



# ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

III Всеукраїнської науково-практичної конференції  
студентів, аспірантів та молодих науковців  
«СУЧАСНИЙ МАСОВОКОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОСТІР:  
ІСТОРІЯ, РЕАЛІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ»



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ  
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ ТА ФІЛОЛОГІЇ

# ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

III Всеукраїнської науково-практичної конференції  
студентів, аспірантів та молодих науковців  
«СУЧАСНИЙ МАСОВОКОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОСТІР:  
ІСТОРІЯ, РЕАЛІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ»

Суми, 23–24 травня 2024 р.

УДК 007 : 304 : 070

3641 **Збірник** наукових праць III Науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців «Сучасний масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи». Суми : Сумський державний університет, 2024. 136 с.

До збірника увійшли наукові дослідження молодих науковців, аспірантів та студентів, учасників III Науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців. Дослідження пов'язані з комплексною програмою науково-дослідних робіт СумДУ, безпосередньо з науковим напрямом досліджень кафедри журналістики та філології у межах теми «Сучасний масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи».

Для викладачів, учителів, науковців, аспірантів, докторантів, студентів та інших зацікавлених осіб.

3641 **Collection** of scientific works of the III Scientific and practical conference of students, postgraduates and young scientists «Contemporary mass communication space: history, realities, prospects». Sumy : Sumy State University, 2024. 136 p.

The collection includes scientific materials of young scientists, postgraduates and students, participants of the III Scientific and practical conference of students, postgraduates and young scientists. The studies are related to the comprehensive program of research works of Sumy State University, directly with the scientific direction of research of the department of journalism and philology within the framework of the topic «Contemporary mass communication space: history, realities, prospects».

For lecturers, teachers, scientists, graduate students, doctoral students, students and other interested persons.

**РЕДКОЛЕГІЯ:** *Володимир Садівничий*, д-р наук із соц. комунік., голова; *Ірина Жиленко*, д-р філол. наук, заст. голови; *Тетяна Ковальова*, канд. наук із соц. комунік.; *Інна Сипченко*, канд. наук із соц. комунік.; *Ярослав Яненко*, д-р наук із соц. комунік.

**EDITORS:** *Volodymyr Sadvynychyi*, D. Sc. (Social Communications), head; *Iryna Zhylenko*, D. Sc. (Philology), deputy head; *Tetiana Kovalova*, PhD (Social Communications); *Inna Sypchenko*, PhD (Social Communications); *Yaroslav Yanenko*, D. Sc. (Social Communications).

*Матеріали друкуються за авторською редакцією.  
The materials are printed in the author`s editorial office.*

© Автори наукових публікацій, 2024.  
© Сумський державний університет, 2024.

## ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У СВІТОВОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

**Марина Садівнича,**

д-р філософії з журналістики, асистентка, Сумський державний університет;

**Юлія Хоба,**

студентка, Сумський державний університет

***Анотація.** Досліджується вплив штучного інтелекту на світовий інформаційний простір. Проаналізовано приклади використання штучного інтелекту в медіаіндустрії. Визначено перспективи розвитку штучного інтелекту й особливості та виклики його використання у медіагалузі.*

***Ключові слова:** штучний інтелект, інформаційний простір, медіаіндустрія, творчість*

## ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE WORLD INFORMATION SPACE: CHALLENGES AND PERSPECTIVES

**Maryna Sadivnycha,**

PhD in Journalism, Lecturer, Sumy State University

**Yuliia Khoba,**

student, Sumy State University

***Abstract.** The article examines the impact of artificial intelligence on the global information space. Examples of the use of artificial intelligence in the media industry are analyzed. The prospects for the development of artificial intelligence and the features and challenges of its use in the media industry are determined.*

***Keywords:** artificial intelligence, information space, media industry, creativity*

Штучний інтелект (ШІ) стає все більш важливою частиною нашого життя, проникаючи в різні галузі науки, техніки та мистецтва. Сучасні досягнення в галузі ШІ дозволяють машинам виконувати завдання, які раніше вважалися винятково людськими прерогативами. Одним із таких напрямків є творча діяльність – процес створення чогось нового та оригінального.

Винахідник Ілон Маск [1] та голова корпорації «Майкрософт» Білл Гейтс [2] попереджають про небезпеку розвитку штучного інтелекту, тоді як інші науковці та відомі особистості, наприклад, Марк Цукерберг, програміст і засновник мережі Фейсбук, навпаки вважають, що штучний інтелект принесе користь людству [3]. Тим часом відомий робот-гуманоїд Софія, створений на основі штучного інтелекту, вчиться, жартує і дає інтерв'ю, де висловлює бажання мати сім'ю, як у людей [4]. Отже, досягти спільного висновку наразі складно. Суть полягає у тому, що сучасний світ швидко розвивається завдяки технологіям, і штучний інтелект (ШІ) стає важливою складовою багатьох аспектів життя, зокрема – творчих процесів. Проте використання ШІ для творчості викликає низку серйозних запитань і викликів, що потребують вирішення.

Тож *мета роботи* – з'ясувати особливості впливу штучного інтелекту на світовий інформаційний простір, переваги та виклики використанні ШІ в медіадіяльності. Для досягнення мети поставлено такі *завдання*: ознайомитися з доробком українських і світових дослідників щодо

використання інструментів штучного інтелекту в творчій діяльності; проаналізувати приклади використання штучного інтелекту в контексті журналістської творчості; визначити, як саме впливає розвиток штучного інтелекту на медіаіндустрію.

Технологічний прогрес створив нові можливості для художників, музикантів, письменників, дизайнерів, журналістів, але разом із тим приніс чимало викликів і ризиків У підручнику І. Михайлина зазначено, що журналістська праця тісно пов'язана з творчістю. Науковець стверджує, що журналістика балансує між творчістю і ремеслом: «Вона ремесло тому, що має ужитковий характер, спрямована на досягнення очікуваного результату, пов'язаного з формуванням громадської думки в певному напрямку, із службовим характером діяльності журналіста. Журналістика – це творчість тому, що пов'язана з народженням нових духовних сутностей, із створенням раніше неіснуючих, невідомих, суспільно-корисних цінностей» [5 с. 26]. Тож, у своїй роботі ми дослідили, як штучний інтелект впливає на творчий процес, аналізуючи його переваги та можливі загрози в журналістській діяльності. Для визначення поняття «штучний інтелект» звертаємось до твердження науковиці К. Максимчук: «ШІ – це штучно створена людиною система, здатна обробляти інформацію, яка до неї надходить, пов'язувати її із знаннями, якими вона вже володіє, і відповідно формувати своє власне уявлення про об'єкти пізнання» [6, с. 120]. Низку визначень поняття «штучний інтелект» знаходимо в роботі науковиці О. Панухник [7, с. 5]. Найбільш цікавим, на нашу думку, із запропонованих визначень є наступне: «Штучний інтелект – це технології опрацювання інформації, котрі об'єднують моделі та алгоритми, які забезпечують здатність навчатися та виконувати когнітивні завдання, що призводить до таких результатів, як прогнозування та прийняття рішень у матеріальному та віртуальному середовищах. Системи штучного інтелекту розроблені для роботи з різним ступенем автономності за допомогою моделювання та представлення знань, використання даних і обчислення кореляцій» [8]. Як бачимо, визначення сформульовані по-різному, однак у них є спільне. Штучний інтелект – це технологія, що здатна навчатися, але для цього вона обов'язково використовує вже створені дані. Проте, варто розуміти, що сам штучний інтелект це алгоритм даних, а не просто технічний комп'ютер. На питання журналістів Радіо Свобода «Чи можна буде вимкнути штучний інтелект у будь-який момент?», керівник мережі Центрів робототехніки «Ботеон» Олексій Резніченко зазначає: «Треба визначитись, що ми розуміємо під визначенням «штучний інтелект». Якщо це якийсь алгоритм, який розвивається та розповсюджується мережею самостійно – як це можна вимкнути? Ніяк» [9].

Одним із популярних трендів, пов'язаних із ШІ, сьогодні є дипфейк – методика синтезу зображення людини, зроблена штучним інтелектом. Базується вона на поєднанні та накладенні одних зображень та відео на інші. Такою методикою нещодавно скористалося МЗС України. Воно представило ШІ-аватара на ім'я Вікторія Ші, яка озвучуватиме заяви щодо консульських питань

для українців за кордоном. «Цифровий аватар створили на основі реальної людини – української співачки й блогерки Розалі Номбре, яка погодилася стати прототипом для аватара на основі штучного інтелекту» [10]. Використання цифрової особи – це економія часу й ресурсів МЗС, заявив міністр закордонних справ Дмитро Кулеба. За його словами, це не примха, а вимога воєнного часу, яка дозволяє пришвидшувати процеси в роботі відомства. Загалом можна погодитися з цим твердженням, адже штучний «помічник» дійсно допоможе розвантажити живого речника під час резонансних подій, які вимагають довгих включень.

Однак, уже відомі випадки, коли метод дипфейку використовували із метою створення маніпулятивного контенту. З початку повномасштабної війни було багато спроб від росіян створити дипфейк відеозвернень Президента України Володимира Зеленського, на якому він повідомляє про капітуляцію. Так, ця спроба виявилася недолугою – одразу було помітно, що людина на екрані має неприродний вигляд, проте технології не стоять на місці. Якщо якісно навчити нейромережу, можна отримувати реалістичні результати. Наступний приклад, опублікований на сайті «Суспільного», розповідає про відеоролики в соціальних мережах Китаю, де представлена росіянка, яка розмовляє китайською, любить Китай і хоче вийти заміж за китайця [11]. Насправді, це 20-річна українка Ольга Лоек, яка вивчає когнітивні науки в Університеті Пенсильванії. Вона веде YouTube-канал, де обговорює ментальне здоров'я та ділиться філософськими поглядами на життя. Лише завдяки своїй аудиторії, яка помітила дивну активність блогерки в інших соціальних мережах, Ольга дізналася, що її особистість використовується без дозволу. Нагадаємо, що в Китаї з січня 2020 року діє закон, що забороняє публікувати аудіовізуальні фейки, створені за допомогою штучного інтелекту, всі матеріали, що створювалися за допомогою VR або нейромережі повинні мати відповідну позначку [12]. Хоча й існують закони для регулювання використання ШІ, фактично відслідкувати таку активність не завжди можливо, адже нейромережами можуть користуватися всі охочі.

Проте, ШІ може використовуватися й для допомоги журналістам. Так, 7 березня 2023 року «Детектор медіа» провів аналіз, який висвітлив у матеріалі «ChatGPT і медіа: як чатбот допоможе журналістам і в чому ризики його використання» та показав наскільки ШІ може бути корисним для журналістів [13]. Зокрема, в матеріалі йдеться про те, що складну тему можна спростити, попросивши чатбот пояснити її простими словами, також чатбот допоможе підготуватися до інтерв'ю – доповнить список запитань, допоможе відредагувати текст. Однак варто з обережністю ставитися до тих змін, які вносить штучний інтелект. Серед мінусів авторка матеріалу виділяє такі: «оскільки ChatGPT створений шляхом збору величезних обсягів інформації з інтернету (зокрема й упередженої), інформація, яку він «повертає», буде такою ж упередженою. Ви повинні не лише ще раз перевірити зміст відповіді, але й протистояти вбудованій упередженості ChatGPT» [13]. Також є інформація, що Телекомпанія СТС з Сум, використовуючи рекомендації тренерки UMES

Ольги Тищук-Вольської зуміла спростити роботу редакції завдяки ChatGPT [14]. Пані Ольга стверджує: «Так на YouTube я копіюю текст, кидаю у ChatGPT. Пишу запит – зроби мені новинну публікацію на сайт чи зроби мені пост у FB. І воно мені видає версію. Якщо мені не підходить, я генерую далі, пишу, що не так. І потім з цього роблю публікацію. Трішки переписую, коли мені не подобається формулювання чату. І ще роблю описи відео на YouTube, якщо це рекламні ролики, наприклад». Як висловилася експертка: «ChatGPT дає чимало можливостей для журналістів, копірайтерів та SMM для пришвидшення роботи та покращення текстів. Тому не варто його боятися, а навпаки – використовувати для оптимізації роботи» [14].

Однак, чи все так просто з використанням ШІ? Дивлячись на стрімкий розвиток ШІ може з'явитися думка про заміну людській праці, у тому числі й роботи медійника. Зокрема, у «Forbes» опублікували дослідження компанії Microsoft, яке виявило, що співробітники бояться здатися непотрібними, тому мовчать про використання штучного інтелекту для виконання робочих завдань. І це попри те, що 75% офісних працівників користуються ШІ-інструментами [15].

Тож, можемо дійти висновку, що штучний інтелект (ШІ) швидко інтегрується у медіасферу та впливає на різні аспекти галузі – від збору інформації до написання та редагування матеріалів. Результати роботи свідчать, що ШІ має потенціал значно підвищити ефективність журналістської діяльності, дозволяючи зосередитися на творчих і аналітичних аспектах роботи. Водночас виникають певні ризики та виклики, пов'язані з використанням ШІ у журналістиці. З одного боку, ШІ може значно полегшити рутинну роботу журналістів, автоматизуючи збір і аналіз великих обсягів даних, оскільки автоматизовані системи здатні оперативно створювати новинні повідомлення та забезпечувати точність і неупередженість у висвітленні подій. З іншого боку, автоматизація може призвести до скорочення робочих місць у цій галузі та спотворенню інформації. Зокрема, алгоритми можуть відтворювати упередження, закладені у вихідні дані, також існує ризик, що без належного контролю ШІ-системи можуть поширювати неточну або хибну інформацію. Тому важливо забезпечити прозорість і відповідальність при використанні ШІ у журналістиці.

Загалом, ШІ пропонує значні можливості для розвитку медіапростору, але вимагає обережного та зваженого підходу до його впровадження. Необхідно встановити чіткі етичні стандарти та регулятивні межі, які б забезпечували баланс між технологічним прогресом і збереженням основних принципів журналістики. Тільки за таких умов ШІ стане корисним інструментом, який доповнює, а не замінює людську діяльність у сфері журналістики.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. King Charles: Tackle AI risks with urgency and unity. *BBC*.  
URL: <https://www.bbc.com/news/technology-67172229>

2. Білл Гейтс побоюється загибелі людства від штучного інтелекту. *Дзеркало Тижня*. URL: [https://zn.ua/ukr/TECHNOLOGIES/bill-geyts-poboyuyetsya-zagibeli-lyudstva-vid-shtuchnogo-intelektu-162661\\_.html](https://zn.ua/ukr/TECHNOLOGIES/bill-geyts-poboyuyetsya-zagibeli-lyudstva-vid-shtuchnogo-intelektu-162661_.html)
3. Балагурчик Д. Марк Цукерберг хоче створити штучний інтелект, що не буде поступатись людському. *Sundries*. URL: <https://sundries.ua/mark-tsukerberh-khoche-stvoryty-shtuchnyj-intelekt-shcho-ne-bude-postupatys-liudskomu/>
4. Сучасні роботи мислять і хочуть мати сім'ю. *Вісник+К*. URL: <https://visnyk.lutsk.ua/news/ukraine/32645/>
5. Журналістика і творчість: монографія., за ред. С. Костя. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2023. 562 URL: [https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/03/Kost\\_2.indd-zhurnalistyka-i-tvorchist.pdf](https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/03/Kost_2.indd-zhurnalistyka-i-tvorchist.pdf).
6. Максимчук К. М. Штучний інтелект: реалії сучасності. Матеріали VIII Міжнародної науково-методичної конференції Форум молодих економістів-кібернетиків «Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід». Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2017. С. 119–121.
7. Панухник О. Штучний інтелект в освітньому процесі та наукових дослідженнях здобувачів вищої освіти: відповідальні межі вмісту ШІ. *Галицький економічний вісник*. 2023. С. 202-211.
8. Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence. UNESCO. 2021. 44 p. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137>
9. Комарова О. Що може зробити зі світом штучний інтелект?. *Радіо Свобода*. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/details/28891073.html>
10. Богданьок О. ШІ в МЗС: цифрова особа Вікторія інформуватиме щодо консульських питань. *Суспільне Новини*. URL: <https://suspilne.media/735937-si-v-mzs-cifrova-osoba-viktorija-informuvatime-sodo-konsulskih-pitan/>
11. Свиридчук Ю. У Китаї створили аватар української блогерки, яка продає російські товари та вихваляє китайську культуру. *Суспільне Новини*. URL: <https://suspilne.media/698460-u-kitai-stvorili-avatar-ukrainskoi-bloggerki-aka-prodae-rosijski-tovari-ta-vihvalae-kitajsku-kulturu/>
12. У Китаї заборонили дипфейки та ввели кримінальну відповідальність. *Детектор Медіа* URL: <https://ms.detector.media/kiberbezpeka/post/23880/2019-12-02-u-kytai-zaboronyly-dipfeyky-ta-vvely-kryminalnu-vidpovidalnist/>
13. Соколова О. ChatGPT і медіа: як чатбот допоможе журналістам і в чому ризику його використання. *Детектор Медіа*. URL: <https://detector.media/production/article/208641/2023-03-07-chatgpt-i-media-yak-chatbot-dopomozhe-zhurnalistam-i-v-chomu-ryzyky-yogo-vykorystannya/>.



14. ШІ ще досі лякає вас?. *Національна асоціація медіа.*

URL: [https://www.facebook.com/nam.org.ua/posts/pfbid0x9hqa9afBZgGrK3r6uPupjcUvexWKjsQ94zRKeK971XDtuAkB7AhKtvm54ik8WHzl?locale=uk\\_UA](https://www.facebook.com/nam.org.ua/posts/pfbid0x9hqa9afBZgGrK3r6uPupjcUvexWKjsQ94zRKeK971XDtuAkB7AhKtvm54ik8WHzl?locale=uk_UA).

15. Макгрегор Дж. Помічник чи конкурент. Чому працівники бояться зізнаватися керівництву, що використовують в роботі штучний інтелект? Висновки з дослідження Microsoft і LinkedIn. *Forbes Україна.* URL: <https://forbes.ua/leadership/prinesu-sviy-shi-ale-nikomu-pro-tse-ne-skazhu-doslidzhennya-microsoft-i-linkedin-pro-trendi-sered-pratsivnikiv-09052024-21064>