

Опубліковано на ресурсі: <http://mediakrytyka.lnu.edu.ua/novi-tehnologii-media/media-pid-vplyvom-shtuchnoho-intelektu-mozhlyvosti-vyklyky-ta-ryzyky.html>

Медіа під впливом штучного інтелекту: можливості, виклики та ризики

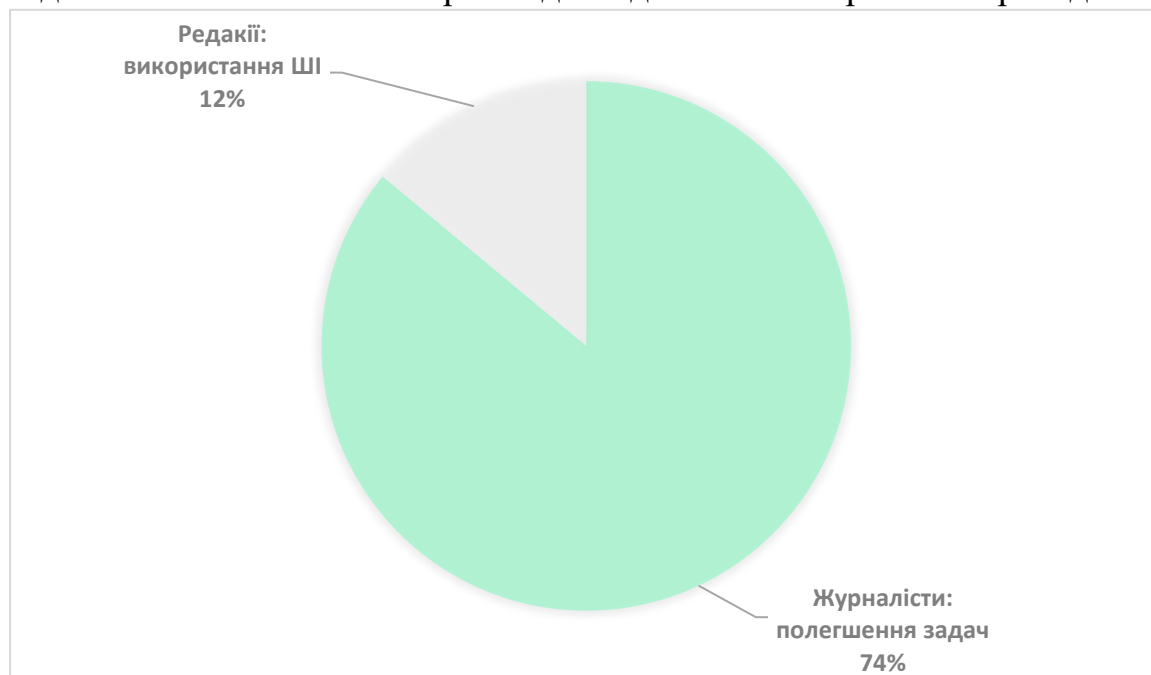
Штучний інтелект (ШІ) стає важливим інструментом у роботі медіа. Його застосування охоплює автоматизацію рутинних процесів, аналіз даних, персоналізацію контенту й навіть створення журналістських матеріалів. Проте впровадження ШІ викликає запитання щодо його впливу на якість інформації, етику та майбутнє професії.

Дослідження та факти: Україна

Опитування [Інституту масової інформації](#) (ІМІ) показало, що:

- 74% журналістів вважають, що ШІ здатний полегшити рутинні задачі.
- Лише 12% українських редакцій активно використовують технології ШІ.
- Найчастіше інструменти ШІ застосовують для автоматизації перекладів, редагування та аналізу трендів у соцмережах.

Однак недовіра до автоматизованих алгоритмів і недостатня технічна підготовка залишаються перешкодами для більш широкого впровадження.



(Графік створено на основі даних [AIRPU](#))

Міжнародний досвід: найкращі кейси

The Washington Post: автоматизація новин

У 2023 році [The Washington Post](#) використовувала платформу **Heliograf**, яка автоматично генерувала новини, зокрема про вибори. Лише за рік алгоритм створив понад 850 матеріалів. Платформа ефективно працює з великими наборами даних і аналізує події, економлячи час редакторів. Наприклад, на парламентських виборах у США алгоритм швидко формував результати голосування у вигляді статей для регіональних і національних видань.

BBC: персоналізація контенту

Британська корпорація [BBC](#) впроваджує ШІ для аналізу поведінки аудиторії та рекомендацій контенту. В дослідженні 2022 року зазначено, що завдяки алгоритмам компанія підвищила залученість користувачів на 17%. Система також адаптує новини до локальних уподобань, враховуючи мовні особливості й актуальні теми в регіонах.

Tencent: автоматизація у фінансах

Китайський технологічний гігант [Tencent](#) використовує ШІ для створення фінансових звітів і аналітики. За даними компанії, їх алгоритми можуть

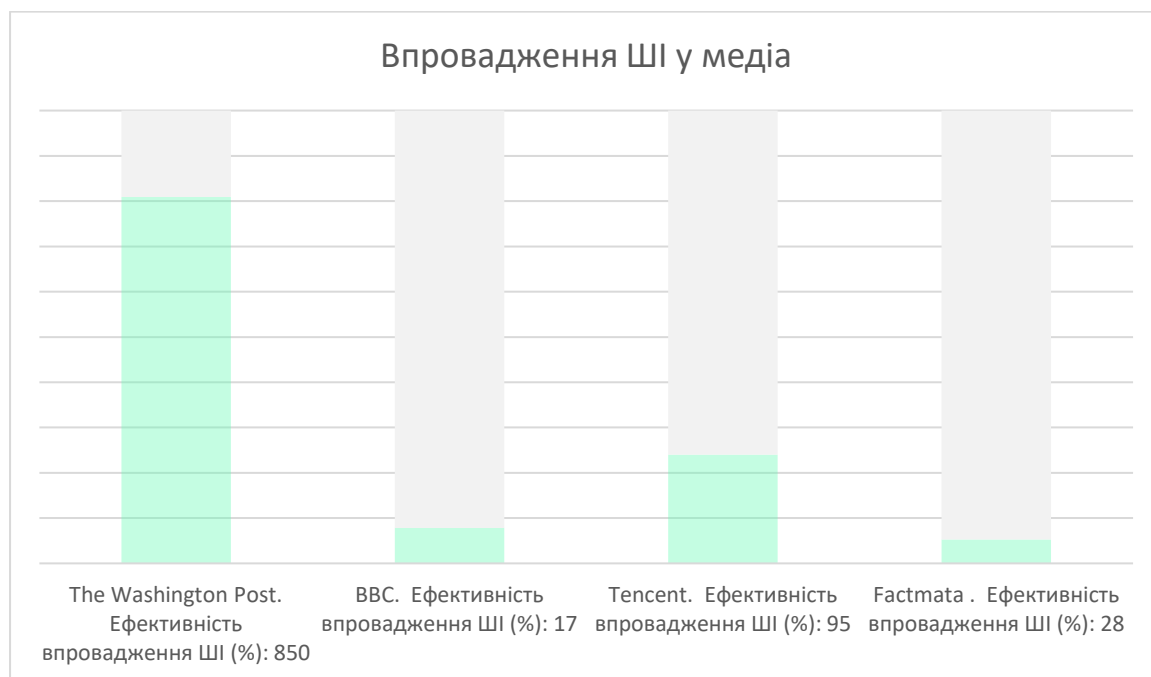
підготувати складні фінансові документи за кілька хвилин, замінюючи роботу, яка зазвичай займала 4–6 годин у команди аналітиків.

Інструменти перевірки фактів

Система **Factmata** активно застосовується європейськими медіа для виявлення фейків та дезінформації. Наприклад, у 2021 році завдяки алгоритму було перевірено понад 15 тисяч матеріалів у Facebook, серед яких 28% містили неправдиві твердження. Ці технології допомагають посилити довіру до медіа, попри зростання дезінформаційних кампаній.

Результати впровадження

Використання ШІ дозволило медіакомпаніям підвищити продуктивність редакцій, скоротити час на підготовку матеріалів і забезпечити більшу персоналізацію контенту. Проте, як зазначають дослідники з Оксфордського університету, 38% журналістів все ще бояться, що алгоритми замінять їхню роботу, особливо в регіональних виданнях.



(Графік створено на основі даних [IMI](#))

Етичні виклики та ризики

Попри потенціал ШІ, з його впровадженням пов'язані серйозні ризики, кожен з яких підтверджений реальними кейсами:

1. Алгоритмічна упередженість.

У 2019 році ШІ-компанія [Amazon](#) припинила використовувати власний алгоритм відбору резюме через гендерну упередженість.

Алгоритм надавав перевагу чоловікам через специфіку тренувальних даних. У медіа це може проявлятися в нерівності доступу до інформації або створенні викривленого контенту.

2. Дезінформація.

Система ШІ [GPT-3](#), відома створенням якісного текстового контенту, стала причиною занепокоєння у 2021 році, коли автоматично створила серію фейкових новин. Використання таких технологій без належного контролю може призвести до поширення маніпулятивної інформації.

3. Заміна робочих місць.

У Китаї видання **Xinhua** використовує "віртуальних ведучих", які замінили частину реальних журналістів. Це викликає занепокоєння щодо скорочення кадрів у регіональних редакціях та зниження якості контенту.

Висновки: баланс між технологіями та етикою

Штучний інтелект має значний потенціал для розвитку медіа, однак його впровадження вимагає зваженого підходу. Головними рекомендаціями залишаються:

- Інвестування в навчання співробітників для роботи з ШІ.
- Використання етичних стандартів при створенні алгоритмів.
- Розвиток інструментів для боротьби з дезінформацією та підвищення довіри до медіа.

Медіаіндустрія майбутнього — це тандем людської творчості й потужності технологій. Проте цей шлях вимагає ретельного аналізу, обережного впровадження та постійного вдосконалення.

Примітки:

- Усі дані та факти взято з [IMI](#) та [AIRPU](#).

Опубліковано на ресурсі: <http://mediakrytyka.lnu.edu.ua/novi-tehnologii-media/media-pid-vplyvom-shtuchnoho-intelektu-mozhlyvosti-vyklyky-ta-ryzyky.html>