

СЕКЦІЯ 22.

ФІЛОЛОГІЯ ТА ЖУРНАЛІСТИКА

Зубкова Дар'я Антонівна, здобувачка вищої освіти
навчально-наукового інституту менеджменту і маркетингу
Харківський національний університет імені Семена Кузнеця, Україна

Науковий керівник: Афанасьєва Олена Миколаївна, старший викладач кафедри
Харківський національний університет імені Семена Кузнеця, Україна

АІ В МЕДІА: ЧИ ВИТІСНИТЬ АВТОМАТИЗАЦІЯ СУЧАСНИХ ЖУРНАЛІСТІВ?

Стрімкий розвиток штучного інтелекту (ШІ) активізував дискусію про майбутнє професій у різних сферах, і журналістика – не виняток. Можливість алгоритмів генерувати тексти, аналізувати дані та навіть імітувати творчий процес закономірно породжує питання: чи перетворяться редакції на безлюдні автоматизовані цехи?

Мета цієї статті – проаналізувати поточні здібності АІ в медіа, визначити реальні загрози та перспективи для професії та відповісти на головне питання: чи є майбутнє журналістики за людьми, чи за машинами.

У світі, де нейромережі вже пишуть тексти, створюють зображення та ведуть підкасти, закономірно постає питання про майбутнє журналістської професії. Як зазначає дослідження Reuters Institute, понад 80% медіа-менеджерів вже експериментують з генеративним штучним інтелектом [5, с. 15].

Аналізуючи сучасний стан, можна констатувати, що АІ вже активно трансформує окремі напрямки журналістики. Згідно з дослідженням WAN-IFRA, основна сила алгоритмів полягає у швидкості обробки даних та виконанні шаблонних завдань [7, с. 45]. Системи, подібні до GPT, успішно генерують короткі новинні заметки на основі прес-релізів і статистики, що підтверджується дослідженням Otterbacher et al. [4, с. 235]. У сфері data-journalism алгоритми значно прискорюють аналіз масивів даних, знаходячи зв'язки й аномалії.

Однак, як зазначає Diakopoulos, існує рубікон, який штучному інтелекту не підкорюється [1, с. 78]. По-перше, АІ позбавлений емпатії та морального компасу – якостей, що дозволяють журналісту не просто передавати факти, а співпереживати героям. Broussard підкреслює, що комп'ютери не здатні повноцінно розуміти контекст і нюанси людського досвіду [2, с. 112].

По-друге, алгоритмам недоступна справжня креативність – вони не здатні до інтуїтивних відкриттів чи створення оригінальних метафор, оскільки працюють виключно на основі наявних даних. Дослідження Pew Research Center показує, що саме ці «м'які навички» залишаються найбільш затребуваними в сучасній журналістиці [6, с. 27].

АІ безсилий у розслідувальній журналістиці – жоден алгоритм не здатний на польове знімання чи роботу з інформаторами. Дослідження Linden демонструє, що саме ці аспекти журналістики залишаються найбільш стійкими до автоматизації [3, с. 135].

Сьогодні штучний інтелект вже став невід'ємною частиною багатьох напрямів журналістики. Однією з найпомітніших сфер застосування AI стала генерація новинних стрічок та спортивних оглядів. Згідно з дослідженням Otterbacher et al., системи, подібні до GPT, здатні миттєво створювати коректні новинні матеріали на основі прес-релізів, статистичних даних або фінансових звітів [4, с. 158]. Це дозволяє прискорити вихід матеріалів і звільнити час журналістів для аналітики.

У сфері data-journalism AI прискорює аналіз даних – від державних закупівель до транскриптів судових засідань. Як зазначає Diakopoulos, алгоритми виявляють зв'язки, аномалії та тенденції, які можуть залишитися непомітними при традиційних методах [1, с. 94].

Окремої уваги заслуговує персоналізація контенту. Дослідження Reuters Institute показує, що платформи використовують алгоритми для аналізу поведінки користувачів та формування індивідуальних новинних стрічок [5, с. 34]. Однак така персоналізація створює «інформаційні бульбашки», у яких користувачі отримують лише підтвердження власних переконань.

Попри розвиток технологій, AI стикається з фундаментальними обмеженнями. Як зазначає Бруссард, принципова відмінність між людським та машинним інтелектом полягає в розумінні контексту та соціальних нюансів [2, с. 45].

Першим обмеженням є відсутність емпатії. Діакопулос підкреслює, що журналістика – це не лише передача фактів, а й моральна відповідальність та співпереживання [1, с. 112]. AI не здатний працювати з чутливими темами.

Важливим аспектом залишається креативність. Дослідження Лінден показує, що багато матеріалів народжуються з інтуїції та здатності бачити неочікувані зв'язки [3, с. 128]. AI, працюючи на основі наявних даних, не може генерувати оригінальні ідеї.

Особливо обмежений AI у розслідувальній журналістиці. Жоден алгоритм не здатний проводити польові розслідування чи будувати довірливі стосунки з джерелами [5, с. 67].

Ключовим фактором залишається питання довіри. Pew Research Center вказує, що читачі довіряють не лише тексту, а й репутації автора [6, с. 89]. Відсутність конкретного автора в AI-контенті створює проблеми з довірою.

Таким чином, AI не може замінити журналіста в сферах, що потребують людського розуміння, творчого підходу та моральної відповідальності [7, с. 156; 3, с. 134].

Сучасні дослідження вказують на формування нового балансу співпраці. Як зазначає Діакопулос, майбутнє журналістики полягає не у конкуренції, а у симбіозі людського та машинного інтелекту [1, с. 178].

Відповідно до звіту WAN-IFRA, журналіст майбутнього все більше нагадує керівника проєкту, який використовує AI як інструмент [7, с. 92]. Модель передбачає розподіл обов'язків: алгоритми виконують рутинні операції, журналіст зосереджується на концепції матеріалу, інтерв'ю та аналізі контексту [3, с. 156].

Як підкреслює Бруссард, такий підхід дозволяє поєднати технологічну ефективність із людськими здібностями [2, с. 134]. AI стає стратегічним партнером журналіста.

Отже, майбутнє журналістики полягає у співпраці людини та технологій. Журналіст майбутнього використовує AI для автоматизації рутинних завдань, зосереджуючись на стратегічних аспектах роботи [1, с. 156; 7, с. 89].

Автоматизація не витіснить сучасних журналістів. Вона витіснить тих, хто відмовляється вчитися та адаптуватися. AI – це як поява фотоапарата в світі художників: він знищив ринок портретного живопису, але дав початок новим жанрам.

Штучний інтелект – це не суперник, а «підсобний робітник» у редакції. Він звільнить журналістів від рутини, щоб вони могли робити те, що роблять найкраще – бути голосом суспільства. Справжня журналістика не просто виживе – вона має шанс стати якіснішою та людянішою.

Список використаних джерел:

1. Diakopoulos, N. (2019). *Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media*. Harvard University Press.
2. Broussard, M. (2012/2018). *Artificial Unintelligence: How Computers Misunderstand the World*. The MIT Press.
3. Linden, C-G. (2017). Decades of Automation in the Newsroom: Why are there still so many journalists? *Digital Journalism*, 5(2), 123-140.
4. Otterbacher, J., et al. (2017). The Effect of Automated News on Media Coverage and Public Attention. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*.
5. Reuters Institute for the Study of Journalism. (2023). *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions*.
6. Pew Research Center. (2022). *Artificial Intelligence and the Future of News*.
7. WAN-IFRA (World Association of News Publishers). (2021). *AI in the Newsroom: Practical Applications and Perspectives*.