

трансформації, а також обґрунтування механізмів їхньої дієвої підтримки в межах регіональної інформаційної політики.

Список використаних джерел

1. Городенко Л. М. Цифрова журналістика: теоретичні засади та технологічні трансформації. Наукові записки Інституту журналістики. 2023. Т. 81. С. 45–52. URL: <https://journ.knu.ua/nauk-zapysky/81-tom/> (дата звернення: 22.04.2026).
2. Заїченко О. В. Еволюція локальних медіа в умовах конвергенції: від традицій до цифровізації. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Журналістика. 2024. № 1(32). С. 12–19. URL: <https://journalism-bulletin.knu.ua/index.php/bulletin/article/view/1744> (дата звернення: 22.04.2026).
3. Костенко Н. В. Медіаспоживання в умовах кризи та війни: трансформація інформаційних практик українців. Українське суспільство: моніторинг соціальних змін. 2025. Вип. 26. С. 88–102. URL: <https://i-soc.com.ua/ua/publications/ukrainske-suspilstvo-monitoring-socialnih-zmin/> (дата звернення: 22.04.2026).
4. Почепцов Г. Г. Комунікативні стратегії та трансформації інформаційного суспільства. Київ: Києво-Могилянська академія, 2024. 320 с.
5. Шевченко В. Е. Онлайн-журналістика: теорія і практика. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2023. 245 с.

Науковий керівник: Одобецька І.С. асистент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Марина Нінічук

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського

ДЕОНТОЛОГІЧНІ ВИКЛИКИ ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИЦІ: ПРОБЛЕМА АВТОРСТВА ТА ВЕРИФІКАЦІЇ

У статті проаналізовано фундаментальні трансформації сучасного медіапростору, спричинені інтеграцією генеративного штучного інтелекту в роботу редакцій. Досліджено ключові деонтологічні виклики: кризи авторства, «авторський вакуум» та загрозу деградації механізмів верифікації інформації. На прикладах кейсів CNET, Die Aktuelle та інциденту з фейковим вибухом біля

Пентагону розкрито ризики алгоритмічних помилок і маніпуляцій. Обґрунтовано необхідність оновлення етичних кодексів, впровадження обов'язкового маркування ШІ-контенту та посилення ролі журналіста як етичного фільтра й верифікатора в умовах поширення дипфейків та алгоритмічної упередженості.

Ключові слова: інтернет-журналістика, штучний інтелект, деонтологія медіа, авторство, верифікація, генеративні моделі, дипфейки, журналістська етика, медіапростір, алгоритмічна упередженість.

Сучасний медіапростір перебуває у стані фундаментальної онтологічної перебудови, спричиненої стрімкою інтеграцією генеративного штучного інтелекту в редакційні цикли. Цифрова журналістика, яка тривалий час функціонувала на засадах оперативності та мультимедійності, сьогодні стикається з викликами, що виходять за межі суто технічних інновацій, переходячи в площину глибокої професійної етики та деонтології. Впровадження великих мовних моделей та алгоритмів синтезу зображень актуалізує питання про природу творчості, межі людської суб'єктності та надійність механізмів встановлення істини. Найбільш гострими деонтологічними вузлами в цьому контексті є розмивання поняття авторства та системна деградація процесів верифікації, що безпосередньо загрожує суспільній довірі до інституту медіа.

Проблема авторства в епоху ШІ трансформується з питання технічного виконання у питання моральної відповідальності. Традиційна журналістська етика базується на переконанні, що за кожним текстом стоїть конкретна особистість з її досвідом, ціннісними орієнтирами та здатністю нести юридичну і моральну відповідь за поширені судження. Використання систем типу ChatGPT для генерації цілісних аналітичних матеріалів створює ситуацію «авторського вакууму». Коли медіа оприлюднює текст, створений алгоритмом, без належного маркування, воно входить у конфлікт із базовим принципом чесності перед аудиторією. Деонтологічний ризик полягає в тому, що машина, не маючи свідомості та етичного компаса, може генерувати контент, який формально відповідає стандартам, але позбавлений глибинного розуміння контексту та людської емпатії, що є критично важливим для якісної журналістики.

Детальний аналіз американського технологічного видання *CNET* дозволяє глибше зрозуміти наслідки нехтування етикою авторства. У 2023 році стало відомо, що редакція використовувала власну розробку на базі ШІ для написання десятків фінансових пояснювальних статей. Матеріали публікувалися під загальним підписом «CNET Money», що маскувало їхнє нелюдське походження. Глибокий аудит цих публікацій виявив не лише

плагіат (алгоритм фактично перефразовував фрагменти з інших джерел без належного цитування), але й грубі фактичні помилки у розрахунках складних відсотків за кредитами. З деонтологічної точки зору, цей приклад ілюструє подвійне порушення: по-перше, введення читача в оману щодо суб'єкта створення контенту, по-друге, делегування експертної функції інструменту, який не несе відповідальності за фінансові збитки читачів, що скористалися цими «порадами». Це призвело до кризи легітимності всього видання, оскільки аудиторія сприйняла автоматизацію не як прогрес, а як намагання редакції мінімізувати витрати за рахунок якості та достовірності.

Іншим репрезентативним прикладом, що демонструє ерозію авторської етики, є скандал навколо німецького таблоїда *Die Aktuelle*, який опублікував «перше інтерв'ю» з легендарним гонщиком Міхаелем Шумахером після його важкої травми. Лише наприкінці матеріалу дрібним шрифтом було зазначено, що відповіді згенеровані штучним інтелектом. Аналіз цього випадку виявляє глибинну деонтологічну проблему маніпуляції очікуваннями аудиторії та експлуатації чутливих тем. Журналістика, за своєю суттю, є актом свідчення; підміна живого спілкування алгоритмічною симуляцією знищує саму цінність інтерв'ю як жанру. Це не просто технологічний експеримент, а свідоме порушення права людини на гідність та права аудиторії на автентичну інформацію. Реакція професійної спільноти, що призвела до звільнення головного редактора видання, підкреслила консенсус: журналістська етика категорично забороняє використовувати ШІ для створення імітаційних реальностей, що видаються за справжні події чи розмови.

Проблема верифікації в умовах засилля ШІ стає ще більш загрозливою через виникнення феномену «алгоритмічних галюцинацій». Сучасні моделі ШІ побудовані на імовірнісному прогнозуванні наступного слова, а не на розумінні фактичної істини. Це створює умови, за яких інтернет-журналісти, намагаючись пришвидшити процес підготовки матеріалу, можуть мимоволі стати ретрансляторами переконливо сформульованої брехні. Верифікація за таких обставин вимагає від редакцій не лише традиційного перехресного опитування джерел, але й високого рівня цифрової грамотності для ідентифікації синтетичного контенту. Криза верифікації посилюється тим, що ШІ здатен генерувати не лише тексти, але й переконливі візуальні докази (фото, відео, аудіо), що робить класичну формулу «бачив на власні очі» нерелевантною.

Яскравим прикладом виклику для верифікації став випадок із поширенням у мережі X (колишній Twitter) згенерованого зображення вибуху біля будівлі Пентагону в травні 2023 року. Зображення було опубліковано акаунтом, що містив ознаки офіційності (синя галочка), і миттєво підхоплено десятками інтернет-ЗМІ та агрегаторів новин. Незважаючи на те, що на самому фото було помітно артефакти ШІ

(неприродні лінії паркану, викривлення вікон), швидкість репостів призвела до реальної паніки та короткочасного падіння індексу S&P 500 на фондовій біржі. Деонтологічний аналіз цього інциденту вказує на небезпечне скорочення часу на перевірку в гонитві за трафіком. Журналісти, які перепостили зображення без підтвердження від офіційних прес-служб чи геолокаційної перевірки, порушили базовий стандарт «accuracy first». Цей випадок довів, що в епоху III верифікація має стати превентивною, а журналістська витримка – дорожчою за «клік».

Додатковим аспектом кризи верифікації є використання дипфейків у політичній інтернет-журналістиці. Використання синтезованих голосів політиків для створення фальшивих новин ставить перед медіа виклик екзистенційного масштабу. Коли інтернет-видання публікує сенсаційний аудіозапис, не маючи технічної можливості підтвердити його справжність, воно стає інструментом інформаційної війни. Тут деонтологія вимагає запровадження жорстких протоколів: будь-який контент, що має ознаки штучного походження, повинен проходити через експертну оцінку спеціалізованого програмного забезпечення для детекції ШІ, а у разі сумнівів – залишатися неопублікованим. Проблема полягає в тому, що технології створення дипфейків розвиваються швидше, ніж інструменти їх виявлення, створюючи ситуацію постійної вразливості медіаполя.

Аналізуючи проблему авторства та верифікації через призму деонтології, слід звернути увагу на трансформацію ролі самого журналіста. В умовах автоматизації професія дрейфує від «творця текстів» до «редактора-верифікатора» та «етичного фільтра». Поняття авторства тепер включає в себе не лише процес написання, а й процес валідації. Якщо журналіст використовує ШІ як асистента для збору даних, він зобов'язаний розкрити цей факт аудиторії. Прозорість стає новою формою журналістської об'єктивності. Наприклад, агентство *Associated Press* та видання *The Guardian* вже розробили внутрішні кодекси використання ШІ, де чітко вказано: жоден текст не може бути опублікований без людського нагляду, а ШІ не може бути джерелом інформації сам по собі. Це спроба законодавчо закріпити відповідальність людини за машинний продукт.

Проте, деонтологічні виклики не обмежуються лише помилками чи свідомим обманом. Існує також проблема «алгоритмічної упередженості». Оскільки ШІ навчається на великих масивах даних, що вже містять людські стереотипи, він схильний відтворювати гендерні, расові чи політичні упередження. Інтернет-журналіст, довіряючи ШІ аналіз суспільних настроїв чи написання портретних нарисів, ризикує посилити існуючу дискримінацію. Це ставить перед деонтологією завдання формування нових стандартів інклюзивності та критичного переосмислення результатів машинного аналізу. Верифікація в цьому

контексті означає не лише перевірку цифр, а й перевірку на відсутність прихованої маніпуляції та дискримінації.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що застосування ШІ в інтернет-журналістиці вимагає перегляду класичних етичних кодексів у бік їхнього посилення. Проблема авторства має вирішуватися через безумовне маркування синтетичного контенту та збереження інтелектуального пріоритету людини. Проблема верифікації потребує інституціоналізації нових методів цифрової перевірки та відмови від швидкості на користь достовірності. Журналістика в добу алгоритмів не повинна перетворюватися на сервіс із генерації шуму; вона має залишатися простором людських значень, де технології слугують лише інструментом для більш глибокого та чесного пізнання реальності. Тільки через радикальну прозорість та персональну відповідальність медіа зможуть подолати деонтологічну кризу та зберегти свою соціальну місію у світі, де межа між справжнім і штучним стає дедалі тоншою.

Список використаних джерел

1. Комісія з журналістської етики. Рекомендації щодо використання засобів штучного інтелекту при створенні журналістських матеріалів. КЖЕ. 2023. URL: <https://cje.org.ua/> (дата звернення: 08.05.2026).
2. The Guardian. The Guardian's approach to generative AI. The Guardian. 2023. URL: <https://www.theguardian.com/help/insideguardian/2023/jun/16/the-guardians-approach-to-generative-ai> (дата звернення: 08.05.2026).
3. Lysenko, Serhii and Verba, Olha and Kyrychenko, Viktor and Gandziuk, Vitaliy and Odobetska, Iryna, Building Digital Safety amid Technological Modernization and New Challenges for Management Strategy (March 02, 2025). OIDA International Journal of Sustainable Development, 18 (11), 159-166, 2025., Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=5376784>

Науковий керівник: Гандзюк В.О., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, декан факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха.