

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Західноукраїнський національний університет
Соціально-гуманітарний факультет
Кафедра інформаційної та соціокультурної діяльності

КЕКІШ Оксана Павлівна

**Серія відеосюжетів "Штучний інтелект і сучасна
журналістика"/ A series of videos "Artificial
Intelligence and Modern Journalism"**

спеціальність: 061 - Журналістика
освітньо-професійна програма - Правова журналістика

Кваліфікаційна робота

Виконала студентка групи
ЖПР-41
О. П. Кекіш

Науковий керівник:
Викл. С. Б. Мичко

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту:

"30" травня 2024 р.

Завідувач кафедри

I. Р. Недошитко

ТЕРНОПІЛЬ - 2024

Анотація

Автор: **Кекіш Оксана Павлівна**, тема роботи: "Штучний інтелект та сучасна журналістика"

Ключові слова: штучний інтелект, журналістика, медіа, автоматизація, ChatGPT, громадська думка, етика, технології

Ця бакалаврська робота досліджує вплив штучного інтелекту на сучасну журналістику, зокрема можливості та виклики, які виникають при його використанні. У роботі представлені три відеоматеріали. Перший матеріал роз'яснює основні аспекти штучного інтелекту з прикладом ChatGPT, підкреслюючи його роль в автоматизації журналістських процесів. Другий матеріал містить опитування, яке показує рівень обізнаності населення про ШІ та його застосування в медіа. Третій відеоматеріал включає відео з журналістами, які діляться своїм досвідом використання ШІ в повсякденній роботі. Робота використовувала такі інструменти, як Splice для монтажу та Canva для створення графічних елементів, а поширення контенту здійснювалося через YouTube та соціальні мережі. Дослідження підтверджує, що ШІ може значно підвищити ефективність журналістики, але також виявляє важливість дотримання етичних стандартів та необхідність навчання журналістів для використання новітніх технологій.

Abstracts.

Author: **Kekish Oksana Pavlivna**, title of the work: "Artificial Intelligence and Modern Journalism"

This bachelor's thesis explores the impact of artificial intelligence on modern journalism, specifically the opportunities and challenges it presents. The work includes three video materials. The first material explains the basic aspects of artificial intelligence with an example of ChatGPT, highlighting its role in automating journalistic processes. The second material includes a survey that shows the public's awareness of AI and its application in media. The third video

features with journalists sharing their experiences of using AI in their daily work. The project utilized tools like Splice for editing and Canva for creating graphic elements, with content dissemination carried out through YouTube and social media. The research confirms that AI can significantly enhance the efficiency of journalism, but also emphasizes the importance of adhering to ethical standards and the need for training journalists to effectively use new technologies.

Key words: artificial intelligence, journalism, media, automation, ChatGPT, public opinion, ethics, technology

	2
Вступ	2
Розділ I. Теоретичні засади.....	5
Розділ II. Специфікація продукту	9
2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту.....	9
2.2. Структура	10
2.3. Жанрова палітра	10
2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення	11
2.5. Авторська ідея	11
2.6. Особливості аудиторії	11
Розділ III. Технічні та програмні засоби, необхідні для втілення проєкту	12
Висновки	13
Анотація.....	0
Список використаної літератури.....	16

Актуальність вибору теми. У сучасному світі технологічний прогрес невинно змінює різні аспекти життя, і журналістика не є винятком. Штучний інтелект (ШІ) став невід'ємною частиною медіаіндустрії, впливаючи на способи збору, обробки та розповсюдження інформації. Актуальність вибору теми обумовлена тим, що в умовах швидкого розвитку ШІ, журналісти мають адаптуватися до нових технологічних можливостей, аби залишатися конкурентоспроможними та забезпечувати високу якість інформаційних продуктів. Важливо дослідити, як саме ШІ впливає на сучасну журналістику і які переваги та виклики він приносить. Ознайомлення зі створеним медіапроектом допоможе краще зрозуміти роль ШІ у медіа, його потенціал і можливі ризики.

Мета та завдання кваліфікаційної бакалаврської роботи. Метою цієї роботи є дослідження впливу штучного інтелекту на сучасну журналістику та демонстрація його практичного застосування через створення інформаційного медіапроекту.

Завдання роботи включають:

- Аналіз теоретичних засад використання ШІ у журналістиці.
- Проведення опитування щодо обізнаності громадськості про ШІ та його використання.
- Висвітлення досвіду практикуючих журналістів у застосуванні ШІ.
- Розробка та реалізація трьох відеороликів, які розкривають тему ШІ у журналістиці.
- Оцінка результатів і визначення перспектив розвитку ШІ у медіаіндустрії.

Об'єкт та предмет дослідження.

Об'єкт дослідження — використання штучного інтелекту у сучасній журналістиці.

Предмет дослідження — вплив ШІ на процес створення, обробки та розповсюдження інформаційних продуктів, а також на взаємодію журналістів з аудиторією.

Методи дослідження. У ході дослідження використовувалися наступні методи:

- Аналіз літератури та джерел: для вивчення теоретичних основ та існуючих досліджень про ШІ у журналістиці.
- Опитування: для збору даних про обізнаність громадськості щодо ШІ.
- Інтерв'ю: для отримання експертної думки журналістів, які використовують ШІ у своїй роботі.
- Контент-аналіз: для оцінки створених відеоматеріалів та їхнього впливу на аудиторію.

Структура роботи. Кваліфікаційна бакалаврська робота складається з двох частин: теоретичної, яка обґрунтовує необхідність створення медіапроєкту, та практичної, що включає відеоролики, які супроводжували виготовлення медіапродукту (три відеоролики).

Розділ I. Теоретичні засади

У сучасному світі технологічний прогрес невпинно змінює різні аспекти життя, і журналістика не є винятком. Використання штучного інтелекту (ШІ) у журналістиці стає все більш поширеним, відкриваючи нові можливості для створення, обробки та розповсюдження інформації. Це викликає необхідність глибокого теоретичного осмислення основних принципів та вимог, що висуваються до медіапроектів, які використовують ШІ, а також аналізу успішних прикладів таких проектів.

ШІ у журналістиці, насамперед, спрямований на автоматизацію рутинних процесів. Це включає генерацію новин на основі даних, що дозволяє швидко і точно інформувати аудиторію про важливі події. Наприклад, Heliograf від The Washington Post автоматично створює статті на основі даних про спортивні події, економічні показники та інші теми. Така автоматизація звільняє журналістів від рутинних завдань, дозволяючи їм зосередитися на аналітичній та розслідувальній роботі.

Крім того, ШІ забезпечує персоналізацію контенту, що дозволяє медіа точніше відповідати інтересам аудиторії. Рекомендаційні системи, що базуються на аналізі поведінки користувачів, пропонують їм релевантні новини та статті. Це підвищує залученість аудиторії та її задоволеність контентом. Наприклад, The New York Times використовує алгоритми для персоналізації новинного контенту, що сприяє збільшенню кількості постійних читачів.

Важливою перевагою ШІ є його аналітичні можливості. Завдяки потужним алгоритмам машинного навчання, журналісти можуть аналізувати великі обсяги даних, виявляти тренди та прогнозувати майбутні події. Це розширює межі традиційної журналістики, дозволяючи створювати більш глибокі та всебічні матеріали.

Дослідники висувають низку вимог до медіапроектів, що використовують ШІ. По-перше, це точність та надійність. Автоматизовані

системи повинні забезпечувати високу точність даних та мінімізувати ризик поширення недостовірної інформації. Важливо, щоб дані, на яких базується створення контенту, були перевіреними та надійними.

По-друге, використання ШІ повинно відповідати етичним стандартам журналістики. Це включає конфіденційність даних, недопущення дискримінації та відповідальність за опубліковану інформацію. Наприклад, алгоритми повинні бути прозорими і неупередженими, щоб уникати поширення фейкових новин або дискримінації за будь-якими ознаками.

По-третє, важливо забезпечити прозорість використання ШІ у журналістиці. Аудиторія повинна розуміти, як і чому використовуються ШІ-технології у створенні медіаконтенту. Прозорість допомагає зміцнити довіру до медіа та забезпечує відповідальність журналістів перед суспільством.

Крім того, медіапроекти з використанням ШІ мають забезпечувати інтерактивність та можливість зворотного зв'язку з аудиторією. Це може включати опитування, коментарі та інші форми участі користувачів у створенні та обговоренні контенту. Такий підхід сприяє активному залученню аудиторії та підвищенню якості журналістських матеріалів.

Проаналізувавши статтю «Якщо ви використовуєте ШІ, то повинні пояснити і попередити», написану Ліною Куц, яка опублікована на сайті Тернопільського прес-клубу. У статті висвітлюються деякі негативні аспекти використання штучного інтелекту в журналістиці.

Однією з основних проблем є те, що "моделі ШІ не здатні відрізнити правду від брехні, плагіат – від оригінального тексту, не здатні перевіряти факти так, як журналіст". Це ставить під сумнів достовірність інформації, створеної за допомогою ШІ.

Інша проблема полягає в тому, що "всі дані, які журналісти можуть завантажувати, це часто чутливі дані... ми не знаємо, як саме обробляються такі запити, хто має доступ до введених даних". Це піднімає питання безпеки та конфіденційності інформації, що використовується журналістами.

Ці цитати підкреслюють важливість етичних стандартів та обережного підходу до використання штучного інтелекту в медіа.

Аналіз кращих зразків медіапроектів з використанням ШІ демонструє ефективність та потенціал цієї технології. Одним з успішних прикладів є проєкт BBC News Labs, який експериментує з різними технологіями для покращення новинного контенту. Їхній проєкт «Juicer» збирає, аналізує та класифікує новини з різних джерел, надаючи журналістам інструменти для швидкого доступу до релевантної інформації. Це дозволяє покращити якість журналістської роботи та забезпечити більш глибокий аналіз подій.

Іншим прикладом є The New York Times, який активно використовує ШІ для персоналізації контенту. Завдяки алгоритмам, що аналізують поведінку користувачів, вони можуть пропонувати читачам саме ті матеріали, які найбільше відповідають їхнім інтересам. Це підвищує рівень задоволеності контентом та сприяє зростанню аудиторії.

Таким чином, теоретичні засади використання ШІ у журналістиці включають автоматизацію, персоналізацію та аналітичні можливості, що забезпечують нові підходи до створення та поширення контенту. Вимоги до медіапроектів, що використовують ШІ, включають точність, етичність, прозорість та інтерактивність.

Аналіз успішних проєктів, таких як BBC News Labs та The New York Times, демонструє ефективність та перспективність використання ШІ у сучасній журналістиці.

Українські засоби масової інформації активно інтегрують сучасні технології у свої робочі процеси, і штучний інтелект займає тут особливе місце. «Українська правда», одне з провідних інтернет-видань України, є яскравим прикладом застосування штучного інтелекту для покращення якості контенту, автоматизації рутинних завдань та оптимізації комунікації з аудиторією. Редакція «Української правди» використовує ШІ для аналізу великих обсягів даних, що дозволяє швидко і точно визначати теми, які є найактуальнішими для читачів. Це забезпечує оперативність у реагуванні на

новини та допомагає редакторам фокусуватися на найбільш важливих і цікавих подіях. За допомогою алгоритмів штучного інтелекту автоматизуються рутинні завдання, такі як перевірка фактів, коректура текстів та розподіл контенту. Це значно підвищує ефективність роботи журналістів та редакторів, дозволяючи їм більше часу приділяти творчим аспектам своєї діяльності.

ШІ-алгоритми дозволяють «Українській правді» персоналізувати контент для різних категорій читачів. Використовуючи дані про поведінку користувачів на сайті, система пропонує кожному читачеві статті, які можуть його зацікавити. Це підвищує залученість аудиторії та сприяє збільшенню кількості постійних читачів. Штучний інтелект також активно використовується для аналізу та ведення соціальних мереж «Української правди». Алгоритми аналізують реакції користувачів на різні пости, що дозволяє оптимізувати контент та час його публікації для досягнення максимального охоплення та взаємодії. Використання ШІ в аналітиці дозволяє редакції «Української правди» краще розуміти аудиторію та її потреби. За допомогою прогнозуючих моделей видання може передбачати, які теми стануть популярними в майбутньому, і заздалегідь готувати відповідні матеріали.

Незважаючи на очевидні переваги, використання ШІ в журналістиці ставить перед редакціями певні етичні виклики. Одним з основних питань є забезпечення об'єктивності та незалежності матеріалів, створених або оброблених за допомогою ШІ. Редакція «Української правди» приділяє особливу увагу контролю якості та етичності контенту, щоб уникнути поширення неправдивої інформації або маніпуляцій. Таким чином, досвід використання штучного інтелекту «Українською правдою» демонструє, як сучасні технології можуть значно підвищити ефективність роботи журналістів, покращити взаємодію з аудиторією та забезпечити високу якість інформаційного контенту. Водночас важливо зберігати етичні стандарти та

контроль над процесами, що дозволить максимально реалізувати потенціал ШІ без шкоди для об'єктивності та незалежності журналістики.

Розділ II. Специфікація продукту

2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту

У сучасному медіапросторі штучний інтелект (ШІ) все більше впроваджується в журналістику, відкриваючи нові можливості для створення контенту, його поширення та аналізу. Вибір теми "Штучний інтелект та сучасна журналістика" є вкрай актуальним, адже зараз відбувається стрімка еволюція медіа за допомогою ШІ. Пропонований медіапроєкт спрямований на висвітлення ролі ШІ в журналістиці, аналіз його впливу та перспектив розвитку.

Аналіз цільового інформаційного ринку свідчить, що інтерес до теми ШІ постійно зростає як на глобальному рівні, так і в окремих регіонах. Медіа, які висвітлюють технологічні інновації, зокрема ШІ, мають велику аудиторію, що складається з різних вікових та соціальних груп. Такі видання, як "The Verge", "Wired" та "TechCrunch" активно використовують ШІ для аналізу даних та автоматизації рутинних завдань, що дозволяє журналістам зосередитися на творчих та аналітичних аспектах роботи.

Огляд аналогічних медіа показує, що більшість з них успішно застосовують ШІ для покращення якості контенту. Наприклад, "The New York Times" використовує алгоритми для персоналізації новин, а "BBC" автоматизує процеси перевірки фактів. Водночас, не всі медіа використовують потенціал ШІ повною мірою, що створює можливості для розвитку нових проєктів у цій сфері.

Пропонований медіапроєкт має на меті створення унікального контенту, що базується на використанні ШІ. Це дозволить задовольнити потреби потенційної аудиторії в актуальній та достовірній інформації про

технології. Оригінальність проєкту полягає в комплексному підході до висвітлення теми: від базового ознайомлення з ШІ до практичних прикладів його застосування у журналістиці.

2.2. Структура

Структурна організація медіапроєкту включає три відеоматеріали:

1. Відео на тему "Що таке штучний інтелект і як його використовують у журналістиці".
2. Опитування громадськості щодо знань та ставлення до ШІ.
3. Довід журналісток Уляни Журби та Христини Копак про використання ШІ в їхній професійній діяльності.

Ці відеоматеріали охоплюють різні аспекти теми, що дозволяє глядачам отримати всебічне уявлення про роль ШІ в сучасній журналістиці. Хронометраж кожного відео складає 10-15 хвилин, що оптимально для утримання уваги аудиторії.

2.3. Жанрова палітра

Медіапроєкт представлений у різних жанрових формах:

- Відео: інформаційно-освітній жанр.
- Опитування: соціологічне дослідження.
- Журналістки про ШІ: публіцистичний жанр.

Таке жанрове розмаїття дозволяє задовольнити потреби різних сегментів аудиторії, забезпечуючи як інформаційний, так і аналітичний контент.

2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення

Для підсилення ефекту від відеоматеріалів використовуються інфографіки, анімації та схеми, що пояснюють складні технічні аспекти ІІІ. Візуальний стиль проєкту вирізняється сучасністю та динамічністю, що відповідає тематиці і залучає увагу аудиторії.

2.5. Авторська ідея

Основна ідея медіапроєкту полягає в тому, щоб показати вплив ІІІ на журналістику через призму реальних прикладів та експертних думок. Важливо продемонструвати, як технології змінюють підходи до створення та розповсюдження контенту, а також які нові можливості відкриваються для журналістів.

2.6. Особливості аудиторії

Цільова аудиторія медіапроєкту охоплює широке коло глядачів: від студентів та молодих професіоналів до досвідчених журналістів і технологічних ентузіастів. Головним чином це люди віком від 18 до 45 років, які активно цікавляться новинами та технологіями. Потенціал розширення аудиторії полягає у залученні шанувальників науки та техніки, а також тих, хто прагне розширити свої знання про сучасні медіа.

Розділ III. Технічні та програмні засоби, необхідні для втілення проєкту

Розділ III присвячений технічним та програмним засобам, які використовувалися під час створення медіапроєкту "Штучний інтелект та сучасна журналістика". Основними інструментами були відео-, аудіо-, фото- та комп'ютерна техніка, а також відповідне програмне забезпечення.

Програмне забезпечення відіграло ключову роль у процесі створення та обробки відео. Програма Splice використовувалася для монтажу відео, що дозволяє швидко і ефективно обробляти відеоматеріали, вирізати непотрібні фрагменти, додавати переходи та ефекти. Програма Canva стала незамінним інструментом для створення графічних елементів та спецефектів, а також для розробки заставки до відео.

Онлайн-платформи відіграли важливу роль у поширенні контенту. Використання YouTube дозволяє легко завантажувати та розповсюджувати відеоматеріали, а соціальні мережі, такі як Facebook та Instagram, допомагають охопити широку аудиторію, залучати нових глядачів та взаємодіяти з ними.

Для аналізу даних і відстеження результатів використовувалися різні онлайн-інструменти, які допомагають оцінювати ефективність контенту, аналізувати аудиторію та її поведінку, що дозволяє постійно вдосконалювати стратегію поширення та підвищувати якість матеріалів.

Висновки

У ході проведення дослідження на тему "Штучний інтелект та сучасна журналістика" я зосередилася на вивченні різних аспектів впровадження штучного інтелекту в медіа-сферу. Це дослідження включало теоретичний аналіз, опитування громадської думки та практичний досвід професійних журналістів. Основні результати дослідження відображені у трьох відеоматеріалах, кожен з яких вніс свій вклад у розуміння ролі ШІ в сучасній журналістиці.

Перший відеоматеріал присвячений роз'ясненню суті штучного інтелекту, зокрема на прикладі ChatGPT. У цьому відео я детально розповіла про можливості та обмеження ШІ, показала, як він може бути використаний для автоматизації певних процесів у журналістиці, таких як створення новинних заміток, редагування текстів та аналіз великих обсягів інформації. Використання ChatGPT виявилось корисним інструментом для прискорення роботи журналістів та підвищення її ефективності.

Другий відеоматеріал являє собою опитування громадської думки щодо обізнаності про штучний інтелект. Результати опитування показали, що значна частина респондентів має загальне уявлення про ШІ, але не володіє глибокими знаннями про його можливості та обмеження. Це підкреслює важливість освітніх ініціатив у сфері ШІ, спрямованих на підвищення рівня обізнаності населення та сприяння критичному мисленню щодо технологій, які впливають на наше життя.

Третій відеоматеріал включає інтерв'ю з двома журналістками – Уляною Журбою, діджитал редактором видання "Суспільне Львів", та Христиною Копак, керівником відділу лайфстайл на сайті "24 канал". Ці інтерв'ю дозволили зрозуміти, як практично використовуються ШІ та інші цифрові технології у щоденній роботі редакцій. Уляна Журба поділилася досвідом роботи з соцмережами та YouTube-каналом, де ШІ допомагає

аналізувати поведінку аудиторії та оптимізувати контент. Христина Копак розповіла про інтеграцію ШІ в процес створення лайфстайл-матеріалів, що дозволяє швидше та якісніше реагувати на тренди і запити аудиторії.

Під час роботи над темою штучного інтелекту в сучасній журналістиці я дізналася про важливу ініціативу, яку проводить Національна спілка журналістів України (НСЖУ). Виявляється, НСЖУ організовує навчальні програми, спрямовані на підвищення рівня обізнаності журналістів щодо застосування штучного інтелекту у своїй професійній діяльності. Ці програми включають тренінги та семінари, де журналісти отримують знання про основи ШІ, його можливості у створенні контенту, аналізі даних та автоматизації новинних процесів.

Особливо цінним є те, що навчання охоплюють і етичні аспекти використання ШІ в журналістиці. Це дозволяє журналістам не тільки опанувати новітні технології, але й застосовувати їх з урахуванням етичних стандартів професії. Участь у таких програмах сприяє підвищенню кваліфікації журналістів, допомагає їм адаптуватися до швидко змінюваного медіасередовища і використовувати ШІ для створення якісного та достовірного контенту.

Завдяки цим навчанням я зрозуміла важливість постійного професійного розвитку та необхідність інтеграції новітніх технологій у журналістику для підвищення її ефективності та актуальності. Ця інформація стала для мене корисним доповненням до моїх досліджень і допомогла краще зрозуміти, як штучний інтелект може змінити медіапростір та посприяти розвитку сучасної журналістики.

Для створення цих відео я використовувала програму Splice для монтажу відео та Canva для накладення спецефектів і графічних елементів. Крім того, для поширення контенту були задіяні такі платформи, як YouTube та соціальні мережі, що забезпечило максимальне охоплення аудиторії.

Проведене дослідження виявило кілька важливих позитивних аспектів використання ШІ у журналістиці. По-перше, ШІ значно прискорює роботу журналістів, дозволяючи їм зосередитися на творчих та аналітичних завданнях. По-друге, автоматизація рутинних процесів сприяє підвищенню точності та якості матеріалів. По-третє, використання ШІ для аналізу даних допомагає краще розуміти потреби та інтереси аудиторії, що дозволяє створювати більш релевантний контент.

Проте, дослідження також виявило кілька проблемних питань. Основними з них є етичні аспекти використання ШІ, такі як можливість упередженості алгоритмів та збереження приватності даних. Існує також ризик, що автоматизація деяких процесів може призвести до скорочення робочих місць у журналістиці. Крім того, не всі журналісти мають достатні технічні знання для ефективної роботи з ШІ, що вимагає додаткових освітніх програм і тренінгів.

На основі проведеного дослідження я виявила декілька шляхів усунення виявлених проблем. По-перше, необхідно розробити та впровадити етичні стандарти використання ШІ у журналістиці, які б забезпечували прозорість алгоритмів та захист приватності даних. По-друге, слід інвестувати у навчання журналістів, щоб вони могли ефективно використовувати новітні технології у своїй роботі. По-третє, важливо підтримувати баланс між автоматизацією та людською працею, зберігаючи ключову роль журналістів у створенні контенту.

Таким чином, дослідження підтвердило, що штучний інтелект має великий потенціал для покращення процесів у журналістиці, але його використання повинно бути ретельно регламентоване та етично обґрунтоване. Завдяки цим заходам можна забезпечити більш ефективну, точну та інноваційну журналістику, яка відповідає вимогам сучасного медіапростору

Список використаної літератури

1. Вербицький А. І. Інформаційне суспільство: технології, економіка, права людини: монографія / А. І. Вербицький. Київ: Наукова думка, 2020. 348 с.
2. Грицак Я. І. Мас-медіа та соціальні комунікації: підручник / Я. І. Грицак. Львів: Видавництво ЛНУ ім. Івана Франка, 2018. 422 с.
3. Дудко О. С. Штучний інтелект: сучасний стан та перспективи розвитку: навчальний посібник / О. С. Дудко. Одеса: Астропринт, 2019. 256 с.
4. Кучеренко М. В. Автоматизація в журналістиці: можливості та виклики / М. В. Кучеренко. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2021. 310 с.
5. Марченко О. П. Етика сучасної журналістики / О. П. Марченко. Дніпро: Ліра, 2019. 198 с.
6. Романенко І. А. Медіапростір: нові виклики та можливості / І. А. Романенко. Запоріжжя: Вид-во ЗНУ, 2022. 275 с.
7. Сухомлин В. Г. Соціальні мережі та журналістика / В. Г. Сухомлин. Київ: Ін-т журналістики, 2018. 210 с.
8. Штучний інтелект та його вплив на медіа: збірник наукових статей / За ред. М. Ю. Павленко. Київ: НАН України, 2020. 332 с.
9. Белінський П. І. Мультимедійна журналістика: теорія і практика / П. І. Белінський. Київ: Університетське видавництво, 2020. 234 с.
10. Богданович Л. М. Журналістика в епоху цифрових технологій / Л. М. Богданович. Вінниця: Нова книга, 2021. 287 с.
11. Воробей О. С. Нові медіа в сучасному світі / О. С. Воробей. Київ: Освіта України, 2022. 199 с.
12. Гончаренко А. І. Інтернет-журналістика: практичний посібник / А. І. Гончаренко. Харків: Прапор, 2019. 320 с.
13. Даниленко М. П. Візуальна журналістика / М. П. Даниленко. Львів: Літопис, 2020. - 225 с.

- 14.Євтушенко В. О. Журналістика і новітні технології / В. О. Євтушенко. Чернігів: Чернігівський національний технологічний університет, 2021. 240 с.
- 15.Зелінська І. М. Технології створення контенту / М. Зелінська. Тернопіль: Підручники і посібники, 2020. 276 с.
- 16.Іваненко Т. О. Медійний простір України / Т. О. Іваненко. Київ: Фенікс, 2018. 188 с.
- 17.Карпенко Ю. В. Соціальні медіа та комунікації / Ю. В. Карпенко. Донецьк: Вид-во ДонНУ, 2019. 230 с.
- 18.Клименко М. І. Журналістські розслідування в Україні / М. І. Клименко. Полтава: РВВ ПУЕТ, 2020. 278 с.
- 19.Литвиненко О. Г. Цифрові технології в журналістиці / О. Г. Литвиненко. Київ: Вид-во КНУ ім. Т. Шевченка, 2021. 215 с.
- 20.Мельничук В. В. Тренди сучасної журналістики / В. В. Мельничук. Львів: Світ, 2022. 262 с.
- 21.Науменко І. А. Штучний інтелект у медіа / І. А. Науменко. Одеса: Чорномор'я, 2019. 202 с.
- 22.Дубровський І. "Штучний інтелект в Україні: сучасні тенденції та перспективи." Український інститут майбутнього, 2023.
- 23.Івашко О. "Роль штучного інтелекту в сучасній журналістиці." Науковий журнал "Медіасфера", 2024.
- 24.Коваленко А. "Застосування штучного інтелекту в українських ЗМІ: аналіз та перспективи." Український інститут медіа, 2023.
- 25.Лисенко М. "Розвиток технологій штучного інтелекту в Україні." Технічний журнал "Інформаційні технології", 2024.
- 26.Мельник В. "Штучний інтелект у медіа: український досвід." Вісник Київського національного університету, 2023.
- 27."Річний звіт про розвиток штучного інтелекту в Україні." Міністерство цифрової трансформації України, 2023.

- 28.Петров Д. "Використання штучного інтелекту в українських ЗМІ." Журнал "Сучасні медіа", 2024.
- 29.Савченко О. "Інтеграція AI в українську журналістику: досягнення та виклики." Журнал "Інформаційне суспільство", 2023.