

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
"ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ"

Всеукраїнська науково-практична конференція

**«Медіаграмотність: нові технології та інструменти
протидії дезінформації в епоху штучного інтелекту»**

30 жовтня 2025

Національний університет «Одеська юридична академія»

Факультет журналістики

«Медіаграмотність: нові технології та інструменти протидії дезінформації в епоху штучного інтелекту»

Матеріали

Всеукраїнської науково-практичної конференції

(Одеса, Національний університет «Одеська юридична академія»,

30 жовтня 2025 року)

Одеса 2025

Відповідальний за випуск:

Скалацька Олена Віталіївна

– доктор філософських наук, професор, декан факультету журналістики

Національного університету «Одеська юридична академія»

Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції [наук. ред. В.Колкутіна, упоряд. Ю.Грушевська]. Одеса: Національний університет «Одеська юридична академія», 2025. 79 с.

Матеріали конференції присвячені визначенню перспективних напрямів досліджень медіаграмотності, журналістики й соціальних комунікацій.

Призначається для науковців і викладачів у галузі соціальних комунікацій, а також аспірантів, студентів і широкого кола читачів.

Матеріали публікуються в авторській редакції.

© Національний університет

«Одеська юридична академія», 2025

Назаренко Оксана

МОВА МЕДІА: ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ ТА МАНІПУЛЯЦІЯ В
СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ДИСКУРСІ 42

Налівайко Андрій

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ВИКЛИК ДЛЯ ЛОГІКИ Й МИСЛЕННЯ..... 46

Новак Вадим

ТЕХНОЛОГІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ВПЛИВ
НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ ТА СУСПІЛЬНІ ПРОЦЕСИ 50

Скалацька Олена

МЕДІАГРАМОТНОСТІ У МІЖНАРОДНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ
ПРОСТОРІ.....

Слободська Лариса

КРИЗА МОВНОЇ ЕТИКИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ПРОТИДІЇ ВТОРИННІЙ
ТРАВМАТИЗАЦІЇ В ЕПОХУ «ОДНООСІБНОГО» МЕДІА:
УКРАЇНСЬКИЙ КОНТЕКСТ 59

Стекольников-Кукін Андрій

ПРАКТИЧНІ НАВИЧКИ ПРОТИДІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ: ПІДВИЩЕННЯ
СТІЙКОСТІ СУСПІЛЬСТВА 64

Тоцький Роман

ДОВІРА ДО МЕДІА В ДОБУ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ: ЯК НЕ
ВТРАТИТИ «ЛЮДСЬКИЙ ГОЛОС» 68

Хаміцевич Марія

ВЕРИФІКАЦІЯ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО КОНТЕНТУ В ІНТЕРНЕТ-
ВИДАННІ «МИКВІСТІ»: МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ФАКТЧЕКІНГУ
..... 72

Чабала Уляна

ВИСВІТЛЕННЯ ПРОБЛЕМАТИКИ НАРАТИВІВ (МІЖНАРОДНИЙ
АСПЕКТ): ЯК СПОРТ ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ У
ПРОПАГАНДИСТСЬКИХ МЕДІА..... 76

Циберман Олександра

АНАЛІЗ КЛАСИФІКАЦІЇ РОЗВАЖАЛЬНИХ І ДЕМОНСТРАЦІЙНИХ
ФОРМ У МАСОВІЙ КОМУНІКАЦІЇ..... 79

Ципердюк Іван

Тоцький Роман

ДОВІРА ДО МЕДІА В ДОБУ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ: ЯК НЕ ВТРАТИТИ «ЛЮДСЬКИЙ ГОЛОС»

Розглядається проблема довіри до медіа в умовах використання штучного інтелекту. Аналізуються ризики фейкових новин і автоматизованого контенту, а також роль «людського голосу» журналістів у збереженні прозорості, етики та взаємної довіри аудиторії. Пропонуються практичні шляхи підтримки медіаграмотності та баланс між автоматизацією і автентичністю.

Ключові слова: довіра до медіа, штучний інтелект, фейкові новини, етика журналістики, медіаграмотність.

The paper examines the issue of trust in media in the context of artificial intelligence usage. It analyzes the risks of fake news and automated content, as well as the role of journalists' "human voice" in maintaining transparency, ethics, and mutual trust with the audience. Practical ways to support media literacy and to balance automation with authenticity are proposed.

Keywords: media trust, artificial intelligence, fake news, journalism ethics, media literacy.

У ХХІ столітті медіа переживають одну з найглибших криз довіри за всю історію. Люди дедалі частіше сумніваються в достовірності новин, у чесності журналістів і навіть у реальності побачених зображень чи відео. Поширення штучного інтелекту лише посилює цю тенденцію. З одного боку, алгоритми допомагають журналістам швидше аналізувати дані, перевіряти факти й виявляти інформаційні маніпуляції. З іншого - саме ШІ створює небезпечний ґрунт для появи фейкових текстів, deepfake-відео й симуляцій, які важко відрізнити від реальних свідчень.

Сьогодні штучний інтелект став повноправним учасником медійного процесу. Він використовується для автоматизованого створення коротких новин, аналітики соціальних настроїв, персоналізації контенту. Алгоритми формують інформаційну стрічку кожного користувача, визначаючи, що ми побачимо першими, а що залишиться поза увагою. Таке «алгоритмічне посередництво» змінює саму природу комунікації між медіа та аудиторією.

Людина поступово втрачає відчуття контролю над інформаційним простором і навіть не завжди розуміє, чому бачить саме ті новини, які їй показує система.

Водночас у добу ІІІ з'являється нове явище - криза автентичності. У цифровому світі все важче відрізнити правду від імітації. Штучно створені відео із політиками, підроблені голоси, автоматичні статті - усе це підриває саму ідею довіри як основи журналістики. Особливо небезпечним це стає в умовах воєн і криз, коли будь-яка фальшива заява або фото можуть спричинити паніку чи політичні наслідки. Прикладом є поширення фейкових відео зі зверненнями державних лідерів, створених за допомогою неймереж, що використовуються як інструмент інформаційної війни.

У цій ситуації питання «як не втратити людський голос» стає принциповим. Адже саме людська присутність, авторська позиція, емпатія й етична відповідальність є тим, що відрізняє журналістику від алгоритму. Довіра до медіа ґрунтується не лише на фактах, а й на тому, хто ці факти подає і як саме це робить. Люди довіряють не технології, а людині - тій, яка здатна показати контекст, пояснити, співпережити.

«Людський голос» у журналістиці — це не метафора, а умова виживання професії. Його складові — прозорість, відповідальність, чесність перед аудиторією. Коли медіа пояснює джерела інформації, відкрито говорить про методи перевірки, а журналіст демонструє свою позицію і готовність відповідати за слова, формується справжній зв'язок довіри. Саме цей принцип стає ключовим і в українських медіа. Частина редакцій уже використовує ІІІ для технічних завдань - аналізу великих масивів даних, моніторингу трендів, перекладу чи адаптації текстів. Проте остаточне слово залишається за журналістом - носієм людських цінностей і відповідальності. Це підтверджує, що навіть у цифрову епоху журналістика залишається насамперед соціальним інститутом довіри, а не лише технологічною платформою.

Щоб зберегти довіру, сучасні медіа мають працювати у кількох напрямках.

По-перше, розвивати медіаграмотність аудиторії, навчаючи відрізняти контент, створений людиною, від машинного.

По-друге, посилювати фактчекінг і прозорість джерел, використовуючи як людські, так і технологічні ресурси.

По-третє, поєднувати точність даних із людським виміром історії - показувати не лише події, а й долі людей, емоції, моральні вибори. І нарешті - відкрито комунікувати з аудиторією про те, як саме медіа працює, щоб відновити відчуття взаємної довіри та поваги.

Підсумовуючи, можна сказати, що штучний інтелект уже змінив спосіб, у який ми сприймаємо і створюємо інформацію. Проте довіра залишається суто людським ресурсом. Машини можуть допомогти перевірити факти чи структурувати дані, але лише людина здатна надати словам сенс, співчуття й моральну вагу.

Майбутнє журналістики полягає не у боротьбі з технологіями, а у вмінні інтегрувати їх розумно, зберігаючи при цьому гуманістичну сутність професії. Штучний інтелект може підсилити аналітичні можливості журналістів, але не повинен забирати їхню роль як голосу суспільства. Тому головне завдання сучасних медіа - знайти баланс між автоматизацією та автентичністю, між швидкістю інформації та глибиною людського розуміння.

Людський голос - це не лише стиль чи тональність подачі, а передусім етичний вибір. Саме від нього залежить, чи залишаться медіа простором довіри й правди, чи перетворяться на набір безособових алгоритмів. Зберегти цей голос - означає зберегти людяність у світі, який дедалі більше говорить мовою машин.

Література

1. Ковальчук М.Л. *Методи та системи штучного інтелекту: Навчальний посібник.* М. Л. Ковальчук, Ю. О. Ушенко, Д. І. Угрин. Чернівці: Чернівецький національний

університет ім. Ю. Федьковича, 2022. 318 с.

2. SethStephens-Davidowitz. *EverybodyLies: WhattheInternetcantellusaboutwhowereallyare*. Publisher: Bloomsbury, 352 p.
3. "IBM". *Whatiscollaborativefiltering?*
 IRL:<https://www.ibm.com/think/topics/collaborative-filtering#:~:text=Collaborative%20filtering%20is%20an%20information,have%20interacted%20with%20that%20item>. (21.11.2025)

Науковий керівник: Літвінчук Ірина Сергіївна - канд.юрид.н., асистент кафедри журналістики Національного університету «Одеська юридична академія»