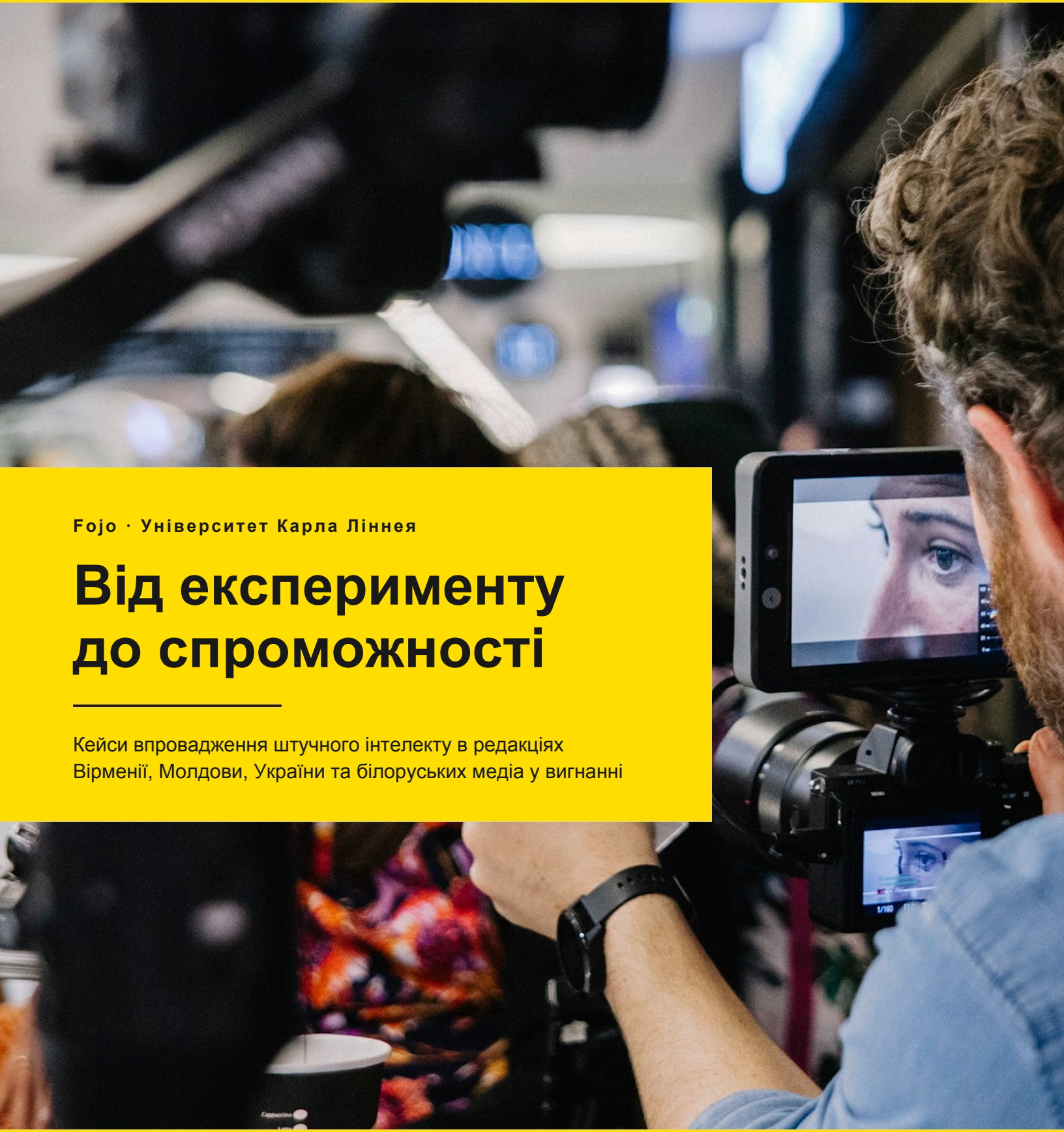
Жовтень 2026 року



Fojo · Університет Карла Ліннея

Від експерименту до спроможності

Кейси впровадження штучного інтелекту в редакціях Вірменії, Молдови, України та білоруських медіа у вигнанні

Linnæus University | Fojo.

Анотація

У цьому виданні йдеться про те, як редакції Вірменії, Молдови, України та білоруські медіа у вигнанні переходять від поодиноких експериментів із штучним інтелектом до систем, що стають частиною щоденної редакційної роботи. Світові тенденції розглянуто з огляду на умови, у яких працюють невеликі медіа: обмежені фінанси й технічні можливості, нерівномірну підтримку місцевих мов, зміну способів доступу до аудиторії та виклики журналістики в умовах війни, репресій і вимушеної еміграції. Головне питання цієї книги: як перетворити доступні інструменти ШІ на корисні редакційні можливості із чітким розподілом відповідальності?

Кейсбук базується на галузевих дослідженнях, регіональних опитуваннях, опублікованих описах розробки та впроваджень і відповідей редакцій на анкети. Чотири докладні кейси охоплюють різні аспекти роботи ШІ. Civic Radar AI молдовської редакції BAStv стежить за офіційними джерелами й визначає, які теми варто опрацювати першими та більш глибоко. SmartFlow вірменського Ampop Media збирає та групує публікації складних тем і готує резюме для редакційної перевірки. Платформа українського видання «18000» адаптує опубліковані матеріали для соцмереж безпосередньо в системі управління контентом. BGmedia використовує цифрового ведучого, щоб спростити відеовиробництво й зменшити потребу в появі журналістів у кадрі. Приклади з інших країн доповнюють ці кейси досвідом пошуку в архівах, верифікації, роботи з аудиторією, внутрішніх операцій і отримання доходів від читачів.

У всіх кейсах простежується спільна закономірність: найбільшу користь дає перебудова повторюваного процесу під конкретну редакційну потребу. Збирання й підготовка даних, інтеграція, планування та супровід нерідко важать стільки ж, скільки вибір моделі. Відповідальність та останнє слово залишаються за людьми: журналісти оцінюють доречність, перевіряють першоджерела, редагують текст і вирішують, що публікувати. Оскільки частина проєктів ще на етапі пілотування або раннього впровадження, кейсбук розрізняє очікувану користь, досвід редакцій і виміряні результати. Регіональні опитування та база ініціатив дають контекст, але не є репрезентативним представленням усіх медійних середовищ досліджуваного регіону.

Одна й та сама технологія служить різним цілям. У Вірменії на перший план виходять мовна інфраструктура й місцевий контекст. У Молдові поширення ШІ випереджає запровадження правил. В Україні ШІ широко використовують для рутинних завдань, хоча інколи бракує ресурсів, навичок та інфраструктури. Для білоруських редакцій у вигнанні особливо важливі безперервність роботи, безпека та доступ до аудиторії. У кожному середовищі впровадження залежить від знання місцевих умов, редакційних правил і надійних джерел.

Кейсбук завершується розглядом варіантів, що стосуються моделей із відкритими параметрами, спільної інфраструктури, прозорого використання ШІ та контрольованого видавцями доступу до перевірених архівів (зокрема, через протокол Model Context Protocol). Поетапний план передбачає перехід від початкового аудиту й визначення базових показників до пілотного проєкту, результати якого стають основою для прийняття рішень щодо подальшої підтримки, розширення або припинення діяльності. Практичний підхід полягає в інвестуванні в такі ресурси та можливості, що залишатимуться цінними незалежно від підписки на конкретну модель: надійні робочі процеси, мобільні архіви, мовні ресурси, професійні навички персоналу та відповідальні редакційні рішення.

За загальною редакцією Олега Хоменка
Відповідальна редакторка від Fojo
Вероніка Менжун
Видавець: Інститут медіа Fojo, Університет Ліннея, Кальмар, Швеція, 2026
За фінансової підтримки Шведського інституту

CC BY NC

Зміст

Анотація . . . 2

Як читати цю книжку . . . 4

Частина 1 Стан впровадження ШІ в редакціях . . . 5
1 Комерційні й відкриті моделі ШІ . . . 6
2 Як редакції використовують ШІ . . . 7
3 Вплив ШІ на редакційну роботу . . . 9
4 Регіональний контекст . . . 12

Частина 2 Що створили редакції . . . 19
1 Як знайти тему в офіційних документах . . . 20
2 Як опрацювати потік публікацій і знайти тему . . . 22
3 Поширення контенту як редакційна робота . . . 25
4 Відеовиробництво без студії . . . 27
5 Внутрішня робота редакції . . . 29
6 Витрати та джерела доходу . . . 30
7 Уроки від розробки власних рішень . . . 31
Джерела до прикладів інших редакцій . . . 32
Післямова про редакцію в стилі панку . . . 33

Частина 3 Рішення на майбутнє . . . 34
1 Усталені практики та відкриті питання . . . 35
2 Шість тенденцій найближчого року . . . 35
3 Відкриті моделі для редакцій з обмеженими ресурсами . . . 36
4 Чотири сценарії . . . 37
5 Прямий доступ до архівів через MCP . . . 38
6 Подальші кроки в регіоні . . . 38
7 Поетапний план на рік . . . 40
На завершення . . . 41

Покажчик джерел . . . 42
Дослідження й загальний контекст . . . 43
Редакції та регіональні джерела . . . 45
Кейси впровадження . . . 48
Стратегія поширення й довіра . . . 51

Як читати цю книжку

Перша частина описує стан справ. Друга простежує роботу чотирьох редакційних систем. Третя показує, які рішення випливають із цього досвіду, і пропонує поетапний план.

Опис кейсів структуровано так:

Ідея.

Що пропонує редакція і для кого.

Проблема.

Яке обмеження має усунути інструмент.

Як це працює.

Робочий процес, технологія й перевірка людиною.

Що змінилося під час роботи.

Як тестування або впровадження змінило початковий задум.

Що дає рішення.

Очікувана або заявлена користь, робота, яка ще залишається, і межі доказів.

Досвід інших редакцій.

Споріднені експерименти, які можна пристосувати до місцевих умов.



Частина

1

Стан впровадження ШІ в редакціях

Технології, бізнес і регіональний контекст

Ще два роки тому термін «ШІ в редакції» здебільшого означав, що журналіст вводить запит у ChatGPT. Восени 2026 року цього пояснення вже замало. ШІ працює всередині систем управління контентом, в процесах перекладу, панелях продажу реклами й в чергах на модерацію коментарів. Він дедалі частіше змінює і сам спосіб отримання новин: замість того щоб відкрити застосунок чи сайт, читач запитує чатбота.

Ця частина спирається на дані, актуальні на 2 листопада 2026 року. Спершу розглянемо, як змінилася технологія: великі комерційні розробники, відкриті альтернативи й китайський сегмент, що швидко зростає, хоча мало хто з редакторів добре його знає. Далі — як редакції у світі насправді використовують ШІ та що він змінює в бізнесі, виробництві контенту, поширенні матеріалів і довірі аудиторії. Насамкінець, подивимося на Вірменію, Молдову й Україну, білоруські медіа у вигнанні,: тут майже всі описані глобальні виклики проявляються одночасно, нерідко в найгострішій формі.

1.1 Комерційні й відкриті моделі ШІ

Протягом більшої частини 2023–2024 років відповідь на запитання «який ШІ нам використовувати?» була простою: той комерційний чатбот, що найкраще працює цього місяця, зазвичай від OpenAI, Google або Anthropic. Тепер варіантів більше. Розуміння цієї зміни важливе для всіх подальших рішень у книзі.

Комерційні моделі від OpenAI, Anthropic, Google та інших компаній, за які платять за передплатою або за обсягом використання, залишаються типовим вибором більшості редакцій. Особливо для складних завдань: поглибленого пошуку, міркувань у кілька кроків, аналізу довгих документів і випадків, коли редакції потрібен постачальник, відповідальний за виконання договору.

Моделі з відкритими параметрами змінили економіку галузі. Розробник публікує файли з параметрами моделі, і будь-хто з належним обладнанням може завантажити й запустити її самостійно, замість орендувати доступ через застосунок або API. Три роки тому відкриті моделі помітно поступалися комерційним за якістю. У 2025 році розрив різко скоротився: певний час одна відкрита модель на незалежних тестах не поступалася найкращим комерційним моделям для міркування. У 2026-му розрив дещо зріс, коли комерційні лабораторії просунулися в багатокрокових завданнях. Проте для більшості щоденних потреб редакції — підготовки чернеток, резюме, тегування, транскрибування, перекладу чи написання невеликих фрагментів коду для скрейпера або інтеграції з CMS — відкриті моделі вже дають достатню якість за значно менші гроші. Результат зі співмірною якістю коштує приблизно в 50 разів менше, ніж три роки тому. Вихід сильних моделей із відкритими параметрами щоразу підштовхував комерційних постачальників до зниження цін.

Разом із цим виникають ризики, серйозність яких розробники оцінюють по-різному. Оприлюднені параметри неможливо відкликати. Ваду не виправиш одним нічним оновленням, як у хмарному застосунку; неможливо побачити, хто запустив копію, або відключити зловмисника. Людина з відповідними навичками може назавжди прибрати вбудовані обмеження безпеки. Керівник Anthropic Даріо Амодей публічно наголошував на іншій загрозі: авторитарна держава може створити потужнішу за інші модель і використати її для військової переваги чи внутрішнього стеження. Цей ризик існує незалежно від того, чи опублікують параметри. Microsoft у листі, підписаному десятками компаній, серед яких Google, Meta й OpenAI, визнає втрату контролю, але застерігає, що загальні обмеження на відкриті моделі можуть зашкодити: фахівцям із захисту систем потрібні засоби

щонайменше не слабші, ніж у нападників. Дослідник R Street Institute навів приклад із середини 2026 року. Коли уряд США з міркувань кібербезпеки тимчасово перекрив глобальний доступ до однієї з найпотужніших моделей Anthropic, незалежні дослідники за кілька тижнів відтворили співмірні результати, поєднавши старіші загальнодоступні моделі. Обмеження однієї моделі радше змінює те, кому і яких зусиль коштує доступ до можливості, ніж усуває саму можливість. У матеріалах BBC про стрімкий розвиток китайських моделей з відкритими параметрами є ще одне важливе для редакцій питання: модель, навчена в умовах іншої інформаційної політики й цензури, може відтворювати відповідні замовчування та прогалини. Це варто оцінювати нарівні з ціною та якістю.

Китайські розробники. Якщо дивитися на обсяг щоденного використання обчислювальних ресурсів ШІ, відкриті моделі DeepSeek, Alibaba (Qwen), Tencent і MiniMax посідають значне місце у світі, особливо в програмуванні й автоматизації повторюваних завдань. Вони недорогі, доступні для завантаження й швидко вдосконалюються. Водночас моделі з відкритими параметрами випускають і американські компанії, зокрема OpenAI та Google, паралельно з комерційними. Таке розгортання стало звичайною практикою галузі.

Популярність китайських моделей не дає відповіді на запитання, як їх використовують китайські редакції. У базі, на яку спирається ця частина, є кілька кейсів із Китаю і понад сотню із США. Імовірніше, це наслідок мовного бар'єра й нерівномірної міжнародної уваги, ніж ознака відсутності впроваджень. Місце розробки технології та географія задокументованого застосування — різні речі. Найбільше ця різниця відчутна саме поза великими англомовними й західноєвропейськими ринками.

Відкриту модель легко випробувати й складніше надійно підтримувати. У галузі більшість редакцій та компаній експериментували з відкритою моделлю, але лише близько половини таких експериментів переходять у стабільну щоденну експлуатацію. Для комерційних моделей ця частка становить приблизно дві третини. Перешкода полягає в підтримці, моніторингу та безпеці власної системи. Саме на цю роботу малим і середнім редакціям часто бракує технічної спроможності.

1.2 Як редакції використовують ШІ

Станом на 2 листопада 2026 року база AI For Newsroom містила 1 359 ініціатив у шести категоріях. Найбільша — виробництво контенту: 538 проєктів (39,6 %). Далі йдуть журналістські інструменти, зокрема фактчекінг і аналіз документів: 385 (28,3 %). На взаємодію з аудиторією припадає 172 проєкти (12,7 %), на управління й операційну роботу — 114 (8,4 %), на монетизацію — 81 (6,0 %), на поширення — 69 (5,1 %). Виробництво переважає, однак понад чверть задокументованих проєктів допомагають журналістам знаходити, перевіряти або впорядковувати докази.

Сфери застосування ШІ в редакціях

1 359 задокументованих ініціатив станом на 2 листопада 2026 року. Частки округлено. База охоплює задокументовані проєкти, а не всі редакції.



Джерело: база ініціатив AI For Newsroom.

За цими відсотками стоять конкретні редакційні рішення.

- **The New York Times** визначила кілька постійних принципів: ШІ допомагає виконувати місію редакції, кожне застосування перевіряє людина, а про використання ШІ повідомляють. На практиці він класифікує зображення, пропонує пов'язані матеріали й чернетки заголовків, стисло викладає довгі документи. Самі статті пишуть журналісти. Джерело: принципи The New York Times.
- **Reuters** розвиває редакцію з опорою на внутрішніх асистентів: інструменти допомагають журналістам даних налаштувати код, знаходять ключові цифри в сотнях сторінок і позначають імовірні помилки перед публікацією. Коли в автоматичних резюме статей виявили проблеми з атрибуцією та застарілими фактами, редакція відмовилася від цієї функції. Джерело: досвід Reuters.
- **VG**, найбільший новинний сайт Норвегії, розробив шість інструментів: для транскрибування, аналізу статистики та пошуку зв'язків між людьми й подіями. Транскрибування чи не всюди стає першим кроком: редакції регулярно виконують цю витратну роботу вручну. Джерело: кейс VG.
- **Nikkei** і **Süddeutsche Zeitung** пішли далі в роботі з аудиторією. Nikkei розвиває взаємодію з читачами та персоналізовану доставку, а Süddeutsche Zeitung створила чатбот про вибори до Європарламенту й розглядає ШІ як постійну складову продукту. Джерела: Nikkei, Süddeutsche Zeitung.
- Португальський **Observador** створив асистента з передплати, щоб зміцнювати зв'язок з читачами. Швейцарський **Ringier** поєднує дані про читацькі та рекламні доходи в одній моделі оцінювання

цінності клієнта. Індійська **Sakal Media Group** використовує оптичне розпізнавання символів, щоб спростити продаж реклами. Значна частина користі ШІ припадає саме на таку непомітну роботу. Джерело: Observador.

1.3 Вплив ШІ на редакційну роботу

Бізнес

Поки що найпомітніший бізнесовий ефект стосується витрат. Чернетки, тегування, транскрибування й переклад значно подешевшали, що особливо допомагає редакціям, які не можуть утримувати велику технічну команду. Водночас надійна й безпечна робота під належним наглядом потребує постійних витрат. Через це багато пілотів так і не стають повсякденними інструментами.

Монетизація лишається одним із найменш розв'язаних питань: їй присвячено лише 6,0 % ініціатив у базі. Observador випробовує асистента з передплати, Ringier поєднує різні показники цінності клієнта, The Washington Post тестує гнучкіші способи оформлення передплати, а The New York Times пропонує інфраструктуру передплати, до якої можуть під'єднуватися інші видавці. У кожному з цих випадків ШІ допомагає розвивати наявну бізнес-модель.

Виробництво контенту

У The New York Times, Reuters, VG та інших редакціях ШІ переважно готує матеріал до роботи журналіста: транскрибує інтерв'ю, стискає довгий документ, пропонує заголовок, перетворює текст на аудіо версію чи коротке відео. Перед публікацією результат перевіряє людина. Найкраще автоматизуються завдання, які й раніше були здебільшого механічними.

Не всі спроби вдалі. Данська Politiken опублікувала поруч зі статтею згенеровану ШІ довідку, у якій виявилося багато помилок. Цього конкретного збою можна було уникнути, але він підірвав довіру до матеріалу й наочно пояснив, чому перевірка перед публікацією стала практично загальним правилом.

Поширення матеріалів

Десятиліттями логіка була проста: читач знаходить редакцію через Google, переходить на сайт, бачить рекламу або з часом стає постійним читачем. Тепер на цю модель тиснуть дві зміни: одна вже добре задокументована, друга ще формується. Є й третій, пряміший шлях, яким малі редакції лише починають користуватися.

Масштаб змін. За даними Similarweb, з червня 2025-го до травня 2026-го платформи генеративного ШІ мали в середньому 9,5 млрд відвідувань на місяць, на 70 % більше за попередній рік. Кількість завантажень застосунків становила 4,4 млрд. За той самий період число унікальних відвідувачів чатботів зросло на 57 %, швидше, ніж у пошукових сервісів, соцмереж чи електронної комерції. Новини, навпаки, втратили 5 % — єдина велика категорія в цьому порівнянні Similarweb, що скоротилася. Гаррі Кларксон-Беннетт із DJB Strategies, який раніше працював у The Telegraph, пояснює: видавцям уже не варто очікувати від традиційних каналів колишньої віддачі, тож

залученість і лояльність читачів треба зміцнювати й іншими способами. Джерело: показники Similarweb за 2026 рік.

Пошук без переходу на сайт. Google AI Overviews відповідає на дедалі більше запитів безпосередньо на сторінці результатів. За оцінкою Similarweb, у США частка пошуків із таким оглядом зросла з приблизно 15 % на початку 2025 року до понад 40 % у травні 2026-го. Також поширився діалоговий AI Mode. Менше переходів загрожує доходам медіа, залежних від пошукового трафіку й реклами, особливо якщо передплата не компенсує втрат.

Видавці намагаються підвищити шанси на цитування за допомогою оптимізації для генеративних систем (GEO) та систем відповідей (AEO). Вона спирається на видимість у пошуку, бо чимало ШІ-сервісів підтягують актуальні вебматеріали. Масове виробництво слабких текстів за допомогою ШІ може погіршити і пошукові позиції, і видимість у відповідях. Джерело: звіт Similarweb.

Частка відповідей ChatGPT з актуальними вебпосиланнями зросла з приблизно 1 % у червні 2025-го до 6,8 % у травні 2026-го. Вона різниться за тематикою: 22,6 % для подорожей, 6,0 % для медіа й розваг, 4,8 % для освіти. Отже, системи ШІ звертаються до джерел із різною частотою залежно від теми.

Серед усіх тем новини й видавці разом із відгуками та користувацьким контентом утворюють дві найбільші категорії цитованих джерел, випереджаючи офіційні сайти брендів, пошукову видачу й маркетплейси. Журналістика вже слугує важливим джерелом для відповідей загального призначення, навіть якщо запити власне про новини рідше спричиняють пошук у реальному часі.

Посилання у відповіді не завжди веде читача до процитованого матеріалу. За даними Similarweb, 65 % процитованих URL мали два чи три рівні вкладеності, тоді як 58,8 % переходів із ШІ припадали на головні сторінки. Глибина адреси не визначає тип матеріалу. Для людей, які приходять без контексту, важливі зрозуміла навігація та зручна перша взаємодія із сайтом.

Переходи із ШІ на новинні сайти зросли на 115,6 % за рік, повільніше, ніж у категоріях моди (278,2 %) і краси (312,5 %). Великі маркетплейси й далі отримують значно більше такого трафіку, ніж видавці. Це свідчить про перевагу широких платформ у новому каналі.

Аналітики радять стежити за часткою згадок серед конкурентів, а не лише підраховувати посилання: згадка може підвищити впізнаваність і без переходу. На сторінці звіту Similarweb згадка в ШІ пов’язана з у 2,5 раза вищою ймовірністю відвідування сайту. Сам по собі цей зв’язок не доводить причинності.

Великі видавці вже працюють із видимістю в ШІ як із комерційним напрямом. За оцінкою Ahrefs, Future plc є найпомітнішим видавцем у відповідях ШІ, а TechRadar — серед найцитованіших ChatGPT доменів. У 2026 році Future запустила Future Optic, що продає послуги з підвищення такої видимості; серед прикладів — кампанія для Samsung. The Economist тестує «гнучкий контент» (liquid content): матеріали структурують так, щоб ШІ міг точно їх цитувати, а люди отримували повноцінний читацький досвід. У програмах Google News Initiative також брали участь Kathimerini й Punch.

Інші видавці обмежують доступ. Reuters і Time дозволяють сканування лише вибраним роботам, віддаючи перевагу контрольованим домовленостям. GEO та AEO можуть підвищити видимість, але самі по собі не гарантують відвідувань або доходів.

Платформи ШІ також монетизують увагу. У порівнянні Similarweb за 2026 рік рекламу показували у 26 % чатів ChatGPT на комп'ютерах у США, порівняно з 14 % у травні. Цей показник стосується конкретного каналу, тож його не можна переносити на всі розмови ChatGPT у світі. За видимість у відповідях видавці тепер змагаються також із рекламодавцями. Джерела: огляд Similarweb за 2026 рік, метрики та методика.

Прямі запити до редакції через MCP. Більшість редакцій ще не опанували цей підхід, хоча він може виявитися важливішим за GEO й AEO разом.

GEO й AEO допомагають здобути згадку в чужому продукті й вплинути на те, як універсальна система ШІ розповідає про медіа на умовах самої системи. Відкритий стандарт MCP (Model Context Protocol, протокол контексту моделі) дає асистентові читача змогу в реальному часі звертатися безпосередньо до перевіреного архіву редакції. Він не мусить покладатися лише на те, що модель запам'ятала під час навчання чи знайшла в пошуку. Редакція стає джерелом, до якого асистент може звернутися напряму.

AI For Newsroom випробувала цей підхід на власному сервері MCP. Claude почав додавати до доречних відповідей, наприклад, пропозицію підписатися на розсилку. Асистент отримав цей контекст із сервера, а не з окремої вказівки в кожному запиті. Так заклик редакції до дії може з'явитися в розмові читача зі стороннім сервісом без купівлі реклами.

Уже є приклади з різних типів медіа:

Gazzetta створила сервер MCP, виходячи з того, що для багатьох читачів ШІ стає звичним інтерфейсом доступу до інформації. Це особливо важливо там, де відкритий веб уповільнений, заблокований або важкодоступний через цензуру, вимкнення мережі чи брак уваги до теми. Якщо актуальні матеріали редакції недоступні для прямого запиту, асистент усе одно відповість — на підставі старіших навчальних даних, зі втраченими деталями й без належної атрибуції. Налаштування в Claude зводиться до трьох кроків: додати власний конектор і вставити URL. Сервер також працює з ChatGPT, Claude Code, Cursor та іншими інструментами, що підтримують стандарт. Джерела: MCP Gazzetta, архів The Guardian через MCP.

Незалежний розробник зробив публічний сервер MCP для архіву **The Guardian** із 1,9 млн статей. У діалозі з асистентом, без програмування, можна знайти головні новини за певний день, простежити висвітлення теми впродовж років, проаналізувати доробок автора чи відшукати пов'язані публікації. Цей приклад показує, скільки користі можна отримати з уже написаного, якщо відкрити до нього зручний пошук.

Reuters створила сервер MCP, через який передплатники можуть використовувати вже оплачені матеріали безпосередньо у своїх процесах із ШІ. Це дозволена альтернатива неконтрольованому збиранню даних. У галузевих публікаціях зазначають, що так видавець починає надавати інфраструктуру, а не тільки постачати контент. Джерело: Reuters MCP.

Time перетворив опублікований архів на формат, придатний для прямого читання ШІ-агентами. **The Economist** тестує вужчий варіант, починаючи з матеріалів із меншими ризиками, як-от власні маркетингові тексти, а не журналістика за платним доступом. Щонайменше ще один великий видавець випробовує спорідненний стандарт WebMCP, розроблений Google і Microsoft. Він дає сайту змогу передавати агенту структуровані дані без необхідності збирати їх зі сторінок. Джерело: застосунок The Economist для ChatGPT.

За останнім доступним підрахунком, у технологічній галузі діяло значно понад 5 000 серверів MCP. Протокол стає базовою інфраструктурою далеко за межами журналістики; новинні медіа поки що рухаються повільніше за інших.

Для малих редакцій важлива різниця у вартості. Щоб системно працювати з GEO та AEO, потрібен фахівець із розвитку аудиторії або SEO. Перший сервер MCP може запустити один технічний спеціаліст за кілька тижнів. Це один із найдоступніших способів бути присутнім у відповідях ШІ. Який би варіант оплати не переважив — мікроплатежі, загальні ліцензії чи спільні інфраструктурні угоди, які вже вивчають Reuters або німецька dpa, — редакції потрібен упорядкований власний контент, доступний для запитів на її умовах. Цю основу можна підготувати до того, як визначиться форма угод.

Поведінка аудиторії також змінюється. Для звіту Reuters Institute *Generative AI and News Report 2026*, оприлюдненого 29 жовтня, у серпні–вересні опитали людей у дев'яти країнах. У шести країнах, які досліджують із 2024 року, частка тих, хто щотижня використовує ШІ для новин, зросла з 6 % у 2025-му до 9 % у 2026-му. У всіх дев'яти країнах вона становила 8 %. Вибірки різні, тому ці показники не є взаємозамінними світовими оцінками. Вони показують, що поряд зі звичними каналами розвивається доступ до новин через діалог з асистентом. Джерело: звіт Reuters Institute за 2026 рік.

Спілкування з аудиторією та довіра

Згідно з останнім звітом Reuters Institute, у дев'яти країнах 12 % опитаних спокійно ставилися до новин, повністю створених ШІ. Коли основну роботу виконував ШІ, але людина певною мірою наглядала за процесом, частка становила 19 %. Більш прийнятними були переклад і допомога з правописом та граматикою. Звіт від 29 жовтня 2026 року показує, що ставлення до ШІ в редакціях лишається загалом обережним, хоча інструментами користуються частіше. Жодне з чотирьох медійних середовищ, аналізованих в цій книжці не входило до вибірки. Джерело: звіт Reuters Institute за 2026 рік.

Аудиторія не відкидає ШІ в журналістиці загалом, але уважно стежить за тим, що найшвидше руйнує довіру: неперевіреними помилками, як у довідці Politiken, і нечіткими поясненнями, де саме допомагав ШІ. Такі редакції, як The New York Times, вважають повідомлення про використання ШІ й перевірку людиною основою довіри. Для малих редакцій висновок особливо важливий: враження, що на перевірці зекономили, зазвичай коштує більше довіри, ніж вартий збережений час.

1.4 Регіональний контекст

Зниження виробничих витрат, пошук без переходів, конкуренція за видимість у відповідях ШІ, потенціал машинозчитуваних архівів, довіра та невизначені бізнес-моделі особливо помітні в чотирьох медійних середовищах цієї книги. На впровадження по-різному впливають війна, вимушена еміграція, слабка підтримка окремих мов і швидка зміна державної політики.

Джерельна база неоднакова. Для України й Молдови є нещодавні опитування редакцій. Незалежні білоруські медіа краще розглядати через конкретні приклади роботи у вигнанні. У Вірменії більшає задокументованих редакційних практик і правил, але немає репрезентативного опитування щодо використання. Далі ці обмеження враховано окремо для кожного середовища.

Впровадження ШІ в Україні під тиском війни

Війна зробила впровадження ШІ в Україні найнагальнішим у регіоні; тут також є одні з найрозвиненіших прикладів. **The Kyiv Independent** аналізує анонімізовані запитання читачів, щоб виявляти прогалини у висвітленні війни. Розслідувальні редакції, як-от **Nikcenter**, аналізують закупівлі й декларації посадовців за допомогою інструментів роботи з даними. Асистент «Рая» підтримує щоденну роботу **Район.in.ua**. **Euromaidan Press** використовує засоби перевірки чернеток і підготовки пропозицій тем, а **Gre4ka.info** автоматизувала повторювані мультимедійні процеси. Стратегія використання ШІ **Суспільного** 2026 року додає галузевий вимір: пов'язує внутрішнє використання ШІ із суспільно значущою журналістикою й співпрацею з іншими медіа. Ці приклади показують, як експерименти переростають у процеси, за які редакції можуть відповідати, якщо вкладаються в підтримку, спільне навчання та перевірку. Але вони не свідчать про технічну зрілість усієї галузі. Джерела: стратегія Суспільного, про роботу Nikcenter.

Бот Calliope для перевірки автентичності зображень, створений Миколаївським центром журналістських розслідувань **Nikcenter**, приймає оригінал зображення через Telegram. У відповідь журналіст отримує звіт українською й англійською: висновки моделей, розбіжності між ними, обмеження та пропозицію наступного кроку. Для доступу знадобитися дозвіл адміністратора. Звіт допомагає планувати подальшу перевірку, але сам по собі не доводить ні автентичності, ні підроблення.

Дослідження DW Akademie за 2025 рік на основі інтерв'ю з понад 20 українськими медіа доповнює пізніше опитування. Воно фіксує широке використання комерційних інструментів загального призначення, а також труднощі з адаптацією до місцевих потреб, інтеграцією, фінансуванням і розумінням ризиків для приватності. Автори рекомендують практичне навчання щодо захисту даних, зрозуміліші правила й локально адаптовані інструменти. Дослідження зосереджене на тих, хто почав рано або активно експериментує, тож описує способи застосування, а не їхню поширеність у галузі. Джерело: дослідження DW Akademie.

У травні–червні 2026 року Media Development Foundation опитала 40 місцевих і нішевих медіа: 23 малі, вісім середніх і дев'ять більших редакцій. 70 % видань працювали лише онлайн. У вибірці переважав Київ, а деякі західні й південні області та окуповані території не були представлені. Тому результати дають корисний зріз, але не репрезентують усю галузь. Джерело: опитування Media Development Foundation.

ШІ найчастіше використовували для звичайної роботи з текстом. 85 % редакцій виправляли, структурували, скорочували тексти або обирали заголовки; близько 10 % застосовували його для пошуку інформації чи перевірки дотримання стандартів. Поширеними були також переклад (47,5 %) і генерація зображень (приблизно половина). Лише дві з 40 редакцій використовували ШІ, щоб звіряти власні матеріали з першоджерелами. Переважно допомога у фактчекінгу зводилася до пошуку джерела, яке далі перевіряв журналіст.

За широким використанням ховається нерівність можливостей. Базова цифрова інфраструктура ШІ була лише в 52 % редакцій, і саме вони повідомляли про значно сильнішу технічну спроможність. Складніші системи, наприклад агенти моніторингу джерел або боти для читачів, були лише у двох редакцій із вибірки.

Управління й кадрове забезпечення відставали: 57 % редакцій обговорювали ШІ на стратегічному рівні, але письмову політику мали 27,5 %, задокументовану стратегію — жодна, відповідальну особу — 22,5 %. Серед головних перешкод були гроші (60 %) і брак навичок (55 %). Найчастіше називали потребу в навчанні (85 %), далі — доступ до інструментів (60 %) та фінансування передплат (42 %).

Окремий огляд 236 релевантних наукових джерел від 2023-го до початку 2026 року показує, які перешкоди найчастіше трапляються в дослідженнях. На мовні й локалізаційні обмеження, зокрема слабку підтримку менш поширених мов і регіональних акцентів та труднощі з передаванням місцевого голосу, припало 4,6 % виявлених бар'єрів. Це найменша з восьми категорій, проте саме вона важлива для вірменських і білоруських кейсів. Незначна частка у світовому огляді може приховувати головне обмеження для конкретної мовної спільноти.

Кабінетні дослідження редакцій доповнюють кількісні дані. **«Цукр»** використовує Claude для управління командою. За словами одного з редакторів, інструмент «знає про мене й мою команду більше, ніж я можу пригадати сам». **24 Канал** навчив систему озвучувати випуски синтетичними голосами своїх ведучих. **Gre4ka.info** одним натисканням перетворює тексти на пісні й короткі відео: це розважальна форма для журналістських матеріалів. **Texty.org.ua**, навпаки, навчили ШІ розпізнавати емоційно маніпулятивну мову у висвітленні обстрілів і війни. Стандартне налаштування ChatGPT позначало маніпуляцією майже будь-яку згадку про обстріл. Готову модель може знадобитися серйозно донавчити, перш ніж застосовувати її до чутливих тем. Технологічне видання **IT Logs** використовує ШІ безпосередньо в підготовці новин, щоб журналісти могли випускати більше матеріалів. Ці кейси конкретизують практики редакцій, які просунулися далі за більшість учасників опитування.

На платні інструменти виділяють кошти лише 42 % опитаних редакцій. У всій вибірці 12,5 % витрачають від 5 до 50 доларів на місяць, 15 % — від 50 до 200, і лише три з 40 редакцій мають бюджет понад 200 доларів. 60 % запровадили певні етичні правила, нерідко усну домовленість про обмеження або інформування читачів. Правила маркування згенерованого контенту мають лише 38 %, письмову політику щодо ШІ — 27,5 %. Усно погодити загальний принцип виявляється простіше, ніж зафіксувати обов'язкові правила.

Самі редакції пов'язують ці проблеми з браком навчання. 85 % назвали його головною потребою, помітно частіше за доступ до інструментів (60 %) і фінансування передплат (42 %). Більшість вважає попереднє навчання недостатньо глибоким. Одна редакція прямо попросила не пояснювати їй знову, «що таке ChatGPT», а показати застосування у власному робочому процесі. Ті, хто почав експериментувати рік чи два тому, тепер використовують ШІ ширше й системніше. Без навчання для початківців розрив між такими редакціями, як «Цукр» і Район.in.ua, та решою може збільшитися.

Стійкість білоруських медіа у вигнанні

Досвід незалежних білоруських медіа у вигнанні показує, як виглядає впровадження, коли першочергове завдання редакції — вижити. **Zerkalo** працює з-за кордону під постійними кібератаками. Редакція вбудувала ШІ-коректора безпосередньо в систему публікації: це скромний, але дієвий інструмент. Час і фахівці, потрібні для експериментів, часто зайняті тим, щоб захистити власні сервери від відключення. Досвід **Gazzetta** показує ширший ризик: там, де відкритий веб блокують, сповільнюють або руйнують, моделі ШІ можуть стати важливим шляхом до інформації. Сервер MCP допоміг би зберегти доступ до перевірених матеріалів через ці системи. Для редакції, чий сайт має дзеркала, доступний через VPN і періодично стає недоступним, прямий запит до архіву є додатковим, складнішим для блокування шляхом до достовірної інформації про Білорусь.

Поширення ШІ та редакційні правила в Молдові

У квітні–травні 2025 року Центр незалежної журналістики опитав 101 медіаорганізацію, провів 16 інтерв'ю і три фокус-групи. 67 % медіа-організацій застосовували ШІ в роботі, 26 % не застосовували, а 7 % не визначилися або не відповіли. Серед 68 користувачів ШІ 12 % мали чинну політику, 88 % хотіли навчання для працівників. Окремо 60 % усіх респондентів назвали брак коштів перешкодою для навчання. Поширення інструментів випереджає запровадження правил і розвиток навичок. Джерело: оцінка потреб медіа за 2025 рік, с. 25–26 і 31–33.

Державна політика й редакційна практика розвиваються різними шляхами. Стратегія Молдови пов'язує державні рішення з наближенням до норм ЄС і фінансуванням. На рівні медіа **#diez** повідомляє про допомогу ШІ в перекладі, транскрибуванні, підготовці субтитрів і резюме, залишаючи остаточну перевірку журналістам. **NewsMaker** маркує згенеровані зображення й обережно ставиться до верифікації за допомогою ШІ. **Observatorul de Nord** експериментувала з віртуальними ведучими, а 2026 року почала створювати редакційного асистента разом з Internews і NarativAI. У цих експериментах збережено редакційний контроль за публікацією.

23 грудня 2025 року Центр незалежної журналістики опублікував зразок редакційної політики, який молдовські медіа можуть адаптувати до себе. Він охоплює відповідальність редакції, точність, неупередженість, суспільний інтерес, прозорість, інформування про застосування ШІ та запобігання дезінформації. ШІ визначено як інструмент, а не як самостійного автора журналістського контенту. Центр доповнив політику практичним навчанням. Того ж місяця на десятому Mass-Media Forum у Кишиневі зібралися приблизно 230 журналістів, редакторів і медіаменеджерів. Фахівець Deutsche Welle, відповідальний за ШІ в редакції, показав інструменти для щоденної роботи й наголосив на прозорості та чітких внутрішніх правилах. В опитуванні 50 % назвали використання ШІ найпотрібнішою темою навчання технічних працівників, випередивши модернізацію сайтів. Для творчих працівників ШІ також був найпопулярнішою темою (44 %). Широке неформальне застосування за браку правил перегукується з українськими даними, тож навряд чи це особливість однієї країни.

Використання ШІ та редакційні правила в Молдові

Використання серед усіх опитаних медіаорганізацій (N = 101)



Відповідь | Частка

Використовують ШІ 67 % / Не використовують 26 % / Не визначилися або не відповіли 7 %

Завдання серед користувачів ШІ (N = 68)

Застосування | Частка

Переклад	63 %
Генерація тексту	57 %
Виправлення або переформулювання	54 %
Транскрибування	53 %
Генерація зображень	50 %
Субтитри	32 %

Інтенсивність використання та оплата (N = 68)

Показник | Розподіл

Інтенсивність

54 % — певною мірою; 37 % — незначною мірою; 9 % — значною мірою.

Інструменти

43 % — лише безплатні; 49 % — безплатні й платні; 9 % — лише платні.

Політика та навчання серед користувачів ШІ (N = 68)

Показник | Частка

12 % Мають чітку чинну політику

Розробляють політику 28 %
Не мають, але потребують 44 %
Не мають і не потребують 15 %
Не визначилися 1 %
Хочуть навчання 88 %

Окремі причини невикористання ШІ (N = 26)

Причина | Частка

Не бачать потреби	35 %
Не знають, як користуватися	23 %
Не мали нагоди спробувати	8 %
Не довіряють	8 %
Вартість	4 %

77 % тих, хто не користується ШІ, хотіли б згодом його запровадити.

Джерело: оцінка потреб медіа IJC / Magenta за 2025 рік, с. 31–33. У запитанні про завдання можна було вибрати кілька відповідей. Частки округлено окремо.

ШІ впливає на медіа Молдови й поза редакційними процесами. Під час виборів 2025 року медіа працювали в дедалі складнішому інформаційному середовищі: із фальшивими обліковими записами, клонами медіапорталів і синтетичним контентом. У березні 2026 року Центр правових ресурсів Молдови задокументував складніші атаки на незалежні медіа, зокрема використання ШІ для маніпуляцій з образом та ідентичністю журналістів у шахрайських матеріалах. ШІ водночас допомагає виробляти контент і дає нападникам засоби видавати себе за редакцію. Тому розкриття способів використання, підтвердження походження та верифікація мають у Молдові особливу вагу.

Мовні інструменти й редакційні правила у Вірменії

Задокументоване впровадження у Вірменії відбувається поступово, переважно в комерційних медіа. Поряд з окремими інструментами розвиваються інфраструктура для вірменської мови й редакційні правила. Порівнянного загальнонаціонального підрахунку немає, тому цей огляд спирається на конкретні редакційні кейси, інтерв'ю та публічні рішення.

News.am переписує й адаптує статті за допомогою ШІ. Hetq створює ілюстрації, аналізує великі масиви даних і спрощує виклад складних тем. Infocom використовувала ШІ для запитань до інтерв'ю та концептуальної ілюстрації. В **ARKA** штатний «редактор ШІ» наглядає за системою, що опрацьовує й стисло викладає повідомлення інформагенцій. За повідомленнями, це майже вдвічі скоротило час обробки. SmartFlow редакції **Ampop** збирає вибрані стрічки вірменських медіа, групує пов'язані матеріали й готує попередні резюме у пояснювальному стилі видання. Фактчекери **CivilNet** застосовують ШІ для дослідження тверджень і перевірки зображень та відео. У лютому 2026 року **Media.am** описувала транскрибування, аналіз даних, добір заголовків і підготовку сценаріїв як звичні практики частини редакцій; менша група використовувала автоматичні субтитри й синтетичне озвучення.

Аналітична записка Freedom House за 2024 рік ґрунтується на інтерв'ю з 15 вірменськими медійниками й дає ранній якісний зріз. Серед перешкод — слабка підтримка вірменської, нерівні навички та невизначеність, коли повідомляти про допомогу ШІ. Аудиторія спокійніше сприймає внутрішнє застосування, ніж реалістичні згенеровані фото чи відео. Автори рекомендують пояснювати роль ШІ, перевіряти результати й розробляти правила редакції разом із журналістами. Джерело: записка Freedom House.

Частину мовної інфраструктури створено у Вірменії. **Virtual Solutions** під брендом VS.AM розробила те, що називає першою безплатною публічною платформою ШІ для вірменської мови. Компанія стверджує, що її моделі, навчені на вірменському мовленні й діалектах, розпізнають його з точністю 96–98 %, вище за універсальні багатомовні системи. Для медіа є автоматичні субтитри, озвучення тексту та клонування голосу, яке дає змогу зберегти знайомий голос ведучого. Найамбітніший продукт, Armenian AI Journalist, сам знаходить тему, пише сценарій і за 15–30 секунд створює короткий ролик для TikTok, Reels або Shorts. Людина долучається вже після генерації. Продукт орієнтований на бізнес і авторів контенту; немає задокументованих випадків, коли вірменська редакція публікувала б його матеріали як журналістику. Отже, допоміжна роль ШІ в редакціях є їхнім вибором, тоді як технологія вже здатна створювати контент автономно.

Правила формувалися поступово. У грудні 2023 року уряд схвалив концепцію і план протидії дезінформації, де ШІ згадано побіжно — через дипфейки й ботів. Окремого аналізу ризиків для вірменської мови чи розподілу обов'язків зі створення інструментів виявлення не було. У 2024 році **Обсерваторія медіаетики**, орган саморегулювання, що об'єднує понад 80 медіа й організацій, запропонувала спільні етичні принципи. **CivilNet** доповнила загальний кодекс власним кодексом використання ШІ. Він вимагає пояснювати, де застосовано ШІ, маркувати згенерований контент, ретельно перевіряти факти, запобігати дискримінації, захищати конфіденційні джерела й періодично переглядати правила. Журналіст має перевіряти згенероване, а за точність відповідає редакція незалежно від того, хто створив чернетку. У квітні 2026 року Національні збори ухвалили поправки щодо маркування згенерованого контенту в ефірі. Для мовників те, що CivilNet робила добровільно, стало обов'язковим.

Загроза використання ШІ для дезінформації вже реальна. Фактчекери CivilNet неодноразово викривали підробки, що використовували бренд видання. У 2026 році вони відстежили відео зі скопійованим логотипом і синтетичним голосом: фальшивий випуск новин розповідав про заборону абортів, якої не було. Раніше під брендом CivilNet поширювали вигадане звинувачення дружини прем'єр-міністра у крадіжці благодійних коштів і фальшиву новину про нібито діагноз ВІЛ у самого прем'єра. З'являються спеціалізовані засоби виявлення таких кампаній. **MediaScoper**, платформа розвідки за відкритими джерелами (OSINT) для фактчекерів і аналітиків загроз, збирає матеріали сайтів і сотень Telegram-каналів, поєднує пошук за словами й за змістом та майже в реальному часі позначає незвичні сплески координованої активності. Як і в Молдові, ШІ допомагає редакціям і водночас дає нападникам засіб привласнювати їхню довіру. Описані редакційні приклади переважно залишаються допоміжними: ШІ готує чернетку, а людина редагує, перевіряє та публікує. Через відносно малий обсяг навчальних текстів вірменською результат може бути неприродним, дослівним або нечутливим до культурного контексту. Тому вимога CivilNet щодо людського редагування тут особливо важлива.

Висновки з регіональних даних

В Україні опитування показує широке використання для рутинних завдань за обмеженої інфраструктури, нерівномірного врядування й великого попиту на навчання. У Молдові щоденне застосування теж поширене, чинних політик мало, і цю прогалину починають заповнювати ініціативи редакцій і галузі. Незалежні білоруські медіа у вигнанні дбають передусім про стійкість і доступ під тиском. Вірменія не має репрезентативної оцінки використання, але є приклади мовних інструментів і правил. У всіх чотирьох середовищах упровадження починається з доступних засобів, а його сталість залежить від місцевих можливостей, мовної підтримки, верифікації та чіткої редакційної відповідальності.

У наступній частині йдеться про самі системи: як вони працюють щодня й що з цього досвіду можуть перейняти інші редакції.



Частина

2

Що створили редакції

Чотири докладні кейси, досвід інших медіа й уроки з редакційної роботи

Чотири основні приклади, розглянуті в цьому розділі, стосуються Вірменії, Молдови, України та білоруських медіа у вигнанні. Хоча всі вони пов'язані зі штучним інтелектом, між ними мало спільного, оскільки кожен із них стосується різного етапу «життя» журналістського матеріалу. **Civic Radar AI** молдовської BAStv стежить за офіційними джерелами й шукає важливі для регіону документи. **SmartFlow** вірменського Ampop Media збирає та групує публікації й готує попереднє резюме. **Платформа «18000» для поширення контенту** за допомогою ШІ перетворює готову статтю на дописи для Telegram і Facebook та дає журналістові запланувати публікацію схваленого варіанта. Білоруська **BGmedia** у вигнанні використовує цифрового ведучого, щоб робити відео без студії й журналіста в кадрі.

Разом ці проєкти нагадують виробничий цикл редакції, який у невеликому регіональному медіа забезпечують кілька людей. Тому ШІ поширюється навіть там, де немає стратегії, розробника й зайвих грошей. Обсяг роботи зростав швидше за команду, а технологія може взяти на себе частину механічних дій.

Найвдаліші проєкти почалися з конкретної проблеми: робота забирає надто багато часу, важливе постійно губиться, звичний спосіб не по кишені або читачам потрібен формат, на який немає людей.

Чотири кейси — це пілоти або ранні системи, описані переважно самими редакціями. У блоках **«Досвід інших редакцій»** наведено споріднені рішення. Вони можуть підказати ідеї, але те, що спрацювало в Сан-Франциско чи Берні, не обов'язково працюватиме в Кишиневі або Єревані.

Як знайти тему в офіційних документах

Місцева журналістика, що стежить за владою, часто стикаається з незручністю джерел. Муніципалітет завантажує документ наприкінці дня, регулятор додає PDF до архіву без сповіщення. Інформація формально публічна, але треба знати, де шукати, регулярно повертатися й оцінювати значення змін. Для малої редакції це відчутні витрати часу. Якщо ніхто не стежить, перша публічна ознака важливого рішення може залишитися непоміченою.

Кейс 01 · Молдова · BAStv · пілот

Civic Radar AI у BAStv

Ідея.

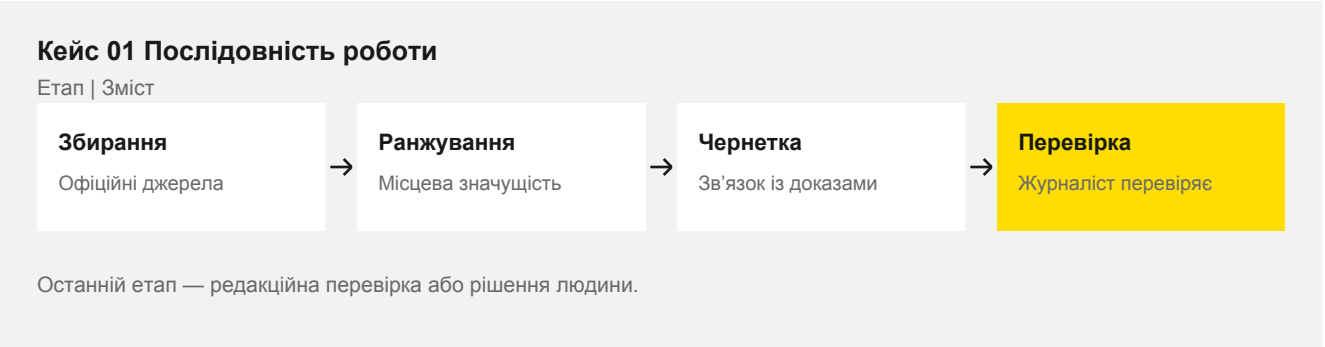
Молдовський пілот BAStv — веб-сервіс, що моніторить офіційні джерела, знаходить суспільно значущі документи, оцінює їхню актиальність для регіону та готує коротке резюме й чернетку новини для журналіста. Редакція отримує пріоритетну зачіпку разом із першоджерелом ще до того, як почала працювати над матеріалом.

Проблема.

Офіційна інформація Молдови розпорошена. Одні сайти мають RSS чи карту сайту, на інших треба переходити до архіву або відтворювати сторінку в браузері. Документ може бути HTML-сторінкою, PDF, вкладенням DOCX або записом в офіційному виданні Monitorul Oficial, для якого потрібна окрема обробка. Кожне завдання посильне. Складно робити їх безперервно й відрізняти звичайне оголошення від рішення, яке впливає на аудиторію.

Як це працює.

У пілоті поєднано базу даних, API й внутрішній інтерфейс. Парсери збирають матеріали з офіційних сайтів. Gemini 2.5 Flash і Pro через Google Cloud аналізують, стискають і готують чернетки. Хмарні кредити зробили ці моделі доступними для пілоту.



Про надійність системи більше говорять рішення команди, ніж вибір моделі. Civic Radar зберігає посилання на оригінал і фіксує версії обробки, щоб журналіст бачив, що зробив ШІ. Якщо текст не вдалося надійно витягти, модель нічого не отримує: впевнена чернетка на неповних даних гірша за її відсутність. Журналіст перевіряє джерело й оцінку важливості, з'ясовує контекст, телефонує людям і вирішує, що публікувати.

Що змінилося під час роботи.

Тестування змінило уявлення про потребу редакції. Збирати все — означає замінити один перевантажений перелік іншим. BAStv потрібні пріоритети: що має значення для регіону, що відкрити першим і яку тему можна розвинути.

Що дає рішення.

Даних «до» й «після» ще недостатньо, щоб говорити про заощаджені години чи додаткові матеріали. Civic Radar залишається пілотом. Під час регулярного використання можна підрахувати відхилені пропозиції, опубліковані за ними матеріали й випадки, коли система знайшла те, що інакше пропустили б. Уже зрозуміло, що місцеву значущість слід закладати в технічне рішення від початку. Бездоганне резюме міністерського документа не допоможе, якщо система не пояснює, чому конкретний пункт важливий для конкретного району.

Досвід інших редакцій. Найближчий аналог — моніторинг публічних засідань у *San Francisco Chronicle*. Понад 200 скраперів перевіряють державні платформи дев'яти округів району затоки Сан-Франциско. Записи транскрибує локально розгорнута відкрита модель Whisper від OpenAI, а резюме готує комерційна модель. Репортери налаштовують сповіщення за ключовими словами. Редакція повідомляє про десятки тем, які без цього пропустила б. Система підказує, де послухати, а журналіст телефонує джерелам. Мала редакція може перейняти дві риси: найдешевше виконувати найчастішу дію на власному обладнанні й із першого дня дати репортерам визначати релевантність. Chalkbeat після власного пілоту перейшла на LocalLens, щоб стежити приблизно за 80 шкільними округами. Резюме там слугують зачіпками, а кожну цитату перевіряють.

Як опрацювати потік публікацій і знайти тему

Редакції стежать не лише за офіційними джерелами. Десять видань можуть повідомити про одну заяву з різними деталями. Вірменське Ampop Media, що спеціалізується на пояснювальній журналістиці й роботі з даними, розробляє SmartFlow, щоб витрачати менше часу на цей потік.

Кейс 02 · Вірменія · Ampop Media · раннє впровадження

SmartFlow в Ampop Media

Ідея.

Внутрішня система й панель SmartFlow збирають статті з вибраних вірменських медіа, об’єднують їх за темами й готують попередні резюме в нейтральному стилі Ampop. Журналіст переглядає результат, звіряється з матеріалами й вирішує, чи є тема для видання. Цінність Ampop — у поясненні, тому інструмент допомагає швидше перейти до цієї роботи, а не наповнювати сайт переписаними новинами.

Проблема.

Моніторинг кількох місцевих медіа забирає чималу частину дня. SmartFlow автоматизує збирання, групування й підготовку першої чернетки. Значення подій оцінює журналіст: система може не розрізнити дві політично різні організації зі схожими назвами або не зрозуміти, чому невелика зміна важлива через події піврічної давнини.

Як це працює.

Редакція описує скрейпери на Python, сервіси на Go для серверної логіки й операцій із даними та API OpenAI із запитами, адаптованими для вірменської мови, тональності й стислого викладу. Важливий розподіл завдань: скрейпери отримують публікації, серверні сервіси зберігають і впорядковують їх, модель обробляє відібраний текст, а журналіст перевіряє результат на панелі.

Кейс 02 Послідовність роботи

Етап | Зміст

Збирання	→	Групування	→	Резюме	→	Перевірка
Вибрані медіа		Пов’язані публікації		Стиль Ampop		Журналіст перевіряє

Останній етап — редакційна перевірка або рішення людини.

Що змінилося під час роботи.

Спочатку Ampop хотіла додати державні портали й регуляторні бази. Перші тести виявили високу вартість: офіційні сайти мають різну структуру, кожному може знадобитися окрема логіка вивантаження й постійний супровід. Команда обмежила першу придатну версію (MVP) онлайн-медіа, стабілізувала обробку й спростила панель для щоденного використання. Вужчий обсяг підвищив шанси отримати продукт, якому можна довіряти.

Що дає рішення.

Редакційне тестування SmartFlow планували на вересень 2026 року. У публічних матеріалах, доступних для цього видання, результатів поки немає. Перевірка має показати, як часто групи правильні, скільки правок потребує вірменський текст і чи стають пояснювальні матеріали кращими, чи редакція лише швидше знаходить ті самі теми. Команда вже знає, що вирішальним є місцевий контекст. Морфологія вірменської та звички місцевих медіа визначають і формулювання запитів, і правила обробки. Граматично правильне на вигляд резюме може втратити політичні нюанси чи не відповідати голосу видання. Тому людська перевірка в SmartFlow має практичне значення.

Досвід інших редакцій. Двоетапний підхід VERDAD можна перенести сюди: дешевий етап визначає, які статті пов'язані, а дорожча модель стискає відібраний матеріал. Швейцарська Tamedia показує, для чого ще придатне надійне збирання. Інструмент розсилок сканує муніципальні сайти, тегує матеріали й додає офіційні оголошення. Редактор за кілька хвилин відбирає й перевіряє випуск для громади. Компанія прагне випускати понад 100 гіперлокальних статей на тиждень, а розсилки фінансують муніципалітети. У Ampop загальнонаціональна аудиторія, тому копіювати продукт недоречно, але один шар збирання й групування може підтримувати кілька редакційних продуктів.

Інфраструктура для менш поширених мов

Ідея.

Світові сервіси ШІ часто краще підтримують поширені мови. У Вірменії VS.AM заповнює прогалину засобами розпізнавання мовлення, озвучення тексту, створення субтитрів і оптичного розпізнавання символів (OCR). Компанія повідомляє про 96–98 % точності розпізнавання якісного аудіо. Це оцінка самого розробника, тож у редакції все одно треба перевіряти транскрипти й імена. Цю мовну інфраструктуру слід відрізняти від SmartFlow редакції Ampop, що моніторить вірменські медіа й готує резюме. Джерело: VS.AM.

VS.AM намагається створити відсутню інфраструктуру на місці. Платформа розпізнає вірменське мовлення й текст зі сканів, створює субтитри, озвучує статті, клонує голос і навчає власні голосові моделі. За твердженням компанії, точність розпізнавання якісного аудіо сягає 96–98 %. Набір продуктів показує, що стає можливим, коли мова має власну технічну основу. Редакція може транскрибувати інтерв'ю, додати озвучення статті, шукати в сканованому документі чи навчити голос правильно вимовляти місцеві імена. Аудіо особливо корисне людям із порушеннями зору й аудиторії діаспори.

Досвід інших редакцій. Оптичне розпізнавання заслуговує на більше уваги. *South China Morning Post* перетворила століття мікрофільмів на структурований текст для внутрішнього пошуку, поширення через партнерів і ліцензування. Індонезійська Tempo об'єднує понад 50 років матеріалів для архівного асистента. В обох випадках почали з переведення старих матеріалів у машинозчитувану форму. Саме цей етап стороння компанія навряд чи виконає за редакцію, що працює вірменською чи білоруською.

Подібне видно в Україні. Texty.org.ua навчили власну систему виявляти маніпулятивну мову у висвітленні війни після того, як звичайний ChatGPT позначав майже будь-який опис атаки. «Цукр» створив понад десять проєктів у Claude для роботи з текстами, SEO, підводок для соцмереж і звітності перед донорами. Моделі дедалі легше замінити. Місцеву мову, редакційну пам'ять, перевірені джерела й процес, яким люди справді користуються, замінити значно важче.

2.3 Поширення як редакційна робота

Для готової статті можуть знадобитися допис у Telegram, версія для Facebook, підпис для Instagram, вступ до розсилки, сценарій відео й метадані. На кожній платформі працюють інші правила. Це часто називають просуванням або SMM, ніби воно існує окремо від журналістики. У малих редакціях цим займаються самі журналісти, і від їхніх рішень залежить, які факти дійдуть до людей. Навіть точний допис може не спрацювати, якщо з нього не зрозуміло, чому матеріал вартий уваги.

Кейс 03 · Україна · 18000 · робота в CMS

Платформа «18000» для поширення контенту

Ідея.

Черкаська інформаційна агенція «18000» інтегрувала платформу у власну систему керування контентом. Вона аналізує опубліковану статтю й пропонує кілька дописів для Telegram і Facebook. Журналіст переглядає їх, за потреби редагує і схвалює один для негайної або запланованої публікації. Без підтвердження людини платформа нічого не публікує.

Проблема.

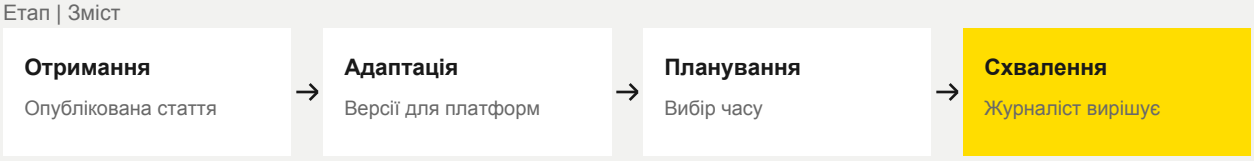
Малі місцеві редакції мають менші команди, але потреби в поширенні подібні до потреб великих медіа. Копіювати той самий заголовок і посилання швидко, проте малоефективно. Окремий допис для кожної мережі забирає час, який можна витратити на журналістику. Платформа враховує правила та приклади редакції, щоб пропозиції звучали в стилі «18000».

Як це працює.

Команда написала власний плагін WordPress на PHP. Він працює там, де журналісти й так готують матеріали. В описі названо Claude Haiku 4.5 і Sonnet 5 для аналізу статей та генерації дописів, а також інтеграції з Telegram і Facebook для планування. Версії моделей змінюватимуться, але місце інструмента в процесі зберігається. Окремий чатбот вимагав би скопіювати статтю, знайти запит, перенести результат і запланувати публікацію. Ці дрібні кроки можуть звести економію нанівець.

Кейс 03 Послідовність роботи

Етап | Зміст



Останній етап — редакційна перевірка або рішення людини.

Що змінилося під час роботи.

Перша версія лише пропонувала тексти. Під час розробки стало зрозуміло, що журналісту ще треба вирішити, коли їх публікувати. Планування перетворило генератор на платформу поширення. Видиму дію виконує модель, а значну частину цінності створює все довкола: вибір статті, відповідна інструкція, фіксація схвалення й передавання рішення наступній системі.

Що дає рішення.

Людина відповідає за точність, формулювання і сам факт публікації. Навіть точне твердження може бути слабким дописом. Потрібно через приклади й повторний зворотний зв'язок навчити систему враховувати тип матеріалу, голос видання й відмінність між Telegram та Facebook. Економія часу стає відчутною за місяць, коли щодня кілька матеріалів виходять на декількох платформах. Сталість поширення важить не менше: матеріал, у який редакція вже вклала кошти, має більше шансів дійти до своєї аудиторії.

Досвід інших редакцій. Словацька медіагрупа вбудувала подібний засіб у редактор. Він пропонує три варіанти після того, як журналіст обере довжину й мету: заохотити обговорення, читання чи поширення. Команда «18000» теж виявила, що система має знати мету допису до написання. Двоє студентів Northwestern за допомогою Claude створили для *Ocala Gazette* генератор карток для соцмереж: ШІ допоміг із макетом, але не пише контент. Це придатний початок для редакції, яка хоче поліпшити подання матеріалів, не змінюючи їхнього змісту.

Кілька форматів з одного матеріалу

Район.in.ua, українська мережа з дев'яти тематичних і 52 районних сайтів, перетворює записи зустрічей і власні відео на текст, щоб отримувати більше оригінального контенту з меншою механічною роботою. «**МикВісті**» додали до CMS кнопки для SEO-описів, коротких адрес сторінок, перекладів і варіантів заголовків. The **Philadelphia Inquirer** за допомогою ШІ запустила розсилки для чотирьох сусідніх територій, які раніше висвітлювала мало, і планувала ще вісім із двома додатковими працівниками. Програми роблять таке висвітлення посильним, а журналісти зберігають відповідальність.

The **Kyiv Independent** створює аудіоверсії статей і використовує чатбот, який допомагає оформити членство.

Все це відображає ідею, що проходить червоною ниткою через увесь цей розділ: робота над публікацією не завершується після того, як стаття написана.

Досвід інших редакцій. Розсилки Tamedia працюють за тією ж логікою: редактор перевіряє матеріали, виробництво займає лічені хвилини, а громади, для яких не вистачає окремого репортера, отримують надійний місцевий дайджест. Мережа на кшталт Район.in.ua може оцінити, які частини моделі підходять їй.

2.4 Відеовиробництво без студії

Звичний аргумент на користь синтетичного ведучого — ефективність: не потрібні студія, камера, освітлення й людина в певний час. Для BGmedia це теж важливо, але головне обмеження не фінансове. Незалежні білоруські медіа працюють у вигнанні для людей усередині країни, де за журналістику можуть переслідувати і репортера, і рідних, які залишилися. Поява в кадрі становить ризик, який не можна пояснити виробничим бюджетом.

Кейс 04 · Білоруські медіа у вигнанні · BGmedia · відео

BG Avatar у BGmedia

Ідея.

BGmedia перетворює журналістські тексти на короткі відео з цифровим ведучим, створеним за образом головного редактора Віктора Марчука, знайомого аудиторії. Згенеровані фрагменти монтують у звичайній програмі у тематичні ролики до десяти хвилин. Знайоме обличчя може полегшити впізнавання формату, хоча вплив на охоплення чи популярність не виміряно.

Проблема.

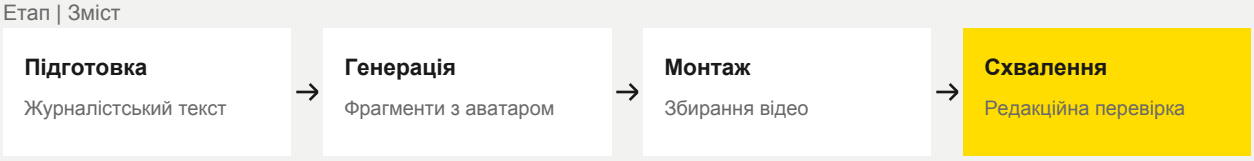
Невелика команда не має студії, спеціального обладнання й штатного оператора. Відеоплатформи залишаються важливим шляхом до білоруської аудиторії. Деяким журналістам не можна з’являтися в кадрі через безпеку родин у Білорусі. Цифровий ведучий полегшує виробництво й відокремлює публічне обличчя відео від особи журналіста, який підготував матеріал.

Як це працює.

HeyGen генерує фрагменти з аватаром, редакція монтує готові відео. Команда побудувала відтворюваний процес на базі комерційного сервісу без розробки власної моделі чи платформи. Впровадження можливе й без власного програмного забезпечення: важливо перебудувати справжній процес, визначити відповідальних і перевірки та регулярно ним користуватися.

Кейс 04 Послідовність роботи

Етап | Зміст



Останній етап — редакційна перевірка або рішення людини.

Реакція аудиторії.

За словами BGmedia, відгуки переважно позитивні. Приблизно за двадцять місяців лише в кількох коментарях зазначили, що ведучий згенерований. Це корисне спостереження, але непомічений аватар ще не означає, що глядачі його схвалюють. Публічний опис не пояснює, як аватар маркують, чию зовнішність і голос використовує система та що про це повідомили глядачам. Аудиторія по-різному реагує на матеріали, коли знає про участь ШІ. Без прозорого пояснення редакція покладається на те, що ця різниця не стане предметом перевірки.

Що дає рішення.

Редакція може випускати відео з ведучим без студії, робити більше форматів тією ж командою й не показувати журналіста, коли це небезпечно. Редакційна праця залишається: хтось збирає інформацію і пише текст, хтось перевіряє подання, монтує й затверджує результат.

Досвід інших редакцій. Синтетичним ведучим дають різні завдання. Мексиканська Grupo Fórmula запустила NAT, яка починала з добрих новин, а потім перейшла до розваг, щоб зібрати аудиторію. Згодом з'явилася SOFI для політичних новин. NAT набрала понад 13 000 підписників в Instagram; відео SOFI мають сотні тисяч переглядів, іноді понад мільйон. Sharjah Media City під наглядом людини використала ШІ-ведучого як термінову заміну, коли ведучий запізнився. Лише особиста безпека є причиною, з якої редакція не може просто поставити журналіста перед камерою. У такому випадку особливо потрібні зрозумілі правила інформування аудиторії.

Реакція на цифрового ведучого в інших умовах

У молдовської Observatorul de Nord із Сорок досвід неоднозначніший. За словами керівника відеонапряму, глядачі розпізнавали віртуального ведучого, але під час виборів інструмент допоміг швидко перетворювати пізні повідомлення на відео. В одних умовах аватар дає безпеку й базову спроможність, в інших — швидкість для окремих оновлень. Потрібно з'ясувати, чи розв'язує він проблему настільки добре, щоб виправдати відсутність людини в кадрі. Видання згодом розробило власні правила щодо ШІ.

Є й ризики. У Вірменії шахраї копіювали бренд CivilNet і вигляд новинних випусків. The Kyiv Independent розслідувала діпфейки, покликані підживлювати наративи про мобілізацію в Україні. Та сама технологія, яка захищає журналіста у вигнанні, дає нападнику змогу видавати себе за надійне

медіа. Маркування, перевірені першоджерела й стандарти підтвердження походження контенту, як-от C2PA, який запроваджує Суспільне, мають бути частиною виробництва.

2.5 Внутрішня робота редакції

Частина найціннішої роботи ШІ непомітна аудиторії: це зустрічі, архіви, аналітика, грантові звіти й модерація. **Район.in.ua** використовує Fireflies для запису зустрічей і стратегічних сесій, транскриптів і протоколів. Для мережі в десятках міст це інституційна пам'ять: рішення вже не лишаються в записнику учасника наради. **«Цукр»** використовує Claude в управлінні командою. Боти аналізують результати дописів, а внутрішня панель, створена за допомогою ШІ-програмування, показує закономірності в роботі невеликої команди.

Південноафриканська **Daily Maverick** створила ImpactEngine. Система шукає в парламентських записах випадки, коли матеріал міг вплинути на політичне обговорення. Вибрати мовну модель було легко; складніше коректно завантажити матеріали, розбити їх на частини й додати метадані для точного пошуку уривків. На демонстрації моделі вражають. Чи можна довіряти результату в звичайний робочий день, залежить від підготовки даних. Система знаходитиме й випадкові збіги, а значення зв'язку має оцінити журналіст.

Досвід інших редакцій. Архівний асистент Tempo показує, як редакційна пам'ять стає продуктом. Система керування цифровими активами зберігає 50 років фото, текстів, відео й аудіо. Чатбот шукає відповіді лише у перевіреному архіві, дає посилання на оригінали й відмовляється відповідати без джерела. Так само Civic Radar не готує чернетки на основі непрочитаних документів. Такий архів уже майже готовий до запитів з асистента читача через MCP, як показує публічний сервер архіву The Guardian. Основою є те саме очищення даних, яке описує Daily Maverick.

До внутрішніх процесів належить і модерація. Вірменський **ModerAltor** аналізує контекст і намір вірменською, російською та грузинською, а не покладається лише на списки заборонених слів. Іронія, цитата, образа й повідомлення про образу можуть містити ті самі слова. *The New York Times* оцінює токсичність коментарів за допомогою Google Perspective, щоб модератори знали, з чого почати. За словами редакції, це дало змогу втричі збільшити кількість статей із відкритими коментарями. Системи, створені для англійської, нерівномірно працюють вірменською, білоруською й румунською. Перш ніж довіряти оцінкам, їх слід перевірити на власній історії коментарів.

Такі засоби майже не генерують контенту. Вони допомагають редакції пам'ятати, порівнювати, визначати пріоритети й помічати важливе.

2.6 Витрати та джерела доходу

Економія від ШІ помітніша, ніж нові доходи. У базі, перевіреній 2 листопада 2026 року, монетизації присвячено 81 з 1 359 ініціатив (6,0 %); менше лише в поширенні — 69. Це радше обережні ставки, ніж перевірені бізнес-моделі. Найпереконливіші з них поєднують дані, журналістику чи знання аудиторії з послугою, яка дає читачеві змогу діяти.

Економія як перша бізнес-модель. У всіх чотирьох кейсах є аргумент про витрати. Проте обіцянка заощадити час мало що означає без вимірювання старого процесу, нового й роботи, яка залишилася. Невдала чернетка, яку виправляють 15 хвилин, майже нічого не заощадить. Далі потрібно вирішити, на що піде вивільнений час: більше власних матеріалів, розсилка, комерційний продукт чи просто полегшення надмірного навантаження.

Більше читачів стають учасниками спільноти. Revenue 360 у **Daily Maverick** почався з проблеми членства. Люди цікавилися, але не завершували реєстрацію; конверсія становила 3,5 % проти орієнтира 11 % для платного доступу, на який посилалася команда. Теплові карти та поведінкові дані допомогли переробити першу сторінку й підібрати повідомлення для різних груп. За повідомленням команди, у першому тесті конверсія зросла на 55 %. ШІ був одним із чинників разом із дизайном, аналітикою й тестуванням. Доходи радше зростають завдяки кращим рішенням на підставі даних про читачів, ніж від самого додавання чатбота. **Tamedia** також шукає фінансування розсилок від муніципалітетів, що підходить громадам, замалим для передплатної моделі.

Продаж корисної послуги. TX Tax техаських видань Hearst допомагає власникам знайти схожі об’єкти в офіційних даних округу, упорядкувати докази й підготувати персоналізоване резюме та аргументи для оскарження податку на нерухомість. Журналісти й розробники вивчали записи разом з органами оцінювання. Ціна до знижок — 69 доларів. Hearst називала першу версію для Г’юстона значним джерелом передплат, а згодом поширила продукт на Остін, Даллас і Сан-Антоніо. Читачі платять за можливість діяти. Цінність забезпечують місцеві записи, розуміння процедури й довіра до видання. Архіви — це ще один актив, який редакції продають рідко; і SCMP, і Tempo називають ліцензування та продаж контенту однією зі своїх цілей, хоча жодне з цих видань поки що не оприлюднило результатів у цьому напрямку.

Особиста розмова про передплату з кожним читачем. Португальський **Observador** тестує Subscription Concierge. Сервіс звертається до читача через SMS або WhatsApp, враховуючи тариф, стан оплати й звички читання. Редакція визначила приблизно 30 000 чинних передплатників, які можуть перейти на вищий тариф, і приблизно стільки ж колишніх, яких можна повернути. Команда продажів не провела б стільки розмов. Почали з контрольованого тесту на 50–200 передплатниках і порівняння з телефонними продажами. Розмова — видима частина продукту. Решта — ідентифікація, згода, платежі, захист даних, вимірювання і можливість втручання людини.

Підтвердження впливу журналістики. ImpactEngine також підтримує доходи, показуючи членам спільноти, що дають їхні внески: наприклад, розслідування обговорили в парламенті або воно стало початком іншої журналістської роботи. Журналістика може сприяти змінам без того, щоб бути єдиною причиною. Перевірені свідчення впливу допомагають у звітах перед донорами й спілкуванні з учасниками спільноти.

Дешевше виробництво більшої кількості типового контенту навряд чи дасть тривалу перевагу. Перспективніші джерела доходу — перевірені місцеві дані, допомога в складній публічній процедурі, прямі стосунки з аудиторією й унікальний доробок редакції.

2.7 Уроки від розробки власних рішень

Початковий задум змінився в усіх чотирьох кейсах. Ampop відмовилася від складних офіційних джерел, щоб стабілізувати систему. BAStv з'ясувала, що ранжування за місцевою значущістю важливіше за повноту збирання. «18000» додала планування, бо генерація текстів для соціальних медіа розв'язувала лише половину проблеми. BGmedia поєднала готовий сервіс аватарів зі звичним монтажем: власна розробка нічого б не додала. Звідси кілька спільних уроків.

Починайте з повторюваної перешкоди. Невеликі поліпшення дають ефект на завданнях, які виникають часто.

Додавайте інструмент туди, де він працюватиме. Функцією або плагіном у WordPress користуватимуться регулярніше, ніж промптом, збереженим десь серед вкладок браузера.

Закладайте місцевий контекст у вимоги. Морфологія вірменської, значущість для молдовського району, відмінність між Telegram і Facebook та безпека у вигнанні визначають, чи буде продукт корисним.

Визначайте, хто ухвалює рішення. Хтось має відкрити оригінал, перевірити переклад, затвердити допис або мати змогу зупинити відео з аватаром. За кожним рішенням має стояти відповідальна людина. Опитування України й Молдови показують, як рідко це зафіксовано письмово.

Обирайте показники до оголошення успіху. Для пошуку тем рахуйте корисні зачіпки й пропущені джерела; для поширення — час, охоплення й помилки; для передплати — конверсію, скасування й вартість операції. Без вихідних показників лишається тільки ентузіазм.

Вирішуйте, що створювати, а що купувати. Chalkbeat випробувала власний інструмент, а коли зрозуміла потребу, перейшла на готовий. Ampop і BAStv створили власні системи, бо ринок не розумів вірменських медіа й молдовських офіційних джерел. Типове завдання можна доручити готовому сервісу, але саме місцеве знання часто й становить цінність продукту.

Добирайте модель під завдання. VERDAD поєднує дешеву й потужнішу моделі, а *Chronicle* транскрибує локально. Дорожчі ресурси залишають там, де помилка коштує найбільше. Більшості редакційних завдань найновіша модель не потрібна.

Плануйте супровід. Сайти, API й моделі змінюються, люди йдуть із команди. Підтримка може коштувати більше за розробку. Відповідального потрібно визначити, поки пілот ще не став інфраструктурою.

Захищайте активи, цінність яких зростає з часом. Модель можна замінити. Перевірений архів, списки джерел, словник вимови, приклади місцевою мовою, історію виправлень і взаємин з аудиторією — значно важче. Контролюйте редакційну пам'ять, а не модель.

Ідеї для адаптації

- **Civic Radar (BAStv):** дайте репортерам налаштовувати сповіщення за ключовими словами, як у *Chronicle*, а транскрибування виконуйте на відкритій моделі під контролем редакції.
- **Вірменський портал антикорупційних даних:** додайте зіставлення різних написань імен у деклараціях, як у *Financial Times*.
- **SmartFlow (Ampop):** групуйте матеріали дешевою моделлю, стискайте потужнішою, а зібрані дані використовуйте для кількох продуктів.
- **Платформа «18000»:** запитуйте журналіста про мету допису до його створення.
- **BG Avatar (BGmedia):** опублікуйте просте пояснення, коли й навіщо використовується синтетичний ведучий.
- **Архіви в усіх чотирьох середовищах:** почніть з OCR і чистих метаданих. Далі створіть асистента, що відповідає лише з перевірених джерел, як у Tempo, і розгляньте сервер MCP.

Джерела до прикладів інших редакцій

Приклади взято з пошукової вибірки AI For Newsroom. Вона не є повним переліком впроваджень.

- San Francisco Chronicle, моніторинг публічних засідань.
- Chalkbeat, LocalLens: Nieman Lab.
- Financial Times, пошук тем: The Audiencers.
- Newtral, FactFlow AI.
- Tamedia, гіперлокальні розсилки: Innovate Local.
- Grupo Fórmula, NAT і SOFI: Reuters Institute.
- Sharjah Media City: дослідження City, University of London.
- Ocala Gazette, генератор карток: Generative AI in the Newsroom.
- Tempo, Tempo Assistant.
- South China Morning Post, архів Vintage: SCMP Inside the Wonton.
- The New York Times, модерація через Perspective: блог Google.
- Сервер MCP для The Guardian, VERDAD, редакційні інструменти у Словаччині та Civio: база ініціатив AI For Newsroom.

Післямова про редакцію в стилі панк

Панк виник не тому, що музична індустрія знайшла незайнятий ринок. У середині 1970-х гурти, дизайнери, клубні промоутери, автори самвидавних журналів і слухачі створювали сцену з того, що мали під рукою. Малкольм Макларен і Вів'єн Вествуд, які працювали в крамниці на Кінгз-роуд, 430, були частиною цієї непокірної мережі, а не її єдиними авторами. Корисний урок полягає в методі: навчитися достатньо, щоб щось зробити, показати людям, відкрито допрацювати й дорогою створити інфраструктуру, якої бракує.

ШІ дає редакціям подібну нагоду. Він не дає мети чи сміливості й не звільняє від роботи з безпекою, супроводу та редакційних рішень. Він здешевлює першу спробу. Журналіст, який не міг зробити платформу моніторингу, може створити прототип. Місцева редакція може зробити бота для транскрибування своєю мовою, додати зручний пошук до публічної бази або створити невеликий інструмент поширення під власний процес.

Не кожен куплений сервіс потрібно відтворювати. Нарахування зарплат, платежі, безпека й зрілі системи співпраці складні з вагомих причин. Проте доба програмного забезпечення як послуги привчила організації пристосовувати роботу до чужого продукту. Розробка за допомогою ШІ знову робить практичним запитання: який найпростіший інструмент пасує нашій потребі, даним, мові й редакційним правилам? У багатьох випадках відповідь — купити. Але частіше, ніж раніше, можна створити, адаптувати або поділитися витратами з трьома сусідніми редакціями.

Це також шлях до технічної незалежності й контролю над даними. Тривалі активи — очищений архів, карта джерел, словник вимови, історія виправлень, стосунки з читачами й розуміння редакційної роботи. Зберігайте їх у переносному форматі, а за потреби безпеки — локально. Залишайте можливість змінити постачальника. Модель — один із компонентів, а не пам'ять установи.

Перші записи панку звучали грубо, але важило інше: вони показали, що двері відчинені. Для редакції таким початком може стати таблиця, яку щомісяця збирають наново, архів без пошуку, аудіо, на яке немає часу, запитання про членство без швидкої відповіді або оголошення, яке всі помічають надто пізно. Знайдіть те, що гальмує роботу, вислизає з поля зору чи лишається нереалізованим. Створіть найпростіше корисне рішення, виміряйте результат і поліпшіть його. Тоді вирішіть, що ще стало можливим.



Частина

3

Рішення на майбутнє

Інфраструктура, незалежність і практичний шлях від експерименту до спроможності

Перша частина книги описувала стан справ. Тут поглянемо на рік уперед: що в журналістиці та ШІ вже усталилося, що залишається відкритим і що можуть зробити редакції Вірменії, Молдови, України та білоруські медіа.

3.1 Усталені практики та відкриті питання

Чернетки, транскрибування, переклад і добір заголовків із перевіркою перед публікацією стали звичною роботою. У *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2026* Reuters Institute розглядає це як тло, а галузеві опитування регулярно виявляють використання ШІ в більшості редакцій. База AI For Newsroom, станом на 2 листопада 2026 року, точніше описує задокументовані проєкти. З 1 359 ініціатив 538 стосуються виробництва контенту, 385 — журналістських інструментів. Прибуткові моделі менш зрілі. На монетизацію припадає 81 ініціатива (6,0 %), і чимало з них — ліцензії чи поліпшення наявної передплати, а не нові доходи від використання самого ШІ.

Майже всі подальші наслідки залишаються відкритими. Скільки видавці втратять через пошук без переходів? Чи стануть GEO й AEO постійною роботою, чи інтерес швидко мине? Чи дасть агентний ШІ — системи, які планують і виконують багатокрокові завдання, — нові можливості для журналістики, чи повториться історія інструментів, що не виправдали сподівань? В окремому матеріалі Reuters Institute наведено прогнози 17 фахівців із BBC, The Wall Street Journal, Süddeutsche Zeitung, Semafor та інших медіа. Там ранні вузькі інструменти названо «стратегічним глухим кутом» і водночас передбачено, що протягом року агенти зі здатністю міркувати почнуть виконувати реальні завдання зі збирання новин, розслідувань і фактчекінгу. Технологія вже просунулася; редакції ще з’ясовують, що робити з новими можливостями.

3.2 Шість тенденцій найближчих років

Вартість і далі падатиме завдяки відкритим моделям. Як йшлося в першій частині, результат рівня GPT-4 за три роки подешевшав приблизно в 50 разів, переважно завдяки виходу моделей із відкритими вагами. Кожне подальше здешевлення розширює можливості редакцій, особливо малих і залежних від донорів.

Поширення переходить від пошукової видачі до агентів. FT Strategies описує перехід до «контекстних систем», що забезпечують контентом власні продукти редакції та керують доступом зовнішніх агентів. До вересня 2026 року Reuters під’єднала сервер MCP до браузерного відеоредактора CuttingRoom. Ліцензоване відео можна знайти, змонтувати, доповнити субтитрами й переформатувати звичайними мовними запитами. Associated Press і Reuters також очолили розробку спільного способу передавання контексту між інструментами на різних етапах виробництва. Це робота, відмінна від звичного SEO, і жодна з редакцій, описаниих в книжці ще не має потрібної спроможності.

GEO й AEO стають окремим фахом, але нерівномірно. Механіку описано в першій частині. Першими фахівців залучають великі видавці з ресурсами. Без цілеспрямованих змін редакції менш поширеними мовами й донорські медіа ризикують відстати найбільше.

Агентний ШІ переходить у щоденну роботу. Аналітичний документ Column описує 2026 рік як перехід від простої автоматизації до автономних багатокрокових дій у редакціях. Відкриті питання стосуються управління, етики й довіри. Reuters Institute прогнозує, що редакції почнуть вкладатися в інфраструктуру та навчання, потрібні для системної роботи з такими засобами.

Регулювання розвивається швидко й не лише в Європі. У першій частині йшлося про прив'язку молдовської стратегії до майбутнього виконання Акта ЄС про ШІ. У Бразилії організація Foxglove закликала регуляторів розслідувати використання новин системами Google, а в США галузева IAB підготувала законодавчі пропозиції щодо збирання контенту для ШІ. Ці ініціативи не скоординовані, але відповідають на спільну проблему: журналістику використовують як сировину без зрозумілих і забезпечених угод про оплату чи атрибуцію.

Довіра й верифікація спираються на правила та маркування. Британський аналітичний центр запропонував позначку для згенерованих новин на зразок інформації про склад продукту. Süddeutsche Zeitung опублікувала власні правила *Designing Clarity*. Local Media Association і Trusting News опитали читачів у США та зібрали запитання в набір AI Trust Kit, який редакція може використати для своєї аудиторії. Довіра залежить від прозорості, видимої ролі журналіста й постійної розмови з читачами. У нашому регіоні конкретний приклад — Суспільне, яке запровадило C2PA. Стандарт походження контенту вбудовують у камери й програми монтажу в усьому світі. Він допомагає простежити й перевірити матеріал мовника в середовищі, де багато підробок про війну.

3.3 Відкриті моделі для редакцій з обмеженими ресурсами

Найсильніший аргумент за моделі з відкритими параметрами — контроль. Хмарний чатбот надсилає матеріал у системи постачальника за його договором і правилами зберігання. На підконтрольній редакції інфраструктурі неопубліковані розслідування, матеріали джерел і внутрішні архіви можна залишити в обраному захищеному середовищі. Це важливо для всіх і особливо для тих, хто стикається зі стеженням, правовим тиском чи атаками на інфраструктуру.

Самостійне розгортання має ціну. Навіть за відсутності ліцензійної плати потрібні обладнання, електроенергія, оновлення, контроль доступу, моніторинг і робочий час. Погано підтримувана локальна система може розкрити чутливі матеріали так само, як необережна робота в хмарі. Перевага полягає у виборі: комерційний сервіс можна використовувати для роботи з низьким ризиком, локальну модель — для чутливих або масових операцій, а компоненти міняти без перебудови архіву.

Тому не варто гнатися за найновішою моделлю. Транскрибування, переклад, тегування, класифікація документів і перші чернетки рідко потребують найдорожчого рішення. Складніша робота — організаційна: визначити, які матеріали можна передавати якому інструменту, хто перевіряє результат, що робити в разі збою і хто підтримуватиме процес через півроку після завершення гранту чи пілоту.

Для малих медіа реалістичніша спільна інфраструктура. Одна технічна команда може підтримувати захищене розгортання, модель мовлення, індекс архіву чи моніторинг для кількох редакцій. Витрати

й роботу фахівців розподіляють, а кожна редакція контролює джерела та публікації. Заміна моделі не забирає інституційної пам’яті.

Ринки менш поширених мов добре показують цю логіку. Інструменти для вірменського тексту й мовлення з’явилися, бо місцеві розробники поставилися до мови як до інфраструктури. Така нагода є і для білоруськомовних редакцій та румунськомовних медіа Молдови. Тривалий актив — перевірений архів, мовні ресурси, виправлення, джерела й зв’язок із читачами. Контроль над цією пам’яттю важливіший за володіння моделлю. Ця думка веде й до розділу про MCP.

3.4 Чотири сценарії

ШІ як звична інфраструктура. Транскрибування, теги й чернетки з перевіркою стають такою ж непомітною частиною роботи, як перевірка правопису або CMS. Закріплюються ролі на зразок штатного «редактора ШІ» у ARKA; подібні посади є від аргентинського Clarín до медіа далеко за межами регіону. Це найменш драматичний і, за зібраними даними, поки що найпоширеніший сценарій.

Залежність від платформ. Пошук без переходів та нерівний рух у GEO, AEO й ліцензуванні роблять медіа з менш поширеними мовами, донорські й редакції у вигнанні майже непомітними для систем, через які дедалі частіше знаходять новини. Перший сигнал — скорочення категорії новин у період стрімкого зростання ШІ, коли інші великі вебкатегорії зростали. Документ Center for Journalism and Liberty про приватні ринки даних пояснює глибший ризик: без власної переговорної позиції видавці працюватимуть на чужому ринку за чужими умовами. Більшість описаних редакцій найбільш вразлива саме тут.

Спільна стійкість і самостійність. Регіональні медіа й донори об’єднують ресурси: розвивають мовну інфраструктуру на прикладі Podcastle, разом підтримують професійне розгортання моделей з відкритими параметрами, спільний MCP або переговори про ліцензування. Це не прогноз, а мета, про яку говорять рекомендації книги,.

Інформаційне середовище як зброя. Обсяг дезінформації випереджає можливості перевірки, хоча інструменти фактчекінгу вдосконалюються. Для Вірменії, Молдови, України й Білорусі це означає виснажливу постійну верифікацію. C2PA у Суспільному — вже наявна відповідь на цю загрозу. Медіакритик Метт Пірс і дослідник Фелікс Сімон у різних публікаціях заперечують, що журналістика має усунути проблеми точності й довіри самих систем ШІ. Редакції можуть захищатися і зробити перевірку власних матеріалів основою роботи, не беручи на себе відповідальність за походження потоку підробок.

3.5 Прямий доступ до архівів через MCP

Оптимізація GEO й AEO допомагає змагатися за згадку в чужому продукті. MCP дає асистентові читача змогу звернутися прямо до перевіреного архіву на умовах редакції, не обмежуючись навчальними даними моделі чи загальним вебпошуком.

FT Strategies описує контекстні системи, які забезпечують матеріалами власні продукти редакції, керують зростанням запитів сторонніх агентів і дедалі частіше перевіряють, чи ті сплачують за використання. У *Newsroom Robots* це сформульовано прямо: якщо агент дає читачеві повний огляд без відвідування сайту, змагатися з ним за перехід важко. Перспективніше зробити так, щоб огляд спирався на перевірені публікації конкретної редакції. Тоді видавець може впливати і на те, як читач отримує інформацію.

Робочих прикладів ще мало, але вони є. Для донорського медіа можливі три шляхи. Технічно підготовлена редакція може самостійно випробувати сервер MCP; The Kyiv Independent, яка вже застосовує ШІ для вивчення аудиторії, є сильним кандидатом. Донор або організація із захисту свободи преси може профінансувати спільний сервіс для кількох медіа й розподілити витрати та навантаження з безпеки. Або регіон може почекати 18–24 місяці, доки глобальні видавці оберуть стандарт, і приєднатися без власної переговорної сили. У документі Center for Journalism and Liberty, замовленому Cloudflare, наголошено, що правила ринків даних формуються зараз, поки малі видавці ще можуть вплинути. Тому варто працювати над спільним регіональним рішенням.

3.6 Подальші кроки в регіоні

Вірменія

Нинішній напрям. Впровадження може поглибитися завдяки вірменськомовній інфраструктурі, але масштаб не виміряно репрезентативним опитуванням. Наявні кейси стосуються конкретних завдань: штатний «редактор ШІ» ARKA опрацьовує повідомлення агентств, Podcastle озвучує вірменський текст, а VS.AM розпізнає мовлення, створює субтитри й пропонує інші мовні засоби. Вони свідчать про формування місцевих можливостей. Правила випереджають вимірювання: кодекс CivilNet передбачає інформування про ШІ, людську перевірку, захист приватності й редакційну відповідальність. Поправки квітня 2026 року зобов’язують аудіовізуальних мовників маркувати синтетичний контент в ефірі, а не кожну онлайн-статтю. Джерела: аналіз Media.am, Podcastle, VS.AM, кодекс CivilNet, повідомлення уряду про маркування.

Що може допомогти. Найкорисніше вкладення — спільні засоби для вірменського тексту, перекладу, пошуку й транскрибування, не лише аудіо. Спільні набори даних і перевірки діалектів, імен та фактичної точності дадуть малим медіа змогу оцінити інструмент до того, як від нього залежатиме робота. Гранти мають фінансувати пілоти, навчання й супровід із вимогами прозорості та безпеки джерел. Без доступних сумісних засобів більші організації визначатимуть ринок, а малі залежатимуть від систем, які не можуть пристосувати чи перевірити.

Білоруські медіа у вигнанні

Нинішній напрям. Безперервність роботи й безпечний доступ, ймовірно, залишатимуться нагальнішими за широку автоматизацію. У 2026 році DDoS-атаки вразили щонайменше шість сайтів білоруських медіа у вигнанні та журналістську асоціацію. Редакція Zerkalo повідомила, що технічна команда мусила відкласти розробку продуктів і захищати інфраструктуру. Її ШІ-коректор показує, як вузький процес стає частиною щоденного виробництва: він працює в CMS, правки перевіряють люди, а після доопрацювань частка прийнятих пропозицій зросла приблизно з 56 % до 80 %. За словами редакції, це полегшило роботу у вихідні й змінило розподіл завдань, зберігши коректорів і відповідальність людей. Джерела: Committee to Protect Journalists про атаки, кейс ШІ-коректора Zerkalo.

Що може допомогти. Фінансування ШІ має йти разом із цифровою безпекою: моделюванням загроз, стійким хостингом, резервними копіями, реагуванням на інциденти й тестуванням без передавання чутливих або неопублікованих матеріалів непридатним сервісам. Спільні чи локально контрольовані системи також можуть зберегти доступ до перевіреної журналістики, коли платформи змінюють умови. Ці заходи підвищують стійкість, але окремий інструмент не гарантує обходу державних блокувань чи захисту від атак.

Молдова

Нинішній напрям. Поширене неформальне використання супроводжується браком правил. За оцінкою Центру незалежної журналістики за 2025 рік, 67 % опитаних медіа застосовували ШІ, але лише 12 % користувачів мали зрозумілу чинну політику, а 88 % хотіли навчання. Багатьом бракувало коштів. Урядова Біла книга 2024 року окреслює відповідальне використання ШІ й управління даними відповідно до стандартів ЄС, але не є планом для редакції. #diez повідомляє про використання в окремих процесах, NewsMaker опублікувала правила щодо згенерованих зображень і перевірки, а Observatorul de Nord розробляє асистента з Internews і NarativAI. Імітація медіа та синтетична дезінформація під час виборів посилюють потребу в підтвердженні походження й прозорості. Джерела: оцінка потреб медіа, Біла книга Молдови, проєкт Observatorul de Nord і NarativAI, Associated Press про дезінформацію на виборах.

Що може допомогти. Потрібно перетворити окремі пілоти й спрямувати державні та донорські ресурси на зростання спільної спроможності редакцій. Зразок політики Центру незалежної журналістики дає початок; цільові гранти й навчання допоможуть адаптувати його, вибрати засоби, розвинути навички й оплатити супровід. Спільні закупівлі та чіткі вимоги приватності, прозорості, верифікації й людського контролю зменшать дублювання та підтримають наближення до практик ЄС. Фінансування потрібне не лише національним медіа: малим і місцевим особливо бракує часу та технічної підтримки. Джерело: зразок редакційної політики.

Україна

Нинішній напрям. Українські медіа переходять від експериментів до регулярної роботи й можливої галузевої координації, але можливості нерівні. В опитуванні Media Development Foundation 2026 року серед 40 місцевих і нішевих медіа 85 % використовували ШІ для редагування, 47,5 % — для перекладу, приблизно половина — для зображень. Лише дві редакції звіряли власні матеріали з першоджерелами за допомогою ШІ. Письмові правила мали 27,5 %, навчання головною потребою назвали 85 %. Дворічна стратегія Суспільного, затверджена в серпні 2026 року, передбачає підрозділ інновацій і ШІ, засоби планування, верифікації, транскрибування, архівів і продуктів для аудиторії, а також оцінку редакційних, етичних, безпекових і репутаційних ризиків. Альянс ШІ може пов'язати цю роботу з іншими українськими медіа. Джерела: опитування Media Development Foundation, стратегія Суспільного.

Що може допомогти. Наступний крок — підтримувати місцеві експерименти й ділитися результатами. Регіональні медіа вже автоматизують адміністративну рутину й анонси; розслідувачі аналізують закупівлі й декларації. Опитування 40 редакцій дає зріз, а не по. Регулярне використання саме по собі не доводить надійної верифікації чи довготривалої економії. Нові пілоти мають супроводжуватися навчанням, письмовими правилами, перевіркою безпеки й фінансуванням супроводу. Досвід Суспільного створює шлях для обміну практиками, а рекомендації Комісії з журналістської етики залишають відповідальність журналістам і редакторам. Спільні інвестиції допоможуть місцевим редакціям створити інфраструктуру й реагувати на інформаційні загрози. Джерела: рекомендації КЖЕ, практики регіональних редакцій, робота Nikcenter із даними, бізнес і трафік.

3.7 Поетапний план на рік

Від експерименту до спроможності

Термін | Дія

3 місяці	6 місяців	1 рік
Зафіксувати використання, призначити відповідального, визначити вихідні показники.	Випробувати одне завдання, записати правила, перевіряти результати.	Виміряти ефект, продовжити або зупинити роботу й поділитися висновками.

Перші три місяці. Зафіксуйте, де вже використовуєте ШІ, призначте відповідальну людину й визначте вихідні показники: перевірте, чи точно системи описують видання та його роботу. Перед вибором нового засобу перегляньте наявні етичні правила й вимоги щодо прозорості.

До шести місяців. Виберіть часте завдання, наприклад транскрибування або переклад, і проведіть пілот із вимірюванням результатів. Напишіть короткі правила: публікацію затверджують редактори, факти й посилання, запропоновані ШІ, перевіряють, автоматична публікація без перегляду заборонена. Повідомляйте про істотне використання згенерованого тексту й зображень; не ілюструйте поточні новини згенерованими зображеннями. Перевіряйте результати на упередженість

і плагіат, не вводьте персональні чи чутливі дані. Рекомендації міністерства для медіа також передбачають законність, систематичну оцінку ризиків, прозорість щодо мети й характеру результатів ШІ, захист даних, людський нагляд і чітку відповідальність. Для українських редакцій відправною точкою є рекомендації КЖЕ й стратегія Суспільного. Джерела: рекомендації КЖЕ, стратегія Суспільного, рекомендації міністерства, Harvard Business Review про упередженість ШІ.

До кінця року. Порівняйте пілот з очікуваними вихідними показниками, вирішіть, чи підтримувати його, і поділіться висновками. За наявності перевіреного впорядкованого архіву й технічної підтримки випробуйте сервер MCP самостійно або в спільному регіональному сервісі. Фінансуйте супровід і навчання разом із розробкою.

На завершення

У розсилці *(Re)Structured News* поставили запитання, на яке не варто поспішати відповідати: чи процеси з ШІ просто пришвидшать теперішню роботу, чи виникне щось інше, побудоване навколо навичок, які збережуть цінність? У Єревані, Кишиневі, Києві й білоруських редакціях у вигнанні відповіді поки немає. Спільне для них те, що рушієм була не технологія сама по собі. У Вірменії тиск був комерційним, для білоруських медіа — загрозою існуванню, у Молдові — наслідком політичних змін, в Україні — війни. Якою б не стала редакція майбутнього, визначати, що важливо, продовжувати роботу під репресіями чи обстрілами й відстоювати мову та ідентичність, яких модель не навчали цінувати, залишиться людською справою.



A

Покажчик джерел

Дослідження, матеріали редакцій і практичні джерела згруповано за призначенням. Назви опублікованих матеріалів містять посилання.

ДЖЕРЕЛА / 01

1 Дослідження й загальний контекст

1.01 AI For Newsroom ·

Галузевий звіт

Огляд галузі. Зріз за липень 2026 року відрізняється від поточного підрахунку ініціатив у цьому виданні.

1.02 AI For Newsroom ·

База ініціатив

Загальна кількість ініціатив і частки категорій станом на 2 листопада 2026 року. База також допомагає знаходити кейси впровадження.

1.03 Similarweb ·

Огляд генеративного ШІ за 2026 рік

Зростання платформ, пошук без переходів, цитування, трафік і видимість у ШІ.

1.04 Reuters Institute ·

Журналістика медіа і технології Тенденції та прогнози на 2026 рік

Поширення ШІ, стратегія і перехід від експериментів до регулярної роботи.

1.05 Reuters Institute ·

Як ШІ змінить новини у 2026 році Прогнози 17 фахівців

Прогнози щодо агентів, збирання новин, інфраструктури та стратегічних інвестицій.

1.06 Reuters Institute ·

Нові способи отримувати новини через чатботи

Як аудиторія використовує чатботи для новин і що це означає для видавців.

1.07 Reuters Institute ·

Digital News Report 2026 Основні висновки

Поведінка аудиторії, довіра та зміна шляхів до новин.

1.08 **Media Development Foundation ·**

ШІ в українських локальних медіа

Опитування про впровадження, бюджети, правила, потреби в навчанні й редакційні практики.

1.09 **Центр незалежної журналістики Молдови ·**

Оцінка потреб медіаорганізацій

Опитування й інтерв'ю про ШІ, політики, навички, бюджети й тиск на медіа Молдови.

1.10 **Freedom House ·**

Використання ШІ у вірменських медіа

Аналітична записка про регіональні правила та практики.

1.11 **Media.am ·**

Вірменські медіа в добу штучного інтелекту

Приклади повсякденних і складніших застосувань у редакціях.

1.12 **Центр свободи інформації Вірменії ·**

Державна концепція та план протидії дезінформації

Контекст державної політики Вірменії щодо дезінформації, дипфейків та інституційної відповіді.

1.13 **Reuters Institute ·**

Генеративний ШІ та новини Звіт за 2026 рік

Опитування аудиторії, оприлюднене 29 жовтня 2026 року. Використання ШІ для новин і ставлення до нього в редакціях із зазначенням вибірок.

1.14 **Similarweb ·**

Чи витісняє ШІ пошук Що показують дані 2026 року

Завантаження застосунків, поширення реклами в ChatGPT на комп'ютерах у США й обмеження вимірювання.

ДЖЕРЕЛА / 02

2 Редакції та регіональні джерела

2.01 Ampop Media ·

Анкета про SmartFlow

Неопублікована відповідь редакції, надана для кейсбуку у 2026 році.

2.02 18000 ·

Анкета про платформу поширення контенту

Неопублікована відповідь редакції, надана для кейсбуку у 2026 році.

2.03 BAStv ·

Анкета про Civic Radar

Неопублікована відповідь редакції, надана для кейсбуку у 2026 році.

2.04 BGmedia ·

Анкета про BG Avatar

Неопублікована відповідь редакції, надана для кейсбуку у 2026 році.

2.05

Вірменський портал антикорупційних даних

Робочий продукт на відкритих даних як приклад місцевої редакційної інфраструктури.

2.06 VS.AM ·

Платформа ШІ для вірменської мови

Розпізнавання мовлення, озвучення тексту, OCR, субтитри, голосові інструменти та мовна інфраструктура.

2.07

MediaScoper

Моніторинг вірменськомовних і регіональних медіа, пошук за змістом та виявлення наративів.

2.08 J-Index ·

Вірменія

Довідка про журналістику й інформаційне середовище країни.

2.09

Обсерваторія медіаетики Вірменії

Саморегулювання та спільні принципи вірменських медіа.

2.10

CivilNet ·

Кодекс етики використання ШІ

Правила прозорості, відповідальності, перевірки, протидії дискримінації та захисту джерел.

2.11

Національні збори Вірменії ·

Поправки про маркування згенерованого контенту в ефірі

Правова вимога, описана в розділі про Вірменію.

2.12

CivilNet Fact Check ·

Підроблений випуск про заборону абортів під брендом CivilNet

Синтетичний матеріал, що видає себе за публікацію надійного медіа.

2.13

CivilNet Fact Check ·

Фальшива новина про ВІЛ

Вигадане повідомлення, оформлене під матеріал редакції.

2.14

CivilNet Fact Check ·

Вигадане звинувачення у крадіжці благодійних коштів

Приклад дезінформації під брендом CivilNet.

2.15

Kyiv Independent ·

Як дипфейки спотворюють розмову про мобілізацію в Україні

Докази загроз від синтетичних матеріалів в Україні.

2.16

Район.in.ua та «Рая»

Процеси гіперлокальної редакції, інституційна пам’ять і впровадження ШІ.

2.17

DW Akademie ·

Карта використання ШІ українськими медіа

Кейси «Цукру» й інших українських регіональних видань.

2.18 **NarativAI ·**

Як місцева редакція Молдови поєднує незалежність та інновації

Робота Observatorul de Nord над асистентом з Internews і NarativAI.

2.19 **Центр незалежної журналістики Молдови ·**

Зразок політики етичного й прозорого використання ШІ

Шаблон правил і навчання для редакцій Молдови.

2.20 **Рада преси Молдови ·**

Кодекс етики журналістів

Етичні засади редакційної відповідальності й суспільної довіри.

2.21 **Комісія з журналістської етики України ·**

Рекомендації щодо ШІ в журналістиці

Редакційна відповідальність і правила для публікацій, створених із допомогою ШІ.

2.22 **Міністерство цифрової трансформації України ·**

Рекомендації щодо використання ШІ в медіа

Законність, прозорість, захист даних і людський нагляд.

2.23 **Миколаївський центр журналістських розслідувань ·**

Nikcenter

Журналістські розслідування, публічні записи й регіональна робота з даними.

2.24 **Миколаївський центр журналістських розслідувань ·**

Бот Calliope для перевірки зображень

Засіб попередньої оцінки автентичності зображення в Telegram.

2.25 **Детектор медіа ·**

Як українські медіа інтегрують ШІ в роботу

Приклади місцевих і національних редакцій.

2.26 **Суспільне Мовлення ·**

Стратегія штучного інтелекту

Інституційний підхід суспільного мовника до впровадження ШІ.

ДЖЕРЕЛА / 03

3 Кейси впровадження

3.01 San Francisco Chronicle ·

Моніторинг публічних засідань

Оригінальна заявка на премію Online News Association, наведена в AI For Newsroom.

3.02 Chalkbeat ·

LocalLens

Першоджерело Nieman Lab, наведене в AI For Newsroom.

3.03 Financial Times ·

Пошук журналістських тем за допомогою ШІ

Оригінальний опис у The Audiencers, наведений в AI For Newsroom.

3.04 Newtral ·

FactFlow AI

Опис Newtral власного засобу виявлення дезінформації в Telegram, наведений в AI For Newsroom.

3.05 Tamedia ·

Гіперлокальні розсилки

Оригінальний кейс Innovate Local, наведений в AI For Newsroom.

3.06 Grupo Fórmula ·

NAT і SOFI

Оригінальний матеріал Reuters Institute про синтетичних ведучих, наведений в AI For Newsroom.

3.07 Sharjah Media City ·

Віртуальний ведучий на базі ШІ

Дослідження City, University of London, наведене в AI For Newsroom.

3.08 Ocala Gazette ·

Генератор карток для соцмереж

Опис авторів інструмента, наведений в AI For Newsroom.

3.09 Tempo ·

Асистент для пошуку знань в архіві

Докладний опис JournalismAI, наведений в AI For Newsroom.

3.10 Tempo ·

Грант JournalismAI Innovation Challenge

Оголошення Tempo та контекст проєкту.

3.11 South China Morning Post ·

Архів Vintage

Опис оцифрування та повторного використання архіву від SCMP, наведений в AI For Newsroom.

3.12 The New York Times ·

Модерація коментарів через Perspective

Оригінальний опис Google, наведений в AI For Newsroom.

3.13 Daily Maverick ·

Revenue 360

Оригінальна сторінка проєкту JournalismAI, наведена в AI For Newsroom.

3.14 Daily Maverick ·

Членство й ImpactEngine

Матеріал WAN-IFRA про подальші експерименти з членством і вимірювання впливу.

3.15 Observador ·

Асистент із передплати

Оригінальний опис JournalismAI, наведений в AI For Newsroom.

3.16 Hearst Newspapers ·

TX Tax

Оголошення Hearst про розширення продукту, наведене в AI For Newsroom.

3.17 Houston Chronicle ·

Інструмент TX Tax

Загальнодоступний продукт, на який посилається кейс AI For Newsroom.

3.18 Philadelphia Inquirer ·

Розсилки за допомогою ШІ

Сторонній матеріал, наведений у записі кейсу AI For Newsroom.

3.19 The Guardian ·

Сервер MCP для архіву The Guardian

Оригінальний матеріал Nieman Lab, наведений в AI For Newsroom.

3.20 Project VERDAD ·

Політична дезінформація в іспаномовному радіоефірі

Першоджерело, наведене в записі ініціативи AI For Newsroom.

3.21 Public Data Works ·

Організація проєкту VERDAD

Сторінка організації, наведена в записі AI For Newsroom.

3.22 News and Media Holding, Словаччина ·

Генератор дописів для соцмереж

У базі є сайт видавця, окремого публічного опису кейсу немає.

3.23 Civio ·

Інноваційні гранти JournalismAI

Матеріал про грантову програму, наведений в AI For Newsroom.

3.24 Future plc ·

Future Optic та GEO як послуга

Матеріал Press Gazette про послуги видавця з підвищення видимості у ШІ, наведений в AI For Newsroom.

3.25 The Economist ·

Застосунок із графіками для ChatGPT

Сторонній матеріал Nieman Lab, наведений в AI For Newsroom.

ДЖЕРЕЛА / 04

4 Стратегія поширення й довіра

4.01 FT Strategies ·

Гнучкий контент

Як структурувати журналістські матеріали для читачів і пошуку через ШІ.

4.02 FT Strategies ·

Системи ШІ та контекстні системи

Поширення через агентів, контекстні системи, ліцензування і контроль доступу видавцем.

4.03 Reuters ·

Reuters MCP

Опис продукту для доступу до ліцензованого контенту Reuters через MCP.

4.04 Center for Journalism and Liberty ·

Спільний аналітичний документ про незалежну журналістику

Переговорна спроможність видавців і приватні ринки даних для ШІ.

4.05 Center for Journalism and Liberty / Cloudflare ·

Повний аналітичний документ

Першоджерело про залежність від платформ і спільну інфраструктуру.

4.06 Column ·

Дослідження агентного ШІ в журналістиці

Сторінка аналітичного документа, наведеного в третій частині.

4.07 Newsroom Robots ·

Архів

Галузеві розмови про агентів, редакційні продукти й поширення без переходів.

4.08 Local Media Association and Trusting News ·

Опитування аудиторії щодо ШІ в редакціях

Ставлення читачів до прозорості, редакційних рішень і довіри.

4.09 Trusting News ·

Набір AI Trust Kit

Матеріали для дослідження аудиторії та прозорого пояснення використання ШІ.

4.10 Süddeutsche Zeitung ·

Designing Clarity Маркування ШІ в новинах

Практичні правила пояснення ролі ШІ читачам.

4.11 Суспільне ·

Пілот перевірки автентичності C2PA

Першоджерело про впровадження стандарту походження контенту в Україні.

4.12 C2PA ·

Технічні специфікації

Стандарт походження й автентичності контенту.

4.13 ReStructured News ·

Усе впирається в економіку

Аналіз поширення матеріалів через ШІ та економіки видавничої справи.

4.14 ReStructured News ·

Ми зустріли ворога і це ми

Галузевий коментар про стратегічні рішення щодо ШІ й журналістики.

4.15 Метт Пірс ·

Забезпечувати довіру до ШІ не завдання журналістики

Критичний погляд на відповідальність журналістики за точність і надійність ШІ.

4.16 Фелікс Сімон ·

Шість провокативних тез про ШІ в новинах

Критичний погляд на впровадження ШІ та редакційну стратегію.

4.17 Фелікс Сімон ·

Чи варто журналістам писати за допомогою ШІ

Дані й аргументи про ставлення аудиторії та редакційне використання.

4.18 Axios ·

Anthropic відкриті ваги й ризики для національної безпеки

Публічна позиція Даріо Амодея щодо ризиків відкритих ваг.

4.19 Microsoft ·

Моделі з відкритими вагами й відповідальний доступ

Галузева позиція щодо безпеки, інновацій і доступу до відкритих моделей.

4.20 R Street Institute ·

Відкритий ШІ та кібербезпека

Аналіз політики щодо безпеки відкритих моделей.

4.21

Jor-MCP

Приклад інфраструктури MCP для журналістики.

4.22

Gazzetta

Сайт редакційного експерименту з MCP і поширенням через ШІ.