

**МОЖЛИВОСТІ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ЕТАПАХ
ЗБОРУ ТА ОБРОБКИ ІНФОРМАЦІЇ
ДЛЯ СТВОРЕННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО МАТЕРІАЛУ**

Матюшко І. О.

голова циклової комісії філологічних дисциплін, викладач

Хоменко А. О.

викладач спеціальних дисциплін

Шадура Є. В.

*студентка III курсу відділення маркетингу, журналістики та туризму
Відокремлений структурний підрозділ
«Фаховий коледж інженерії, управління та землевпорядкування
Національного авіаційного університету»
м. Київ, Україна*

Поява штучного інтелекту повністю змінила наше життя і журналістика не виняток. Одним із найважливіших компонентів розвитку сучасної медіагалузі є створення та використання системи ШІ.

Через можливості штучного інтелекту у журналістиці проаналізуємо етап збору та обробки інформації, визначимо як технологічний розвиток доповнюють компетенції журналістів.

2 грудня 2020 року Розпорядженням Кабінету Міністрів України схвалено Концепцію розвитку штучного інтелекту в Україні: “Застосування технологій штучного інтелекту в забезпеченні інформаційної безпеки є одним із факторів, що сприятиме забезпеченню національних інтересів. Зокрема, моніторинг соціальних мереж та інтернет-ресурсів електронних медіа з використанням технологій штучного інтелекту дає можливість виявляти системні тренди і проблематику, діяти на випередження, аналізувати цільову аудиторію” [1].

Наразі тема виявлення фейкових новин за допомогою штучного інтелекту є нагальною у інформаційній війні проти росії: аналіз даних та створення доступної для аудиторії візуалізації економить час та фізіологічні ресурси журналіста в екстремальних умовах праці.

Журналісти мають розуміти баланс між використанням штучного інтелекту та дотриманням журналістських стандартів.

Не первинному етапі підготовки журналістського матеріалу – збору інформації – доступні нижче подані інструменти.

Wordsmith – збирає інформацію з опублікованих звітів компаній про прибутки, щоб автоматично генерувати новини [3].

News Tracer – збирає повідомлення з соціальних медіа та використовує методи NLP (нейролінгвістичне програмування) і ML (машинне навчання) для виявлення подій перед тим, як вони стають новинами. Це допомагає журналістам отримувати перевагу в часі висвітлення важливих новин.

CrowdTangle – використовується для виявлення тем і моніторингу тенденцій у соціальних медіа. Він може бути корисним для аналізу інтересів та думок певних спільнот, включаючи афроамериканську спільноту, і вказує на теми, які є особливо важливими для цих груп.

Hendrickx – Ця дослідницька робота вказує на темну участь у новинах, таку як мови ворожнечі, дезінформація та спроби вплинути на громадську думку. Це важливо для розуміння впливу негативних факторів у медіа [2].

Доступні журналістам платформи, відкривають перед ними безмежні можливості для збору інформації, аналізу подій та створення якісного інформаційного контенту: дозволяють журналісту швидко реагувати на актуальні події та випускати новини в реальному часі на стрімінгових платформах, де також є штучний інтелект, впрограмований в алгоритми підбірок за інтересами споживача сервісу. Отже, це важливо для дотримання такого принципу журналістики, як оперативність.

На вторинному етапі підготовки журналістського матеріалу – збору інформації – корисними інструментами є подані нижче сервіси.

Структура ресурсів W3C(RDF) та мова веб-онтології (OWL) – це структура сервісів яка використовується для даних та метаданих у вигляді графів знань. Основною метою полягає те, що користувач має стандартний формат для подання інформації. Мова веб-онтології(OWL) та методи допомагають забезпечити переробку та інтеграцію даних, що робить роботу журналіста з цими ресурсом більш плановою та зрозумілою.

Politifact, Snopes та FullFact – найчастіше використовуються для виявлення діпфейків, фейків, де генеруються змагальні мережі (GAN). Використання цього ШІ допомагає виявляти фальшиві відео матеріали або перевірки правдивості інформації.

Oh et al – виокремлює ліберальні та консервативні точки зору в текстах, Це важливо для аналізу політичних настанов та поглядів у різних витоках інформації.

NewsCube – розділяє простір статей за подіями які відповідають до різних політичних тем та точок зору. Допомагає звичайним споживачам та журналістам виокремлювати більше об'єктивної інформації з різноманітними темами та підтекстами [2].

Розподіл завдань між людьми і штучним інтелектом у світі новин – це фундаментальна трансформація у сфері журналістики, що допомагає підвищити якість, швидкість та об'єктивність інформаційного збору та аналізу.

Завдання журналіста:

– Дослідження та розслідування через емоційне розуміння контексту подій, відчуття переживань та невисловлених слів першоджерел(комунікаторів).

– Інтерв'ювання з елементами дискусії, де інформація отримується за допомогою вербальної/фізичної комунікації.

– Напрацювання оригінального стилю подання інформації, характерний журналісту.

– Прийняття етичних рішень, зокрема визначення конфіденційності чи розголосу (визначення можливих ризиків для героїв журналістського матеріалу).

Завдання штучного інтелекту:

– Швидкий збір та аналіз великих обсягів даних, виявлення тенденцій та створення статистики.

– Генерація базових новин (на основі запрограмованих та збережених даних) за допомогою NLP, наприклад: фінансові звіти, опитування, коментарі.

– Факт-чекінг на основі аналізу великих обсягів даних (фото, відео, документів, тощо).

– Моніторинг соціальних медіа та публікацій інтернет-ЗМІ для визначення реакції громадськості на актуальні події та прогнозування майбутніх суспільних процесів.

– Автоматичне відслідковування та сортування матеріалів, які викликають суспільний резонанс (топових) від рутинних, що не цікаві аудиторії.

Дослідники Валід Алі, Мохамед Хассун виявили, що “штучний інтелект у журналістиці піднімає професійні та етичні проблеми, зокрема: підрив креативності, відсутність моніторингу, упередженості, прозорості, справедливості, використання даних і якості даних. Також було зроблено висновок, що технології штучного інтелекту покращать, а не замінять роботу журналістів. Отже, штучний інтелект не становить загрози для професійної журналістики” [4]. Вагомий недолік штучного інтелекту у підсиленні стереотипів. Журналісти повинні завжди відчувати особливу відповідальність перед громадськістю за

дотримання стандартів. Ми маємо усвідомити, що штучний інтелект у медіа відкриває нові можливості для журналістики. Тож штучний інтелект ставить виклики щодо компетентностей, співпраці з розробниками нових технологій, експертами з етики, психологами, юристами. Але людяність має бути основним орієнтиром.

Література

1. Про схвалення Концепції розвитку штучного інтелекту в Україні: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 2 грудня 2020 р. № 1556-р / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-2020-%D1%80#Text>

2. Andreas L Opdahl, Bjørnar Tessem, Duc-Tien Dang-Nguyen, Enrico Motta, Vinay Setty, Eivind Throndsen, Are Tverberg, Christoph Trattner. Trustworthy journalism through AI. *ScienceDirect*. 2023. Volume 146. <https://doi.org/10.1016/j.datak.2023.102182>

3. Andriy Miroshnichenko. AI to Bypass Creativity. Will Robots Replace Journalists? (The Answer Is “Yes”). *MDPI*. 2018, 9(7), 183; <https://doi.org/10.3390/info9070183>

4. Waleed ALI, Mohamed HASSOUN. Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities. *ARC*. 2019. Volume 5, Issue 1, Page No: 40–49. [doi:dx.doi.org/10.20431/2454-9479.0501004](http://dx.doi.org/10.20431/2454-9479.0501004)

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-349-4-26>

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В ЖУРНАЛІСТИЦІ: ДО ЧОГО ВАРТО ГОТУВАТИСЯ

Притула В. І.

студентка I курсу природничого факультету

*Український державний університет імені Михайла Драгоманова
м. Київ, Україна*

На момент сьогоднішня однією з найпопулярніших тем для обговорень є штучний інтелект. Саме зараз йде стадія його стрімкого розвитку та залучення у різні сфери людської зайнятості.

Штучний інтелект – дисципліна, що вивчає можливість створення програм для вирішення задач, які при вирішенні їх людиною потребують певних інтелектуальних зусиль. Єдиної відповіді на