

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра міжнародної журналістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему:

Світові практики застосування штучного інтелекту в медіа: розроблення та просування інстаграм-сторінки

Здобувачки (-а) IV курсу
групи МЖб-1-22-4.0д
ступеня вищої освіти «бакалавр»
галузі знань 06 Журналістика
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми 061.00.05 Міжнародна
журналістика
Остапець Каріни Михайлівни

Використання чужих ідей, результатів і
текстів мають посилання на відповідне
джерело

Науковий керівник: Гончарук І.С.,
викладач кафедри міжнародної журналістики

(підпис студента)

(ініціали, прізвище)

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Допускаю до захисту перед ЕК

Голова комісії

_____ В.І. Терещук
завідувач кафедри
міжнародної журналістики

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Члени комісії

(підпис)

(ініціали, прізвище)

(підпис)

(ініціали, прізвище)

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Зміст

ВСТУП	4
РОЗДІЛ I ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ	12
РОЗДІЛ II СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ	14
2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту	14
2.2. Структура проєкту	16
2.3. Жанрова палітра	18
2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення	19
2.5. Авторська ідея	20
2.6. Особливості аудиторії	22
РОЗДІЛ III ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ	24
ВИСНОВКИ	26
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	29
ДОКУМЕНТАЦІЯ	30
ДОДАТКИ	33
АНОТАЦІЯ	34
ANNOTATION	36

ВСТУП

Актуальність вибору теми.

Актуальність теми дипломної роботи зумовлена стрімким розвитком світового медіасередовища під впливом технологій штучного інтелекту. Упродовж останніх кількох років ШІ став не лише допоміжним інструментом для автоматизації окремих процесів, а й одним із ключових факторів зміни редакційних моделей роботи. Провідні міжнародні медіа активно інтегрують технології штучного інтелекту у створення, аналіз і поширення контенту. Зокрема, генеративні моделі використовують для транскрибування інтерв'ю, підготовки коротких новинних повідомлень, створення заголовків, персоналізації контенту та аналізу аудиторії. Reuters Institute у щорічних дослідженнях медіатрендів зазначає, що більшість медіаменеджерів розглядають генеративний ШІ як один із головних чинників, що визначатиме майбутнє редакційної діяльності.

Особливої актуальності ця тема набуває в українському контексті, оскільки наші редакції лише починають системно інтегрувати інструменти штучного інтелекту у власну роботу. В умовах війни, високої конкуренції за увагу аудиторії, фінансових труднощів і кадрового навантаження медіа потребують нових рішень для оптимізації редакційних процесів. Саме тому дослідження світових практик застосування ШІ та аналіз можливостей їх адаптації до українського редакційного середовища мають не лише теоретичне, а й практичне значення.

Водночас розвиток генеративного штучного інтелекту створює низку нових викликів для журналістики. Йдеться передусім про поширення дезінформації, створення дипфейків та ризику втрати довіри до медіа. Для України, яка перебуває в умовах постійного інформаційного протистояння, проблема достовірності контенту є особливо важливою. У міжнародних дослідженнях UNESCO наголошується, що сучасні медіа мають адаптуватися

до нових технологічних реалій та водночас формувати механізми відповідального використання ШІ у редакційній діяльності.

Крім того, впровадження штучного інтелекту змінює саму професію журналіста. Автоматизація рутинних процесів дозволяє редакціям швидше працювати з великими масивами інформації, однак одночасно актуалізує питання професійних стандартів, етики та ролі людини у створенні контенту. У зв'язку з цим світові медіа вже почали формувати власні принципи використання генеративного ШІ. Такі редакції, як The Guardian, Reuters чи Associated Press, розробляють внутрішні рекомендації щодо прозорості використання штучного інтелекту та контролю якості створених матеріалів. Для українських медіа цей досвід є особливо цінним, адже на національному рівні подібні стандарти лише починають формуватися.

Актуальність теми також пов'язана з недостатнім рівнем наукового дослідження цього питання в українському академічному середовищі. Попри активне поширення технологій штучного інтелекту, комплексних досліджень, присвячених інтеграції ШІ у редакційні процеси українських медіа, наразі небагато. Це створює потребу у систематизації міжнародного досвіду, аналізі сучасних тенденцій та формуванні практичних рекомендацій для українських редакцій.

Таким чином, дослідження світових практик застосування штучного інтелекту в медіа та перспектив їх інтеграції в українському редакційному середовищі є актуальним через глобальні зміни у сфері журналістики, потребу адаптації українських медіа до нових технологічних умов, необхідність формування етичних підходів до використання ШІ та зростання ролі цифрових інструментів у сучасному інформаційному просторі.

Мета та завдання кваліфікаційної бакалаврської роботи.

Метою проєкту є комплексне, системне та всебічне дослідження світових практик застосування штучного інтелекту в медіагалузі, детальний аналіз особливостей його впровадження у сучасні редакційні процеси, а також стратегічне визначення перспектив інтеграції технологій штучного інтелекту в українському редакційному середовищі. Особлива увага в роботі приділяється вивченню глибинного впливу ШІ на трансформацію класичної журналістської діяльності, еволюцію традиційних редакційних моделей роботи, кардинальну зміну процесів створення, верифікації та поширення інформаційного контенту, а також прикладній оцінці етичних викликів, правових аспектів і професійних стандартів, пов'язаних із масштабуванням генеративного штучного інтелекту в медіа. Крім того, мета роботи полягає у виявленні алгоритмів та можливостей адаптації передового міжнародного досвіду до специфічних потреб і ресурсів українських редакцій в умовах кризового медіаринку, а також у розробці чітких практичних рекомендацій щодо ефективного, безпечного та відповідального використання інструментів штучного інтелекту в щоденній журналістській рутині.

Для досягнення цієї глобальної мети необхідно послідовно вирішити такі конкретні кроки та завдання роботи:

— Глибоке теоретичне дослідження та систематизація наукових підходів до визначення поняття штучного інтелекту, класифікація його ключових видів та виявлення базових особливостей його функціонування безпосередньо у сфері медіа та масових комунікацій.

— Проведення детального емпіричного аналізу сучасних світових практик та успішних кейсів застосування штучного інтелекту у діяльності провідних міжнародних медіахолдингів, що дозволить виявити глобальні тренди автоматизації збору новин та оптимізації дистрибуції контенту.

— Критичне вивчення, структурування та збалансоване оцінювання основних переваг, технологічних ризиків, інституційних загроз та складних етичних викликів, які виникають під час використання штучного інтелекту в журналістиці, зокрема в контексті алгоритмічної дезінформації, генерації маніпулятивних дипфейків та загрози зниження професійних стандартів.

— Комплексний порівняльний аналіз з метою детально порівняти міжнародний і український досвід використання штучного інтелекту у редакційній роботі, виокремивши спільні тенденції, а також унікальні відмінності й бар'єри, зумовлені специфікою розвитку вітчизняного медіапростору.

— Акумуляція отриманих аналітичних даних для того, щоб розробити покрокові практичні рекомендації та редакційні інструкції щодо ефективного, раціонального та суворо етичного використання інструментів штучного інтелекту в роботі українських редакцій різного масштабу, забезпечуючи збереження унікальної людської складової журналістики.

— Комплексна апробація отриманих теоретичних висновків та аналітичних даних шляхом візуального оформлення та практичного наповнення авторського медіапроєкту на платформі Instagram, який слугує прикладним інструментом для розвіювання міфів навколо технологій штучного інтелекту та перевірки ефективності роботи смарт-редакції в сучасних умовах.

Успішне виконання зазначених завдань дозволить не лише сформулювати цілісне уявлення про поточний стан автоматизації медіасфери, а й виявити реальний баланс між технологічним прогресом і збереженням базових стандартів журналістської професії. Логічна послідовність цих кроків забезпечує перехід від загального теоретичного осмислення штучного інтелекту до виявлення його специфіки в міжнародних та українських медіареаліях, що, зрештою, уможливорює створення якісного прикладного медіапродукту. У такий спосіб кожне окреме завдання виступає необхідним структурним етапом для

обґрунтування фінальних рекомендацій, спрямованих на раціональну, безпечну та етичну модернізацію сучасних редакційних моделей.

Об'єкт та предмет дослідження.

Об'єктом вивчення є процеси цифрової трансформації сучасних медіа під впливом технологій штучного інтелекту, які змінюють підходи до створення, обробки та поширення інформаційного контенту. Особливу увагу приділено змінам у редакційних моделях роботи, автоматизації журналістських рутин та інтеграції генеративних інструментів у повсякденну практику медіавиробництва. Предметом дослідження виступає сукупність журналістських методів, прийомів та ШІ-інструментів, що застосовуються для створення, оптимізації та адаптації візуально-текстового контенту в межах медіапроєкту, орієнтованого на молодіжну digital-аудиторію. Метою цієї кваліфікаційної бакалаврської роботи є теоретичне обґрунтування та практичне проектування журналістського медіапродукту в соціальних мережах, який за допомогою генеративного штучного інтелекту забезпечує ефективну демістифікацію новітніх технологій, адаптує складні науково-технічні концепції для масового читача та демонструє життєздатність концепції автоматизованої смарт-редакції.

Для реалізації визначеної мети було поставлено та послідовно вирішено комплекс взаємопов'язаних завдань. Першим з яких стало критичне осмислення та оцінка масштабів проникнення штучного інтелекту в глобальний медіапростір на основі актуальних моніторингових досліджень провідних інституцій. Наступне завдання передбачало детальний аналіз трансформації сучасних редакційних моделей з метою виявлення ключових переваг, викликів та етичних ризиків, що виникають під час делегування творчих чи технічних функцій нейромережам. Також у межах дослідження було детально сегментовано цільову аудиторію проєкту, досліджено її унікальні психографічні

характеристики, патерни споживання інформації в умовах кліпового мислення та специфічні запити на мікронавчання. Важливим практичним завданням стало безпосереднє розроблення контент-стратегії, архітектури та візуального коду медіапроєкту, де лаконічні текстові експлікації гармонійно поєднуються з динамічними інтерактивними форматами.

Методологічну основу роботи склав комплекс загальнонаукових та спеціальних методів, що дозволили забезпечити всебічний аналіз обраної проблематики. Ключовим на теоретичному етапі став метод компаративного аналізу, за допомогою якого було досліджено український та світовий досвід функціонування медіаплатформ, що використовують штучний інтелект, та проведено моніторинг успішних практик. Метод кабінетного дослідження та контент-аналізу наукової літератури дозволив систематизувати теоретичне підґрунтя щодо цифрової трансформації медіа. У практичній площині застосовано метод моделювання та проєктування для розробки візуальної сітки аккаунта та логічної структури публікацій. Основним практичним інструментом виступив експериментальний метод, який полягав у безпосередньому тестуванні алгоритмів штучного інтелекту під час створення контенту, що дозволило оптимізувати часові та людські ресурси редакції. Для оцінки результатів функціонування медіапроєкту було залучено статистичний метод, спрямований на фіксацію та аналіз кількісних показників охоплення, збережень та взаємодій з аудиторією через кабінети аналітики соціальних платформ, що підтвердило прикладну цінність та актуальність розробки.

Структура проєкту.

Структура кваліфікаційного проєкту побудована за логікою «від теорії до практики» і складається з двох основних частин — теоретико-аналітичної та практично-творчої, які тісно пов'язані між собою та демонструють, як наукові висновки втілюються в реальний медіапродукт.

Теоретична частина присвячена дослідженню того, як саме штучний інтелект змінює сучасне медіасередовище. У цьому блоці розглядаються ключові поняття та види AI-технологій, які сьогодні мають найбільший вплив на індустрію. Значна увага приділяється аналізу світового досвіду: у роботі досліджено, як провідні міжнародні редакції інтегрують нейромережі у свої робочі процеси та як під впливом цих технологій змінюються професійні обов'язки журналістів. Окремим важливим вектором аналізу стали етичні та правові аспекти використання ШІ. Зокрема, у розділі розглядаються проблеми алгоритмічної дезінформації, загрози генерації діпфейків та питання захисту авторського права. Теоретична частина завершується оцінкою реальних перспектив, викликів та бар'єрів для інтеграції AI-інструментів в українські редакції з урахуванням специфіки нашого медіаринку.

Практична частина полягає у створенні авторського медіапроєкту у форматі Instagram-сторінки, яка стає майданчиком для перевірки теоретичних висновків та роботи у форматі «розумної редакції». Головне завдання цього прикладного складника — адаптувати складну технічну інформацію та перекласти її на зрозумілу, живу мову, цікаву для молодшої аудиторії. У межах практичної роботи детально розроблено концепцію сторінки, її архітектуру, унікальний візуальний стиль та сітку публікацій із використанням сучасних графічних редакторів та інструментів генеративного дизайну. Контент проєкту послідовно пояснює принципи роботи AI-технологій, ілюструє успішні світові кейси використання нейромереж у журналістиці, а також пропонує збалансований аналіз переваг і ризиків штучного інтелекту для українських медіа, що перетворює сторінку на корисний просвітницький ресурс.

Взаємозв'язок між двома частинами роботи забезпечує цілісність дослідження, оскільки теоретичні висновки про тренди автоматизації та специфіку сприйняття контенту безпосередньо вплинули на вибір форматів для практичного продукту. Аналіз міжнародного досвіду дозволив виявити найбільш ефективні підходи до пакування складних тем, які згодом були

протестовані під час створення публікацій для Instagram-сторінки. Такий підхід продемонстрував, що штучний інтелект у межах цього проєкту виступає не лише об'єктом дослідження, але й практичним інструментом оптимізації журналістської роботи, оскільки генеративні технології безпосередньо залучалися до написання текстів та створення візуального оформлення. Таким чином, поєднання аналітичного підґрунтя та прикладного медіапродукту дозволило не просто описати теоретичні зміни в індустрії, а й перевірити їхню життєздатність на практиці.

РОЗДІЛ І

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ

У сучасному медіапросторі технології штучного інтелекту стали одним із ключових чинників трансформації журналістики та редакційних процесів. ШІ-технології активно використовуються у створенні, аналізі та поширенні контенту, автоматизації рутинних процесів, роботі з великими масивами даних та персоналізації інформації для аудиторії. Особливо стрімко розвиток штучного інтелекту відбувся після появи генеративних моделей, здатних створювати тексти, зображення, аудіо та відео.

Сучасні міжнародні медіа активно інтегрують ШІ-інструменти у власну діяльність. The New York Times, Reuters, BBC, The Washington Post та інші редакції використовують штучний інтелект для автоматичного створення коротких новин, транскрибування інтерв'ю, аналізу даних, генерації заголовків та персоналізації контенту. Використання ШІ дозволяє редакціям оптимізувати робочі процеси, швидше працювати з інформацією та адаптувати контент до потреб аудиторії.

Водночас інтеграція штучного інтелекту у журналістику створює нові етичні та професійні виклики. Поширення генеративного контенту, діпфейків та автоматично створених матеріалів актуалізує питання достовірності інформації, відповідальності редакцій та дотримання журналістських стандартів. Саме тому світові медіа почали розробляти власні правила та рекомендації щодо використання штучного інтелекту у редакційній роботі.

Особливої актуальності тема штучного інтелекту набуває в українському медіасередовищі. Українські редакції поступово інтегрують ШІ-інструменти у власну діяльність, використовуючи їх для генерації контенту, перекладу, створення візуальних матеріалів (ілюстрацій), аналізу інформації та роботи із соціальними мережами. Водночас в українському інформаційному просторі все ще бракує доступного та систематизованого контенту, який би пояснював

принципи роботи штучного інтелекту, його можливості, ризики та вплив на сучасну журналістику.

Соціальні мережі стали одним із головних джерел отримання інформації для молоді. Instagram поєднує візуалізацію, швидкість поширення контенту та можливість адаптувати складну інформацію до простого й доступного формату. Саме тому платформа є ефективним інструментом для популяризації теми штучного інтелекту та пояснення його ролі у сучасних медіа.

Одним із прикладів успішної адаптації складних digital-тем до формату соціальних мереж є освітні медіапроекти, присвячені цифровій грамотності, медіаграмотності та сучасним технологіям. Вони демонструють, що короткий візуальний контент, інфографіка, reels та каруселі дозволяють ефективно доносити складну інформацію до широкої аудиторії.

Технології штучного інтелекту сьогодні змінюють не лише редакційні процеси, а й сам підхід до споживання інформації. Саме тому дослідження світових практик застосування ШІ в медіа та створення власного медіапроєкту, який пояснює цю тему доступною мовою, є актуальним і важливим для сучасного інформаційного середовища.

РОЗДІЛ II

СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ

2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту

У сучасному цифровому середовищі тема штучного інтелекту перетворилася на один із ключових та найбільш обговорюваних наративів у сфері медіа, комунікацій і технологій. Стрімка експансія та впровадження інструментів генеративного ШІ докорінно змінюють середовище класичної журналістики, маркетингу, контент-мейкінгу та digital-комунікацій, створюючи нові правила гри на ринку праці. Попри те, що технології розвиваються експоненціально, у суспільстві спостерігається значний когнітивний розрив. Переважна частина аудиторії, зокрема молоді фахівці та студенти гуманітарних напрямків, стикається з гострою дефіцитом якісної, системної та, головне, зрозумілої інформації про реальні принципи роботи нейромереж, їхні прикладні можливості та приховані ризики. На тлі цього виникає виражений ефект інформаційного шуму, де професійна аналітика залишається занадто складною для сприйняття, а масовий контент часто грішить поверхневістю або надмірним сенсаціоналізмом. Саме тому з'явилася об'єктивна потреба у створенні спеціалізованого освітньо-просвітницького медіапроєкту, який здатен виступати інтелектуальним фільтром, адаптувати складні технологічні та інженерні процеси і перекладати їх на зрозумілу, доступну для широкого загалу мову.

Вибір платформи Instagram як базового майданчика для реалізації проєкту зумовлений чітким аналізом поведінкових патернів та медіаспоживання цільової аудиторії. Оскільки сучасна молодь та digital-фахівці практично повністю відмовилися від традиційних медіа на користь соціальних мереж, створення класичного сайту чи лонгрід-ресурсу не принесло б бажаного комунікаційного ефекту. Архітектура Instagram дозволяє органічно поєднувати лаконічні текстові та експлейнери, динамічні візуальні картки-каруселі, інфографіку та короткі відеоформати. Це відповідає специфіці кліпового

мислення молодих користувачів, допомагає утримувати їхню увагу та стимулює високий рівень інтерактивності. Можливість миттєвого збереження публікацій, репостів у сториз та обговорення в коментарях, яке запускає механізми розповсюдження контенту, що значно підвищує охоплення проєкту без залучення додаткових бюджетів і виводить комунікацію на рівень живої горизонтальної взаємодії.

Концептуальне ядро та головна авторська ідея проєкту полягають у глобальній популяризації III-грамотності серед представників креативних індустрій та медіаспільноти. Проєкт не просто фіксує появу нових технологій, а наочно демонструє, як штучний інтелект інтегрується в сучасну журналістику, трансформує роботу редакцій, автоматизує рутинний збір даних та допомагає оптимізувати створення контенту. Важливим соціально-психологічним аспектом ініціативи є демістифікація III та системна боротьба з технофобією — страхами й стереотипами про те, що нейромережі повністю замінять людину та знищать професію журналіста. Через чітку, структуровану та раціональну подачу інформації проєкт доводить, що штучний інтелект є потужним асистентом, а не конкурентом. У такий спосіб обґрунтування медіапроєкту базується на перетині двох трендів: високого суспільного запиту на технологічну освіту та необхідності пошуку нових, візуально привабливих форматів для якісного журналістського сторітелінгу в соціальних мережах.

2.2. Структура проєкту

Структурна організація та архітектура медіапроєкту підпорядковані логіці побудови сучасного тематичного блогу і функціонують як цілісна інформаційно-освітня екосистема на базі соціальної мережі Instagram. Системний підхід до структурування контенту дозволив відійти від хаотичного висвітлення технологічних новин і перейти до моделі чіткого рубрикування, що є критично важливим для якісного сприйняття складних технічних тем. Кожен тематичний блок розроблений з урахуванням патернів поведінки цифрової аудиторії, яка потребує швидкої навігації, візуальної чіткості та можливості порційного засвоєння інформації. Завдяки продуманій архітектурі профілю, сторінка пропонує користувачеві інтуїтивно зрозумілий шлях від ознайомлення з базовими поняттями штучного інтелекту до глибокого розуміння прикладних ШІ-воркфлоу в медіаіндустрії, перетворюючи акаунт на структуровану базу знань.

Фундаментом контент-стратегії та основним інструментом взаємодії з підписниками виступають інформаційні картки-каруселі, які дозволяють розбити місткі аналітичні матеріали на лаконічні, логічно пов'язані слайди. Публікації послідовно охоплюють широкий спектр актуальних тем, починаючи від класифікації генеративного штучного інтелекту та огляду новітніх ШІ-інструментів для текстової чи візуальної аналітики, і закінчуючи масштабними дослідженнями світових кейсів інтеграції нейромереж у провідні медіахолдинги. Важливе структурне місце посідає критичний контент, спрямований на деконструкцію загроз алгоритмічної дезінформації, розпізнавання маніпулятивних дівфейків та аналіз гострих етичних викликів, пов'язаних із авторським правом і збереженням журналістських стандартів в епоху автоматизації. Для тривалого зберігання та систематизації контенту використовуються закріплені альбоми історій (Highlights), які виконують роль тематичних каталогів та архівосховищ, де користувачі можуть у будь-який момент знайти необхідні інструкції чи інструменти для роботи.

Тематична палітра проєкту деталізована через систему постійних рубрик, кожна з яких відповідає за задоволення конкретного інформаційного запиту аудиторії. Окремий структурний вектор виділено під детальні огляди та порівняльні тести профільних ШІ-сервісів, де аналізуються їхні функціональні можливості, інтерфейс, переваги та обмеження для щоденної роботи контент-мейкера. Рубрика практичних порад та промпт-інжинірингу пропонує аудиторії готові алгоритми, шаблони запитів та інструкції, які можна негайно протестувати для оптимізації журналістських рутин, наприклад, для створення ідей заголовку, скорочення матеріалу чи підготовки до зйомки. Крім того, аналітична рубрика фокусується на глобальних трендах, детально розбираючи, як саме цифрові технології трансформують структуру сучасних редакцій, змінюють професійні ролі й диктують нові вимоги до кваліфікації сучасного комунікаційника.

2.3. Жанрова палітра

Жанрова структура медіапроєкту побудована на перетині класичної журналістики та новітніх форматів соціальних мереж. Специфіка теми штучного інтелекту та особливості платформи Instagram вимагали відмови від довгих монотонних текстів. Замість них було створено гнучку систему подачі контенту, здатну швидко зацікавити користувача. Основу проєкту становить поєднання інформаційних та пояснювальних дописів, короткої аналітики, візуального сторітелінгу, прикладних розборів світових кейсів, а також зрозумілої інфографіки. Таке різноманіття дозволяє не просто переповідати технологічні новини, а створювати корисний контент, де кожна публікація є зрозумілою та логічно завершеною історією.

Ключовим інструментом проєкту стала пояснювальна журналістика, завдання якої — простими словами розібрати складні технологічні теми. Використання інформаційних карток-каруселей дозволяє розділити заплутані алгоритми нейромереж на короткі, логічні тези, зрозумілі людям без технічної освіти. Водночас для швидкого та емоційного сприйняття інформації активно залучається формат коротких відео (Reels). Цей інструмент чудово підходить для експрес-оглядів нових ШІ-сервісів, показу роботи програм у режимі реального часу чи демонстрації швидких лайфхаків із написання промптів. Чергування інформаційних карток із динамічними відеороликами допомагає утримувати увагу аудиторії та задовольняє різні патерни споживання контенту.

Поєднання різних жанрів та форматів повністю вирішує проблему одноманітності сторінки, роблячи її візуально привабливою, живою та адаптованою до реалій соціальних мереж. Аналіз реальних прикладів використання штучного інтелекту у відомих редакціях наближає теорію до практики, показуючи реальну цінність інструментів. Інфографіка та продуманий

дизайн тут виступають не просто прикрасою, а допомагають краще засвоїти інформацію, візуалізуючи зв'язки між даними.

2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення

Візуальний стиль медіапроєкту відіграє головну роль, адже в Instagram саме картинка є першою точкою контакту з користувачем і визначає, чи захоче він читати допис далі. Естетика сторінки побудована на принципах логічної навігації, сучасної типографіки та цифрової естетики. Для виділення головних думок, заголовків та важливих термінів використовуються чіткі контрастні акценти. Такий підхід допомагає створити зрозумілу візуальну ієрархію, завдяки якій стрічка профілю виглядає як єдиний, акуратний та впізнаваний бренд, що викликає довіру у підписників.

Візуалізація даних допомагає перетворити складні текстові визначення на прості схеми. Головна мета дизайну — зробити контент сучасним і легким для сприйняття, де кожна деталь допомагає навчанню, а не просто прикрашає сторінку.

Окрему увагу було приділено вибору шрифтів, оскільки читабельність тексту в соцмережах є важливою для освітніх проєктів. Для оформлення карток використовуються сучасні безсерифні шрифти (без засічок), які є стандартом для digital-медіа. Вони забезпечують чіткість літер на будь-яких екранах, дозволяючи легко читати текст навіть при швидкому скролі стрічки. Відсутність візуального шуму, збалансоване використання вільного простору та правильний підбір шрифтів підкреслюють сучасний, технологічний, але водночас простий і живий характер медіапроєкту.

2.5. Авторська ідея

Авторська ідея проєкту полягає у створенні не просто статичного інформаційного ресурсу, а динамічного, інтерактивного цифрового простору, який виступає водночас провідником у світ новітніх технологій та прикладною лабораторією для дослідження можливостей штучного інтелекту в медіасфері. Творчий задум ініціативи виник як раціональна відповідь на виклики сучасної інформаційної епохи, де стрімкий розвиток нейромереж породжує або безпідставну ейфорію, або деструктивну технофобію серед творчих фахівців. Інноваційність задуму полягає в реалізації концепції «дослідження через дію», де штучний інтелект є не лише пасивним об'єктом аналізу, а й активним інструментом виробництва контенту. Це дозволяє наочно продемонструвати аудиторії життєздатність моделі смарт-редакції в мініатюрі, де журналіст перебирає на себе роль високотехнологічного редактора, куратора та промпт-інженера, делегуючи нейромережам технічні завдання з обробки даних та оптимізації візуальних форм. Таким чином, авторська ідея базується на розвіюванні міфів про технології, руйнуванні стереотипів про складність ШІ та перетворенні абстрактних алгоритмів на зрозумілі прикладні кейси для щоденної роботи журналіста.

Творче оформлення контенту підпорядковане чіткій структурній та візуальній логіці, яка дозволяє розгорнути кожен тему комплексно, не перевантажуючи водночас стрічку користувача. Авторський підхід передбачає використання блокової системи публікацій, де кілька взаємопов'язаних дописів утворюють тематичний мікроцикл. Перший елемент такого циклу зазвичай фокусується на концептуальному теоретичному аспекті технології, другий — розкриває практичний інструментарій, конкретні сервіси та промпти, а третій — ілюструє реальні світові чи вітчизняні кейси використання цього інструменту в сучасній журналістиці та маркетингу. Це дозволяє сформувати у читача цілісне розуміння проблеми за принципом від загального сприйняття до прикладної дії. Естетична концепція акаунта, побудована на візуальних

акцентах, відсутності візуального шуму та використанні сучасних шрифтових рішень, працює на створення впізнаваного бренду проєкту, який асоціюється з професіоналізмом, технологічністю та експертністю, що суттєво підвищує рівень довіри з боку аудиторії.

Масштабованість та стратегічний потенціал розвитку проєкту передбачають його поступовий вихід за межі однієї соціальної платформи та диверсифікацію форматів для охоплення нових аудиторних сегментів. У перспективі авторський задум може трансформуватися у багатоканальну екосистему, де Instagram-сторінка залишатиметься візуальним ядром та точкою швидкого входу, тоді як глибший аналітичний контент дублюватиметься на спеціалізованому веб-ресурсі. Це дозволить інтегрувати туди розширені текстові посібники, каталоги корисних нейромереж та інтерактивні елементи зворотного зв'язку. Крім того, логічним кроком розвитку є освоєння відеоплатформ, зокрема створення серії коротких динамічних туторіалів для TikTok та YouTube Shorts, де складні ШІ-воркфлоу будуть демонструватися у режимі реального часу. Офлайн-компонент проєкту може включати розробку практичних воркшопів, просвітницьких лекцій для студентів-гуманітаріїв та створення методичних матеріалів, що дозволить інтегрувати напрацювання медіапроєкту в систему сучасної вищої журналістської освіти як дієвий посібник з цифрової грамотності.

2.6. Особливості аудиторії

Основною аудиторією проекту є молодь віком від 18 до 30 років, яка активно використовує цифрові технології у повсякденному житті та регулярно споживає контент у соціальних мережах. До цієї групи належать студенти, молоді фахівці, журналісти-початківці, SMM-спеціалісти, контент-мейкери, digital-комунікаційники та всі користувачі, які цікавляться розвитком сучасних технологій, медіа та штучного інтелекту.

Характерною особливістю аудиторії є високий рівень цифрової залученості: більшість її представників отримують інформацію через соціальні мережі, месенджери та онлайн-медіа, віддаючи перевагу коротким, візуально насиченим і доступним форматам подачі інформації. Водночас ця аудиторія стикається з великою кількістю інформаційного контенту, що зумовлює потребу в якісних джерелах, які простою мовою пояснюють складні технологічні процеси та їхній вплив на суспільство.

Проект також орієнтований на майбутніх і журналістів-практиків, які прагнуть інтегрувати інструменти штучного інтелекту у свою професійну діяльність, розуміти принципи їхньої роботи, можливості застосування та потенційні ризики. Особливу увагу приділено користувачам, які хочуть підвищити рівень цифрової грамотності, навчитися критично оцінювати контент, розпізнавати дезінформацію, deepfake-матеріали та інші форми маніпуляцій, створені за допомогою технологій штучного інтелекту.

З огляду на особливості споживання інформації цільовою аудиторією, контент проекту адаптований до форматів соціальних мереж і поєднує текстові пояснення, інфографіку, короткі відео та візуальні елементи. Такий підхід сприяє кращому засвоєнню інформації, підвищує залученість користувачів і робить складні теми, пов'язані зі штучним інтелектом, зрозумілими для широкого кола молодшої аудиторії.

Важливою характеристикою цільової аудиторії є її прагнення до безперервного навчання та професійного розвитку. Представники молодого покоління активно шукають нові знання через онлайн-курси, тематичні блоги, подкасти, відеоплатформи та соціальні мережі. Вони зацікавлені у практичному застосуванні сучасних технологій у навчанні та роботі, тому особливу цінність для них становить контент, який не лише пояснює теоретичні аспекти роботи штучного інтелекту, а й демонструє реальні приклади його використання у журналістиці, медіавиробництві та цифрових комунікаціях.

Крім того, аудиторія проекту характеризується високим рівнем взаємодії з контентом у цифровому середовищі. Користувачі не лише споживають інформацію, а й активно коментують, поширюють та обговорюють її у соціальних мережах, формуючи власні інформаційні спільноти. Вони схильні довіряти контенту, який базується на перевірених фактах, містить практичні рекомендації та відповідає актуальним викликам цифрової епохи. Саме тому проєкт орієнтований на створення достовірного, зрозумілого та суспільно корисного контенту, що сприяє формуванню критичного мислення та усвідомленого використання технологій штучного інтелекту.

РОЗДІЛ III

ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ

Для успішної реалізації та дистрибуції медіапроєкту було залучено комплекс сучасних цифрових інструментів, які дозволили оптимізувати всі етапи редакційного воркфлоу — від початкового планування та текстового наповнення до фінального графічного оформлення й монтажу. Основна увага була зосереджена на створенні візуально структурованого, естетично привабливого та адаптованого до форматів платформи Instagram контенту. Використання широкої палітри програмного забезпечення забезпечило можливість працювати в межах концепції мобільної смарт-редакції, де швидкість обробки інформації поєднується з високою якістю фінального продукту.

Базовим інструментом для текстового етапу виробництва став хмарний текстовий редактор Google Docs, який використовувався як основне середовище для написання, редагування, структурування та попереднього рецензування всіх матеріалів. Завдяки функціям синхронізації та можливості роботи з будь-якого пристрою, цей сервіс дозволив сформувати надійну текстову базу проєкту, де здійснювалося детальне опрацювання журналістських матеріалів перед їхнім безпосереднім пакуванням у візуальні формати. Важливим складником оптимізації процесів на етапі роботи з інформацією став також генеративний штучний інтелект ChatGPT. Ця велика мовна модель залучалася як інтелектуальний асистент для структурування великих масивів даних, брейнштормінгу ідей та тестування різноманітних варіантів промпт-інжинірингу. Водночас усі отримані за допомогою III матеріали проходили обов'язковий етап верифікації, глибокого авторського редагування та перевірки на відповідність принципам об'єктивності та базовим журналістським стандартам. Окремим технологічним кроком стала підготовка англійської анотації проєкту. Попри високий рівень володіння англійською

мовою, залучила сервіс Google Перекладач як додатковий інструмент перехресної верифікації перекладу. Це дозволило здійснити фінальний порівняльний аналіз, щоб упевнитися в точності відтворення специфічної термінології та лінгвістичну правильність міжнародного опису матеріалів.

Візуальний та мультимедійний блоки проєкту були реалізовані за допомогою спеціалізованих графічних і відеоредакторів. Основним інструментом для моделювання інтерфейсу та дизайну публікацій стала онлайн-платформа Canva, яка дозволила розробити фірмові шаблони інформаційних каруселей, інфографіки та обкладинок для Stories у єдиному корпоративному стилі. Для глибшої точкової обробки зображень, створення колажів та ретельної корекції кольору залучався мобільний застосунок PicsArt, який допоміг адаптувати різноманітні графічні вихідники до загальної колірної палітри сторінки. Натомість робота з динамічними відеоформатами та Reels здійснювалася у програмі CapCut, де виконувався монтаж коротких роликів та Verba для накладання рухомого тексту, налаштування переходів та інтеграція аудіосупроводу. У підсумку, інтеграція цих різнопланових цифрових засобів дозволила створити цілісний, сучасний та конкурентоспроможний медіапродукт, який повністю виконує свої інформаційні, освітні та комунікаційні завдання.

ВИСНОВКИ

У процесі роботи над кваліфікаційним проектом було здійснено комплексне та різнобічне дослідження світових практик застосування штучного інтелекту в медіасфері, а також детально проаналізовано реальні перспективи та бар'єри для інтеграції ШІ-технологій в українському редакційному середовищі. Результати проведеного дослідження чітко засвідчили, що штучний інтелект перестав бути технологічною абстракцією майбутнього і перетворився на базовий елемент сучасної глобальної журналістики. Його алгоритми вже сьогодні активно впливають на структурування редакційних процесів, оптимізують створення контенту, змінюють архітектуру збору новин та диктують абсолютно нові підходи до взаємодії медіаплатформ зі своєю аудиторією. Впровадження автоматизації дозволяє суттєво розвантажити журналістів від рутинних операцій, переорієнтовуючи людський ресурс на проведення глибоких розслідувань, аналітику та створення унікальних авторських матеріалів, що загалом підвищує конкурентоспроможність сучасних редакцій.

Під час теоретичного аналізу було детально вивчено особливості використання ШІ-інструментів у діяльності провідних міжнародних медіахолдингів, що дозволило чітко розмежувати переваги та ризики застосування генеративного штучного інтелекту в індустрії. Основними плюсами інтеграції ШІ є швидка обробка великих масивів даних, автоматизація транскрибації та перекладу, а також можливість персоналізації новинних стрічок під конкретного користувача. Водночас дослідження виявило серйозні етичні та правові виклики, безпосередньо пов'язані зі стрімким поширенням неконтрольованого ШІ-контенту. Серед них особливу небезпеку становлять алгоритмічна дезінформація, генерація реалістичних дипфейків, проблема упередженості мовних моделей та юридична невизначеність щодо захисту авторських прав на згенеровані матеріали. Окрему увагу в роботі було приділено специфіці українського медіапростору, де процеси інтеграції

штучного інтелекту відбуваються в умовах обмежених ресурсів та кризового стану ринку, що вимагає від вітчизняних редакцій швидкої, але зваженої цифрової адаптації для збереження своєї життєздатності.

Практичним складником кваліфікаційної роботи стало успішне проектування, запуск та наповнення інформаційно-освітнього медіапроєкту у форматі тематичної Instagram-сторінки, повністю присвяченої аналізу та популяризації теми штучного інтелекту в медіа. Цей проєкт створювався як експериментальний майданчик для розв'язання проблеми когнітивного розриву в суспільстві, тобто для раціональної адаптації складної, перенасиченої технічними термінами тематики та її перекладу на зрозумілу, живу і доступну мову для молодшої digital-аудиторії. У процесі реалізації стартапу було детально вибудовано архітектуру профілю, розроблено унікальний візуальний код на засадах мінімалізму, сформовано систему постійних рубрик та створено унікальний контент. Публікації проєкту не просто розповідали про появу нових нейромереж, а наочно ілюстрували прикладні світові кейси, пропонували готові алгоритми промпт-інжинірингу для медіафахівців та піднімали гострі питання цифрової етики й кібербезпеки.

Досвід безпосередньої роботи над практичним продуктом переконливо довів, що платформа Instagram в сучасних реаліях володіє колосальним комунікаційним потенціалом і може бути ефективним інструментом не лише для розваг чи лайфстайл-блогінгу, а й для якісної популяризації складних освітніх та наукових тем. Завдяки використанню концепції мікронавчання, яка передбачає поєднання лаконічних текстових карток-каруселей, продуманої інфографіки та динамічних вертикальних відео (Reels), вдалося адаптувати важкий для сприйняття масив інформації до потреб сучасних користувачів, суттєво підвищуючи їхній рівень III-грамотності. Проєкт продемонстрував, що правильне пакування контенту дозволяє утримувати увагу аудиторії в умовах економіки уваги та стимулює підписників до активного обговорення, збереження та вірального поширення корисних матеріалів.

Крім того, під час реалізації медіапроєкту було практично підтверджено важливість використання сучасного цифрового інструментарію на кожному етапі створення продукту, оскільки сама редакційна модель функціонувала за принципом смарт-редакції. Активне залучення спеціалізованих програм для графічного дизайну, мобільного монтажу відео та аналітичних систем автоматизації дозволило випустити якісний, структурований та естетично привабливий медіапродукт, повністю адаптований до суворих вимог цифрового середовища та сучасних патернів споживання інформації. Експеримент показав, що делегування технічних завдань комп'ютерним програмам та ШІ-помічникам дозволяє значно оптимізувати час виробництва контенту, мінімізувати людські помилки на етапі верстки та зосередитися виключно на якості журналістського наповнення сторінки.

Підсумовуючи, проведене теоретико-практичне дослідження повністю підтвердило високу актуальність обраної теми та наочно продемонструвало, що ШІ-технології мають величезний потенціал для подальшої глибокої інтеграції в український медіапростір. Штучний інтелект відкриває перед вітчизняними журналістами унікальні можливості для модернізації виробництва контенту, проте його ефективне та безпечне використання можливе лише за умови безкомпромісного дотримання базових професійних стандартів, збереження принципу людяності, а також розвитку критичного мислення медіафахівців. Майбутнє медіаіндустрії полягає не в повній заміні людини машиною, а в синергії людського та штучного інтелекту, де технології виступають потужним асистентом, а журналіст — етичним контролером, що вимагає системного розвитку цифрової та медіаграмотності як серед самих творців контенту, так і всього суспільства загалом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Reuters Institute for the Study of Journalism
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2026>
2. Encyclopaedia Britannica — Artificial Intelligence
<https://www.britannica.com/technology/artificial-intelligence/Methods-and-goals-in-AI>
3. IBM — History of Artificial Intelligence
<https://www.ibm.com/think/topics/artificial-intelligence>
4. The University of Texas at Austin. Centre of Media Engagement
<https://mediaengagement.org/research/can-artificial-intelligence-reprogram-the-newsroom/>
5. The Washington Post
<https://www.washingtonpost.com/pr/wp/2017/09/01/the-washington-post-leverages-heliograf-to-cover-high-school-football/>
6. Stanford Encyclopedia of Philosophy
<https://plato.stanford.edu/entries/artificial-intelligence/>
7. Дослідження “Детектор медіа” про використання ШІ українцями -
<https://ms.detector.media/mediadoslidzhennya/post/39013/2026-03-13-kilkist-korystuvachiv-shi-v-ukraini-za-rik-zrosla-na-21-doslidzhennya-detektora-media/>
8. Інститут масової інформації
<https://imi.org.ua/monitorings/bilshist-ukrayinskyh-redaktsij-u-2025-rotsi-vykorystovuvaly-shi-lyshe-yak-dopomizhnyj-instrument-richne-opytuvannya-imi>
9. Звіт «Generating Change: The JournalismAI report» від LSE
https://static1.squarespace.com/static/64d60527c01ae7106f2646e9/t/656e400a1c23e22da0681e46/1701724190867/Generating+Change+_+The+Journalism+AI+report+_+English.pdf
10. The Investigative Agenda for Tech and AI Journalism
https://gijn.org/resource/the-investigative-agenda-for-tech-and-ai-journalism/?fbclid=PAZXh0bgNhZW0CMTEAc3J0YwZhcHBfaWQMMjU2MjgxDQwNTU4AAGnO4YBzDIm8JqUCR1EBS-SrJCaTCq9Jv34odgTtNLS9BD5I_BAOR0D_rlBHU4_aem_Bdxeml2M_fiwkOK4tTbclw
11. Репортаж у дивному новому світі: вплив штучного інтелекту на свободу преси та ЗМІ
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000392965>

ДОКУМЕНТАЦІЯ

Хто і як контролює ШІ в українських та світових медіа?

Використання штучного інтелекту в медіа — це вже не лише про технології, а про відповідальність і правила, які в Україні лише формуються, а в Європі вже набрали юридичного статусу.

У нас поки немає окремого закону, який би комплексно регулював ШІ. Натомість ці питання частково охоплюються законами «Про захист персональних даних», «Про авторське право та суміжні права», «Про захист прав споживачів» і «Про електронні довірчі послуги». Такий підхід свідчить про фрагментарне регулювання.

Водночас формується державна політика. Міністерство цифрової трансформації опублікувало Білу книгу з регулювання ШІ — документ із рекомендаціями для:

- освітян по безпечну та ефективну інтеграція штучного інтелекту в шкільну освіту;
- журналістів, для ознайомлення актуальними міжнародними практиками в цій сфері.

А також опублікували дорожню карту для впровадження законодавства, подібного до європейського.

Європейський Союз уже має чітке регулювання. У 2024 році було ухвалено Artificial Intelligence Act — перший комплексний закон, який встановлює єдині правила для всіх країн ЄС. Його підхід базується на оцінці ризиків — від заборони небезпечних систем до мінімального контролю безпечних.

Контроль здійснюється на рівні Європейської комісії, національних регуляторів і спеціалізованих органів, а за порушення передбачені значні штрафи.

ЄС уже має сформовану систему регулювання, тоді як Україна перебуває на етапі адаптації. Це означає перехід від рекомендацій до майбутніх обов'язкових норм.

Як алгоритми змінюють роботу з даними:

Раніше головним викликом був пошук даних, але сьогодні — швидкість аналізу великого обсягу та вміння помітити закономірності.

Алгоритми машинного навчання та Natural Language Processing (NLP) дозволяють автоматично аналізувати тексти, знаходити повторювані патерни, класифікувати інформацію та виявляти аномалії в даних.

Звучить трохи складно, простішими словами — це означає, що ШІ може допомагати не лише з обробкою цифр, а й із пошуком історій. Наприклад, алгоритми здатні автоматично аналізувати великі документи, відкриті реєстри або масиви тексту й підсвічувати нетипові збіги чи тенденції, які ми б могли пропустити вручну.

Ще один важливий момент — автоматизація рутинних процесів. Все частіше ШІ використовується для транскрипції інтерв'ю, очищення даних та створення ілюстрацій.

Водночас технологія недосконала і не вирішує головної проблеми — перевірки інформації. Що є надзвичайно важливим. Алгоритм може знаходити закономірності, але не здатний самостійно оцінити контекст, суспільну важливість або достовірність даних.

Якщо раніше основний акцент був на зборі інформації та технічній обробці даних, то зараз важливішими стають: інтерпретація, пояснення та перевірка результатів, які генерує система.

Маркування ШІ: навіщо, коли і як це робити?

Використання штучного інтелекту в медіа поступово стає стандартною практикою, однак разом із цим зростає потреба у прозорості — зокрема, у чіткому маркуванні матеріалів, створених або частково згенерованих за допомогою ШІ.

Важливо зазначати участь ШІ у створенні контенту, щоб зберегти довіру аудиторії та забезпечити прозорість редакційних процесів. Міжнародні організації, одна з них UNESCO, наголошують, що медіа повинні відкрито повідомляти про використання алгоритмів і пояснювати їхню роль у створенні контенту.

Маркування є необхідним, якщо ШІ створює контент або суттєво впливає на нього — наприклад, генерує текст, зображення чи здійснює аналітичну обробку даних. Водночас використання ШІ, як допоміжного інструменту (наприклад, для перевірки граматики) не завжди потребує окремого зазначення.

У міжнародній практиці недостатньо лише вказати факт використання ШІ — важливо пояснити його роль. Наприклад: чи генерував він текст, чи лише допомагав у його редагуванні. Такий підхід забезпечує контекстну прозорість і підвищує довіру до матеріалу.

А також важливо використовувати ШІ відповідно до чинного законодавства.

Контроль за використанням штучного інтелекту в медіа здійснюється переважно через механізми саморегуляції. Редакції несуть повну відповідальність за опублікований контент, незалежно від того, чи був у процесі використаний ШІ.

ДОДАТКИ

Додаток А. Хто і як контролює ШІ в українських та світових медіа?



Додаток Б. Як алгоритми змінюють роботу з даними:



Додаток В. Маркування ШІ: навіщо, коли і як це робити?



АНОТАЦІЯ

Остапець К.М. «Світові практики застосування штучного інтелекту в медіа: розроблення та просування інстаграм-сторінки» побудований за логікою «від теорії до практики»

Ключові слова: штучний інтелект, генеративний ШІ, медіасередовище, трансформація журналістики, Instagram-медіа, медіапроект, автоматизація.

Проект побудований за логікою «від теорії до практики» і демонструє комплексний перехід від наукових висновків до їхньої прикладної реалізації. Актуальність цього дослідження зумовлена стрімким поширенням генеративного штучного інтелекту, що докорінно змінює архітектуру сучасної журналістики, маркетинг та digital-комунікації. Оскільки розвиток технологій породжує значний когнітивний розрив у суспільстві — де професійна аналітика часто є занадто складною, а масовий контент здається поверхневим — виникає гострий суспільний запит на розвіювання міфів про ШІ через нові, візуально привабливі медіаформати.

З огляду на це, метою роботи стало комплексне дослідження світових практик застосування штучного інтелекту в медіагалузі, аналіз його впливу на трансформацію редакційних моделей і професійних стандартів, а також створення авторського освітньо-просвітницького продукту для адаптації складних технологічних тем під запити молодшої цифрової аудиторії. Спрямовуючи вектор дослідження на технології ШІ в системі сучасних масових комунікацій як об'єкт, та особливості їхнього функціонування й популяризації як предмет, у роботі було послідовно вирішено низку наукових та прикладних завдань. Спочатку здійснено систематизацію теоретичних підходів до визначення сутності ШІ та проаналізовано успішні кейси інтеграції нейромереж у діяльність провідних міжнародних медіахолдингів. На основі цього структуровано ключові переваги, ризики та етичні виклики алгоритмізації,

зокрема загрози дідфейків, поширення дезінформації та проблеми авторського права.

Фінальним кроком та головним результатом роботи стала практична апробація отриманих висновків у вигляді успішно запущеної тематичної Instagram-сторінки, яка функціонує за принципом смарт-редакції. На основі концепції мікронавчання було створено гнучку систему рубрик, що поєднують інформаційні картки-каруселі, аналітичні розбори кейсів, та динамічні відео (*Reels*). Для втілення цього медіапродукту використано комплекс програмних засобів: хмарне середовище *Google Docs* та генеративний ШІ залучався для тестування та промпт-інжинірингу з обов'язковою авторською верифікацією, тоді як платформи *Canva*, *PicsArt* та *CapCut* забезпечили візуальний і відеомонтажний етапи виробництва. Створений проєкт практично довів, що Instagram є ефективним майданчиком для популяризації складних тем, а майбутнє індустрії лежить у синергії людського та штучного інтелекту за умови суворого дотримання журналістських стандартів.

ANNOTATION

Ostapets K.M. "Global practices of artificial intelligence application in media: development and promotion of an Instagram page" is structured around the "from theory to practice" logic.

Keywords: artificial intelligence, generative AI, media environment, transformation of journalism, Instagram media, media project, automation.

The project is structured around the "from theory to practice" logic and demonstrates a comprehensive transition from scientific conclusions to their applied implementation. The relevance of this research is driven by the rapid proliferation of generative artificial intelligence, which fundamentally reshapes the architecture of modern journalism, marketing, and digital communications. As technological advancements generate a significant cognitive gap in society — where professional analytics is often overly complex, while mass content appears superficial — there is an urgent public demand for debunking AI myths through innovative, visually appealing media formats.

With this in mind, the objective of the study was to conduct a comprehensive research of global practices regarding artificial intelligence application in the media industry, analyze its impact on the transformation of editorial models and professional standards, and create an original educational and outreach product to adapt complex technological topics to the demands of a young digital audience. Directing the research vector toward AI technologies within the system of modern mass communications as the object, and the specifics of their functioning and popularization as the subject, a series of scientific and applied tasks were sequentially resolved in the study. First, a systematization of theoretical approaches to defining the essence of AI was carried out, followed by an analysis of successful cases of neural network integration into the operations of leading international media conglomerates. Based on this, the key advantages, risks, and ethical challenges of algorithmization

were structured, including the threats of deepfakes, the spread of disinformation, and copyright issues.

The final step and primary result of the study was the practical approbation of the obtained findings in the form of a successfully launched thematic Instagram page functioning on the principle of a smart newsroom. Based on the concept of microlearning, a flexible system of rubrics was established, combining informational carousel posts, analytical case studies, and dynamic videos (Reels). To implement this media product, a suite of software tools was utilized: the Google Docs cloud environment and generative AI were employed for testing and prompt engineering with mandatory author verification, while the Canva, PicsArt, and CapCut platforms provided the visual and video editing stages of production. The created project practically proved that Instagram serves as an effective platform for popularizing complex topics, and the future of the industry lies in the synergy of human and artificial intelligence, provided that strict journalistic standards are maintained.