосування штучного інтелекту в журналістиці: теоретичні підходи та аналіз

Ризики застосування штучного інтелекту в журналістиці — це можливі негативні наслідки, які можуть виникнути внаслідок використання технологій штучного інтелекту для автоматизації та оптимізації журналістських процесів.

Актуальність теми ризиків застосування штучного інтелекту в журналістиці сьогодні зростає через швидкий розвиток технологій та їх інтеграцію у медіапростір. Штучний інтелект значно змінює традиційні процеси створення контенту, управління інформацією та взаємодії з аудиторією, що створює як можливості для ефективнішої роботи, так і серйозні ризики [7].

Сьогодні медіа організації активно використовують алгоритми для автоматизації написання новин, персоналізації контенту, моніторингу громадської думки та навіть прогнозування трендів. Однак ці технології несуть у собі загрози, пов'язані з потенційними упередженостями в алгоритмах, неетичними практиками, зловживаннями у контексті маніпуляцій з інформацією та загрозами безпеці даних.

Ризики застосування штучного інтелекту в журналістиці є багатогранними і потребують уважного аналізу, оскільки технології, хоча й мають великий потенціал для покращення процесів, можуть призвести до серйозних наслідків, якщо їх використовувати без належного контролю. Одним із основних ризиків є поширення фейкових новин.

Хоча ШІ може бути використаний для перевірки фактів, він також може стати інструментом для автоматизованого створення неправдивого контенту або маніпулювання інформацією. Це особливо небезпечно в умовах, коли алгоритми здатні створювати новини та інші матеріали без участі людини, що може призвести до розповсюдження дезінформації.

Іншим важливим ризиком є упередженість алгоритмів. Оскільки ШІ розвивається на основі великих обсягів даних, він може відтворювати існуючі упередження в цих даних, що призводить до нечесності в висвітленні подій або тем.

Наприклад, якщо дані для навчання моделі не є репрезентативними або мають вплив від соціальних чи культурних упереджень, це може негативно вплинути на об'єктивність створеного контенту. Така упередженість може

спричинити негативні наслідки, зокрема в політичних або соціальних питаннях.

Низька якість контенту є ще одним важливим ризиком. Хоча штучний інтелект може швидко створювати матеріали, це не завжди гарантує їхню глибину або точність. Автоматично згенеровані тексти можуть бути поверхневими або неадекватними для складних тем, що потребують ретельного аналізу і критичного підходу. Це може призвести до зниження рівня журналістики і, врешті-решт, до втрати довіри аудиторії до медіа.

Проблеми з етикою і відповідальністю також є важливими ризиками. Коли контент генерується штучним інтелектом, важко встановити, хто несе відповідальність за можливі помилки, маніпуляції або порушення етичних стандартів. Це викликає питання про прозорість і підзвітність у використанні технологій, особливо коли мова йде про автоматичне створення новин або модерацію контенту [7].

Ще одним ризиком є загроза приватності та безпеки даних. Для ефективної персоналізації контенту та аналізу аудиторії ШІ вимагає доступу до великих обсягів персональних даних.

Окрім цього, втрата робочих місць в журналістиці є ще одним негативним наслідком автоматизації процесів.

Використання штучного інтелекту для рутинних завдань може призвести до зменшення кількості робочих місць для журналістів, редакторів і модераторів, що знижує кількість людей, залучених до виробництва та перевірки контенту.

Для мінімізації цих ризиків важливо застосовувати комплексний підхід, що включає моніторинг та аудит AI-систем, розробку етичних стандартів, виявлення упередженості, навчання працівників та впровадження систем управління кризами.

Зокрема, регулярне оновлення даних, обрання якісних джерел та залучення фахівців до процесу прийняття рішень допоможуть зберегти високу якість і точність контенту, зменшити ризик дезінформації та

маніпуляцій. Крім того, захист приватності та безпеки даних є важливою складовою, що дозволяє зберігати довіру аудиторії та захищати персональні дані.

Забезпечення прозорості в роботі алгоритмів та етичних принципів стане важливим фактором для збереження репутації медіа та довіри до результатів, що генеруються AI-системами. Впровадження цих процесів сприятиме безпечному та ефективному використанню штучного інтелекту в журналістиці, що дозволить максимально скористатися його потенціалом при мінімізації можливих ризиків.

1.3. Етичні норми використання штучного інтелекту в медіа: соціологічний контекст сучасних досліджень

Етичні норми використання штучного інтелекту в медіа — це сукупність принципів, правил та стандартів, які регулюють застосування технологій штучного інтелекту з метою забезпечення відповідальності, чесності та прозорості у процесах створення, обробки та поширення інформації. Ці норми спрямовані на збереження високих етичних стандартів у журналістиці, враховуючи вплив AI на зміст, форму та достовірність медіа-контенту.

Етичні норми використання штучного інтелекту в медіа передбачають (табл.1.4).

Таблиця.1.4

Етичні норми використання штучного інтелекту в медіа [15]

Етична норма	Опис
Чесність і достовірність інформації	Використання AI повинно гарантувати, що створений контент є правдивим, точним і не маніпулює фактами чи громадською думкою.
Прозорість	Алгоритми, що використовуються для генерації або модифікації контенту, повинні бути зрозумілими та доступними для аудиторії, щоб користувачі знали, коли

	інформація створена або оброблена за допомогою AI.
Відповідальність за контент	Медіа повинні нести відповідальність за контент, який генерується штучним інтелектом, зокрема за можливі помилки, неточності або етичні порушення, що можуть виникнути в результаті використання AI.
Запобігання упередженості	Важливо виявляти і усувати будь-які упередженості в алгоритмах, щоб забезпечити справедливість і об'єктивність контенту, уникнути дискримінації певних груп чи інтерпретацій фактів.
Захист приватності та конфіденційності	AI-системи, що використовуються в медіа, повинні дотримуватися норм захисту особистих даних, не порушуючи права на конфіденційність користувачів та джерел інформації.

Отже, використання штучного інтелекту в медіа ставить перед журналістами та медіа-організаціями низку етичних викликів, які потребують ретельного контролю та врегулювання.

Основними етичними нормами, які повинні супроводжувати застосування AI, є чесність і достовірність інформації, прозорість алгоритмів, відповідальність за контент, запобігання упередженості та захист приватності та конфіденційності даних. Важливо, щоб контент, створений за допомогою AI, залишався правдивим і точним, без маніпуляцій з фактами чи громадською думкою, а алгоритми, що впливають на формування цього контенту, були зрозумілими та доступними для аудиторії.

Медіа несуть відповідальність за можливі помилки, неточності або етичні порушення, які можуть виникнути через використання AI, тому необхідно постійно стежити за справедливістю та об'єктивністю контенту, а також запобігати дискримінації. Урахування цих етичних норм дозволить забезпечити довіру до медіа і зберегти високі стандарти журналістики, навіть у контексті нових технологічних змін.

Етичні норми використання штучного інтелекту в медіа є важливою темою в контексті сучасних досліджень, оскільки технології AI все більше впливають на процеси створення і поширення інформації. Сучасні дослідження підкреслюють важливість забезпечення чесності та

достовірності інформації, оскільки автоматизовані системи можуть не лише прискорити створення контенту, а й спричинити поширення неправдивих або неповних фактів [7].

Однією з основних етичних вимог є забезпечення того, щоб штучний інтелект не маніпулював громадською думкою, не змінюючи або не спотворюючи фактів на свою користь. Відповідно, прозорість алгоритмів стає ще одним важливим аспектом.

Сучасні дослідження акцентують увагу на тому, що алгоритми, що використовуються для генерації контенту, повинні бути зрозумілими для користувачів, щоб аудиторія могла розуміти, як і чому інформація була змінена або створена. Прозорість у цьому контексті є необхідною для того, щоб користувачі мали можливість критично ставитися до контенту, оцінюючи його на основі знання про методи його створення.

Іншим важливим аспектом є відповідальність за контент, що генерується штучним інтелектом. У сучасних дослідженнях з'являється новий акцент на тому, хто несе відповідальність за помилки, упередженість чи етичні порушення, що можуть виникнути в результаті використання AI.

Важливо, щоб медіа, застосовуючи ці технології, брали на себе відповідальність за будь-які негативні наслідки, адже навіть незначні помилки в алгоритмах можуть призвести до серйозних етичних або інформаційних проблем.

Загроза упередженості алгоритмів також займає важливе місце в сучасних дослідженнях. Штучний інтелект може бути схильний до відтворення існуючих соціальних упереджень, що може призвести до дискримінації певних груп або поширення одностороннього погляду на події. Тому важливим є постійний моніторинг і вдосконалення алгоритмів, щоб уникнути таких проявів і забезпечити об'єктивність контенту. Відсутність упередженості сприяє більш справедливому та рівноправному відображенню суспільних процесів і явищ [8].

Нарешті, важливим аспектом є захист приватності та конфіденційності. Сучасні дослідження вказують на те, що штучний інтелект може порушувати права на приватність, якщо зловживати доступом до особистих даних. Використання таких даних для формування контенту повинно регулюватися строгими етичними стандартами, щоб уникнути їх неправильного використання або витоку інформації. Це питання набуває особливої актуальності в умовах широкого збору та обробки персональних даних через цифрові платформи.

Отже, етичні норми використання штучного інтелекту в медіа є необхідним елементом для збереження довіри аудиторії та збереження стандартів журналістики.

Оскільки технології AI постійно розвиваються, важливо адаптувати ці норми до нових реалій, щоб забезпечити чесність, прозорість, об'єктивність та захист прав людей у медіапросторі.

Сучасні дослідження вказують на необхідність створення чітких етичних рамок і впровадження механізмів контролю, щоб уникнути негативних наслідків для суспільства і забезпечити високий рівень відповідальності з боку медіа та розробників технологій.

Отже, штучний інтелект суттєво змінює медіапростір, надаючи можливість швидко створювати контент, автоматизувати процеси та персоналізувати інформацію для користувачів. Однак, з розвитком таких технологій виникає низка ризиків, зокрема, щодо достовірності інформації, маніпулювання фактами, упередженості алгоритмів та захисту приватності.

Висновки до першого розділу

Перший розділ роботи присвячений теоретичним засадам визначення штучного інтелекту в медіакомунікаціях та зв'язках з громадськістю. У цьому розділі були розглянуті кілька ключових аспектів, що стосуються етики журналістики в епоху технологій, ризиків, пов'язаних із застосуванням штучного інтелекту в журналістиці, а також соціологічного контексту використання етичних норм у медіа.

У підрозділі 1.1 було проаналізовано поняття етики журналістики в умовах нових технологій. Визначено, що в сучасному світі технології значно впливають на процеси створення і поширення інформації. Зокрема, було звернено увагу на те, як етика журналістики еволюціонує у відповідь на ці зміни, і яким чином технології штучного інтелекту ставлять нові виклики для збереження стандартів чесності, достовірності та відповідальності в медіа.

У підрозділі 1.2 розглянуті ризики застосування штучного інтелекту в журналістиці, зокрема теоретичні підходи до аналізу цих ризиків. Окремо акцентовано увагу на можливості поширення фейкових новин, маніпуляцій і неправдивої інформації, які можуть виникнути внаслідок використання автоматизованих систем у процесах журналістської діяльності. Аналіз наукових досліджень та практичних випадків показав, що штучний інтелект, хоча і пропонує великі можливості для оптимізації роботи медіа, також створює серйозні загрози, якщо не буде дотримано етичних стандартів.

У підрозділі 1.3 було розглянуто етичні норми використання штучного інтелекту в медіа з соціологічного контексту. Вивчення сучасних досліджень показало, як штучний інтелект, завдяки своїй здатності персоналізувати контент і взаємодіяти з аудиторією, впливає на громадську думку, формування суспільних трендів і навіть на соціальні взаємодії. Приділено увагу важливості забезпечення прозорості алгоритмів, боротьбі з упередженістю в системах та захисту приватності.

Висновки до першого розділу можна підсумувати таким чином: технології штучного інтелекту значно змінюють процеси медіа-комунікації і

журналістики. Водночас ці зміни створюють нові етичні виклики, які вимагають уважного аналізу та адаптації існуючих етичних норм. Для ефективного і безпечного застосування ШІ в медіа важливо забезпечити баланс між інноваціями та етичними стандартами, зокрема в аспектах чесності, прозорості та відповідальності, а також в питаннях приватності та захисту даних.

РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МЕДІАКОМУНІКАЦІЯХ

2.1. Штучний інтелект в медіа: огляд сучасних технологій і методів

Штучний інтелект в медіа — це використання технологій штучного інтелекту для автоматизації, оптимізації та вдосконалення процесів створення, обробки та поширення контенту [1].

Штучний інтелект в медіа включає в себе застосування алгоритмів для написання новин, персоналізації контенту, створення рекомендацій для користувачів, а також для моніторингу та аналізу великих обсягів даних, що дозволяє швидше реагувати на зміни в суспільстві та медіапросторі.

Штучний інтелект в медіа може використовуватися для розпізнавання шаблонів, прогнозування трендів, оптимізації контенту для певних аудиторій і навіть для створення глибоко персоналізованих інформаційних потоків.

Штучний інтелект активно використовується в медіа як в Україні, так і за кордоном. В українських медіа прикладом застосування AI є автоматичне створення новин та статей.

Один із таких випадків — використання штучного інтелекту в редакціях для написання спортивних або фінансових новин. Наприклад, деякі українські інформаційні агенції застосовують алгоритми для автоматизації створення новин про результати матчів або економічні показники, що дозволяє зменшити витрати часу на створення рутинного контенту [22].

Окрім цього, AI активно використовується для модерації контенту на платформах, що дозволяє виявляти неналежний контент або фейки, а також для персоналізації новин, орієнтуючись на інтереси читачів.

На міжнародному рівні прикладів використання штучного інтелекту в медіа ще більше. Наприклад, The Washington Post розробила власну AI-систему, яка допомагає писати новини на основі даних, отриманих з різних джерел.

Ця система під назвою Heliograf була використана для автоматичного створення звітів про вибори та спортивні події. BBC також активно використовує AI для аналізу великих обсягів даних, що дозволяє покращити персоналізацію контенту, а також для створення інтерактивних новин, де штучний інтелект допомагає в обробці запитів аудиторії. Інші міжнародні медіа, як, наприклад, Reuters, використовують AI для автоматизації створення новин про фінансові ринки, а також для аналізу соціальних мереж з метою виявлення трендів та важливих новин.

Штучний інтелект у медіа забезпечує більшу швидкість виробництва контенту, а також можливість автоматизувати рутинні процеси, що дозволяє журналістам зосереджуватися на більш складних завданнях, таких як глибоке розслідування чи аналітика.

Штучний інтелект у медіа є однією з найдинамічніших та найактуальніших тем у світі інформаційних технологій. Завдяки здатності обробляти величезні обсяги даних, аналізувати їх та автоматизувати процеси, AI значно змінює медіапростір [22].

Від створення контенту до аналізу і персоналізації новин, використання штучного інтелекту дозволяє медіа-компаніям більш ефективно взаємодіяти з аудиторією, покращувати якість контенту та оптимізувати рекламні стратегії. AI також має велике значення для автоматизації процесів, таких як написання статей, перевірка фактів, а також створення мультимедійного контенту, що дозволяє журналістам зосереджуватися на більш складних аспектах роботи.

Зокрема, AI в медіа включає такі технології, як машинне навчання, обробка природної мови (NLP), комп'ютерне зору та генерація тексту, які дозволяють автоматизувати різноманітні аспекти медіа-виробництва. Використання штучного інтелекту в журналістиці та інших медіа-секторах може також допомогти у виявленні трендів, аналізі настроїв аудиторії, а також в оптимізації рекламних кампаній та підвищенні персоналізації.

У таблиці 2.1 наводяться основні сучасні технології та методи, що використовуються у медіа з застосуванням штучного інтелекту.

Таблиця.2.1

Основні сучасні технології та методи, що використовуються у медіа з застосуванням штучного інтелекту [21]

Технологія/метод	Опис	Використання в медіа	Очікувані результати
Машинне навчання (ML)	Технологія, що дозволяє комп'ютерам навчатися на основі великих обсягів даних без явного програмування.	Використовується для персоналізації контенту, прогнозування трендів, аналізу поведінки користувачів.	Підвищення ефективності контенту та реклами, точніше прогнозування потреб аудиторії.
Обробка природної мови (NLP)	Метод, що дозволяє комп'ютерам розуміти, інтерпретувати та генерувати людську мову.	Використовується для створення автоматичних новин, чат-ботів, аналізу соціальних мереж.	Автоматизація створення контенту, покращення взаємодії з аудиторією через чат-боти, швидка обробка новин.
Комп'ютерний зір	Технологія, що дозволяє комп'ютерам "бачити" і інтерпретувати зображення та відео.	Використовується для автоматичної модерації контенту, аналізу відео та зображень, розпізнавання об'єктів.	Поліпшення процесів модерації, автоматичне розпізнавання важливих елементів в контенті, оптимізація відео-контенту.
Генерація тексту (NLG)	Технологія автоматичного створення тексту на основі певних даних або шаблонів.	Використовується для автоматичного написання новин, звітів, аналітики.	Прискорення створення новин і звітів, зменшення навантаження на журналістів.

Аналіз настроїв	Технологія, яка дозволяє аналізувати емоційний відтінок тексту або висловлювань в соціальних мережах.	Використовується для моніторингу громадської думки, аналізу реакцій на новини.	Швидке виявлення трендів, моніторинг настроїв аудиторії, виявлення потенційних проблем у суспільстві.
-----------------	---	--	---

Отже, використання штучного інтелекту в медіа відкриває нові горизонти для автоматизації та оптимізації виробництва контенту, персоналізації взаємодії з аудиторією та підвищення ефективності різних процесів.

Основні технології, такі як машинне навчання, обробка природної мови, комп'ютерний зір, генерація тексту та аналіз настроїв, дозволяють значно покращити якість і швидкість створення медіа-продуктів, забезпечуючи більш точне прогнозування потреб користувачів і оперативне реагування на зміни в інформаційному середовищі. Зокрема, штучний інтелект сприяє автоматизації рутинних завдань, таких як написання новин і модерація контенту, а також дозволяє більш точно налаштовувати рекламні стратегії та контент під інтереси аудиторії.

Завдяки цим технологіям медіа-компанії здатні значно зменшити витрати на виробництво контенту, підвищити точність і швидкість аналізу даних, а також покращити взаємодію з користувачами.

Однак важливо пам'ятати, що впровадження таких технологій повинно супроводжуватися етичними принципами, адже надмірна автоматизація може призвести до маніпуляцій, недостовірної інформації або втручання в приватність користувачів.

Таким чином, розвиток AI в медіа потребує ретельного контролю та етичного регулювання для забезпечення балансу між технологічними досягненнями та відповідальністю перед аудиторією.

2.2. Етичні виклики в контексті використання штучного інтелекту в зв'язках з громадськістю

Етичні виклики в контексті використання штучного інтелекту в зв'язках з громадськістю (PR) є важливою темою, оскільки технології штучного інтелекту можуть суттєво змінювати способи комунікації, взаємодії з аудиторією та управління репутацією. AI має потужний потенціал для автоматизації багатьох процесів у PR, таких як генерація контенту, моніторинг згадок брендів, прогнозування реакцій аудиторії або навіть управління кризовими ситуаціями. Однак цей розвиток технологій також створює низку етичних проблем, які потребують ретельної уваги.

Одним із найбільших викликів є ризик маніпуляцій. Використання AI для персоналізації повідомлень може призвести до створення маніпулятивного контенту, який цілеспрямовано впливає на настрої та поведінку аудиторії. Наприклад, штучний інтелект може бути використаний для створення "фейкових новин", які приваблюють увагу або формують позитивний імідж компанії чи бренду через неповну або спотворену інформацію. В такому випадку, може виникнути проблема із забезпеченням чесності та достовірності, оскільки важко перевірити, наскільки точним і правдивим є контент, згенерований за допомогою AI.

Іншим етичним викликом є збереження конфіденційності та приватності. AI може збирати великі обсяги даних про поведінку та переваги користувачів, що викликає питання щодо етики збору та обробки особистої інформації. Використання штучного інтелекту для персоналізації контенту, хоча й може підвищити ефективність комунікацій, водночас підвищує ризик порушення приватності, особливо якщо дані не використовуються етично або без відома користувачів.

Ще однією серйозною проблемою є відсутність прозорості в роботі AI-систем. Багато алгоритмів штучного інтелекту є складними і непрозорими для кінцевих користувачів. Це може привести до ситуацій, коли аудиторія не

розуміє, як приймаються рішення або як формується контент, що вони отримують. Така непрозорість може підірвати довіру до PR-компаній і брендів, що використовують ці технології. Люди можуть не знати, коли їхні емоції чи реакції маніпулюються за допомогою технологій.

Також важливим є ризик алгоритмічної упередженості. AI може відображати упередженість, закладену в даних, на яких його навчали. Це може призвести до того, що PR-стратегії не враховують різноманітність аудиторії і можуть ставити в нерівні умови певні групи людей або упереджувати певні теми або точки зору. У такому випадку AI може створювати неправдиві або односторонні повідомлення, що не відповідають інтересам і потребам різних груп споживачів.

В підсумку, використання штучного інтелекту в зв'язках з громадськістю несе як великі можливості, так і суттєві етичні виклики. Для ефективного застосування AI в PR важливо розробити чіткі етичні норми та стандарти, що сприятимуть прозорості, точності, повазі до приватності та уникненню маніпуляцій і упередженості.

Практичне формування соціальних медіа на молодіжну культуру та спосіб їх прийняття в контексті використання штучного інтелекту має велику актуальність в сучасному інформаційному суспільстві. З плином часу медіа відіграють все більш суттєву роль у формуванні поглядів, цінностей та поведінки молодого покоління, оскільки соціальні мережі стали невід'ємною частиною їхнього щоденного життя. Молодь активно взаємодіє з цифровими платформами, де штучний інтелект стає потужним інструментом для персоналізації контенту, автоматизованої взаємодії та впливу на споживачів інформації. Використання AI в соціальних медіа дозволяє створювати спеціалізовані новини, таргетовану рекламу, а також вбудовувати алгоритми для моніторингу та аналізу вподобань користувачів, що безпосередньо впливає на їхнє сприйняття світу.

Важливим аспектом є те, як молодь сприймає вплив технологій на їхнє культурне та соціальне середовище. Медіа, що генеруються або

оптимізуються за допомогою штучного інтелекту, мають здатність формувати у молоді конкретні світоглядні установки, адже вони отримують переважно персоналізований контент, що може посилювати певні ідеї чи поведінкові моделі. Це створює як можливості, так і виклики для соціальної адаптації молоді, оскільки в умовах інформаційного перенавантаження та швидкого поширення новин молоді люди можуть ставати все більш залежними від алгоритмічних рішень, що задаються медіа-платформами.

Зважаючи на ці фактори, стає важливою тема відповідальності медіа за етичний контент, а також за процеси, через які штучний інтелект впливає на культурні та соціальні трансформації серед молоді. Потрібно розуміти, як технології можуть як позитивно, так і негативно формувати світогляд молодого покоління, і як це відображається на їхній поведінці, поглядах і культурних перевагах. Враховуючи швидкий розвиток AI, медіа повинні активно брати участь у формуванні цієї нової культурної реальності, забезпечуючи адекватний етичний підхід до використання технологій для збереження відкритого, багатогранного і критичного мислення серед молоді.

Розглянемо вплив соціальних медіа на молодь (табл.2.2).

Таблиця.2.2

Вплив соціальних медіа на молодь

Соціальна мережа	Позитивний вплив на молодь	Негативний вплив на молодь
Instagram	Сприяє творчому самовираженню через фотографії та відео. Збільшує можливості для виявлення талантів та знаходження натхнення. Підтримує спільноту і взаємодію молоді.	Може призвести до порівняння свого життя з ідеалізованими образами, що викликає стрес та низьку самооцінку. Ризик розвитку залежності від вподобань та вподобаних.
YouTube	Надає можливість навчатися, вчитися новому, ділитися знаннями та досвідом. Сприяє розвитку та самореалізації через відеоконтент. Підтримує розвиток креативності та винахідливості.	Може призвести до проведення багато часу відкриттям відео, що зменшує продуктивність та може стати причиною залежності. Ризик впливу негативного або неправдивого контенту на ментальне здоров'я.
Twitter	Сприяє обговоренню актуальних	Може призвести до поширення

	подій та тем, викликає зацікавленість до громадських питань. Забезпечує можливість виявлення особистих поглядів та думок. Підтримує спілкування та знайомства зі співрозмовниками.	негативних повідомлень, шкідливих думок або дискримінації. Ризик розвитку онлайн-конфліктів та спорів.
ТікТок	Сприяє творчому вираженню через короткі відеоролики та танці. Збільшує популярність творчості та розваг серед молоді. Підтримує формування власної ідентичності та культурного співтовариства.	Може призвести до втрати часу на дивлення коротких відео, зниження концентрації та продуктивності. Ризик негативного впливу контенту, який пропагує шкідливі звички або створює негативні стереотипи.

Соціальні мережі, такі як Instagram, YouTube, Twitter і TikTok, мають значний вплив на молодь, який може бути як позитивним, так і негативним.

Позитивний вплив полягає в тому, що вони надають можливість для творчого самовираження, навчання, обговорення актуальних подій та розваг. Крім того, вони сприяють формуванню спільнот і співтовариства.

Однак, разом з цим, вони можуть призвести до порівняння себе з ідеалізованими образами, втрати часу, а також поширення негативного або шкідливого контенту, що може впливати на ментальне здоров'я молоді.

Таким чином, важливо враховувати як позитивні, так і негативні аспекти використання соціальних медіа та розробляти стратегії для підвищення позитивного впливу на молодь, зменшення негативних наслідків та забезпечення безпеки та благополуччя.

В ході експерименту розглянемо 4 особи, які пройшли опитування для визначеності рівня впливу соціальної медіа (Додаток А, табл.4.2).

Плюси розробленої анкети полягають у її простоті та зрозумілості, адже питання сформульовані чітко, що дозволяє респондентам легко на них відповісти.

Крім того, анкета охоплює різні аспекти використання соціальних медіа, починаючи від спілкування до впливу на емоційний стан користувачів. Присутність запитань, спрямованих на визначення вражень та відчуттів після

використання соціальних мереж, дозволяє краще зрозуміти особистий досвід респондентів.

Однак, є і деякі мінуси. Наприклад, відсутність варіативності відповідей у деяких питаннях, які подаються у форматі "так/ні", що обмежує можливості респондентів у вираженні своїх думок.

Також питання про вплив настрою та продуктивності можуть бути сприйняті респондентами суб'єктивно, що може вплинути на точність отриманих відповідей. Крім того, анкета не містить запитань про конкретний контент, який респонденти переглядають у соціальних мережах, що обмежує можливість більш детального аналізу впливу певних типів контенту.

Незважаючи на мінуси, розроблена анкета має потенціал для збору цінної інформації про вплив соціальних медіа на молодь, але може бути поліпшена шляхом додавання варіативних відповідей та більш конкретних питань про використання контенту.

Експеримент, в якому розглядаються 4 особи, що пройшли опитування для визначення рівня впливу соціальних медіа, може відігравати важливу роль у дослідженні впливу соціальних медіа на молодь та інших вікових груп.

Опис цього експерименту може допомогти в наступному:

1. Розумінні впливу соціальних медіа

Результати опитування дозволять отримати уявлення про те, як соціальні медіа впливають на різні аспекти життя та емоційний стан різних осіб.

2. Ідентифікації тенденції

Аналіз відповідей різних осіб дозволить виявити загальні тенденції та розбіжності в сприйнятті та використанні соціальних медіа.

3. Розробці рекомендацій

На основі отриманих результатів можна розробити рекомендації щодо зменшення негативного впливу соціальних медіа та підвищення їхнього позитивного використання.

4. Поглибленні дослідження

Опис експерименту та бл може послужити основою для подальших досліджень з вивчення впливу соціальних медіа на психологічний стан, поведінку та соціальні взаємодії людей.

5. Формуванні стратегій протидії

Розуміння того, як соціальні медіа впливають на людей, може допомогти у формуванні стратегій протидії негативним аспектам цього впливу та підтримки позитивного використання медіа.

Отже, опис експерименту та результати опитування допоможуть розширити наше розуміння впливу соціальних медіа на різні групи населення та сприятимуть розробці ефективних стратегій для покращення їх використання.

Таблиця.2.3

Результати анкетування

Ім'я	Соціальна мережа	Відповіді на анкету	Висновок	Вплив медії
Олексій	Instagram	1. Instagram 2. 2-3 години 3. Спілкування, вивчення нового, розваги 4. Розваги та творчість 5. Так, частково 6. Ні, не виникало 7. Так, іноді відчуваю 8. Враження були позитивні, переглядав веселі відео та фото друзів.	Олексій використовує Instagram для розваг, спілкування та вивчення нового. Хоча іноді він відчуває, що проведений у соціальних мережах час може впливати на його продуктивність, але загалом його враження від використання медіа позитивні.	Instagram позитивно впливає на Олексія, допомагаючи йому відпочити, спілкуватися та знаходити натхнення.
Ірина	YouTube	1. YouTube 2. 1-2 години 3. Навчання, розваги	Ірина використовує YouTube для навчання та розваг. Хоча вона відчуває, що проведений	YouTube позитивно впливає на Ірину,

		4. Навчання та творчість 5. Так, іноді 6. Так, відчуваю 7. Так, впливає 8. Позитивні, знайшла корисне відео з новими трендами в макіяжі.	у соціальних мережах час може впливати на її продуктивність, вона також відчуває позитивний вплив медіа, знаходячи корисні відео.	допомагаючи їй вчитися та знаходити корисну інформацію.
Максим	Twitter	1. Twitter 2. 1 годину 3. Обговорення актуальних подій, спілкування, розваги 4. Політика та розваги 5. Так, іноді 6. Ні, не виникало 7. Так, впливає 8. Були позитивні, обговорював актуальні новини з друзями.	Максим використовує Twitter для обговорення актуальних подій та розваг. Він відчуває, що відповіді аудиторії можуть впливати на його настрій, але не відчуває важкості після користування соціальними мережами.	Twitter позитивно впливає на Максима, допомагаючи йому обговорювати актуальні події та знаходити розваги.
Анна	TikTok	1. TikTok 2. 2 години 3. Розваги, навчання 4. Розваги та творчість 5. Ні 6. Так, відчуваю 7. Так, впливає 8. Позитивні, побачила кумедне відео з тваринами.	Анна використовує TikTok для розваг та навчання. Хоча вона відчуває, що проведений у соціальних мережах час може впливати на її продуктивність, вона також відчуває позитивний вплив медіа, дивлячись кумедні відео.	TikTok позитивно впливає на Анну, допомагаючи їй розважитися та знаходити натхнення.

З результатів анкетування видно, що кожна з осіб має власні переваги та негативні аспекти у використанні соціальних медіа.

Олексій користується Instagram для розваг, спілкування та вивчення нового, його враження від використання медіа позитивні.

Ірина використовує YouTube для навчання та розваг, вона також відчуває позитивний вплив медіа.

Максим використовує Twitter для обговорення актуальних подій та розваг, і він також відчуває позитивний вплив медіа. Анна використовує TikTok для розваг та навчання, і вона також відчуває позитивний вплив медіа.

Загалом, хоча користування соціальними медіа може мати як позитивний, так і негативний вплив на молодь, важливо знати, як зберігати баланс та використовувати їх усвідомлено.

Розумне використання може допомогти молоді відпочити, спілкуватися та навчатися, тоді як неконтрольоване користування може призвести до стресу, зниження продуктивності та інших негативних наслідків.

Висновки до другого розділу

Другий розділ дослідження зосереджений на практичних аспектах використання штучного інтелекту в медіа-комунікаціях. У рамках цього розділу було проаналізовано сучасні технології і методи, що використовуються для впровадження штучного інтелекту в медіа, а також етичні виклики, пов'язані з його застосуванням у зв'язках з громадськістю. Окрім того, розглянуті практичні приклади застосування штучного інтелекту в журналістиці та громадських комунікаціях, що дозволяє побачити реальний вплив технологій на медіапростір.

У підрозділі 2.1 було проведено огляд сучасних технологій і методів, що використовуються в медіа для інтеграції штучного інтелекту. Зокрема, описано ключові технології, такі як машинне навчання, обробка природної мови, генерація тексту та комп'ютерний зір, які сприяють оптимізації процесів створення та розповсюдження інформації. Також було висвітлено, як ці технології допомагають медіа персоналізувати контент, автоматизувати його створення та моніторити настрої аудиторії.

Підрозділ 2.2 зосереджений на етичних викликах, що постають перед медіа та зв'язками з громадськістю в контексті використання штучного інтелекту. Аналіз виявив важливість забезпечення чесності та прозорості в роботі з ШІ, а також боротьбу з упередженістю, яку можуть проявляти алгоритми штучного інтелекту. Було розглянуто питання захисту особистих даних, що є важливим аспектом при застосуванні нових технологій у медіапрактиці, особливо в умовах, коли технології використовуються для збору та обробки великих обсягів інформації.

Висновки до другого розділу підкреслюють значний вплив технологій штучного інтелекту на медіа та комунікації, а також на способи взаємодії медіа з громадськістю. Водночас, попри численні переваги, такі як підвищення ефективності та персоналізація контенту, виявляються і суттєві етичні виклики, зокрема питання прозорості алгоритмів, боротьби з упередженістю та захисту приватності. Таким чином, для ефективного застосування штучного інтелекту в медіа необхідно розвивати нові етичні підходи і стандарти, що забезпечать не лише інноваційний розвиток, але й соціальну відповідальність.

РОЗДІЛ 3

ЗАСОБИ ЗАСТОСУВАННЯ НАСЛІДКІВ МОЖЛИВИХ ЕТИЧНИХ ПОРУШЕНЬ У ЗАСТОСУВАННІ ШІ

3.1. Практичні приклади використання штучного інтелекту в журналістиці та громадських комунікаціях

У сучасному інформаційному просторі штучний інтелект (ШІ) дедалі активніше впроваджується в сферу журналістики та громадських комунікацій, трансформуючи підходи до створення, поширення й аналізу контенту. Завдяки ШІ журналісти мають змогу автоматизувати рутинні завдання — від розшифрування інтерв'ю до генерації новин за заданими параметрами. Боти, алгоритми персоналізації, системи аналізу великих даних і мовні моделі стали невід'ємною частиною сучасної медіаіндустрії. Однак поряд із перевагами виникає низка серйозних етичних і професійних ризиків, які потребують глибокого осмислення та нормативного врегулювання.

Один із ключових ризиків — зростаюча загроза поширення дезінформації. ШІ-системи здатні генерувати тексти, фото, аудіо та відео з високим ступенем реалістичності, що ускладнює їхню верифікацію та відкриває нові можливості для маніпуляцій громадською думкою. Алгоритми можуть не лише відтворювати фейковий контент, а й мати упередження, які формуються на основі некоректних або неповних навчальних даних. Це ставить під сумнів достовірність інформації та підриває довіру до журналістики як професії.

Ще один суттєвий ризик пов'язаний із заміщенням людського фактора у процесах створення контенту. Надмірна автоматизація загрожує знеціненню аналітичної та креативної складової журналістської діяльності, а також може призвести до втрати робочих місць у медіа. Крім того, використання алгоритмів у новинних стрічках та соціальних мережах формує так звані "інформаційні бульбашки", в яких аудиторія отримує лише ті

повідомлення, що відповідають її вподобанням, що шкодить об'єктивному сприйняттю реальності.

Основні ризики застосування штучного інтелекту в журналістиці включають (табл.3.1).

Таблиця.3.1

Процеси оптимізації ризиків застосування штучного інтелекту в журналістиці [8]

Процес оптимізації ризиків	Опис	Методи та інструменти	Очікувані результати
Моніторинг та аудит AI-систем	Постійний контроль та перевірка роботи алгоритмів AI для виявлення потенційних помилок чи упередженості.	Створення внутрішніх аудиторських груп, впровадження програмного забезпечення для моніторингу.	Зниження кількості помилок, забезпечення точності та чесності контенту.
Етика та прозорість у застосуванні AI	Розробка етичних стандартів для використання штучного інтелекту в журналістиці, забезпечення прозорості алгоритмів.	Розробка політик прозорості, публікація алгоритмів та методів роботи AI-систем.	Підвищення довіри аудиторії, мінімізація етичних проблем.
Виявлення упередженості в алгоритмах	Використання методів для визначення та виправлення упередженості в даних та алгоритмах.	Аналіз даних, тестування моделей на різних наборах даних, впровадження методів компенсації упередженості.	Створення об'єктивного контенту без дискримінації та маніпуляцій.
Навчання журналістів і редакторів	Підвищення кваліфікації працівників у використанні AI, розуміння можливих ризиків і обмежень.	Курси, тренінги, семінари для журналістів і редакторів.	Краща обізнаність і більш ефективне використання AI в журналістиці.

Впровадження систем управління кризами	Розробка і впровадження планів на випадок помилок або негативних наслідків від використання AI.	Створення внутрішніх процедур реагування на інциденти, навчання команди.	Швидка реакція на кризові ситуації, зменшення шкоди від можливих помилок.
Оцінка та вибір якісних даних для навчання моделей	Забезпечення високої якості та репрезентативності даних, що використовуються для навчання AI.	Вибір і перевірка джерел даних, регулярне оновлення та чистка баз даних.	Покращення точності моделей, зниження ризику дезінформації.
Залучення людей до процесу прийняття рішень	Залучення редакторів та журналістів до процесу прийняття рішень щодо того, коли і як використовувати AI в журналістиці.	Регулярні зустрічі та обговорення між технологічними і редакційними командами.	Підвищення відповідальності, кращий контроль за використанням AI.

Таким чином, застосування штучного інтелекту в журналістиці відкриває нові можливості для автоматизації процесів, персоналізації контенту та покращення ефективності роботи медіа-організацій. Однак, разом з цими перевагами виникають і суттєві ризики, пов'язані з точністю, етичністю, упередженістю алгоритмів, а також захистом приватності та безпеки даних.

Попри ці виклики, штучний інтелект (ШІ) сьогодні активно використовується в журналістиці та громадських комунікаціях для автоматизації різних процесів, підвищення ефективності та створення інноваційних форматів контенту. В журналістиці одними з основних застосувань є автоматичне генерування новин, зокрема спортивних, фінансових або рутинних новин про погоду. Наприклад, медіа-компанії, такі як The Associated Press, вже кілька років використовують штучний інтелект для автоматизації створення фінансових звітів, що дозволяє зекономити час і ресурси на підготовку регулярних новин [23].

ШІ також допомагає в аналізі великих обсягів даних, що є важливим у розслідувальній журналістиці. Технології машинного навчання дозволяють

виявляти тренди, кореляції та інсайти, які можуть бути неочевидними для людини. Це дозволяє журналістам швидше знаходити релевантну інформацію та ефективніше працювати з даними під час розслідувань. Крім того, обробка природної мови (NLP) дозволяє створювати інструменти для автоматичного аналізу та інтерпретації текстів, що допомагає у швидкому зборі інформації з великих масивів текстових даних, таких як соціальні мережі або державні звіти.

У сфері громадських комунікацій штучний інтелект застосовується для персоналізації контенту, що сприяє більш ефективній взаємодії з аудиторією. AI дозволяє організаціям створювати таргетовані повідомлення для різних груп людей на основі їх поведінки та інтересів. Наприклад, в організаціях, що займаються громадськими кампаніями, можна використовувати ШІ для моніторингу настроїв у соціальних мережах та адаптації стратегії комунікації в реальному часі. Аналіз настроїв дозволяє визначити, які питання є найбільш актуальними для аудиторії, що допомагає вчасно реагувати на зміни в громадській думці [23].

Інші приклади використання ШІ в громадських комунікаціях включають чат-ботів для автоматичного відповідання на запити громадян або створення віртуальних помічників для допомоги в наданні інформації. Вони дозволяють організаціям значно знизити навантаження на персонал і забезпечити оперативний доступ до необхідної інформації для громадян. Водночас штучний інтелект активно застосовується для виявлення фейкових новин або маніпуляцій у медіа, що важливо для боротьби з дезінформацією.

Таким чином, практичне використання штучного інтелекту в журналістиці та громадських комунікаціях змінює підходи до створення і поширення інформації, роблячи ці процеси швидшими, ефективнішими та більш персоналізованими. Але, незважаючи на значний потенціал, технології штучного інтелекту вимагають ретельного етичного контролю, щоб уникнути маніпуляцій або порушення прав громадян.

Штучний інтелект активно використовується на різних платформах соціальних мереж, таких як Instagram, YouTube, Twitter і TikTok, що дозволяє створювати нові можливості для комунікації, контенту та взаємодії з аудиторією. Ці технології не лише покращують досвід користувачів, але й впливають на те, як громадськість, особливо молодь, взаємодіє з інформацією, формує свою думку та поводить в мережі [33].

На Instagram штучний інтелект використовується для персоналізації контенту, автоматичного розпізнавання зображень і відео, а також для вдосконалення функцій реклами. Алгоритми AI визначають, який контент буде показано користувачу, ґрунтуючись на його попередній активності, вподобаннях і взаємодії з іншими публікаціями. Це має великий вплив на молодь, оскільки вони отримують більш релевантний і привабливий контент, що може збільшувати їх час перебування на платформі. Це також може сприяти популяризації трендів, стилів життя і певних ідеологій, які впливають на їхнє сприйняття світу та поведінку.

YouTube використовує штучний інтелект для персоналізації рекомендацій відео, а також для автоматичної модерації контенту. AI аналізує перегляди користувачів, їх вподобання і коментарі, щоб рекомендувати найбільш відповідний контент, що сприяє більш глибокій залученості аудиторії. Для молоді це означає, що вона може знайти відео, що відповідають її інтересам, що водночас може вести до перегляду відео, що мають популярний або навіть суперечливий контент. AI також активно працює над виявленням порушень стандартів, таких як мова ворожнечі чи дезінформація, що робить платформу більш безпечною, але іноді може призводити до цензури контенту, який може бути важливим для певних груп користувачів [33].

Twitter активно застосовує алгоритми штучного інтелекту для моніторингу тенденцій, аналізу настроїв і забезпечення ефективної комунікації між користувачами. AI допомагає визначати, які теми є найбільш актуальними, і відповідно рекомендувати твіти, що можуть бути цікавими

для конкретного користувача. Вплив на молодь є значним, оскільки Twitter є популярною платформою для вираження поглядів і участі в суспільних дискусіях. Штучний інтелект також допомагає виявляти фейки або маніпуляції, що може допомогти користувачам бути більш обізнаними в боротьбі з дезінформацією. Проте, як і в інших соціальних мережах, це може призвести до того, що певні ідеї або думки будуть цензуровані або обмежені.

На TikTok штучний інтелект використовуються для створення персоналізованих рекомендацій відео, які користувачі можуть переглядати безперервно. Алгоритми AI аналізують взаємодію з контентом, таким як вподобання, коментарі та час перегляду, щоб запропонувати відео, які користувачі ймовірно захочуть побачити наступними. Це також дає можливість зростати популярним відео і трендам серед молоді, оскільки алгоритм сприяє поширенню відео, що швидко набирають популярність. AI також допомагає в автоматичній модерації контенту, що дозволяє швидше виявляти небезпечний або порушуючий правила контент. TikTok активно використовує технології для автоматичного редагування відео, що дозволяє користувачам створювати цікаві і креативні ролики з мінімумом зусиль. Однак, на цій платформі також зростають питання щодо впливу алгоритмів на психіку молоді, оскільки TikTok створює "цикли" контенту, що можуть змушувати користувачів постійно повертатися до додатку, поглиблюючи залежність від цифрового середовища [33].

Усі ці платформи демонструють, як штучний інтелект змінює ландшафт соціальних мереж, роблячи їх більш персоналізованими і залучаючими. Проте цей вплив також має свої ризики, особливо для молоді, оскільки алгоритми часто формують «замкнені кола» контенту, що можуть сприяти емоційному чи когнітивному навантаженню.

Залежність від таких платформ може призводити до негативних психологічних ефектів, таких як тривожність чи низька самооцінка через постійне порівняння з іншими користувачами.

Штучний інтелект (ШІ) поступово трансформує журналістику та громадські комунікації, відкриваючи нові горизонти для автоматизації, персоналізації та ефективності. Однак, разом із цими можливостями виникають і серйозні ризики, зокрема щодо точності, етики, упередженості алгоритмів та захисту приватності. Тому важливо розглянути конкретні приклади використання ШІ в цих сферах, щоб зрозуміти як технології можуть впливати на медіа-ландшафт.

Застосування штучного інтелекту в журналістиці змінює саму суть інформаційного простору, надаючи медіа-організаціям нові інструменти для більш динамічного й масштабного створення контенту. Завдяки алгоритмам, які здатні аналізувати великі обсяги даних, систематизувати їх і миттєво формувати тексти, журналістика поступово трансформується з ремесла в сферу, де точність, швидкість і ефективність мають нові виміри. У цьому контексті особливо помітним стає перехід від традиційного редакторського підходу до моделі, де штучний інтелект стає помічником і співтворцем інформаційного продукту. Це не лише скорочує час між подією та її відображенням у новинах, але й дає змогу охоплювати значно більшу кількість інформаційних подій, які раніше залишалися поза увагою через брак людських ресурсів.

На прикладі роботи з фінансовою інформацією, особливо помітно, як автоматизовані системи дозволяють уникати рутинних завдань. Штучний інтелект не просто замінює журналіста в цих процесах, а змінює підхід до обробки інформації, дозволяючи фахівцям зосередитися на аналітиці, інтерпретації та розслідуванні. Текст, створений системою, подається з максимальною стисливістю та структурованістю, що відповідає вимогам сучасного інформаційного споживання. Це дає змогу медіа не лише конкурувати за оперативність, а й формувати новий стандарт якості у створенні поточних матеріалів.

Застосування таких технологій у щоденній журналістській практиці трансформує внутрішні редакційні процеси. Автоматизовані алгоритми

створюють умови, за яких журналіст більше не витрачає час на механічну роботу з шаблонами, а натомість може зосередитися на творчому підході, глибокому аналізі й розширенні контексту. Це розширення можливостей також позитивно впливає на якість висвітлення тем, які раніше були недоступними для повноцінного розкриття через часові або кадрові обмеження.

Крім того, ця трансформація змінює взаємодію аудиторії з контентом. Завдяки алгоритмам персоналізації новин, користувачі отримують матеріали, які найкраще відповідають їхнім інтересам, що сприяє зростанню довіри та залученості аудиторії. ШІ дає змогу аналізувати поведінку читачів у реальному часі, оперативно адаптувати подачу інформації та тестувати різні формати подачі новин. Це, у свою чергу, робить медіа більш гнучкими і здатними оперативно реагувати на зміни в уподобаннях суспільства.

Ще одним важливим наслідком є перехід на нові моделі виробництва інформаційного контенту, де поєднання журналістської експертизи з аналітикою даних створює потужний інструмент впливу. Саме такий симбіоз дає змогу поєднати глибину людського мислення з точністю і швидкістю машинної обробки, що відкриває нові перспективи для розвитку громадських комунікацій. Відкритість до використання технологій ШІ дозволяє редакціям вийти за межі звичного мислення, експериментувати з форматами, впроваджувати інтерактивність та навіть елементи візуалізації, що формують новий тип інформаційної взаємодії.

Однак цей процес неможливо розглядати без глибокого розуміння меж і ризиків автоматизації. Адже застосування ШІ в журналістиці, хоча й має очевидні переваги, потребує також постійного етичного контролю, точності алгоритмів і прозорості у процесах створення новин. Інформація, генерована системами, повинна піддаватися редакційній перевірці, а її походження — бути зрозумілим для аудиторії. Тільки так можна зберегти довіру суспільства до медіа, яке дедалі частіше стає посередником між реальністю та її цифровим відображенням [54].

Використання штучного інтелекту для створення новин представлено в табл.3.2.

Таблиця 3.2

Використання штучного інтелекту для створення новин [54]

Медіа-організація	Використана технологія	Призначення	Результат застосування
The Associated Press	Automated Insights	Генерація фінансових новин	Значне зростання кількості новинних матеріалів, зменшення затрат часу
The Washington Post	Heliograf	Автоматичне створення коротких новин	Підвищення оперативності, охоплення великої кількості тем
Bloomberg	Cyborg	Підготовка фінансових звітів та ринкових оглядів	Прискорення аналітичної роботи, точне відображення біржових змін
Reuters	Lynx Insight	Інформаційна підтримка редакторів	Допомога у виявленні тем, формування звітів у режимі реального часу

Штучний інтелект також застосовується для персоналізації контенту, що дозволяє медіа-організаціям глибше аналізувати вподобання, поведінкові патерни та інформаційні потреби своєї аудиторії, а відтак – пропонувати індивідуалізований інформаційний досвід у режимі реального часу. Завдяки машинному навчанню та обробці великих масивів даних, ШІ здатен виявляти закономірності в споживанні медіа: які теми викликають найбільший інтерес, яка тривалість взаємодії з певними жанрами, як змінюються уподобання залежно від часу доби, регіону чи пристрою, з якого здійснюється доступ. Усе це дозволяє створювати динамічну архітектуру головних сторінок, інтерфейсів і мобільних додатків, де кожен користувач отримує не універсальну, а адаптовану до власного інформаційного профілю версію медіапродукту.

Наприклад, німецьке видання *Kölner Stadt-Anzeiger* упровадило AI-систему рекомендацій, яка персоналізує головну сторінку вебсайту залежно

від інтересів користувача, що дозволило досягти зростання рівня залученості аудиторії на понад 80%. Такий підхід не лише покращує взаємодію читача з медіа, а й підвищує ефективність цифрової журналістики загалом, дозволяючи редакціям оперативно бачити реакції на певні матеріали, оптимізувати розміщення тематик, а також приймати рішення щодо глибшої розробки тих чи інших сюжетів. Персоналізований контент також відіграє важливу роль у підтримці довготривалого інтересу до бренду, оскільки читач починає асоціювати платформу не з абстрактною стрічкою новин, а з інформаційним середовищем, що резонує з його цінностями, запитами та стилем життя.

Разом із тим, використання персоналізації ставить нові виклики перед журналістикою — зокрема, пов'язані з небезпекою втрати широти огляду та соціального контексту. Якщо алгоритми надмірно підлаштовуються під очікування користувача, це може призводити до формування інформаційних бульбашок і посилення когнітивних упереджень. Тому ключовим стає баланс: використовуючи переваги ШІ у персоналізації, медіа мають зберігати можливість представлення альтернативних точок зору, критичних матеріалів і суспільно важливих тем, навіть якщо вони не є «популярними» у короткостроковій перспективі. Лише за такої умови персоналізація справді слугуватиме не лише бізнес-інтересам, а й публічному благу [55].

ШІ може допомогти журналістам аналізувати великі обсяги даних для виявлення тенденцій та нових історій. Reuters використовує інструмент Lynx Insight, який аналізує дані та пропонує журналістам ідеї для нових матеріалів. Це дозволяє виявляти важливі теми, які можуть бути неочевидними при традиційному аналізі [56].

У боротьбі з дезінформацією штучний інтелект відіграє дедалі важливішу роль, зокрема в автоматизованій перевірці фактів, яка дозволяє суттєво прискорити процес виявлення помилок, викривлень та маніпуляцій у публічному інформаційному просторі. Завдяки можливості аналізу великих обсягів тексту у режимі реального часу, алгоритми ШІ здатні оперативно

виявляти твердження, які потребують перевірки, порівнювати їх із базами достовірних джерел, виявляти суперечності та навіть формувати рекомендації для уточнення або спростування. Такий підхід стає особливо цінним в умовах інформаційних криз, виборчих кампаній чи масових соціальних подій, коли швидкість поширення неправдивих повідомлень може мати реальні наслідки для суспільної стабільності.

Яскравим прикладом є діяльність британської організації *Full Fact*, яка використовує спеціалізовані алгоритми для виявлення неточностей у заявах політиків, публічних осіб і медіа, після чого надає структуровані корекції та контекстуальні роз'яснення. Автоматизовані інструменти допомагають не лише у первинному фільтруванні інформації, а й у визначенні потенційно впливових дезінформаційних повідомлень, що мають найбільше охоплення. Таким чином, зменшується навантаження на аналітиків і фактчекерів, які можуть зосередитися на глибшій верифікації найбільш критичних тверджень.

Застосування III верифікаційними структурами також дає змогу будувати більш інтегровану інформаційну екосистему, де редакції, неурядові організації та цифрові платформи об'єднуються в мережі оперативної реакції на фейки, бот-атаки, вірусні чутки та спотворені наративи. Крім того, автоматизована перевірка фактів може бути інтегрована у самі журналістські процеси, працюючи як фоновий інструмент допомоги під час написання матеріалів, що дозволяє запобігати випадковому поширенню помилок на етапі їхнього формування, а не вже після публікації.

Разом із цим, важливо зберігати людський компонент у системі перевірки інформації, оскільки навіть найточніші алгоритми мають обмеження в розумінні складних контекстів, нюансів мови, сатири, культурних алюзій чи метафор. Ризик алгоритмічного помилкового позитивного або хибно-негативного виявлення залишається значним, і тому перевірка фактів на основі III має доповнюватися редакторською експертизою, юридичною обізнаністю та етичною відповідальністю. Лише в тандемі автоматизованих і людських зусиль можна досягти сталого балансу

між ефективністю цифрової верифікації та збереженням змістовної, глибокої журналістики, яка формує довіру не лише через технології, а через послідовне дотримання правди [57].

У кризових ситуаціях ШІ може бути використаний для швидкого реагування та комунікації. IBM застосовує ШІ для аналізу даних з соціальних мереж та інших джерел, щоб передбачити можливі кризи та розробити стратегії комунікації. Це дозволяє організаціям оперативно реагувати на зміни ситуації та підтримувати зв'язок з громадськістю [58].

У країнах з обмеженнями свободи слова ШІ може бути використаний для захисту журналістів. У Венесуелі організація Connectas запустила новинну агенцію, яка використовує AI-генерованих ведучих для публікації новин, що дозволяє зменшити ризики для журналістів у умовах урядових репресій [59].

3.2 Практичні рекомендації для мінімізації щодо запобігання ризиків використання ШІ

Використання штучного інтелекту (ШІ) в журналістиці та громадських комунікаціях відкриває нові можливості, але й несе певні ризики. З метою забезпечення етичного та безпечного застосування ШІ, важливо дотримуватися низки принципів та практик [60].

Всі матеріали, створені або частково згенеровані за допомогою ШІ, повинні бути чітко марковані, щоб забезпечити максимальну прозорість у стосунках між медіа та їхньою аудиторією. Таке маркування не лише відповідає принципам етичної журналістики, але й виконує важливу інформаційну функцію — воно дозволяє споживачам контенту усвідомлено ставитися до джерела інформації, оцінювати її достовірність, а також критично аналізувати потенційні ризики або викривлення, що можуть виникати внаслідок застосування алгоритмів.

Зазначення на кшталт «Матеріал згенеровано з використанням штучного інтелекту» може бути розміщене в заголовку, підзаголовку або на

видному місці поруч із текстом, відео чи зображенням. У візуальному контенті ефективним рішенням буде використання спеціальних водяних знаків або графічних елементів, які чітко вказують на участь ШІ у створенні матеріалу. Також важливо уникати двозначностей у формулюваннях: маркування має бути зрозумілим як для професійної аудиторії, так і для звичайного користувача, який не обізнаний з особливостями технологій ШІ.

У контексті мультимедійної журналістики, де тексти поєднуються з відео, аудіо та інтерактивними елементами, маркування має бути уніфікованим і послідовним, щоб не створювати відчуття маніпуляції чи навмисного приховування інформації. Важливо, щоб у користувача не залишалося сумнівів щодо того, яка частина контенту створена людиною, а яка — результат автоматизованих процесів. Це особливо актуально в умовах інформаційної гігієни, коли суспільство стикається з великою кількістю фейкових новин, маніпуляцій та гібридних інформаційних впливів.

У разі часткового використання ШІ, наприклад, при редагуванні текстів, автоматичному перекладі або підготовці допоміжної інформації, слід чітко вказувати, яку саме роль відіграв ШІ в процесі створення кінцевого матеріалу. Такий підхід допоможе зберігати довіру до ЗМІ та уникати звинувачень у неетичній поведінці або дезінформації.

У перспективі можна очікувати появу стандартів і навіть законодавчих вимог щодо маркування контенту, згенерованого ШІ. Саме тому медіаорганізації, які впроваджують подібні практики вже зараз, демонструють лідерство у сфері відповідального використання новітніх технологій і зміцнюють свій авторитет як надійних джерел інформації [61].

Незважаючи на стрімкий розвиток технологій штучного інтелекту та широкі можливості, які вони відкривають перед журналістикою, остаточною відповідальністю за створення, перевірку та поширення контенту незмінно залишається за журналістами, редакторами та медіаорганізаціями. ШІ може суттєво прискорювати підготовку матеріалів, допомагати в аналізі великих масивів даних, формувати автоматизовані звіти чи навіть писати чернетки

новинних текстів, однак він залишається інструментом — а не автором у повному розумінні цього слова. Саме людина, наділена етичним чуттям, професійною інтуїцією і контекстуальним мисленням, має приймати фінальне рішення щодо публікації інформації.

Перевірка кожного матеріалу, що був повністю або частково згенерований ШІ, є необхідною умовою для запобігання помилкам, викривленням чи поширенню неправдивих фактів. ШІ, навіть найсучасніший, не володіє достатнім розумінням складної соціокультурної дійсності, не розрізняє контекстів, які для людини є очевидними. Наприклад, фраза, яка в одному суспільстві сприймається як нейтральна, в іншому може бути образливою або викликати резонанс. Тому лише людина здатна повною мірою оцінити зміст і можливі наслідки публікації того чи іншого матеріалу.

Особливої уваги вимагає етап взаємодії журналіста із системою ШІ. Введення запитів до таких платформ має здійснюватися з дотриманням високих стандартів цифрової безпеки. Категорично неприпустимим є введення персональних даних третіх осіб, конфіденційної, службової чи приватної інформації. Такі дії можуть не лише становити загрозу витоку даних, а й порушувати норми етики, законодавства про захист персональних даних та журналістської доброчесності. Журналісти повинні добре орієнтуватися в політиці конфіденційності тієї чи іншої платформи ШІ, яку вони використовують, і розуміти, чи зберігаються дані користувачів, яким чином вони можуть бути оброблені, а також кому і за яких умов можуть передаватися.

Інший суттєвий виклик — це проблема алгоритмічної упередженості. ШІ працює на основі моделей, навчання яких здійснюється на історичних даних, що можуть містити певні стереотипи, ідеологічні схеми чи інші форми викривлень. Відповідно, контент, що генерується такими системами, може несвідомо відтворювати гендерні, расові, культурні, політичні чи інші упередження. Цей ризик робить обов'язковою ретельну редакторську перевірку — не лише на фактологічну точність, а й на відповідність етичним

стандартам, дотримання принципів інклюзивності та поваги до різноманітності.

Журналісти, які застосовують ШІ у своїй роботі, повинні критично ставитися до його результатів і не сприймати їх як остаточну, незаперечну істину. Стандарти професійної журналістики, такі як точність, неупередженість, достовірність джерел, баланс думок, мають залишатися незмінними, незалежно від використання технологічних інструментів. Застосування ШІ має бути підпорядковане цим принципам, а не навпаки.

Таким чином, роль журналіста в епоху штучного інтелекту не зникає, а навпаки — набуває нової ваги. Це не лише про створення контенту, а про відповідальне кураторство інформаційного простору, вміння відокремити цінне від хибного, коректне — від токсичного, і забезпечити аудиторії доступ до об’єктивної, перевіреної та етично сформованої інформації [62].

Журналісти та працівники медіа повинні постійно оновлювати свої знання щодо технологій ШІ, їх можливостей та обмежень. Регулярне навчання допомагає ефективно інтегрувати ШІ у робочі процеси та знижувати ризики помилок.

Перед впровадженням нових інструментів ШІ необхідно проводити оцінку потенційних ризиків, включаючи правові, етичні та технічні аспекти. Регулярний аудит використання ШІ допомагає виявляти та усувати можливі проблеми на ранніх етапах.

Медіа можуть співпрацювати з експертами в галузі ШІ, етики та права для розробки внутрішніх політик та стандартів використання ШІ. Також корисно звертатися до професійних організацій, які надають рекомендації та підтримку щодо етичного використання технологій.

Порівняння можливостей та обмежень ШІ в журналістиці представлено в табл.3.3.

Таблиця 3.3

Порівняння можливостей та обмежень ШІ в журналістиці [60]

Можливості ШІ	Обмеження ШІ
---------------	--------------

Автоматизація рутинних завдань, таких як транскрипція чи сортування новин	Відсутність критичного мислення, необхідного для оцінки складних суспільних явищ
Швидка обробка великих обсягів структурованих і неструктурованих даних	Можливість упередженості в даних, що призводить до викривлення результатів
Підтримка в аналізі трендів, соціального моніторингу та тематичних дослідженнях	Неможливість емоційного сприйняття, емпатії до учасників подій
Генерація контенту на основі шаблонів, уніфікованих форматів або фактів	Відсутність творчого підходу та глибокої контекстуалізації
Персоналізація контенту для різних груп аудиторії на основі алгоритмів рекомендацій	Ризик створення інформаційних бульбашок і фрагментації публічного дискурсу
Підвищення швидкості випуску новин і багатомовного перекладу в реальному часі	Зниження якості через поверховість і шаблонність викладення інформації
Можливість створення інфографіки та візуалізацій даних без залучення дизайнера	Нездатність до інтерпретації візуального контексту в культурному чи історичному аспекті
Допомога у виявленні дезінформації та бот-активності в соцмережах	Залежність від алгоритмів, які самі можуть бути вразливими до маніпуляцій
Автоматичне виявлення нових тем або подій у потоках інформації	Нездатність розрізнити важливість або глибину подій без людського втручання
Оптимізація розміщення контенту в цифрових платформах для залучення аудиторії	Можливе підпорядкування редакційної політики алгоритмічній логіці залучення
Використання мовних моделей для швидкого створення чернеток чи пресрелізів	Небезпека надмірного покладання на автоматизований текст без належної перевірки
Можливість аналізу читачів і зворотного зв'язку в реальному часі	Збір і обробка персональних даних, що може порушувати норми конфіденційності
Підтримка мультиплатформенного публікування без дублювання зусиль	Уніфікація контенту, яка може зменшити його глибину та адаптованість до контексту
Імітація стилістики автора для збереження цілісного голосу видання	Небезпека втрати автентичності та унікальності авторського стилю
Використання машинного навчання для оптимізації заголовків і візуального оформлення	Формування заголовків із перекрученням або спрощенням сенсу задля клікбейту

Використання штучного інтелекту в сучасній журналістиці та сфері громадських комунікацій відбувається у складному полі взаємодії між технологічним розвитком, етичними нормами, стандартами достовірності, правами людини та суспільним довір'ям. У цьому контексті виникає необхідність постійного впровадження та вдосконалення підходів до мінімізації ризиків, які можуть виникати при взаємодії людини та автоматизованих систем. Мінімізація не обмежується лише технічними заходами — вона охоплює багаторівневу взаємодію між алгоритмами, редакційними структурами, нормативним полем, професійною відповідальністю, медіаосвітою аудиторії, а також суспільними очікуваннями. Це також пов'язано з необхідністю формування культури прозорості, передбачуваності та відповідального використання ШІ, яка забезпечує збереження довіри до медіа, запобігає дезінформації, та водночас сприяє інноваціям і розвитку.

Управління ризиками передбачає впровадження гнучких, адаптивних стратегій, що враховують як швидкоплинну природу технологічного прогресу, так і сталість журналістських стандартів. До таких стратегій належать підходи до валідації контенту, захисту приватності, визначення авторства, інтерпретації згенерованих матеріалів, а також запровадження нових стандартів відповідальності за автоматизований контент. Це включає і підвищення рівня критичного мислення серед споживачів інформації, а також відповідні внутрішньоредакційні протоколи, які дозволяють ефективно поєднувати людську редакційну інтуїцію із алгоритмічною точністю, не втрачаючи глибини аналітики та гуманістичного підходу [58].

Особливої уваги заслуговує міждисциплінарна співпраця — між технічними спеціалістами, журналістами, етичними комітетами та правозахисниками. Таке партнерство створює умови для формування середовища, у якому інструменти ШІ функціонують не як самостійні агенти, а як контрольовані, регульовані компоненти системи публічної комунікації.

Усе це дає можливість мінімізувати ризики викривлення реальності, маніпуляції масовою свідомістю та підриву демократичних процесів.

Інструменти мінімізації ризиків при використанні ІІІ у журналістиці та комунікаціях представлені в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Інструменти мінімізації ризиків при використанні ІІІ у журналістиці та комунікаціях [56]

Категорія впливу	Напрямок мінімізації	Приклади інструментів/підходів	Потенційний ефект
Етична відповідальність	Встановлення принципів використання	Етичні кодекси, політики щодо використання ІІІ	Забезпечення прозорості, запобігання маніпуляціям
Технологічна прозорість	Інтерпретованість алгоритмів	Пояснювальні моделі, логування процесів прийняття рішень	Можливість перевірки рішень ІІІ
Редакційна інтеграція	Людська верифікація автоматизованих матеріалів	Впровадження редакційного контролю над ІІІ-згенерованим контентом	Збереження редакційної відповідальності
Захист від дезінформації	Автоматизоване виявлення фейків	Інструменти фактчекінгу на базі ІІІ	Підвищення достовірності інформаційного простору
Конфіденційність та дані	Обмеження доступу до персональних даних	Деперсоналізація даних, контроль доступу до баз даних	Захист приватності споживачів
Правова відповідність	Врегулювання використання ІІІ згідно з законом	Впровадження GDPR, стандартів цифрових прав	Мінімізація юридичних ризиків
Громадська довіра	Комунікація щодо ролі ІІІ у створенні контенту	Маркування контенту, створеного ІІІ, публічні звіти	Підвищення рівня обізнаності аудиторії
Освіта та навички	Розвиток цифрової грамотності серед журналістів і аудиторії	Освітні програми, тренінги, інтерактивні платформи	Сприяння свідомому споживанню інформації
Боротьба з упередженнями	Виявлення і корекція	Аудит моделей, інклюзивний підхід до	Підвищення об'єктивності

	алгоритмічних викривлень	навчальних вибірок	результатів
Адаптивність і гнучкість	Моніторинг і адаптація до нових ризиків	Постійне оновлення політик, експертне спостереження	Спроможність оперативного реагувати на нові виклики

Уся система мінімізації ризиків, пов'язаних із застосуванням штучного інтелекту у сфері журналістики та громадських комунікацій, не може існувати як щось ізольоване або ж стандартизоване в односторонньому ключі. Це динамічна та багатовекторна структура, яка вимагає постійного осмислення, глибокого аналізу та корекції залежно від змін не лише у технологічному ландшафті, але й у соціальних очікуваннях, культурному контексті, політичній атмосфері та економічному середовищі. Штучний інтелект, перебуваючи у функціональному центрі інформаційного виробництва, створює умови, за яких реальність не просто відображається, а інтерпретується, реконструюється і в окремих випадках навіть витісняється синтетичними моделями, що здатні видаватися переконливішими, ніж реальні події.

У цьому контексті мінімізація — це не лише спроба «зменшити шкоду», а цілісна філософія відповідального використання інтелектуальних систем, яка передбачає постійну рефлексію щодо місця технологій у процесах прийняття рішень, формування суспільної думки та розповсюдження знань. Вона також включає внутрішню готовність суспільства не лише використовувати технології, а й мислити в межах їх можливостей і обмежень, визнавати потенційні помилки та бути готовим до їх коригування. Це передбачає взаємодію не лише з технологічними аспектами, а й із глибшими екзистенційними питаннями довіри, правди, відповідальності та справедливості.

Важливо розуміти, що мінімізація тут не може бути одномоментною дією або результатом імплементації окремого регламенту — це нескінченний

процес, який потребує постійного діалогу між різними учасниками інформаційного поля, де кожен виконує свою функцію в спільному пошуку балансу між ефективністю автоматизації та збереженням людської чутливості, етичної усвідомленості та демократичних цінностей. Адже журналістика, навіть з урахуванням найновіших алгоритмів, залишається не просто ремеслом передачі фактів, а культурною і соціальною практикою, що формує уявлення людей про навколишній світ. Штучний інтелект у цьому випадку повинен залишатися інструментом, а не суб'єктом прийняття остаточних рішень, особливо коли йдеться про теми, що мають глибокі наслідки для життя громадян, репутації осіб та інституцій, а також колективної пам'яті суспільства [59].

Таким чином, процес мінімізації — це не лише технічна, правова чи редакційна дія. Це глибокий моральний процес, що вимагає від усіх задіяних сторін здатності мислити системно, діяти на випередження та критично оцінювати як власні практики, так і поведінку алгоритмів, які діють у межах делегованих повноважень. І лише за цієї умови штучний інтелект може справді слугувати інструментом розвитку, а не загрозою для основ журналістської етики та публічного дискурсу.

Висновки до третього розділу

Третій розділ зосереджений на розробленні практичних аспектах застосування наслідків можливих етичних порушень у використанні штучного інтелекту в журналістиці та громадських комунікаціях. В межах цього розділу було проаналізовано конкретні приклади застосування технологій ШІ в медіа та комунікаціях, а також розглянуто рекомендації для мінімізації етичних ризиків, пов'язаних із їхнім використанням.

У підрозділі 3.1 було розглянуто практичні приклади використання штучного інтелекту в журналістиці та громадських комунікаціях. Проаналізовано численні інноваційні підходи, як-от автоматизація перевірки фактів, персоналізація контенту та аналіз настроїв аудиторії, що дозволяють

підвищити ефективність інформаційного процесу, забезпечити своєчасну реакцію на зміни в суспільному дискурсі та сприяти залученню більшої аудиторії. Проте також було зазначено, що, незважаючи на численні переваги, ці технології не позбавлені ризиків, зокрема в контексті потенційних порушень етики, маніпуляцій з інформацією та упередженості алгоритмів.

У підрозділі 3.2 були розроблені практичні рекомендації для мінімізації ризиків використання штучного інтелекту в медіа-комунікаціях. Зокрема, наголошено на необхідності розвитку прозорих і етичних стандартів для роботи з алгоритмами ШІ, що дозволяють уникати їхнього зловживання в комунікаційних процесах. Було рекомендовано створення незалежних етичних комітетів і системи моніторингу за використанням ШІ, що включають регулярні перевірки на упередженість, зловживання персональними даними та маніпуляції контентом. Окрім того, вивчення наслідків, що можуть виникнути від застосування технологій, повинно стати невід'ємною частиною освітніх і професійних програм для журналістів та комунікаційних спеціалістів.

Висновки до третього розділу підкреслюють важливість не лише інтеграції новітніх технологій в журналістику та громадські комунікації, а й необхідність розробки стратегій мінімізації етичних ризиків. Прозорість, етичні стандарти, контроль за використанням даних і боротьба з упередженістю є ключовими елементами для забезпечення довіри аудиторії та збереження репутації медіа-організацій. Таким чином, ефективне застосування штучного інтелекту в медіа вимагає комплексного підходу, який враховує не лише технологічні можливості, а й етичні, соціальні та правові виклики, що виникають у процесі його впровадження.

ВИСНОВКИ

У даній роботі було проведено комплексне дослідження використання штучного інтелекту (ШІ) в медіакомунікаціях та зв'язках з громадськістю,

акцентуючи увагу на етичних, теоретичних і практичних аспектах цього процесу. У першому розділі було розглянуто основні теоретичні підходи до визначення поняття етики в журналістиці в епоху технологій. Зокрема, було проаналізовано етичні принципи, які регулюють застосування новітніх технологій у медіапросторі, а також вивчені основні ризики, що супроводжують використання ШІ в журналістиці. Аналізуючи ці питання через соціологічну призму, робота підкреслює важливість розуміння змін, які відбуваються в суспільстві під впливом нових технологій, і їхнього впливу на формування громадської думки та суспільних цінностей.

У другому розділі досліджено практичні аспекти застосування ШІ в медіа та зв'язках з громадськістю. Розглянуто сучасні технології, що активно впроваджуються в медіа, такі як алгоритми автоматичного створення контенту, чат-боти для взаємодії з аудиторією, а також інструменти для аналізу великих обсягів даних. Окрім цього, було приділено увагу етичним викликам, які постають перед медіа-компаніями при використанні цих технологій, зокрема в контексті забезпечення прозорості інформації, захисту прав користувачів та запобігання маніпуляціям. Важливою частиною розділу є аналіз реальних прикладів застосування ШІ в журналістиці та комунікаціях з громадськістю, що дозволяє оцінити потенціал і практичні наслідки використання цих технологій у реальному світі.

Загальний висновок роботи полягає в тому, що хоча ШІ відкриває нові можливості для розвитку медіа та покращення ефективності комунікацій, його використання має супроводжуватись ретельним етичним аналізом та розробкою чітких стандартів і норм. Технології штучного інтелекту, безумовно, здатні сприяти швидкому створенню і розповсюдженню інформації, забезпечуючи доступ до нових форм взаємодії між медіа та аудиторією, але вони також ставлять під загрозу основні принципи етики журналістики, такі як достовірність, незалежність і об'єктивність. Зокрема, ризик маніпуляцій з інформацією, зниження якості журналістських

стандартів та вплив на громадську думку потребують особливої уваги і регулювання.

Тому важливим є баланс між інноваціями і дотриманням етичних норм, що дозволяє уникнути зловживань і забезпечити довіру з боку аудиторії. З одного боку, ШІ може стати потужним інструментом для журналістів і спеціалістів із зв'язків з громадськістю, дозволяючи ефективно обробляти великий обсяг даних і покращувати взаємодію з аудиторією, з іншого – він може призвести до ризиків втрати особистої ідентичності журналістики та зменшення рівня відповідальності за публікувану інформацію.

Таким чином, для успішного і етичного впровадження ШІ в медіасферу необхідно розробити чіткі регламенти та стандарти використання цих технологій, які б відповідали сучасним вимогам та викликам. Це також вимагає залучення фахівців із різних галузей – етики, права, соціології та технологій – для створення багатогранного підходу до вирішення цих складних питань. Вивчення етичних аспектів ШІ в медіа є важливим кроком у формуванні майбутнього медіапейза, де технології не лише доповнюватимуть, а й сприятимуть збереженню основних принципів журналістики та відповідальної комунікації з громадськістю.

Отже, штучний інтелект став важливим інструментом у сучасних медіа та громадських комунікаціях, надаючи нові можливості для автоматизації процесів, персоналізації контенту, а також покращення взаємодії з аудиторією. Завдяки здатності аналізувати великі обсяги даних, ШІ дозволяє медіа-організаціям швидко адаптуватися до змін в інформаційному середовищі, ефективно реагувати на запити громадськості та оптимізувати виробництво контенту. Однак, поряд із численними перевагами, впровадження ШІ викликає й серйозні етичні питання, зокрема щодо прозорості алгоритмів, упередженості даних та збереження конфіденційності. Це підвищує потребу в розробці чітких етичних стандартів і механізмів контролю, що дозволяють мінімізувати ризики маніпуляцій і забезпечити відповідальне використання новітніх технологій. У результаті, для

ефективного застосування ШІ в медіа, важливо не лише орієнтуватися на технологічні інновації, але й враховувати соціальні, етичні та правові аспекти, щоб зберегти довіру до інформаційних ресурсів і забезпечити об'єктивність та чесність у поданні новин.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гуржій В. Теоретичні аспекти використання штучного інтелекту в управлінні проєктами. *Ефективна економіка*. 2023. С. 1–16. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.12.73>
2. Живцова Л. І. Штучний інтелект: сутність та перспективи розвитку. *Український журнал будівництва та архітектури*. 2023. № 3. DOI: <https://doi.org/10.30838/J.BPSACEA.2312.140723.66.956>
3. Дашко. І. Розвиток штучного інтелекту: переваги та недоліки. *Економіка та суспільство*, (67). 2024. DOI <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-31>
4. Козуб В. Етичні аспекти використання штучного інтелекту (ШІ) в аналізі даних. *Наука і техніка сьогодні*. 2024. DOI: [10.52058/2786-6025-2024-6\(34\)-880-893](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2024-6(34)-880-893)
5. Машкова Я. Українські медіа та штучний інтелект. Як редакції залучають ШІ для створення контенту. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/ukrayinski-media-ta-shtuchnyj-intelekt-yak-redaktsiyi-zaluchayut-shi-dlya-stvorenniya-kontentu-i62217>
6. Македон О. А. Етичні та юридичні аспекти використання штучного інтелекту у юридичній практиці. *Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції*. 2024. № 1. С. 1–5. DOI <https://doi.org/10.32782/2408-9257-2024-1-37>
7. Надточій. О. Медійна практика використання технологій штучного інтелекту в Україні. *Інтегровані комунікації*, (1 (17), 2024. С. 129-138. DOI <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.1717>
8. Паскар А. Етичні аспекти використання штучного інтелекту у судочинстві: шлях до забезпечення прав людини. *Ерліхівський журнал*. 2023. № 7. С. 1–8. DOI <https://doi.org/10.32782/ehrlichsjournal-2023-7.10>

9. Піх В. Етичні норми і штучний інтелект в журналістиці: як дружити одразу з обома. *Медіакритика. Медіакритика*. URL: <http://mediakrytyka.lnu.edu.ua/novi-tehnologii-media/etychni-normy-i-shtuchnyy-intelekt-v-zhurnalistytsi-yak-druzhyty-odrazu-z-oboma.html>
- 10.Прудіус Д. Медійна практика використання технологій штучного інтелекту в Україні. 2024. Т. 17, № 1. С. 1–10. DOI: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.1717>
- 11.Погореленко А. Штучний інтелект: сутність, аналіз застосування, перспективи розвитку. *Економічні науки*. 2019. № 32. С. 22–27. URL: <https://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/405>
- 12.Процак Т.В. Актуальність використання штучного інтелекту в сучасних умовах освітнього процесу. Том 27 № 4. 2023. DOI: <https://doi.org/10.24061/2413-0737.27.4.108.2023.20>
- 13.Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо використання штучного інтелекту для створення журналістських матеріалів - Комісія з журналістської етики. *Комісія з журналістської етики*. URL: <https://cje.org.ua/statements/rekomendatsii-komisii-z-zhurnalistskoi-etyky-shchodo-vykorystannia-shtuchnoho-intelektu-dlia-stvorennia-zhurnalistskykh-materialiv/>
- 14.Тимошенко Є. Правова природа штучного інтелекту: перспективи і проблеми. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2023. № 4. С. 1–2. DOI <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2023-4/104>
- 15.Топузов О. Можливості використання штучного інтелекту в освітньому процесі закладів середньої освіти в умовах воєнного стану. *Український педагогічний журнал*. 2024. № 1. DOI <https://doi.org/10.32405/2411-1317-2024-1-5-11>
- 16.Шашенко, С. Переваги залучення штучного інтелекту для оптимізації дизайнерських процесів у сфері медіа. *Український інформаційний простір*, (1(11), 2023. С. 163–174. DOI [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(11\).2023.279625](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(11).2023.279625)

17. Штучний інтелект: можливості та виклики для медіа - Центр демократії та верховенства права. *Центр демократії та верховенства права* -. URL: <https://cedem.org.ua/consultations/shtuchnyj-intelekt-mozhlyvosti-ta-vyklyky-dlya-media/>
18. Як штучний інтелект впливає на довкілля. *Екодія*. URL: https://ecoaction.org.ua/iak-ai-vplyvaie-na-dovkillia.html?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwhr6_BhD4ARIsAH1YdjBoQOwyFUH3R1JYig5IvJSWOVuR6SEwes-5YMHSZks8Snmlx8Gqd-UaAidcEALw_wcB
19. Baranov, O. Vyznachennia terminu «shtuchnyi intelekt» [Defined by the term “piece intelligence”]. *Informatsiia i pravo* [Information and law]. Vol. 1(44). Pp. 32–49. 2023. Available at: https://ippi.org.ua/sites/default/files/5_28.pdf
20. Shymanska V. Ethical aspects of using artificial intelligence in marketing. LinkedIn: Log In or Sign Up. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/ethical-aspects-of-using-artificial-intelligence-in-shymanska--emopf>
21. Ethics of Artificial Intelligence: Challenges and Opportunities. Agiliway - Custom Software Development Company. URL: <https://www.agiliway.com/uk-ua/etyka-shtuchnoho-intelektu-vyklyky-ta-mozhlyvosti/>
22. AUP Online Bridge with Italy. The Intersection of Media Literacy and Artificial Intelligence: Navigating the Modern Information Space - AUP. AUP - Academy of the Ukrainian Press. URL: <https://www.aup.com.ua/news/onlayn-mist-aup-z-italiieyu-peretin-medi/>
23. Hilb M. Toward Artificial Governance? The Role of Artificial Intelligence in Shaping the Future of Corporate Governance. *Journal of Management and Governance*. 2020. Vol. 24. P. 851–870.
24. Goralski M.A., Tan T.K. Artificial Intelligence and Sustainable Development. *The International Journal of Management Education*. 2020. Vol. 18. Is. 1. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.100330>
25. Soni N., Sharma E., Singh N., Kapoor A. Impact of Artificial Intelligence in Business: From Research and Innovation to Market Deployment. *Procedia Computer Science*. 2020. Vol. 167. P. 2200–2210.

- 26.Enholm I., Papagiannidis E., Mikalef P., Krogstie J. Artificial Intelligence and Business Value: A Literature Review. *Information Systems Frontiers*. 2021. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10796-021-10186-w>
- 27.Mintz Y, Brodie R. Introduction to artificial intelligence in medicine. *Minim Invasive Ther Allied Technol*. 2019 Apr;28(2):73-81. doi: 10.1080/13645706.2019.1575882.
- 28.Gore JC. Artificial intelligence in medical imaging. *Magn Reson Imaging*. 2020 May;68:A1-A4. doi: 10.1016/j.mri.2019.12.006.
- 29.Chen M, Decary M. Artificial intelligence in healthcare: An essential guide for health leaders. *Healthc Manage Forum*. 2020 Jan;33(1):10-8. doi: 10.1177/0840470419873123.
- 30.Nensa F, Demircioglu A, Rischpler C. Artificial Intelligence in Nuclear Medicine. *J Nucl Med*. 2019 Sep;60(Suppl 2):29S-37S. doi: 10.2967/jnumed.118.220590.
- 31.Keskinbora KH. Medical ethics considerations on artificial intelligence. *J Clin Neurosci*. 2019 Jun;64:277-282. doi: 10.1016/j.jocn.2019.03.001.
- 32.Howard J. Artificial intelligence: Implications for the future of work. *Am J Ind Med*. 2019 Nov;62(11):917-26. doi: 10.1002/ajim.23037.
- 33.Liyanage H, Liaw ST, Jonnagaddala J, Schreiber R, Kuziemsky C, Terry AL, et al. Artificial Intelligence in Primary Health Care: Perceptions, Issues, and Challenges. *Yearb Med Inform*. 2019 Aug;28(1):41-6. doi: 10.1055/s-0039-1677901.
- 34.Erickson BJ. Basic Artificial Intelligence Techniques: Machine Learning and Deep Learning. *Radiol Clin North Am*. 2021 Nov;59(6):933-40. doi: 10.1016/j.rcl.2021.06.004.
- 35.Stanfill MH, Marc DT. Health Information Management: Implications of Artificial Intelligence on Healthcare Data and Information Management. *Yearb Med Inform*. 2019 Aug;28(1):56-64. doi: 10.1055/s-0039-1677913.

36. Aung YYM, Wong DCS, Ting DSW. The promise of artificial intelligence: a review of the opportunities and challenges of artificial intelligence in healthcare. *Br Med Bull*. 2021 Sep 10;139(1):4-15. doi: 10.1093/bmb/ldab016.
37. Wang H, Fu T, Du Y, Gao W, Huang K, Liu Z, et al. Scientific discovery in the age of artificial intelligence. *Nature*. 2023 Aug;620(7972):47-60. doi: 10.1038/s41586-023-06221-2.
38. Garcia-Vidal C, Sanjuan G, Puerta-Alcalde P, Moreno-García E, Soriano A. Artificial intelligence to support clinical decision-making processes. *EBioMedicine*. 2019 Aug;46:27-9. doi: 10.1016/j.ebiom.2019.07.019.
39. Kolanska K, Chabbert-Buffet N, Daraï E, Antoine JM. Artificial intelligence in medicine: A matter of joy or concern? *J Gynecol Obstet Hum Reprod*. 2021 Jan;50(1):101962. doi: 10.1016/j.jogoh.2020.101962.
40. Chaddad A, Katib Y, Hassan L. Future artificial intelligence tools and perspectives in medicine. *Curr Opin Urol*. 2021 Jul 1;31(4):371-77. doi: 10.1097/MOU.0000000000000884.
41. Taheri H, Gonzalez Bocanegra M, Taheri M. Artificial Intelligence, Machine Learning and Smart Technologies for Nondestructive Evaluation. *Sensors (Basel)*. 2022 May 27;22(11):4055. doi: 10.3390/s22114055.
42. Rampton V. Artificial intelligence versus clinicians. *BMJ*. 2020 Apr 3;369:m1326. doi: 10.1136/bmj.m1326.
43. Zeitoun JD, Ravaud P. Artificial intelligence in health care: value for whom? *Lancet Digit Health*. 2020 Jul;2(7):e338-e39. doi: 10.1016/S2589-7500(20)30141-2.
44. Choi RY, Coyner AS, Kalpathy-Cramer J, Chiang MF, Campbell JP. Introduction to Machine Learning, Neural Networks, and Deep Learning. *Transl Vis Sci Technol*. 2020 Feb 27;9(2):14. doi: 10.1167/tvst.9.2.14.
45. Lillicrap D, Morrissey JH. Artificial intelligence, science, and learning. *J Thromb Haemost*. 2023 Apr;21(4):709. doi: 10.1016/j.jtha.2023.01.026.

46. McNair D. Artificial Intelligence and Machine Learning for Lead-to-Candidate Decision-Making and Beyond. *Annu Rev Pharmacol Toxicol*. 2023 Jan 20;63:77-97. doi: 10.1146/annurev-pharmtox-051921-023255.
47. McDermott MBA, Nestor B, Szolovits P. Clinical Artificial Intelligence: Design Principles and Fallacies. *Clin Lab Med*. 2023 Mar;43(1):29-46. doi: 10.1016/j.cll.2022.09.004.
48. Whicher D, Rapp T. The Value of Artificial Intelligence for Healthcare Decision Making-Lessons Learned. *Value Health*. 2022 Mar;25(3):328-30. doi: 10.1016/j.jval.2021.12.009.
49. Cleland JGF, Li C, Jones Y. Artificial Intelligence Needs Clinical Intelligence to Succeed. *JACC Heart Fail*. 2020 Jul;8(7):588-91. doi: 10.1016/j.jchf.2020.06.002.
50. Pouly M, Koller T, Gottfrois P, Lionetti S. Künstliche Intelligenz in der Bildanalyse – Grundlagen und neue Entwicklungen [Artificial intelligence in image analysis-fundamentals and new developments]. *Hautarzt*. 2020 Sep;71(9):660-68. German. doi: 10.1007/s00105-020-04663-7.
51. Pareek A, Lungren MP, Halabi SS. The requirements for performing artificial-intelligence-related research and model development. *Pediatr Radiol*. 2022 Oct;52(11):2094-100. doi: 10.1007/s00247-022-05483-8.
52. Jena B, Saxena S, Nayak GK, Saba L, Sharma N, Suri JS. Artificial intelligence-based hybrid deep learning models for image classification: The first narrative review. *Comput Biol Med*. 2021 Oct;137:104803. doi: 10.1016/j.compbiomed.2021.104803.
53. Ma P, Zhang Z, Wang J, Zhang W, Liu J, Lu Q, et al. Review on the Application of Metalearning in Artificial Intelligence. *Comput Intell Neurosci*. 2021 Jul 5;2021:1560972. doi: 10.1155/2021/1560972.
54. AI Content Publishing: Case Studies and Success Stories doi: <https://spreadbot.ai/blog/ai-content-publishing-case-studies-and-success-stories>

55. Case studies show how AI is changing the news industry doi: <https://www.inma.org/blogs/conference/post.cfm/case-studies-show-how-ai-is-changing-the-news-industry>
56. The Role of AI in Journalism doi: <https://www.scoutos.com/blog/the-role-of-ai-in-journalism>
57. AI in Journalism: examples and relevant tools doi: <https://aienabledhub.com/blog/ai-in-journalism>
58. AI-generated content for public relations and crisis communication doi: <https://aicontentfy.com/en/blog/ai-generated-content-for-public-relations-and-crisis-communication>
59. Venezuela's newest news agency says AI anchors protect reporters amid government crackdown doi: <https://www.reuters.com/world/americas/venezuelas-newest-news-agency-says-ai-anchors-protect-reporters-amid-government-2024-09-02>
60. Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо використання штучного інтелекту для створення журналістських матеріалів DOI <https://cje.org.ua/statements/rekomendatsii-komisii-z-zhurnalistiskoi-etyky-shchodo-vykorystannia-shtuchnoho-intelektu-dlia-stvorennia-zhurnalistyskykh-materialiv>
61. ЯК ЖУРНАЛІСТАМ БЕЗПЕЧНО ВИКОРИСТОВУВАТИ ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ — РЕКОМЕНДАЦІЇ МІНЦІФРИ DOI: <https://mediamaker.me/news/yak-zhurnalistam-bezpechno-vykorystovuvaty-shtuchnyj-intelekt-rekomendacziyi-minczyfry>
62. Політика використання штучного інтелекту (ШІ, AI) на сайті Online.ua та пов'язаних сервісах DOI: <https://www.online.ua/ai-policy>

ДОДАТКИ

Додаток А

Анкета для визначення впливу соціальних медіа

1. Яка соціальна мережа є вашою улюбленою та частіше за все використовується вами?
2. Скільки часу ви проводите у соціальних мережах щодня?
3. Як ви використовуєте соціальні мережі: для спілкування, вивчення нового, розваг чи іншого?
4. Яка тематика контенту вас найбільше цікавить: розваги, навчання, політика, творчість тощо?
5. Чи відчуваєте ви, що ваше настрій залежить від реакції аудиторії у соціальних мережах?
6. Чи виникало у вас відчуття обтяженості або депресії після користування соціальними мережами?
7. Чи відчуваєте ви, що ваша продуктивність знижується через багато часу, проведений у соціальних мережах?
8. Які були ваші останні враження після перегляду відео/публікації у соціальних мережах?