

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 170–186 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13920>

УДК 070.489:004.8:655

ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У КНИГОВИДАННІ: ІНСТРУМЕНТАЛЬНІ ТА КРЕАТИВНІ ІНТЕГРАЦІЇ В РЕДАКЦІЙНІ ПРОЦЕСИ

Олексій Ситник

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
вул. Юрія Іллєнка, 36/1, 04119, Київ, Україна
e-mail: sytnyk@knu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-0853-1442>*

Світлана Водолазька

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
вул. Юрія Іллєнка, 36/1, 04119, Київ, Україна
e-mail: s.vodolazskaya@knu.ua
<https://orcid.org/0000-0003-1019-5828>*

Тетяна Крайнікова

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
вул. Юрія Іллєнка, 36/1, 04119, Київ, Україна
e-mail: tetiana.krainikova@knu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-2132-2020>*

Олена Рижко

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
вул. Юрія Іллєнка, 36/1, 04119, Київ, Україна
e-mail: olena.ryzhko@knu.ua
<https://orcid.org/0000-0003-4478-214X>*

У статті проаналізовано застосування генеративного штучного інтелекту в українському книговидаванні (2023–2025). На основі п'ять експертних інтерв'ю та кейс-стаді 25 книжкових проєктів визначено дві типові інтеграції ШІ в редакційні процеси: інструментальну (автоматизація рутинних операцій) і креативну (асистування у створенні контенту). Ефективність їх застосувань залежить від людського контролю і редакторської відповідальності.

Ключові слова: видавнича діяльність, штучний інтелект; генеративні моделі; книговидавання; гібридні редакційні процеси; цифрова трансформація.

Вступ

У сучасному світі стрімко розвивається генеративний штучний інтелект (ШІ), орієнтований на імітацію людських інтелектуальних процесів. Ключовими драйверами стали великі мовні моделі: у 2025 р. Anthropic представила Claude 4 для складних завдань; OpenAI випустила GPT-4.5 та ChatGPT 5.1 з режимами Instant і Thinking; Google DeepMind розвинула Gemini 2.5 з довгими контекстами й мульти-модальним аналізом.

ШІ проникає також у весь цикл книговидавання, і цей процес відбувається згідно з логікою технологічного детермінізму: ШІ визначає не лише технічні, а й соціокультурні трансформації у видавничій галузі, із допоміжного інструменту перетворюється на інфраструктурну технологію. Ставлення до цього в суспільстві далеко не однозначне, про що свідчать численні скандали, які нерідко нагадують «полювання на відьом»¹. Внаслідок цього видавці, які вже експериментують із ШІ, йдуть «у тінь», завбачливо уникаючи критики і репутаційних ризиків.

Ми вважаємо, що осуджувати видавців, які застосовують ШІ, – контрпродуктивно, адже це уповільнює дифузію інновацій та не сприяє поширенню апробованого досвіду. До речі, такий спротив підтверджує етапи, описані в теорії дифузії інновацій Е. Роджерса, згідно з якою первинне впровадження інновацій часто супроводжується недовірою та інституційним опором. Замість цього доцільно активніше працювати над методикою і правилами застосування ШІ, редакційними політиками, які ґрунтуватимуться на юридичних та етичних нормах, специфіці сегменту ринку. Але для цього треба передовсім вивчити й систематизувати реальний досвід видавництва, що дасть змогу сформулювати ефективні гібридні моделі, в межах яких ШІ доповнить людську креативність.

Дослідницька лакуна полягає у відсутності узагальнених даних про ефективність ШІ на різних етапах редакційної підготовки книги (відбору рукописів, редагування, фактчекінгу, створення мультимедійних матеріалів тощо). Тож актуальність дослідження зумовлена практичною потребою видавців у науково обґрунтованих рекомендаціях щодо раціональної інтеграції ШІ у редакційні процеси.

Теоретичне підґрунтя. У численних дефініціях ШІ (Міжнародний стандарт ISO/IEC TR 24028:2020², тлумачення Європарламенту³, Оксфордський словник⁴,

¹ Заблоцька О. (2025), “Видавництво «А-ба-ба-га-ла-ма-га» прокоментувало обкладинку з ШІ, яку розкритикували в соцмережах”, доступно за адресою: https://suspilne.media/culture/936777-vidavnictvo-a-ba-ba-ga-la-ma-ga-prokomentovalo-si-obkladinku-aku-rozkritikuvali-v-socmerezah/?utm_source=chatgpt.com (дата перегляду 27 листопада 2025); Коваль В. (2025), “Українське видавництво Vivat підозрюють у використанні штучного інтелекту”, доступно за адресою: https://ai360.com.ua/ukrainske-vydavnytstvo-vivat-pidozriuut-u-vykorystanni-shtuchnoho-intelektu/?utm_source=chatgpt.com (дата перегляду 27 листопада 2025).

² ISO/IEC TR 24028:2020 (2020), “Information technology – Artificial intelligence – Overview of trustworthiness in artificial intelligence”, available at: <https://www.iso.org/standard/77608.html> (accessed 07 December 2025).

³ European Parliament (2020), “What is artificial intelligence and how is it used?”, available at: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/20200827STO85804/what-is-artificial-intelligence-and-how-is-it-used> (accessed 07 December 2025).

⁴ Oxford Learner’s Dictionaries, “Artificial intelligence”, available at: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/artificial-intelligence> (accessed 07 December 2025).

словник Merriam-Webster⁵) ідеться або про приписування ІІІ пізнавальних і творчих здібностей людини, навіть здатності до емпатії, або ж про імітування згаданого.

Втім, поки у ІІІ немає свідомості, ми не можемо говорити ані про творчість, оскільки це, як підкреслює, приміром, Маркус де Сейтуа, «та єдина сфера людської діяльності, яка ніколи не стане доступною машинам» [6, 8], бо її визначає «людський код» – «рефлексія про те, що означає бути людиною» [6, 8], ані про емпатію в ІІІ. Солідарну думку висловлює і Кай-Фу Лі, визначаючи три напрями, в яких ІІІ не може конкурувати з людиною: творчість, емпатія, кваліфікованість [3, 371], а також окреслює підстави свого оптимізму: «...коли людські істоти здатні ділитися між собою любов'ю, то вони зможуть знайти роботу і сенс життя в еру панування штучного інтелекту» [4, 18].

Водночас сучасні дослідження в галузі цифрової креативності та генеративних моделей підкреслюють, що йдеться радше про нові форми алгоритмічно підтримуваної креативності, які доповнюють, а не замінюють людське авторство та інтенційність. Зрештою, як підкреслює Дональд А. Норман: «ІІІ та людський інтелект дуже відрізняються, і ця різноманітність може бути джерелом небезпеки, але також і потужним поштовхом до розвитку людських здібностей за правильного використання» [5, 255].

У 2023–2024 рр. дискусія про межі й ризики генеративного ІІІ доповнюється нормативним виміром. Регламент ЄС про штучний інтелект (AI Act, Regulation (EU) 2024/1689) запроваджує ризикоорієнтований підхід до класифікації та регулювання ІІІ-систем, а окремий розділ присвячено моделям загального призначення (GPAI)⁶. Стаття 53 AI Act вимагає від постачальників таких моделей як-от генеративні мовні моделі дотримання авторського права ЄС під час навчання та експлуатації, а також оприлюднення узагальненої інформації про використані навчальні дані⁷. Преамбула цього документа наголошує, що політика дотримання авторського права має застосовуватися незалежно від того, на яких серверах і в якій юрисдикції здійснювалося навчання моделей, що особливо значуще для глобальних провайдерів генеративних сервісів, які використовують великі корпуси текстів та зображень, зокрема книжковий контент⁸.

Паралельно формується масив емпіричних та аналітичних досліджень, присвячених застосуванню ІІІ в медіа- та видавничій галузях. Дані Reuters Institute Digital News Report 2024 фіксують масштаб експериментів новинних організацій із ІІІ-інструментами та водночас високий рівень скепсису аудиторій щодо повністю згенерованого контенту; найбільш прийнятними виявляються «бекендові» сценарії використання ІІІ – для персоналізації, аналізу даних і технічної оптимізації [10]. Окремим напрямом стає аналіз ліцензійних угод між технологічними компаніями й

⁵ Merriam-Webster Dictionaries, “Artificial intelligence”, available at: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/artificial%20intelligence> (accessed 07 December 2025).

⁶ Regulation (EU) 2024/1689 of the European Parliament and of the Council of 13 June 2024 laying down harmonised rules on artificial intelligence (Artificial Intelligence Act), (2024), *Official Journal of the European Union*, L 1689, 12 July 2024. EUR-Lex - Document 32024R1689 - EN, available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32024R1689> (accessed 07 December 2025).

⁷ Ibid.

⁸ Ibid.

видавцями: низка публікацій описує багаторічні контент-угоди OpenAI з великими новинними видавництвами (Axel Springer, Financial Times, News Corp тощо) як спробу інституціоналізувати доступ до якісних текстових корпусів для тренування моделей і водночас вибудувати нові моделі монетизації авторського контенту [8, 9, 11].

Ще один напрям – поява навчальних посібників із використання генеративного ШІ в креативних індустріях загалом і в медіях зокрема [1, 2]. А також спроби осмислення взаємодії людина/ШІ в контексті медіафілософії, чому, приміром, присвячено спецвипуск журналу “Синтетика” – “AI. Friend or foe” [7], понад 20 статей якого стосуються практично всіх вимірів життя людини.

Огляд праць свідчить про існування внутрішньо хаотичного дискурсу, пов’язаного із застосуванням ШІ в креативних індустріях, – водночас бракує структурованого розуміння відповідних стратегій та поширених практик у сегменті книговидавання. Попри стрімке зростання кількості публікацій про генеративний ШІ, нормативні режими його регулювання та нові бізнес-моделі ліцензування контенту, цілеспрямовані емпіричні дослідження саме книжкового сегмента (редакційних стратегій, виробничих ланцюжків і практик співтворчості людини та ШІ) залишаються обмеженими, що зумовлює актуальність даного дослідження.

Мета дослідження – на підставі аналізу видавничих практик визначити типи застосування ШІ в створенні книжкового контенту.

Завдання дослідження:

- 1) Проаналізувати та підсумувати науковий доробок за темою.
- 2) Проаналізувати успішні кейси використання ШІ у книговидавничій діяльності.
- 3) На основі зібраних даних артикулювати основні підходи, асоційовані з використанням ШІ у книговидаванні.

Методологічна основа дослідження

На першому етапі (серпень 2025 р.) виконано огляд теоретичних джерел і концептуалізовано власне дослідження. Його засадничими науковими підходами стали: теорія технологічного детермінізму; теорія інформаційного суспільства; теорія дифузії інновацій. У межах теорії інформаційного суспільства дослідження розглядає ШІ як чинник структурної перебудови інформаційного середовища книговидавання, що впливає на моделі знання, комунікації та споживання контенту. Наукові погляди підлягали порівнянню та систематизації.

Огляд джерел дав підстави сформулювати робочу гіпотезу про те, що зростаюче застосування ШІ трансформує редакційні підходи до створення книжкового контенту, відкриваючи водночас нові можливості й нові виклики для учасників ринку.

Окреслено два пов’язані дослідницькі питання: 1) підготовка яких компонентів книжкового видання найчастіше делегується ШІ; 2) які підходи використовують українські видавці при інтеграції ШІ в робочі процеси, з якими можливостями та обмеженнями стикаються.

У вересні – листопаді 2025 р. зібрано емпіричні дані.

Експертні інтерв’ю. Проведено п’ять напівструктурованих експертних інтерв’ю. Темою інтерв’ю стали тенденції, редакційні практики, напрацьований досвід, прогнози щодо використання ШІ у книжковому виробництві. Серед експертів:

1) Батуревич Ірина, співзасновниця та директорка з розвитку медіа «Читомо», співзасновниця громадської організації «Український клуб Монреалю», експертка видавничої справи;

2) Гончарова-Горянська Мар'яна, керівниця відділу «Маги», провідна редакторка видавництва «Ранок»;

3) Салига Павло, кандидат наук із соціальних комунікацій, ux/ui-дизайнер, компанія Wand (США), власник дизайн-студії yellowarrow.design, головний редактор експериментального мистецького е-зину візуальної комунікації «Друшлаг»;

4) Чічановська Людмила, директорка видавництва «Грамота»;

5) Шубін Михайло, співзасновник компанії AR Book CEO, Owner.

До експертного кола ввійшли представники українського книжкового та суміжних ринків, які мають різноманітний практичний досвід роботи з генеративними інструментами ШІ. Отримані інтерв'ю розглядалися як розвідувальні й використовувалися для окреслення спектра практик і мовлення «зсередини» галузі, а не для репрезентативних узагальнень.

Кейс-стаді. На підставі експертних інтерв'ю та моніторингу українських інтернет-ресурсів (портал «Читомо», Yakaboo, публікації в соцмережах тощо) сформовано цілеспрямовану вибірку 25 книжкових видань, підготовлених видавництвами «Апріорі», «А-ба-ба-га-ла-ма-га», «Бородатий тамарин», «Видавництво Старого Лева», «Лаборація», «Ранок», «Темпора», «ТУТ», «Vivat» із використанням ШІ у період 2023–2025 рр.

Проведено кейс-стаді: проаналізовано якість і специфіку текстів, ілюстрацій та обкладинок книжок, підготовлених за допомогою ШІ й включених до вибірки. Аналіз фокусувався на таких аспектах, як відповідність контенту заявленій аудиторії та жанровим очікуванням, цілісність наративу й візуальної концепції, прозорість декларування ролі ШІ в створенні видання та баланс між автоматизованими і «ручними» етапами роботи. Висновки було сформульовано за принципом «які уроки можуть винести видавці й автори з кожного кейсу» з позицій редакційно-видавничої практики.

Аналіз і синтез. У листопаді – грудні 2025 р. здійснено узагальнення та інтерпретацію результатів: зіставлено дані інтерв'ю та кейс-стаді, виявлено типові моделі використання ШІ в книжковому виробництві й співвіднесено їх із теоретичними підходами, окресленими в огляді літератури.

Результати й обговорення

ШІ, попри всі його недоліки та ризики, активно застосовується в книжковій галузі. За нашими даними, є два основні підходи в застосуванні ШІ у сучасних видавничих процесах:

- 1) ШІ – технічний інструмент і засіб автоматизації редакційних процесів;
- 2) ШІ – креативний асистент авторів, редакторів і дизайнерів.

Далі розглянемо ці підходи детальніше.

Підхід 1. ШІ – технічний інструмент і засіб автоматизації редакційних процесів

ШІ використовується як технічний засіб, який допомагає автоматизувати та пришвидшити рутинні процеси, підвищує ефективність опрацювання трудовитратних завдань, але не задає власних смислів і не претендує на авторське лідерство. Як говорить експерт П. Салига, «штучний інтелект використовується як стандартний

робочий інструмент. Кожен працівник на індивідуальному рівні самостійно автоматизує свої процеси. Редагування текстів, виправлення помилок – це функції, які застосовуються автоматично, без додаткових роздумів».

Маркетингова аналітика та прогнозування читачького попиту. Досвід медіа- й видавничих компаній свідчить: впровадження ШІ-аналітики здатне підвищувати ефективність маркетингових активностей і рентабельність інвестицій.

«Клієнтоорієнтований ШІ» закладає потреби, уподобання та поведінку читачів в основу видавничих стратегій. Від персоналізованих рекомендацій щодо контенту до прогнозової аналітики – він «змінює те, як видавці взаємодіють зі своєю аудиторією, оптимізують операції та стимулюють зростання доходів»⁹. ШІ-сервіси дають змогу моделювати читачький попит, тестувати сценарії запуску новинок, коригувати політику запасів, прогнозувати часові коливання (сезонність, тренд, сплески подій), персоналізувати рекомендації, вимірювати комерційний потенціал книг. Прикладом може бути платформа Amaplan від «Penguin Random House UK».

Л. Чічановська, міркуючи над можливостями інтеграції ШІ, вважає, що в перспективі ШІ перебере на себе функції «менеджерів з продажів... думаю, теж прийдемо до цього. Зараз поки що вивчаємо цей досвід».

Актуальні обмеження полягають у тому, що такі моделі спираються переважно на історичні дані й гірше працюють для нішевих видань, дебютних авторів або радикально нових форматів; не враховують повною мірою репутаційні ризики, позаринкові ефекти (премії, скандали, вірусні кампанії), а їхня логіка ухвалення рішень часто залишається непрозорою для редакційних команд.

Фактчекінг та перевірка на збіги (антиплагіат). У сучасному книговидаванні ШІ дедалі частіше використовується як інструмент верифікації фактів, посилань та джерел. Автоматизовані системи фактчекінгу пришвидшують первинний аналіз тексту й дають змогу виявляти потенційні помилки або суперечності¹⁰.

Сучасні чат-інтерфейси працюють у режимі «відповідь із цитуванням», надаючи посилання на джерела й полегшуючи оцінку їхньої надійності. Проте ШІ може посылатися на ненадійні сайти з високим SEO, тому редактору й надалі слід дублювати перевірку через незалежні бази даних і репозитарії.

Окремим завданням є визначення походження тексту. Для цього використовують сервіси детекції ШІ-письма (Winston AI, Originality.ai, GPTZero, Copyleaks), що аналізують лінгвістичні патерни й перевіряють збіги. Водночас ризик хибнопозитивних та хибнонегативних результатів зберігається, особливо у випадку гібридних текстів (машинне та людське письмо), що потребує обережного й критичного використання інструментів.

Тож наголошуємо: на рівні сучасного розвитку ШІ під час фактчекінгу доцільно поєднувати нейромережевий аналіз із ручною експертною перевіркою. «Я використовую ШІ як дорадчий орган з обов'язковою верифікацією інформації. Необхідно перевірити джерела, зрозуміти, чи ця інформація є релевантною, правильною та

⁹ *Customer-Centric AI In Publishing* (2025), available at: https://www.mecgle.com/en_us/topics/customer-centric-ai/customer-centric-ai-in-publishing?utm_source=chatgpt.com (accessed 08 December 2025).

¹⁰ *Longshot AI*, (2024), "Effectiveness of AI in fact checking: Distinguishing fact from fiction", available at: <https://www.longshot.ai/blog/ai-fact-checkers> (accessed 07 December 2025).

достовірною, чи правильно відбувається цитування», – так чинить І. Батуревич, і натеper це єдино можливий сценарій.

Редагування тексту. Застосування ШІ в редагуванні тексту поступово формує гібридну модель роботи, в якій алгоритми виконують швидкі аналітичні та мовно-стилістичні операції, а редактор зосереджується на змістових, естетичних та концептуальних рішеннях.

Наприклад, у роботі з дитячими та науково-популярними виданнями (посібниками, словниками, енциклопедіями) одним із ключових завдань є інтерпретація складних понять доступною мовою. Тоді пишуть промпт: «Це складно для мене. Поясни мені простіше».

За допомогою ШІ можливо також розширювати лексичне багатство тексту. LLM-асистенти (Grammarly, ChatGPT, Claude тощо) аналізують частотність слів, пропонують точніші синоніми, допомагають уникати повторів, коригують синтаксис. Це дає змогу редактору швидко виявляти монотонні або перевантажені фрагменти та підвищувати читабельність і ритм тексту. За оцінками галузевих звітів, автоматизація частини редакторських операцій може скорочувати тривалість редакційного циклу: «уявіть собі, як 4-тижневий цикл редагування перетворюється на 3 тижні або менше – швидша поява книг на полицях означає швидше отримання прибутку»¹¹.

Водночас є й обмеження. Попри швидкість і зручність, редагування, здійснене ШІ, доволі поверхове: моделі не розуміють глибинну логіку тексту, не відтворюють авторський стиль і «голос», не розпізнають культурні нюанси. Вони схильні до «вирівнювання» мовлення: пропонують стандартизовані рішення. Крім того, в роботі редактора не раз поки що доводиться спостерігати, як наголошує М. Горянська, «нестабільність роботи», коли одна й та сама модель може працювати час від часу з різною ефективністю, тому доводиться діяти експериментально: «Найчастіше я даю трьом моделям (ChatGPT, Gemini та Claude) одне й те саме завдання і дивлюся, де пішло краще». І насамкінець, аспект пов'язаний з авторським правом: рекомендуємо зберігати оригінальні версії тексту для доказу авторства.

Коректура. Сучасні моделі здатні автоматично виявляти й виправляти орфографічні, пунктуаційні й технічні помилки.

Крім класичних інструментів (Grammarly, LanguageTool, ProWritingAid), усе ширше застосовуються спеціалізовані платформи автоматичного QA-контролю. Рішення на кшталт AI Proofreading автоматизують виявлення типових огріхів: друкарських помилок, «завислих» рядків, некоректних колонтитулів, збоїв гіперпосилань, порівняння PDF і DOCX-версій¹². Такі системи вже апробовані великими видавничими домами США та Великої Британії.

Галузеві огляди підкреслюють: їх інтеграція у редакційні процеси дає змогу змістити фокус людської із механічного ручного пошуку помилок на змістові та кон-

¹¹ Sidetool (2024), “How AI is transforming the publishing industry”, available at: <https://www.sidetool.co/post/how-ai-is-transforming-the-publishing-industry/> (accessed 09 December 2025).

¹² Research and Markets (2023), “AI In Media & Entertainment Market: Global Market Size, Forecast, Insights, Segmentation, and Competitive Landscape with Impact of COVID-19 & Russia-Ukraine War” available at: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5865457/ai-in-media-and-entertainment-market-global> (accessed 12 December 2025).

цептуальні рішення, підвищуючи продуктивність виробництва книжкових та електронних форматів¹³.

Із цим погоджуються й експерти, щоправда, застерігаючи: «ШІ поки що є нестабільним. Було б чудово, якби він робив коректуру, – це найбільш технологізована робота. Але коректура українською для нього – складна. Тексти англійською краще опрацює, але менш поширені мови – гірше, бо стільки тонкощів.» (М. Гончарова-Горянська).

Тож ШІ-коректура прискорює технічні операції, але не замінює професійного коректора, особливо якщо йдеться про юридичні, медичні, технічні тексти, де багато важить фактаж.

Стилістична адаптація та рерайтинг під різні аудиторії. У мультимедійних комунікаціях редакторам доводиться готувати кілька версій одного тексту для різних каналів. Великі мовні моделі дають змогу оперативного створювати скорочені, розширені або стилістично змінені варіанти, коригувати тональність («Менш офіційно», «Для підлітків», «Із гумором») і виявляти фрагменти, де текст перевантажений або потребує уточнення.

Однак ШІ схильний до стандартизації стилю: адаптація іноді нівелює авторський голос, спрощує зміст, зміщує смислові акценти. Моделі не завжди коректно враховують культурні й жанрові особливості аудиторій, «вимивають» культурну специфіку, а також можуть порушувати композиційну логіку.

Результати рерайтингу потребують обов'язкової ручної стилістичної та змістової звірки. Для збереження стилю варто надавати приклади «авторського голосу». Рекомендовано задавати моделі чіткі рамки: бажану тональність, довжину, тип аудиторії, обмеження щодо спрощення.

Редагування фото- та графічних матеріалів. ШІ-інструменти дають змогу автоматизувати основні завдання обробки візуального контенту: очищення шумів, підвищення роздільної здатності, відновлення фрагментів, корекцію кольорів і світла, заміну фону, кольоризацію архівних зображень. Це прискорює підготовку візуальних матеріалів для художніх, науково-популярних, мистецьких та інших видань та забезпечує швидке створення ескізів чи композицій, які потім доопрацює дизайнер.

Проте алгоритми можуть надмірно згладжувати текстури, генерувати артефакти, «домальовувати» деталі, яких не було в оригіналі, що є ризикованим для документальних видань. Генеративні моделі наразі ще нестабільні щодо анатомії, симетрії, складних пропорцій. Низькоякісний вихідний матеріал погано піддається опрацюванню, і при цьому складно проконтролювати з погляду автентичності міру втручання ШІ.

Доцільно використовувати ШІ для первинної технічної обробки, залишаючи художні та змістові рішення людині. Найкращий підхід – гібридний: ШІ створює базову версію, дизайнер забезпечує точність, стильову цілісність і відповідність задуму.

Редагування аудіо- та відеоматеріалів. Аудіосервіси забезпечують шумозаглушення, вирівнювання гучності, усунення пауз, корегують темп й інтонацію, що

¹³ Sidetool (2024), "How AI is transforming the publishing industry", available at: <https://www.sidetool.co/post/how-ai-is-transforming-the-publishing-industry/> (accessed 09 December 2025).

прискорює обробку записів і дає змогу створювати багатомовні аудіоверсії. У відеовиробництві алгоритми автоматизують монтаж, добір кадрів, генерацію субтитрів, створюють ролики на основі текстового сценарію.

Але моделі можуть надмірно «стерилізувати» звук, генерувати неавтентичні інтонації, що неприйнятно для художніх і документальних аудіокниг. У відео ризики пов'язані з артефактами під час генерації, некоректною композицією, недоречністю стилю. Особливе обмеження – юридичне: частина аудіо- і відеомоделей не гарантує прав на комерційне використання, може містити непрозорі умови щодо походження тренувальних даних.

Доцільно використовувати ШІ для технічної попередньої обробки, залишаючи фінальне редагування звукорежисерам і монтажерам. ШІ-голоси варто застосовувати лише для навчальних, інструктивних та маркетингових матеріалів, уникаючи їх використання в художніх аудіокнигах без чіткого маркування. Для відео оптимальним є гібридний підхід: ШІ генерує чернетковий монтаж, а фінальну версію контролює фахівець. Для забезпечення правомірності та доступу до повного функціоналу використання платних ліцензій – обов'язкове.

Транскрибація аудіо- та відеоматеріалів. ШІ все частіше застосовується для автоматичного перетворення аудіо- та відеозаписів на текст, що дає змогу швидко генерувати чернетки, наприклад, для нонфікшн-книг. Автоматизовані системи розпізнають мову, розділяють репліки спікерів, додають таймстемпи. Вони забезпечують багатомовну підтримку, інтегруються з інструментами редагування, пропонують базову стилістичну корекцію.

Однак ШІ погано справляється з акцентами, шумом, діалектами, багатоголоссям, що призводить до помилок у транскрибованому тексті. Моделі можуть ігнорувати контекст, припускати помилок в емоційних або технічних матеріалах. Є й юридичні ризики: авторські права на оригінальне аудіо – під питанням, як і забезпечення конфіденційності даних.

Доцільно використовувати ШІ для первинної транскрибації, з обов'язковою ручною перевіркою редактором. Рекомендується комбінувати з інструментами редагування (наприклад, експорт у Word для подальшої правки) та обирати сервіси з GDPR-сумісністю. Для чутливих матеріалів – застосовувати локальні моделі без хмарного зберігання.

Озвучування тексту та виробництво аудіокниг. ШІ радикально здешевив і прискорив виробництво аудіокниг, ставши інструментом і демократизації доступу до літератури, і масштабування комерційних продуктів.

Набувають досвіду й українські видавці. Наприклад, Л. Чічановська розповідає, що «для начитування англійських текстів використовуємо ElevenLabs. Підбирали чоловічі, жіночі голоси, щоб лягало. Дуже задоволені цим».

Український стартап Respeecher вивів на ринок для озвучування текстів сервіс Text-to-speech із використанням можливостей LLM-моделі, який пропонує мультимовність, вибір голосів у бібліотеці голосів (різного віку, статі, тембру).

Втім, навіть найкращі TTS-моделі поки що не здатні передавати природну емоційну динаміку, мікронюанси дихання, тембру, акторської гри, що критично для художніх і нехудожніх видань преміального сегменту. Є ризики надмірної «пласкості» голосу або стилістичної неузгодженості. Значним є й правовий блок: використання клонованих голосів має не завжди прозоре ліцензування; на глобальних платформах

уже виникають конфлікти із спілками дикторів через загрозу витіснення людської праці.

Доцільно використовувати ШІ для технічного озвучування освітнього, довідкового, інструктивного та маркетингового контенту, а також для швидкого створення демоверсій аудіокниг. Художні твори бажано озвучувати людськими дикторами або застосовувати гібридну модель (ШІ-чернетка + фінальне доопрацювання людиною).

Слід усвідомлювати юридичні та етичні аспекти таких проєктів: необхідність письмової згоди дикторів на клонування голосу; недоцільність озвучування текстів про травматичні події без попередження та ін. Крім того, обов'язково маркувати цифрове озвучування («Озвучено синтетичним голосом», «Озвучено ШІ»), працювати лише з ліцензованими голосами й системами, а також перевіряти відповідність мовних моделей нормам вимови, акцентуації і стилю.

Підхід 2. ШІ – креативний асистент авторів, редакторів і дизайнерів

На відміну від технічних сценаріїв, де ШІ виступає засобом автоматизації, другий підхід передбачає креативну інтеграцію алгоритмів у редакційні процеси. Йдеться про ситуації, коли ШІ не просто виконує рутинні операції, а стає причетним до реалізації творчого завдання. У дослідженнях дедалі частіше мовлять про ШІ як «когнітивний екзоскелет». Втім, не варто мати ілюзій щодо ШІ-креаторства, на що вказує експерт П. Салига: «Штучний інтелект не може генерувати принципово нові ідеї. Існує ризик, що контент, створений виключно ШІ, буде сприйматися як безособовий продукт. Обсяг редакторської роботи буде настільки масштабним, що фактичним автором можна вважати редактора».

Крім того, наголосимо: моделі ШІ у принципі не можуть бути «співавтором», адже ШІ не має авторських прав і не несе відповідальності за творчий продукт. Уся відповідальність – етична, юридична – залишається на людині та у сфері людського контролю (відповідно до позицій COPE, Nature та редакційних політик провідних видавництв).

Саме тому креативна інтеграція ШІ потребує розвитку в редакторів і дизайнерів гібридних компетенцій: уміння перетворювати машинні пропозиції на змістовні рішення, формулювати промпти (бути «погоничем штучного інтелекту» (П. Салига)), будувати наративи у співпраці з алгоритмом, розпізнавати типові хиби машинної логіки й коригувати їх відповідно до задуму.

Рецензування та автоматизований контроль якості. Йдеться про аналітичну функцію ШІ-асистентів, які здатні виконувати роль «бета-рецензента»: проаналізувати структуру рукопису, логіку викладу та аргументацію, повтори, дисбаланс діалогів та описів. Сервіси Sudowrite, Grammarly Business, ProWritingAid та ін. забезпечують такий аудит, порівнюючи текст із жанровими канонами.

Втім, моделі ШІ погано розуміють стильову індивідуальність автора, культурні контексти, іронію, експериментальність. ШІ-рецензенти «усереднюють» текст, пропонуючи надто стандартні рішення. Тому доцільно використовувати ШІ як інструмент попереднього аналізу, а не як заміну рецензента чи редактора – поєднувати автоматизований аудит з експертним літературним або науковим рецензуванням. Ілюстрація до цього – те, як робить це про це команда М. Шубіна: «У нас немає етапу, де ШІ робить щось фінальне. Усе після генерації проходить рев'ю і тестування. Контент робиться автоматизовано на початку, але фінальні етапи – це люди. Відповідальність несе технічний директор – за код, керівники відділів – за контент».

Розроблення сюжетів. ШІ може змодельовати наративну структуру майбутнього твору, запропонувати варіанти розвитку сцени, підказати, де варто посилити емоційну напругу. Сервіси AuthorAI, Sudowrite Story Engine та ін. аналізують чернетку й дають рекомендації щодо персонажів, мотивацій, композиційних вузлів.

Водночас І. Батуревич вважає: «Ми не можемо делегувати ШІ створення контентного продукту, бо це вбиває саму суть творчого письма і творчості. Але ми можемо використовувати його опосередковано: надихатися, генерувати ідеї, спілкуватися із ШІ, навіть прототипувати дизайн». Так, ШІ – не письменник, а джерело натхнення; порадник, креативний «тренер», але не співавтор.

Адже насправді при генерації тексту постають проблеми стилю: розірваність, фрагментарність, втрата логіки, колажність. Моделі не можуть самостійно підтримувати цілісну сюжетну арку, особливо у довгих текстах. На практиці є потреба в постійних уточнювальних промптах («Розгорни абзац», «Продовж сюжет, спираючись на попередню розповідь»).

«Пластиковий текст», як висловлюється І. Батуревич, породжує реальний ризик втратити довіру читача: «Мені багато важить постать автора. Я почуваюся ошуканою, якщо бачу, що контент створений штучним інтелектом і не має зв'язку з реальною людиною... Сприйняття контенту може бути поліпшене за допомогою штучного інтелекту, але якщо це буде тільки ШІ, – людина почуватиметься ошуканою».

ШІ доцільно використовувати для «ідейного розгону», пошуку варіантів, а не для створення сюжету «під ключ», при цьому завжди слід контролювати сюжетну послідовність і підтримувати єдиний голос автора.

Чернетковий переклад і культурна локалізація. ШІ дедалі активніше використовується як інструмент швидкого чернеткового перекладу у багатомовних видавничих проєктах, особливо в сегменті нонфікшн. Наголосимо: ми вважаємо машинний переклад художніх, публіцистичних текстів взагалі ще недоцільним: надто високий ризик втрати «авторського голосу».

Але перспектива тут є і хоча б тому, що це дуже вигідно. Як слушно зауважує І. Батуревич, «штучний інтелект надзвичайно помічний для малих бізнесів, малих підприємств і культурних ініціатив. Якщо раніше не було можливості залучити перекладача, який просить 15–20 євро за 1800 знаків, то зараз ця можливість з'явилася. Ми можемо генерувати набагато більшу кількість контенту англійською мовою».

Зазвичай у цьому місці опоненти починають говорити про незадовільну якість. Так, ШІ-перекладачі недостатньо надійні у випадках культурно специфічних реалій, гумору, ідіоматики, гри слів і стилістичних фігур. Вони також не здатні зберігати індивідуальний авторський голос, часто пропускають латентні культурні підтексти.

Втім, якість ШІ-перекладу поступово підвищується і вже перевищує рівень традиційних інструментів (Google Translate), хоча, безсумнівно, потребує глибокого доопрацювання редактором. Інакше, буде, наприклад, так: видавництво «Vivat» запідозрили у ШІ-перекладі книги «Енциклопедія фейрі Емілі Вайлд» Гізери Фосетт. У книзі на 181 сторінці читачами була помічена фраза: «Ось відформатований уривок з покращеною читабельністю та стилістикою діалогового мовлення»¹⁴.

¹⁴ У Vivat заперечують, що до тексту книжки потрапив згенерований ChatGPT фрагмент (2025). <https://chytomo.com/u-vivat-zaperechiuit-shcho-do-tekstu-knyzhky-potrayv-zhenerovanyj-chatgpt-frahment/>

Тож ШІ доцільно використовувати як інструмент швидкого драфту, що зменшує обсяг ручної роботи перекладача, однак остаточну редакцію (у котрій взяті всі мовно-стилістичні та культурні аспекти) повинен зробити фахівець.

Ілюстрування книжки. ШІ дає змогу оперативно генерувати візуальні концепції для внутрішніх ілюстрацій: варіанти персонажів, сцен, стилістичних напрямів. Це пришвидшує пошук естетики майбутнього видання та створює широкий «пул» образів, з яких художник може вибрати оптимальні рішення. У низці українських кейсів ШІ використано для генерації базових образів, що потім доопрацьовувалися вручну: ілюстрації кіберпанк-роману Еліела Дрейка «Синтеза» (2024, в-во «ТУТ»), поетичної збірки «Книжка любові і люті» (2023, «Видавництва Старого Лева»).

Так, генеративні моделі дають збої в анатомії, перспективах, композиційній гармонії; не здатні стабільно підтримувати однаковий вигляд персонажа в серії зображень. Крім того, у згенерованих картинках бракує індивідуального «почерку» та емоційної глибини.

Але перспектива є. За словами П. Салиги, «коли постає завдання створити інфографіку, можна використати штучний інтелект для генерації початкових ідей. Результат не обов'язково буде ідеальним, але може стати відправною точкою для подальшої творчої роботи дизайнера».

ШІ доцільно використовувати лише як інструмент попереднього пошуку образів і стилів. Художник повинен сам проконтролювати фінальну версію, скоригувати стилістику, забезпечити послідовність відображення персонажів. Для цього слід формулювати точні промпти, уникати нечітких вимог до стилю.

Якщо йдеться про комерційне видання, слід працювати тільки з ліцензованими платформами, що гарантує прозорість авторських прав. Прецедентом в українській практиці стало реєстрування Українським національним офісом інтелектуальної власності та інновацій у 2024 році авторських прав (права *sui generis*) на твори, в яких зображення були згенеровані ШІ: дитяча книга Анни Хорольської «Зачарована пригода Руфуса», збірка віршів Андрія Сітнікова «Вірші незакінченої війни».

Пошук ідей для обкладинок та розроблення скетчів. ШІ істотно пришвидшує концептинг обкладинок – генерацію десятків композиційних рішень, візуальних метафор, стильових рішень.

Українські видавництва активно застосовують цей підхід: у «Лабораторії» ШІ використовують для створення 5–10 скетчів, після чого дизайнери відбирають один для подальшої роботи. Подібний підхід застосовує й «Ранок», використовуючи Midjourney для пошуку композиційних ідей. Це дає змогу зменшити кількість ручних ітерацій і пришвидшує ухвалення концепції.

Видавництво «Темпора» у своєму каталозі має понад сім видань зі згенерованою ШІ-обкладинкою: Васильченко С. «Острів забутої Пасхи» (2023), Вишник О. «Приазовська Саванна» (2023), Орловська К. «Краще не читай» (2023), Токарчук О. «Емпусіон» та «Правік та інші часи» (2023) тощо.

У книги «Жінка зі сну. Антології готичних оповідань» (2025) від «А-ба-ба-га-ла-ма-га» обкладинка створена за допомогою ШІ, що офіційно підтверджено на сайті та у соцмережах видавництва: «хотіли зробити парафраз на якесь гарне і більш-менш відоме зображення, згенероване ШІ з класичного живопису, і повторно згенерувати

його за допомогою “нашого” ШІ¹⁵. І в цьому випадку, і в інших, наприклад, обкладинка видавництва «Апріорі» до книги Джейн Остін «Гордість і гонор» (2025), виникають дискусії щодо якості, доцільності, автентичності тощо.

Обкладинка – це маркетинговий інструмент, а ШІ не завжди враховує нюанси цільової аудиторії, жанрові конвенції чи брендбук видавництва. Можуть виникати стилістичні випадковості, ризики щодо авторських прав на окремі елементи.

Згенеровані варіанти часто потребують ручного доопрацювання. Як діяти? Використовувати ШІ на передконцептуальному етапі: для генерації варіантів, які проходять внутрішній фільтр команди, а далі – А/В-тестування на фокус-групах або у Facebook. Дизайнер має доопрацьовувати типографіку, колірну модель, композицію й адаптувати зображення до вимог ринку.

Формування 3D-зображень та інтерактивних візуалізацій. У сегментах навчальних, науково-популярних, довідкових видань ШІ відкриває можливість швидко створювати тривимірні сцени та інтерактивні візуалізації без повноцінного залучення 3D-студій. Технології на кшталт Neural Radiance Fields (NeRF), а також комерційні сервіси, які реалізують їх у користувацьких інтерфейсах, автоматично відтворюють 3D-моделі з набору 2D-зображень або генерують тривимірні об’єкти на основі текстового опису. Такі матеріали можуть інтегруватися в AR/VR-додатки, електронні підручники, мобільні навчальні платформи, полегшуючи пояснення складних понять (біологічних структур, історичних реконструкцій, географічних моделей).

Для видавництв це означає можливість створювати високоякісні ілюстрації та демонстраційні матеріали у стисліший термін і помітно дешевше. Рекомендується конвертувати отримані моделі в легкі формати (glTF, USDZ) та оптимізувати полігональність перед інтеграцією в мобільні книги або AR-додатки. Важливо застосовувати платформи, що надають комерційні ліцензії та передбачають контроль рівня деталізації.

3D-генерацію варто використовувати на стадії концептуального моделювання – для швидкого отримання базової структури об’єкта чи сцени. Для навчальних і наукових матеріалів обов’язковим є подальше рецензування матеріалу експертами.

Тож сфери і глибина інтеграцій ШІ у редакційні процеси – різні. Де і як застосовувати ШІ – вирішувати топ-менеджерам видавництв. Тут складно не погодитися з П. Салигою: «Майбутнє – за гібридними компаніями, де поєднуються люди та штучний інтелект». Саме економічна доцільність (швидкість, доступна вартість, раціональне використання людського ресурсу через делегування автоматичних рутинних завдань ШІ) спонукає нас вважати: попри всі дискусії, застосування ШІ у книговидаванні вже не спинити, бо надто багато переваг. А от культуру впровадження доведеться ще доопрацьовувати.

Висновки

Дослідження показало: в українському книговидаванні 2023–2025 рр. генеративний ШІ вже є не експериментом, а робочою технологією. Виокремлено дві його типові інтеграції в редакційні процеси:

¹⁵ Гриненко В. (2025), «А-ба-ба-га-ла-ма-га» зробила обкладинку за допомогою ШІ. Далі були дискусії, звинувачення та промокоди, *Віледж*, доступно за адресою: <https://www.village.com.ua/village/culture/culture-situation/359337-laquo-em-a-ba-ba-ga-la-ma-ga-em-raquo-zrobila-obkladinku-za-dopomogoyu-shi-dali-buli-diskusiyi-zvinuvachennya-ta-promokodi> (дата перегляду 05 грудня 2025).

1) Інструментальна – автоматизація рутинних операцій (коректура, фактчекінг, метадані, технічна обробка зображень / аудіо, маркетингова аналітика), що в результаті скорочує час на підготовку та виведення книги на ринок і суттєво знижує витрати.

2) Креативна – асистування у генерації ідей і матеріалів (обкладинок, ілюстрацій, чернеткових перекладів, 3D-візуалізацій) з обов'язковим фінальним людським контролем.

У редакційних процесах ІІІ використовується переважно на індивідуальному рівні, з ініціативи працівників, а не на рівні всього видавництва – як офіційно дозволено й запроваджена в процеси технологія.

ІІІ найчастіше делегують коректуру, первинний дизайн, озвучення нонфікшн, але зберігають людський контроль за художнім текстом і преміальним озвученням. Натепер найефективнішою є гібридна модель редакційних процесів: ІІІ – виконує підготовчі й масштабні завдання, людина – ухвалює остаточні змістові та естетичні рішення.

Основні практичні рекомендації для видавців-практиків: запровадити внутрішні політики використання ІІІ з прозорим маркуванням; розвивати гібридні процеси та навички промпт-інжинірингу, створювати книги промптів (пришвидщення постановки типових завдань для ІІІ); працювати лише з ліцензованими інструментами. При цьому результат / успіх залежатиме не від обсягу використання ІІІ, а від уміння інтегрувати його так, щоб підвищити продуктивність і креативність, не втративши якості й довіри читача.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Крайнікова, Т., Водолазська, С., Рижко, О., Ситник, О. (2025), *Штучний інтелект у медіях*, Морфеус, ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка, Житомир, 240 с.
2. Краковецький, О. (2024), *ChatGPT, DALL-E, Midjourney: Як генеративний штучний інтелект змінює світ*, ArtHuss, Київ, 192 с.
3. Лі, К.-Ф., Цюфань, Ч. (2022), *Штучний інтелект 2041: 10 передбачень для майбутнього*, Форс Україна, Київ, 464 с.
4. Лі, К.-Ф. (2020), *Наддержави штучного інтелекту: Китай, Кремнієва долина і новий світовий лад*, Форс Україна, Київ, 300 с.
5. Норман, Д. (2024), *Дизайн для кращого світу: Значущий, стійкий, орієнтований на людство*, ArtHuss, Київ, 320 с.
6. Сейтуа де, М. (2023), *Код творчості. Як штучний інтелект учитесь писати, малювати, думати*, ArtHuss, Київ, 320 с.
7. *Синтетика. AI. Friend or foe* (2024), №1, 128 с.
8. Fischer, S. (2024), "News Corp. strikes content licensing deal with OpenAI", *Axios*, available at: <https://www.axios.com/2024/05/22/openai-news-corp-content-licensing-deal> (accessed 10 December 2025).
9. Jarvis, S. (2025), "AI in the publishing industry: Trends, challenges, and innovations", *Spines*, available at: <https://spines.com/ai-in-publishing-industry/> (accessed 11 December 2025).
10. Ross Arguedas, A., Badrinathan, S., Mont'Alverne, C., Toff, B., Fletcher, R. & Nielsen, R. K. (2024), "Public attitudes towards the use of AI in journalism", In N. Newman,

- R. Fletcher, A. Eddy, K. R. Robertson & C. T. Nielsen (Eds.), *Reuters Institute Digital News Report 2024*, pp. 70–79, available at: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/public-attitudes-towards-use-ai-and-journalism> (accessed 07 December 2025).
11. Wodecki, B. (2024), “OpenAI licenses Financial Times archive in fifth deal with major news publishers”, *The Batch*, 2024, May 8, available at: <https://www.deeplearning.ai/the-batch/openai-licenses-financial-times-archive-in-fifth-deal-with-major-news-publishers> (accessed 11 December 2025).

REFERENCES

1. Krainikova, T., Vodolazka, S., Ryzhko, O., Sytnyk, O. (2025), *Shtuchnyi intelekt u mediiakh, Morfeus, NNIZh KNU imeni Tarasa Shevchenka, Zhytomyr*, 240 s.
2. Krakovetskyi, O. (2024), *ChatGPT, DALL-E, Midjourney: Yak heneratyvnyi shtuchnyi intelekt zminiue svit*, ArtHuss, Kyiv, 192 s.
3. Lee, K.-F. & Qiufan, Ch. (2021), *AI 2041: Ten Visions for Our Future*, Publisher by Crown Currency, 452 p.
4. Lee, K.-F. (2018), *AI Superpowers: China, Silicon Valley, and the New World Order*, Houghton Mifflin Harcourt, Boston, New York, 272 p.
5. Norman, D. (2023), *Design for a Better World: Meaningful, Sustainable, Humanity Centered*, MIT Press Ltd, 376 p.
6. Sautoy du, M. (2019), *The creativity code. How AI is learning to write, paint and think*, Published by 4th Estate, 328 p.
7. *Syntetyka. AI. Friend or foe* (2024), №1, 128 s.
8. Fischer, S. (2024), “News Corp. strikes content licensing deal with OpenAI”, *Axios*, available at: <https://www.axios.com/2024/05/22/openai-news-corp-content-licensing-deal> (accessed 10 December 2025).
9. Jarvis, S. (2025), “AI in the publishing industry: Trends, challenges, and innovations”, *Spines*, available at: <https://spines.com/ai-in-publishing-industry/> (accessed 11 December 2025).
10. Ross Arguedas, A., Badrinathan, S., Mont’Alverne, C., Toff, B., Fletcher, R. & Nielsen, R. K. (2024), “Public attitudes towards the use of AI in journalism”, In N. Newman, R. Fletcher, A. Eddy, K. R. Robertson & C. T. Nielsen (Eds.), *Reuters Institute Digital News Report 2024*, pp. 70–79, available at: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/public-attitudes-towards-use-ai-and-journalism> (accessed 07 December 2025).
11. Wodecki, B. (2024), “OpenAI licenses Financial Times archive in fifth deal with major news publishers”, *The Batch*, 2024, May 8, available at: <https://www.deeplearning.ai/the-batch/openai-licenses-financial-times-archive-in-fifth-deal-with-major-news-publishers> (accessed 11 December 2025).

THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN BOOK PUBLISHING: INSTRUMENTAL AND CREATIVE INTEGRATION INTO EDITORIAL PROCESSES

Oleksii Sytnyk

*Taras Shevchenko National University of Kyiv
Yurii Illienko Str., 36/1, Kyiv, Ukraine, 04119
e-mail: sytnyk@knu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-0853-1442>*

Svitlana Vodolazka

*Taras Shevchenko National University of Kyiv
Yurii Illienko Str., 36/1, Kyiv, Ukraine, 04119
e-mail: s.vodolazskaya@knu.ua
<https://orcid.org/0000-0003-1019-5828>*

Tetiana Krainikova

*Taras Shevchenko National University of Kyiv,
Yurii Illienko Str., 36/1, Kyiv, Ukraine, 04119
e-mail: tetiana.krainikova@knu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-2132-2020>*

Olena Ryzhko

*Taras Shevchenko National University of Kyiv
Yurii Illienko Str., 36/1, Kyiv, Ukraine, 04119
e-mail: olena.ryzhko@knu.ua
<https://orcid.org/0000-0003-4478-214X>*

The article provides a comprehensive analysis of the use of generative AI in the Ukrainian book publishing sector (2023–2025). The subject of the study is the integration of AI at various stages of book preparation and production, including editing, proofreading, creating illustrations and covers, as well as audio and multimedia materials, among others. The aim of the research is to identify typical AI use scenarios and to assess the opportunities and limitations it presents from the perspective of editorial and publishing practice.

The research methodology combines theoretical and empirical approaches. The theoretical framework draws on technological determinism, information society theory, and diffusion of innovations theory, through which AI is interpreted as a driver of transformation in book production. The empirical component is based on five semi-structured expert interviews with representatives of the Ukrainian book market and related creative industries, as well as a case analysis of 25 books produced using AI by publishers such as ‘Apriory’, ‘A-ba-ba-ha-la-ma-ha’, ‘Borodatyi tamaryn’, ‘Ranok’, and others.

The study identifies two basic models of AI integration into editorial workflows: (1) an instrumental model, which involves automating routine operations; and (2) a creative model, which is oriented toward assisting content creation under human oversight. The findings show that in Ukrainian book publishing, AI is used predominantly in a fragmented manner-driven

by the initiative of individual professionals rather than implemented as an institutionalised technology at the publishing-house level.

The article concludes that the most effective approach for the industry is a hybrid model of editorial processes, in which AI performs preparatory and large-scale tasks, while final substantive and aesthetic decisions remain the responsibility of humans. This implies the need for industry-wide and editorial policies going forward. The practical significance of the study lies in formulating recommendations for publishers on implementing AI with due consideration of ethical, legal, and quality-related dimensions.

Keywords: publishing industry, artificial intelligence, generative models, book publishing, hybrid editorial processes, digital transformation.

Отримано редакцією видання / Received: 19.12.2025

Прорецензовано / Revised: 20.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 22.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 28.01.2026