

Віталій Гандзюк

ЖУРНАЛІСТИКА МАЙБУТНЬОГО: ТРЕНДИ І ТРАНСФОРМАЦІЇ

Анотація.

У статті досліджено сучасні тенденції розвитку журналістики в умовах цифрової трансформації, стрімкого поширення штучного інтелекту, конвергенції медіа та зміни моделей споживання інформації. Проаналізовано ключові чинники, що визначатимуть майбутнє журналістики: автоматизацію окремих редакційних процесів, персоналізацію контенту, розвиток мультимедійних форматів, зростання ролі мобільної журналістики, дата-журналістики та імерсивних технологій. Особливу увагу приділено викликам, пов'язаним із поширенням дезінформації, необхідністю дотримання професійних стандартів, етичних принципів та забезпечення довіри аудиторії. Обґрунтовано, що журналістика майбутнього поєднуватиме інноваційні технології з високим рівнем професійної відповідальності, критичного мислення та творчого підходу до створення медіаконтенту.

Ключові слова: журналістика майбутнього, цифрова трансформація, штучний інтелект, медіатехнології, мультимедійна журналістика, дата-журналістика, мобільна журналістика, медіаконвергенція, дезінформація, професійні стандарти.

Журналістика завжди відігравала ключову роль у формуванні суспільної думки, контролі влади й забезпеченні громадян достовірною інформацією. Однак у XXI столітті ця сфера зазнала безпрецедентних змін, спричинених технологічним проривом, цифровізацією та новими викликами в інформаційному середовищі.

Стрімкий розвиток інтернету, соціальних мереж, штучного інтелекту та автоматизації докорінно змінив підходи до збору, обробки та поширення новин. Класична журналістика більше не є єдиним джерелом інформації, оскільки її функції частково перебирають на себе блогери, незалежні контент-мейкери та алгоритми платформ. Це ставить перед професійними журналістами нові завдання: адаптацію до цифрових платформ, боротьбу з дезінформацією, етичні дилеми використання ІІІ та збереження довіри аудиторії в умовах інформаційних війн.

У цьому дослідженні розглянуто основні тренди та трансформації журналістики майбутнього, проаналізовано вплив технологій на медіасередовище, визначено ключові виклики, що стоятимуть перед журналістами у найближчі десятиліття. galtv.if.ua

Отже, розвиток штучного інтелекту, автоматизація новинних процесів і впровадження мультимедійних форматів уже диктують зміни у підходах до журналістської роботи. Репортери та редактори вчаться володіти новими цифровими інструментами, що допомагають їм аналізувати великі масиви даних, перевіряти факти та адаптувати контент під алгоритми соціальних мереж.

Зокрема, **використання штучного інтелекту (ШІ) у журналістиці** відкриває нові можливості для збору, аналізу та поширення інформації. ШІ здатен автоматизувати рутинні завдання, що дозволяє журналістам зосередитися на творчих аспектах роботи. Однак це також викликає питання щодо етики та достовірності автоматично згенерованого контенту. fj.kubg.edu.ua

Одним із найпомітніших трендів є використання ШІ для збору, аналізу та написання новин. Наприклад, такі платформи, як Google News Initiative, Bloomberg's Cyborg та The Washington Post's Heliograf вже успішно використовують алгоритми для створення новинних текстів, особливо в сфері спортивної журналістики, фінансової аналітики та політичних оглядів.

Штучний інтелект може автоматично збирати інформацію з офіційних джерел і перетворювати її у новини; аналізувати великі масиви даних та робити прогнози; перекладати тексти в режимі реального часу, що значно розширює аудиторію медіа.

Проте виникає питання етичності використання ШІ: чи можуть автоматизовані алгоритми дотримуватися журналістських стандартів, таких як об'єктивність та відсутність маніпуляції?

VR та AR-технології відкривають нові можливості для занурення аудиторії в події. VR-репортажі дозволяють читачам і глядачам буквально «переноситися» на місце подій – у зону конфлікту, наукову експедицію чи на місце стихійного лиха. AR-графіка може бути використана у публікаціях та відео для інтерактивного подання даних, наприклад, відтворення історичних подій у реальному середовищі через смартфон. Прикладом використання VR у журналістиці є проект «The Displaced» від The New York Times, який через VR-технології розповідає історії дітей-біженців.

Сучасні журналісти дедалі частіше працюють із великими масивами даних. **Data journalism** дозволяє аналізувати та візуалізувати складні інформаційні потоки, роблячи їх доступними для читача. Приклади успішного використання Big Data в журналістиці: The Guardian та BBC активно застосовують аналіз даних для розслідувань; The New York Times використовує алгоритми для аналізу настроїв аудиторії та персоналізації контенту.

Нейромережі вже тепер допомагають у створенні відеоматеріалів, монтажу, а також розпізнаванні та класифікації інформації. Наприклад: Технологія Deepfake може використовуватися як у позитивному ключі (наприклад, відновлення голосу або відео для документальних фільмів), так і для створення фейкових новин, що є значною загрозою. Аудіожурналістика отримує новий поштовх завдяки Text-to-Speech технологіям, які автоматично озвучують новини в аудіоформаті.

Попри позитивний вплив технологій на журналістику, існують і серйозні виклики. Загроза втрати робочих місць – автоматизація новинних процесів може скоротити потребу в журналістах для створення базового контенту. Фейкові новини та маніпуляції – використання ШІ та deepfake-технологій ставить під загрозу довіру до медіа. Нерівномірний доступ до технологій – маленькі незалежні видання можуть не мати ресурсів для інтеграції сучасних рішень, що створює розрив між глобальними медіагігантами та локальними медіа.

Отже, технологічна трансформація є неминучою, і журналістика майбутнього повинна активно адаптуватися до нових умов. Впровадження ШІ, Big Data, VR та AR відкриває перед медіа нові можливості для взаємодії з аудиторією, підвищення якості контенту та персоналізації подачі інформації. Водночас важливими залишаються питання етики, достовірності та збереження людського фактора в журналістиці.

Попри технологічний прорив, головна місія журналістики – об'єктивно інформувати суспільство – залишається незмінною. Аудиторія все частіше отримує новини через соціальні мережі та мобільні додатки, що впливає на традиційні медіа. Це вимагає від журналістів адаптації контенту до нових

платформ та врахування алгоритмів, які визначають видимість новин.
ua.ejo-online.eu

Якщо раніше головне завдання журналіста полягало в зборі фактів та написанні текстів, то тепер важливо також розуміти принципи візуального сторітелінгу, відеопродакшену, аналізу big data та управління взаємодією з аудиторією через різні платформи. Раніше журналісти переважно спеціалізувалися в одному форматі: текст, телебачення, радіо чи фотожурналістика. Тепер журналістика набуває мультимедійного характеру. Сучасний журналіст повинен вміти: створювати контент у різних форматах – писати тексти, працювати з відео та аудіо, створювати подкасти, знімати та редагувати фото; працювати в цифрових медіа – розуміти алгоритми соціальних мереж, SEO-оптимізацію та принципи роботи з Google Trends; застосовувати візуальний сторітелінг – працювати з інфографікою, інтерактивними картами та візуальними елементами, що роблять контент більш привабливим для аудиторії. Наприклад, The New York Times активно використовує інтерактивні формати, мультимедійні спецпроекти та анімовану інфографіку для пояснення складних тем.

У добу соціальних мереж журналістика дедалі більше персоналізується. Медійники не просто працюють у редакціях, а будують власний медіабренд – ведуть блоги, YouTube-канали та активні сторінки у соцмережах, а такі платформи, як Patreon, Substack та Telegram-канали, дають можливість журналістам працювати незалежно від редакцій та отримувати фінансування безпосередньо від читачів. Крім того, журналіст може одночасно бути автором, редактором, оператором, SMM-менеджером і навіть продавати власну продукцію. Наприклад, український військовий кореспондент Андрій Цаплієнко (Telegram, Facebook), використовує персональні платформи для поширення інформації та залучення аудиторії.

У світі, де домінують дезінформація, фейки та маніпуляції, журналістика відіграє ключову роль у розвінчанні міфів і перевірці фактів. Тож репортер повинен: володіти методами OSINT (open-source intelligence) – збору та перевірки інформації з відкритих джерел; використовувати інструменти

фактчекінгу, такі як Google Reverse Image Search, InVID та сайт Snopes; бути обізнаним у психології маніпуляцій та інформаційних операціях. Наприклад, Bellingcat – розслідувальна група, що використовує OSINT-методи для перевірки фактів, аналізу військових конфліктів та дій урядів.

Нині журналістика виходить за межі традиційних редакцій. Виникають нові професійні ролі, які ще 10 років тому не існували: Data-журналіст – спеціалізується на аналізі великих масивів даних (Big Data) та їхній візуалізації; VR- та AR-журналіст – працює з віртуальною та доповненою реальністю для створення ефекту присутності у репортажах; алгоритмічний редактор – аналізує вплив соцмереж на поширення новин та коригує стратегії просування контенту; куратор контенту – людина, яка агрегує та перевіряє матеріали з різних джерел, щоб забезпечити достовірність інформації. Наприклад, BBC News використовує data-журналістику для аналізу виборчих кампаній та соціальних трендів, а The Guardian – для розслідувань корупції.

Зміни у професії журналіста несуть нові виклики, зокрема, багатозадачність сучасного журналіста може призвести до емоційного вигорання, через швидкість публікацій медіа ризикують втратити якість контенту, авторитарні режими та інформаційні війни роблять роботу незалежних журналістів небезпечною. Наприклад, «Репортери без кордонів» щороку фіксують десятки випадків переслідувань журналістів у країнах з авторитарними режимами.

Отже, роль журналіста кардинально змінюється. Відтепер він не просто репортер, а медіаменеджер, фактчекер, аналітик і технологічний новатор. Головним викликом майбутнього стане баланс між швидкістю інформації та її достовірністю, між технічними можливостями та журналістською етикою. Ті, хто зможуть адаптуватися до нових реалій, матимуть перевагу в світі, де інформація є найціннішим ресурсом.

З розвитком цифрових технологій, штучного інтелекту та соціальних медіа журналістика стикається з новими етичними дилемами. Маніпуляції, поширення дезінформації, використання deepfake-технологій, а також комерційний та політичний тиск на медіа загрожують основним принципам

журналістської етики – об'єктивності, неупередженості та правдивості.
detector.media

Журналісти майбутнього будуть змушені вирішувати низку морально-етичних проблем, пов'язаних із правдивістю новин, відповідальністю за слова та дотриманням етичних стандартів у нових цифрових умовах.

Аудиторія має бути медіаграмотною та критично сприймати інформацію, а журналісти – навчати людей відрізняти правду від маніпуляції.

У сучасному інформаційному просторі журналістика переживає кризу довіри. Аудиторія менше довіряє традиційним медіа, часто віддаючи перевагу альтернативним джерелам, блогерам чи незалежним платформам. Журналістам доводиться не лише створювати якісний контент, а й активно працювати над відновленням довіри до професії та власного імені.

За даними міжнародного дослідження Edelman Trust Barometer (2024), лише 42% світової аудиторії довіряють традиційним медіа. В Україні рівень довіри до національних медіа також коливається у межах 30-40% залежно від політичного контексту та джерела інформації. Наприклад, після початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну багато українців почали масово довіряти Telegram-каналам і соцмережам більше, ніж офіційним ЗМІ, оскільки інформація в соцмережах з'являється швидше. Однак ця тенденція має і негативний ефект: поширення неперевірених даних та панічних фейків стало серйозним викликом для журналістики.

Основні причини зниження довіри до медіа: поширення фейкових новин і пропаганди; політичний вплив і контроль над редакціями; комерціалізація медіа (джинса, прихована реклама); швидкий ріст альтернативних джерел інформації (Telegram, YouTube, TikTok).

Аудиторія все більше орієнтується на новини від блогерів, громадських активістів або незалежних платформ, що створюють контент без редакційного втручання. Наприклад, український журналіст Дмитро Гордон та його YouTube-канал отримують мільйони переглядів, часто випереджаючи традиційні телеканали. Журналіст-розслідувач Денис Бігус (Bihus.Info) має

високий рівень довіри, оскільки працює незалежно та викриває корупційні схеми.

Виклики для традиційних медіа: конкуренція з блогерами, які не мають редакційних стандартів, але є популярнішими; відсутність контролю над контентом у соцмережах; аудиторія часто більше довіряє неофіційним джерелам, ніж серйозним журналістським розслідуванням.

Боротьба за довіру також відбувається у цифровому просторі, де алгоритми Facebook, TikTok, Instagram чи Telegram вирішують, які новини користувач побачить у своїй стрічці. Наприклад, Facebook та Twitter змінюють алгоритми поширення новин, через що медіа втрачають охоплення і змушені адаптуватися до нових реалій. TikTok та YouTube віддають перевагу відеоконтенту, тому текстові медіа змушені переходити на нові формати, щоб залишатися конкурентоспроможними.

Що це означає для журналістики: редакціям доводиться грати за правилами соцмереж, щоб охопити більше аудиторії; популярність новини визначають не її важливість чи якість, а алгоритми платформи; журналісти змушені конкурувати із хайповими, емоційними постами, які часто виявляються фейками.

Щоб відновити довіру аудиторії, медіа мають змінювати підхід до роботи.

Назвемо ключові стратегії: прозорість та відкритість; відкритий доступ до джерел, документів та процесу перевірки фактів; вказування власників медіа, джерел фінансування та можливих конфліктів інтересів; відкрита взаємодія з аудиторією через коментарі, пояснення спірних матеріалів. Наприклад, BBC та The New York Times публікують спеціальні розділи про те, як працюють їхні журналісти та як перевіряються факти.

Боротьба з дезінформацією та фейками – запуск власних фактчекінгових платформ (StopFake, VoxCheck, Snopes); навчання аудиторії навичкам критичного мислення; швидке спростування фейків, пояснення складних тем доступною мовою. Наприклад, українські проекти «По той бік новин», «StopFake» та «VoxCheck» займаються професійною перевіркою новин і розвінчуванням дезінформації.

Перехід на нові формати комунікації – використання відео, інтерактивних матеріалів, коротких форматів (TikTok, YouTube Shorts); активне ведення Telegram-каналів з оперативними оновленнями; впровадження подкастів та живих ефірів для безпосереднього контакту з аудиторією. Наприклад, Українська правда, НВ, Суспільне успішно адаптували свої новини у формати TikTok та Instagram Reels, залучаючи молодіжну аудиторію.

Попри загальну кризу довіри до медіа, незалежні журналістські розслідування все ще мають високий рівень довіри. Наприклад, сайт «Bihus.Info» регулярно викриває корупційні схеми, що має прямий вплив на суспільство та владу; проєкт «Слідство.Інфо» займається гучними розслідуваннями, які неодноразово викривали зловживання посадовців. Люди довіряють тим ЗМІ, які борються за справедливість, а не просто поширюють новини.

Отже, сучасна журналістика опинилася перед складним викликом – поверненням довіри аудиторії. Головні загрози довірі: поширення фейків, політичний вплив на медіа, комерціалізація контенту. Шляхи відновлення довіри: прозорість, боротьба з дезінформацією, використання нових форматів комунікації. Майбутнє журналістики – це незалежність, чесність і робота на інтереси суспільства. Боротьба за довіру – це не лише виклик для журналістів, а й ключовий фактор виживання професії у цифрову епоху.

Журналістика сьогодні швидко змінюється під впливом цифрових технологій, нових медіаформатів і змін у споживанні інформації. Внаслідок цього класичні підходи до навчання журналістів вже не відповідають вимогам ринку. Журналістська освіта має адаптуватися до нових реалій, щоб випускники могли ефективно працювати у швидкозмінному медіасередовищі. mu.edu.ua

Традиційно журналістська освіта в Україні та світі була орієнтована на теоретичне вивчення історії та основ журналістики, жанрів у різних видах медіа, етики, стандартів, проблематики. Однак сучасний ринок потребує фахівців із практичними навичками створення контенту для різних платформ. Наприклад, медійні школи України (KSE Journalism School) впроваджують короткотермінові практичні курси, які дозволяють студентам отримати

реальний досвід у сфері мультимедійної журналістики. Європейські університети (London School of Journalism) роблять акцент на практичних проєктах, де студенти працюють із реальними редакціями та журналістами. Перспективи: впровадження обов'язкових практичних проєктів в освітню програму; розширення співпраці між університетами та медіакомпаніями; залучення практикуючих журналістів до викладання.

Зараз журналістика все більше покладається на технології: штучний інтелект, аналітику даних, візуальний сторітелінг, роботу з відео та соцмережами. Відповідно, журналістська освіта має включати курси з новітніх технологій та мультимедійного виробництва.

Наприклад, університети США (Stanford, MIT Media Lab) впроваджують навчальні курси з використання штучного інтелекту в журналістиці, аналітики даних (Big Data) та автоматизації медіа. Медіашколи Європи (DW Akademie, Reuters Institute) навчають студентів працювати з OSINT (open-source intelligence) для фактчекінгу та журналістських розслідувань. Перспективи: впровадження курсів із цифрових технологій (монтаж відео, робота з алгоритмами соцмереж, аналітика даних); навчання використанню ІІІ та автоматизованих платформ у журналістиці; використання інтерактивних платформ для навчання (Coursera, edX, Udemy).

Аналітика великих даних (Big Data) стає ключовим інструментом. Репортажі все частіше базуються на візуалізації статистики, інфографіці та інтерактивних картах. Наприклад, The Guardian та The New York Times активно використовують Data Journalism для висвітлення виборів, кліматичних змін та соціальних тенденцій. Українські медіа (Texty.org.ua, Liga.net) працюють із відкритими даними для створення аналітичних статей та журналістських розслідувань. Перспективи: запровадження курсів із Data Journalism у журналістських факультетах; викладання методів аналізу відкритих даних та інфографіки; співпраця з ІТ-сектором для впровадження нових інструментів візуалізації.

Одним із ключових завдань журналістики майбутнього є боротьба з дезінформацією. Для цього журналісти повинні не лише самі володіти

навичками критичного мислення, а й навчати цьому суспільство. Наприклад, Проєкт StopFake (Україна) навчає молодих журналістів методам перевірки фактів і протидії пропаганді; американські медіа-курси (Poynter Institute, First Draft News) проводять тренінги для журналістів із виявлення фейків та роботи з джерелами. Перспективи: запровадження курсів із фактчекінгу та медіаграмотності; творення симуляційних тренінгів із боротьби з дезінформацією; викладання психології маніпуляції та інформаційних воєн.

Журналісти все частіше працюють не лише в традиційних медіа, а й у сфері PR, комунікацій, аналітики даних та SMM. Це означає, що освітні програми мають відповідати реальним запитам ринку праці. Наприклад, Український католицький університет (УКУ) пропонує студентам освітню програму «Медіакомунікації», що дозволяє випускникам працювати не тільки журналістами, а й у сфері цифрових комунікацій; Школи журналістики Великої Британії (City University London, University of Westminster) навчають студентів не лише створювати новини, а й управляти медіапроєктами. Перспективи: запровадження курсів із медіаменеджменту, маркетингу та PR; включення SMM, SEO та роботи з соцмережами у програму навчання; співпраця з міжнародними медіа для стажування студентів.

Отже, журналістика майбутнього вимагатиме не лише традиційних навичок, а й гнучкості, цифрової грамотності, вміння працювати в мультимедійному середовищі, здатності професіоналів адаптуватися до нових умов, впроваджувати інновації та дотримуватися високих стандартів професії. Лише модернізована система освіти зможе підготувати журналістів, спроможних ефективно працювати у швидкозмінному інформаційному ландшафті. Водночас, попри технологічні зміни, головна місія журналістики – надавати суспільству правдиву та якісну інформацію – залишається незмінною. У світі, де інформація – це сила, журналіст має бути тим, хто повертає довіру.

Список використаної літератури та джерел

1. Штурхецький С. І. Цифрова журналістика: виклики і тренди. Тернопіль: ТНПУ, 2021. 168 с.
2. Цвик М. А., Мельник В. І. Основи журналістської етики. Львів: ПАІС, 2019. 232 с.
3. Allan S. Journalism: Critical Issues. Open University Press, 2019. 352 p.

4. Pavlik J. V. Journalism in the Digital Age. — Columbia University Press, 2020. 296 p.
5. RSF. World Press Freedom Index 2023. URL: <https://rsf.org/en/index>
6. The Guardian: Data journalism projects. URL: <https://www.theguardian.com/data>
7. The New York Times: AI & audience analytics. URL: <https://www.nytimes.com>