



WYŻSZA SZKOŁA GOSPODARKI



Katowice
Business
University



Sveučilište u
Zagrebu
University of Zagreb



Uniwersytet
Ekonomiczny
w Katowicach

NAUKA O SOCJOKOMUNIKACJI W PARADYGMACIE PRZEMIAN SEMANTYCZNYCH: WYZWANIA SPOŁECZNE, TRENDY EDUKACJI I DZIAŁALNOŚCI ZAWODOWEJ

Zbiór materiałów

*V Międzynarodowej konferencji naukowo-praktycznej online,
(23 maja 2025 roku)*

СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНА НАУКА В ПАРАДИГМІ СМИСЛОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ: СУСПІЛЬНІ ВИКЛИКИ, ТРЕНДИ ОСВІТИ І ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Збірник матеріалів

*V Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції,
(23 травня 2025 року)*

Redakcja naukowa:
Tetiana Hyrina
Nataliia Moshenets

Наукова редакція:
Тетяна Гиріна
Наталія Мошенець



Łomża-Irpiń, 2025
Wydawnictwo: MANS w Łomży

V Міжнародна науково-практична онлан-конференція
«Соціокомунікаційна наука в парадигмі смислових трансформацій:
суспільні виклики, тренди освіти і професійної діяльності»

UDK 070:316.62(06)
BBK 76я431
S 69

Redakcja naukowa: Tetiana Hyrina, Nataliia Moshenets

Nauka o socjokomunikacji w paradygmacie przemian semantycznych: wyzwania społeczne, trendy edukacji i działalności zawodowej [wydanie elektroniczne] : zbiór materiałów V Międzynarodowej konferencji naukowo-praktycznej online, Irpiń - Łomża, 23 maja 2025 r. / Redakcja naukowa: Tetiana Hyrina, Nataliia Moshenets. Irpiń: Państwowy Uniwersytet Podatkowy; Łomża: Międzynarodowa Akademia Nauk Stosowanych w Łomży. Wydawnictwo: MANS w Łomży, 2025. 264 s.

*Rozpatrzone i zatwierdzone na posiedzeniu Rady Naukowej Państwowego Uniwersytetu Podatkowego
(protokół nr 1 z dnia 27 sierpnia 2025 r.)*

Recenzenci:

Anastasiia Bessarab, doktor hab. nauk w zakresie komunikacji społecznej, profesor, profesor Zakładu Psychologii i Pracy Socjalnej, Khortytska Narodowa Academia Edukacyjno-Rehabilitacyjna, Ukraina;

Anzhelika Dosenko, doktor nauk w zakresie komunikacji społecznej, docent, kierownik Zakładu Dziennikarstwa Narodowego Uniwersytetu Tawrijskiego im. V.I. Vernadskiego, Ukraina

Rada Redakcyjna:

Tetiana Hyrina, doktor hab. nauk w zakresie komunikacji społecznej, docent, kierownik Zakładu Komunikacji Społecznej, Literatury i Kultury, Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Ukraina;

Nataliia Zykun, doktor hab. nauk w zakresie komunikacji społecznej, profesor, dziekan Kierunku Technologii Społecznych i Humanitarnych, Sportu i Rehabilitacji, Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Ukraina;

Olena Kalyta, PhD w zakresie nauk pedagogicznych, docent, docent Zakładu Komunikacji Społecznej, Literatury i Kultury, Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Ukraina;

Nataliia Moshenets, Międzynarodowa Akademia Nauk Stosowanych w Łomży, Rzeczpospolita Polska;

Zoia Sharlovych, PhD w zakresie nauk pedagogicznych, Międzynarodowa Akademia Nauk Stosowanych w Łomży, Rzeczpospolita Polska.

ISBN 978-83-68480-08-5
DOI 10.58246/XWRI4379

Zbiór zawiera materiały z V Międzynarodowej konferencji naukowo-praktycznej online, która odbyła się 23 maja 2025 r. na Zakładzie Komunikacji Społecznej, Literatury i Kultury Wydziału Technologii Społeczno-Humanistycznych, Sportu i Rehabilitacji Państwowego Uniwersytetu Podatkowego. Publikacje odzwierciedlają kierunki i wyniki badań naukowych poświęconych współczesnym wymiarom globalizacyjnych przemian komunikacji społecznej, bezpieczeństwu komunikacyjnemu i strategii informacyjnej w dziedzinie zaawansowanych technologii, mediom ekonomicznym w kształtowaniu opinii publicznej, wpływowi cyfryzacji na cechy językowe środków masowego przekazu, praktykom komunikacji medialnej, działalności redakcyjno-wydawniczej i kulturze języka w środowisku zawodowym, wyzwaniom edukacyjnym w przygotowaniu specjalistów ds. komunikacji społecznej, sztucznej inteligencji, dziennikarstwie śledczym w przeciwdziałaniu korupcji w zamówieniach publicznych i in.

Wydawnictwo jest skierowane do szerokiego grona czytelników zainteresowanych poruszaną tematyką.

Zbiór powstał na podstawie gotowych materiałów dostarczonych przez autorów. Za kompletność i prawdziwość przedstawionych faktów i tez odpowiedzialność ponoszą autorzy publikacji. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za materiały przekazane do publikacji.

Wydawnictwo: MANS w Łomży



© Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Ukraina, 2025
© Międzynarodowa Akademia Nauk Stosowanych w Łomży, Rzeczpospolita Polska, 2025

ПРОБЛЕМИ І РИЗИКИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У МЕДІАСЕРЕДОВИЩІ

Ольга Григорівна Зима

*к. е. н., доц., доцент кафедри бізнес-журналістики і цифрових медіа
Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця,
м. Харків, Україна*

Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення у своєму дослідженні «Використання штучного інтелекту (ШІ): рекомендації для медіа, реклами і захисту авторських прав (презентації, відео)» [1] довела, що з 1 серпня 2024 року у Європейському Союзі набув чинності Закон про штучний інтелект (AI Act). Перші його положення вже почали діяти з лютого 2025 року, а загалом його впровадження розраховано на три роки. Закон передбачає різну класифікацію ризиків та наводить приклади систем, які будуть заборонені в ЄС. Зокрема, це пов'язано з використанням ШІ щодо створення текстів з маніпуляціями, які можуть впливати на «підсумковий вибір користувача, спонукає до якихось дій, політичного вибору, який без цього користувач не зробив би». Також, проблемним може бути використання ШІ щодо створення контенту, який пов'язаний з прогнозуванням злочинності, біометрики, суб'єктивним аналізом емоційних станів тощо. Тому, Україні варто брати до уваги ці практики щодо створення правового поля для впровадження ШІ у медіасередовище.

Використання ШІ, зокрема у журналістиці, може призвести до помилок у створеному контенті, а саме: може бути змішування фактів, перекручування контексту, а також поширення придуманої або застарілої інформації. З цього виникає питання щодо відповідальності за можливі помилки. Це можуть бути як розробник ШІ, так і редакція медіа, або платформа, на якій розміщується журналістський матеріал. Тому, метою дослідження є узагальнення наукових підходів та журналістських практик щодо проблем і ризиків використання штучного інтелекту у медіасередовищі.

Сучасні українські медіа вже активно впроваджують технології ШІ в рутинні процеси зі створення журналістського матеріалу. Дослідження, які проводив Інституту масової інформації у 2024 році [2] показали, що лише 22% українських редакцій постійно використовують хоча б один з інструментів штучного інтелекту (ШІ). Водночас 20% журналістів повідомили, що зовсім не використовують інструменти ШІ у своїй роботі. Крім того, 16% опитаних зазначили, що раніше користувалися інструментами ШІ, але наразі припинили через побоювання недостовірності створеного ШІ матеріалу, плагіату, результатом чого є зниження якості журналістського матеріалу.

Серед тих медіа, які використовують ШІ у своїй роботі, 62% українських редакцій застосовують його для розшифровки інтерв'ю, 31% – для створення візуального контенту, а 21% – для генерації текстів, виправлення граматичних та стилістичних помилок [2].

У своєму дослідженні О. Ярошенко [3] обґрунтувала переваги та недоліки застосування ШІ в журналістиці. Так, до переваг застосування ШІ можна віднести наступне [3]: спрощення виконання рутинних завдань, які стосуються розшифрування інтерв'ю, перекладів, створення заголовків, візуалізації даних тощо; можливість швидкого збору, обробки та аналізу великих обсягів інформації; можливість застосування ШІ для аналізу джерел, лінгвістичного аналізу, виявлення фейків та для боротьби з дезінформацією; використання ШІ для створення AR/VR-контенту, 360-градусних відео, синтетичних ведучих та ін.

ШІ дозволяє суттєво пришвидшити обробку інформації, генерувати заголовки, формувати персоналізовані стрічки новин, модерацію коментарів. Однак одночасно зростає ризик створення поверхневого, узагальненого або навіть маніпулятивного контенту. Незважаючи на те, що застосування ШІ можливе для виявлення фейків та боротьби з дезінформацією, доволі часто відбувається навпаки, коли ШІ застосовують для генерації фейкового контенту. Діпфейки, бот-мережі, фальшиві новини стали інструментами політичної маніпуляції, а також знаряддям інформаційних атак під час виборів, війн та кризових ситуацій [4].

До недоліків застосування ШІ також можна віднести формування новинних стрічок на основі переваг користувача. Тобто, ШІ може створювати «інформаційні бульбашки» – ситуацію, коли людина бачить лише ті новини, які підтверджують її погляди. Це веде до поляризації суспільства та зростання радикальних наративів [4].

Під час вебінару «Штучний інтелект і медіа: маніпуляції, виборчі технології та вплив на суспільну свідомість», який був організований Дніпровським центром журналістської солідарності НСЖУ, і об'єднав понад 40 журналістів та медіафахівців, учасники дізналися про різноманітні аспекти впливу ШІ на медіапростір [4].

Алгоритми штучного інтелекту вже зараз здатні автоматизувати процеси написання новин, створення фото- і відеосюжетів тощо. Проте питання довіри до таких матеріалів та правового врегулювання розповсюдження суто генерованого контенту ШІ залишається відкритим.

Як зауважив О. Костенко, штучний інтелект не лише змінює способи та підходи до створення контенту, але й впливає на суспільне сприйняття інформації. У такий спосіб можемо говорити про численні загрози, одними з яких є маніпуляції, поширення дезінформації тощо. Так, діпфейки, штучно створені акаунти, бот-мережі та інші інструменти здатні суттєво спотворювати інформаційний простір, просуваючи або дискредитує певні наративи [4].

Експерти вебінару [4] надали кілька ключових порад для журналістів і медіафахівців щодо застосування ШІ у медіасередовищі, а саме:

- треба ретельно перевіряти інформацію, згенеровану ШІ. Треба звертати увагу на стиль тексту, наявність використаних джерел; використовувати спеціальні детектори ШІ щодо перевірки фактів; звертатися до фактчекінгових програм тощо;

- треба перевіряти фото/відео на наявність фейків та генерованого контенту за допомогою таких інструментів як пошук за зображенням, TinEye, Image edited? та ін.;

- бажано дотримуватися прозорості у використанні ШІ і відкрито повідомляти споживачів про використання ШІ;

- треба перевіряти результати на правдоподібність у разі використання нейромереж для створення фото/відео (тобто налаштовувати параметри та «тренувати» модель на якісному вихідному матеріалі);

- під час створення унікального контенту має залишатись присутність автора. Використання ШІ має доповнювати, а не замінювати творчий підхід.

Міністерство цифрової трансформації підготувало аналітичний матеріал, який має назву «Біла книга з регулювання ШІ в Україні» [5], метою якого є пропозиція підходів до регулювання технологій штучного інтелекту в Україні. У Білій книзі передбачено конкретні інструменти щодо застосування ШІ, частину з яких бізнес може використовувати вже зараз. Вони дадуть змогу підготуватися до виходу на ринок ЄС та гармонізувати наше законодавство із законодавством ЄС.

Штучний інтелект водночас відкриває нові горизонти і створює масштабні виклики для медіаіндустрії. Сучасні медіа мають адаптуватися до нової цифрової реальності, зберігаючи при цьому ключові цінності: об'єктивність, достовірність, відповідальність. Гармонійне впровадження ШІ в медіапрактику має супроводжуватись прозорою етичною політикою, законодавчим регулюванням та активною участю журналістської спільноти в оцінці нових ризиків.

Таким чином, можна сказати, що ШІ не замінює журналістів, але кардинально змінює їхню діяльність. Його ефективне і відповідальне використання можливе лише за умов дотримання етичних стандартів, забезпечення прозорості, правдивості та контролю людиною. Журналісти повинні набувати нових компетентностей і бути активними учасниками трансформаційних процесів у медіа.

Список використаних джерел:

1. Використання штучного інтелекту: рекомендації для медіа, реклами і захисту авторських прав (презентації, відео) URL.: <https://webportal.nrada.gov.ua/>

vykorystannya-shtuchnogo-intelektu-rekomendatsiyi-dlya-media-reklamy-i-zahystu-avtorskyh-prav-prezentatsiyi-video/.

2. Машкова Я. Українські медіа та штучний інтелект. Як редакції залучають ШІ для створення контенту? URL.: <https://imi.org.ua/monitorings/ukrayinski-media-ta-shtuchnyj-intelekt-yak-redaktsiyi-zaluchayut-shi-dlya-stvorenniya-kontentu-i62217>.

3. Ярошенко О. Штучний інтелект у журналістиці: майбутнє медіа під впливом нових технологій. Наукові записки Інституту журналістики : науковий журнал / голов. ред. Володимир Різун; Навчально-науковий інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. 2024. Т. 2 (85). 172 с.

4. Охрименко Л. Штучний інтелект і медіа: можливості чи загроза? URL.: <https://nsju.org/novini/shtuchnyj-intelekt-i-media-mozhlyvosti-chy-zagroza/>.

5. Біла книга з регулювання штучного інтелекту в Україні URL.: https://cms.thedigital.gov.ua/storage/uploads/files/page/community/docs/Регулювання%20ШІ.pdf?fbclid=IwY2xjawFCUM1leHRuA2FlbQIxMAABHS78xf5Roh8BF8hQdLFGbbJDpjaGD9xdOEtyAkjvmtKXHiGaEPnX9XiIRw_aem_6RgvPT-0pniPdgRIF7hiGg.