

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2026: 58; 292–303 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2026.58.13932>

УДК [070:316.77]:81'27:004.738.5/004.8]

КОМУНІКАТИВНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ДІАЛОГУ «АВТОР-ЧИТАЧ» У МЕДІА В ЕПОХУ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

Ірина Табінська

Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна

e-mail: iryna.tabinska@lnu.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0001-8052-5162>

У статті проаналізовано трансформацію діалогу «автор-читач» через появу генеративного штучного інтелекту з урахуванням досвіду світових та українських медіа. Опираючись на заяви та опубліковані принципи використання ШІ у сучасних редакціях, також на прогнози та висновки теоретиків, окреслено тенденцію до збереження людського інтелекту в медіакомунікації, що гарантуватиме функціонування діалогу «автор-читач», а також дотримання етичних норм та журналістських стандартів. Зроблено припущення, що поширення штучного інтелекту в медіакомунікації несе ризик зміни діалогу «автор-читач» на «ШІ-читач», а ще утвердження синтетичного автора замість індивідуального, персоналізованого, що може зумовити кризу авторства.

Ключові слова: комунікація, діалог, медіа, текст, штучний інтелект (ШІ), блог, автор, наратив, аудиторія.

Постановка проблеми. Класичні уявлення про діалог передбачають двох учасників взаємодії: «того, хто говорить» і «того, хто відповідає», тому вони найчастіше аплікуються на поширену форму діалогу «автор-читач». Зв'язок «автор-читач» у медіакомунікації десятками років існував майже незмінно. Змінювалися канали передачі повідомлення, але сама паритетна пара автора й читача була сталою. Доки на початку 2023 року OpenAI не представили чат GPT в Україні, уможливіючи існування діалогу з читачем без автора. Замість автора тепер може бути генерований ШІ, а це означає, що формується новий діалог – «ШІ-читач», який якщо не витісняє, то існує як альтернатива до діалогу «автор-читач». Тому **метою** цієї статті є вивчення комунікативних змін у діалозі «автор-читач» у час штучного інтелекту. **Завдання** для досягнення мети: 1. Визначити політику світових та українських редакцій стосовно впровадження ШІ у роботі медіа. 2. Проаналізувати вплив генеративного штучного інтелекту на діалогічний зв'язок «автор-читач» у сучасному медійному тексті. 3. Прослідкувати за трансформацією ролі автора в епоху генеративного ШІ.

Методологічна основа дослідження: діалогічний, комунікативний, лінгвістичний та прагматичний підходи. **Основні методи, застосовані у дослідженні:**

аналіз, дедукція, індукція, синтез, контент-аналіз, порівняльний метод, метод експерименту.

Актуальність теми. Про діалог «автор-читач» у журналістиці почали говорити лише тоді, коли збалили партисипативність учасників комунікації. Це почалося у І половині ХХ століття за Гарольда Лассвела, коли в пріоритеті була ефективна передача повідомлення, а лінійна модель комунікації мала вигляд «комунікатор-повідомлення-канал-авдиторія-ефект»¹, що і можна вважати прототипом зв'язку «автор-читач». Варто зацентувати, що модель «адресант-адресат», «комунікатор-реципієнт/авдиторія» є фактично умовною моделлю, на відміну від форми «автор-читач», де читач є не тільки потенційним учасником комунікації, але формує доконану дію і нову дійсність – прочитання². Діалог «автор-читач» неодноразово ставав об'єктом наукових досліджень, має відображення у літературознавчих і журналістикознавчих працях Олексія Анхима, Наталії Астрахан, Мар'яни Барабаш (Челецької), Наталії Більовської, Лесі Бурич, Оксани Вертипорох, Олени Кір'янової, Оксани Назаренко, Тетяни Чонки.

У ХХ столітті велика увага філософів і літературознавців того часу прикута до ролі автора як до суб'єкта літературного процесу. Але саме у ХХ столітті автора намагаються знести з трону слави і панування у літературному тексті, бо з'являються нові і досить революційні бачення, що авторові слід померти. Літературознавиця Марія Зубрицька на запитання «Якщо немає автора, то хто ж говорить? Як виглядає місце, що залишилося після автора?»³ шукає відповіді у Мішеля Фуко, який вбачає автора лише як функціонала, автор для філософа не є джерелом значень. Тому Фуко переконаний, що суспільство може обійтися без автора-особи. Натомість функціональний автор може перебувати у певних обмеженнях і винятках. Думки стосовно автора, який на межі життя і смерті, можемо знайти в промовистому есе Ролана Барта «Смерть автора», який фактично ліквідував, ампутував автора з тріади «Автор-Текст-Читач», перетворивши її на діаду «Текст-Читач». Але як би не намагалися постструктуралісти «похоронити» автора як суб'єкта комунікації, все ж без нього процес створення тексту неможливий, тому питання ролі і функцій автора тексту відкриті, особливо це стосується авторів медійних текстів.

Дослідження про діалог «автор-читач» у медіакомунікації не мають широкого поширення чи достатнього наукового опису серед українських науковців. Процес написання, створення тексту і процес сприймання тексту є вже діалогічним. Це працює як у літературі, так і журналістиці, проте літературознавча база не може достеменно і цілком пояснювати процеси, які стосуються масової комунікації. Автор художнього тексту та автор медійного тексту мають зовсім різні функції та обов'язки, створюючи діалог «автор-читач». Автор художнього тексту може запросто разом з персонажами

¹ Житарюк, М. (2018), *Теорії та моделі масової інформації (Масова комунікація): навч.-метод. посібник*, ЛНУ імені Івана Франка, Львів, с. 206. URL: <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/S-959-LNU-Zhytariuk-BLOK.pdf>

² Табінська, І. (2025), «Діалог «автор-читач» у медіакомунікації в епоху штучного інтелекту», *Інновації та особливості функціонування ЗМІ в демократичному суспільстві: збірник матеріалів XI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 29 жовтня 2025 р.)*, Видавництво Львівської політехніки, Львів, с. 255-256.

³ Слово. Знак. Дискурс (1996), Антологія світової літературно-критичної думки ХХ століття (за ред. М. Зубрицької), Літопис, Львів, 433 с.

і новими текстами формувати собі нові образи. Фактично за автором художнього тексту може бути лише образ, а не реальна людина зі своїми світобаченнями, переконаннями. Автор медійного тексту мусить опиратися на факти, деталі, аргументи. До нього більше вимог, його відразу сприймають через політичні, релігійні, гендерні та світоглядні приналежності, прогнозують, як це відобразатиметься у тексті та як текст конкретного автора сприйматиме читач. Різниця автора художнього тексту і медійного тексту у ролі, яку він виконує відносно тексту, і функції, яка переважає, коли твориться текст. У словнику «Медіалінгвістика» упорядниці Лариса Шевченко дає визначення, що *«Автор (у медіа) – журналіст, укладач, творець медійного тексту. Авторство – приналежність медійного тексту автору; факт створення конкретною особою (індивідуальне А.) або групою осіб (колективне А.) оригінального медійного тексту, що представлений на паперових або електронних носіях»*.⁴ Все ж питання авторства у журналістиці є актуальним, тому що особа автора у час геополітичних змін є під особливою увагою з боку читацької аудиторії, дослідниці Олена Іщенко зауважує, що *«за час повномасштабного вторгнення Росії в Україну питання доречності авторських проявів у текстах медіа, а особливо у текстах інформаційних жанрів, є у кожного свідомого споживача контенту»*.⁵ Наскільки доречними є авторські прояви в інформаційних жанрах, наприклад, у новині, це ще запитання, проте в інших жанрах автор медійного тексту може бути не лише його творцем, але промоутером і популяризатором, оскільки до особи автора велика увага з боку аудиторії. Мирослава Мамич звертає увагу на те, що автором медіатексту може бути як професійний журналіст, так науковець, фахівець з різних галузей, будь-хто з громадян, що бажає висловити свою позицію, це так само може бути колективний чи анонімний автор, але *«усі ці автори мають одну мету – досягнення ефективного комунікативного впливу і забезпечення інформаційних потреб аудиторії»*.⁶ Вольфганг Ізер має думку, що автор і його життєві позиції мають залишатися поза текстом, але і вподобання читача не повинні впливати на процес читання. Лише тоді читач буде готовим сприймати автора і навпаки. *«...Текст повинен роздумуватися як свідомість, бо тільки так може існувати адекватна основа для взаємозв'язку «автор-читач», взаємозв'язку, який може відбуватися тільки через відкидання життєпису автора та читацьких уподобань»*.⁷ У журналістиці неможливо відкинути авторський життєпис, а також досвід та уподобання, які має автор. За суб'єктом/автором мусить йти власна приналежність поглядів та історія буття. Зрештою в аналітичних і художньо-публіцистичних жанрах, а особливо в блогосфері, переважають зацікавлення до персони автора з боку читача, тому що за кожним авторським текстом є позиція,

⁴ Медіалінгвістика: словник термінів і понять (2014), за ред. Л. І. Шевченко, Вид. 2-ге, ВП «Київський університет», Київ, 17 с.

⁵ Іщенко, О. А., Оропай, А. (2023), «Доречність проявів авторства у медіатексті», *Сучасний масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи, збірник наукових праць II Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців*, м. Суми, 25–26 травня 2023 р. с. 27.

⁶ Мамич, М. (2024), «Текст як складник медійного контенту», *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*, Одеса, с. 70, URL: <http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v70/17.pdf>

⁷ Ізер, В. (1996), «Процес читання, феноменологічне наближення», *Слово. Знак. Дискурс: Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст.*, за ред. М. Зубрицької, Літопис, Львів, с. 275.

яку читач бажає знати. Але варто зазначити, що з епохою ІІІ настає криза авторства, постає і роль автора настільки розмита, що з'являється навіть його знецінення⁸.

Наталія Громова у статті «Психологія діалогічної взаємодії автора газетного тексту і читача» розглядає діалогічність газетного тексту як двосторонню комунікацію між автором і читачем. У цій комунікації сходяться дві смислові позиції, породжуючи нові смисли у процесі інтерпретації⁹. Вищеописані особливості цілком відображають діалог «автор-читач», але якщо замість автора генеративний ІІІ, тоді комунікація не може залишатися двосторонньою, залишається лише одна смислова позиція. Мирослава Мамич припускає, що ключовим аспектом комунікації є адресність, оскільки «забезпечує зв'язок між автором, текстом і читачем, виступаючи інструментом формування ефективної комунікації»¹⁰. Тобто вся комунікаційна тріада утворюється лише заради того, щоби необхідні сенси потрапили до читача. Процес читання спонукає до взаємодії двох світів, висунення гіпотез, емоційних реакцій, сумнівів, погодження і спротиву. Якщо таке відбувається, медійний текст перестає бути лише накопиченням інформації, а перетворюється на платформу для нових інтерпретацій. Оксана Вертипорох у статті «Діалог між автором і читачем у сучасному художньому тексті: психосемантична та рецептивна проблема» виокремлює аксіоми діалогу «автор-читач», які стосуються художнього тексту, але не обмежуються ним, тому деякі притаманні також медіатексту: «відкритість і множинність інтерпретацій, символічність художнього тексту, рівноправність трьох учасників взаємодії: Автор, Текст, Читач, ускладненість наративу»¹¹. Вертипорох вказує на паритет між автором, текстом та читачем, але що ж відбувається з комунікацією в медіатексті, якщо автор як конкретний образ відсутній.

Програми на кшталт GPT від OpenAI чи Gemini від Google є лінгвістичними застосунками, які запрограмовані на читання сотень, тисяч текстів і генерування нових текстів з тих, що наявні у мережі. Цей новий безособовий чи скоріше синтетичний (зібраний з частин) автор насправді вводить в оману, що справжній автор як такий непотрібен, хоча правдиво генерує тексти на основі авторських доробків. ІІІ будує собі образ колективного автора-всезнайки, але насправді за цим винаходом людства настає криза авторства. Хоча дослідниця Надія Баловсяк припускає, що ІІІ може змінити чимало професій, якщо у них потрібна автоматизація, але водночас ІІІ не стане конкурентом людині, тому що її праця буде кваліфікованішою, дорожчою: «Продукт, створений автором-людиною, стане елітним, новим сегмен-

⁸ Табінська, І. (2025), «Діалог «автор-читач» у медіакомунікації в епоху штучного інтелекту», *Інновації та особливості функціонування ЗМІ в демократичному суспільстві: збірник матеріалів XI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 29 жовтня 2025 р.)*, Видавництво Львівської політехніки, Львів, с. 256.

⁹ Громова, Н. (2011), «Психологія діалогічної взаємодії автора газетного тексту і читача», *Collection of Research Papers «Problems of Modern Psychology»*, (13), с. 52. URL: <https://doi.org/10.32626/2227-6246.2011-13.%p>

¹⁰ Мамич, М. (2024), «Текст як складник медійного контенту», *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*, Одеса, с. 70, URL: <http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v70/17.pdf>

¹¹ Вертипорох, О. (2018), «Діалог між автором і читачем у сучасному художньому тексті: психосемантична та рецептивна проблема», *Літературознавство. Фольклористика. Культурологія*, Вип. 27-28, с. 85, URL: http://nou.gov.ua/UJRN/Lfk_2018_27-28_10.

том розкоші, який буде доступним далеко не всім»¹². Так само оптимістично думає редактор Bloomberg News Джон Міклтвейт, який у січні 2025 року написав, що ШІ більше змінить роботу журналістів, аніж замінить її¹³.

За даними Інституту масової інформації, у 2024 році 22% українських редакцій використовують ШІ на постійній основі.¹⁴ Про використання ШІ в медіа проводять трегінги (ГО «Жінки в медіа», «Медіабаза ІМІ» в Україні, JournalismAI у світі), навчають, як журналістам покращити ефективність власної роботи, як ним грамотно користуватися для автоматизації процесів, узагальнення чи пошуку даних, для опрацювання великих масштабів інформації, транскрибування, генерування тегів, для коректури, дистрибуції новин. Але світові редакції, які цінують власний авторитет та свою аудиторію, не спішають використовувати штучний інтелект у роботі. Наприклад, видання The Guardian¹⁵ у 2023 році опублікувало принципи використання генеративного ШІ у роботі редакції, які базуються на користі читачів, на користі співробітників та всієї організації, з повагою до авторів, творців та власників контенту. Редакція вказує, що інструменти ШІ є захопливими, проте ненадійними, а ненадійність несумісна з оригінальною журналістикою, тому якщо використовуватимуть GenAI з конкретними підставами, повідомлятимуть про це читачів. Також використання ШІ не може суперечити цінностям видання, де в пріоритеті факти й аргументи. *«Ми ще не знаємо повного впливу, який ці нові технології матимуть на суспільство, але ми впевнені: авторитетні медіа, які ставлять у пріоритет інтелектуальну оригінальну журналістику, встановлення фактів, контроль за владою та дослідження ідей, будуть важливими як ніколи»*¹⁶. Принципи використання ШІ затвердили у редакціях BBC, Reuters, Associated Press та інших світових медіа. Редакція BBC запевнила, що *«завжди віддаватиме пріоритет таланту й креативності, оскільки жодна технологія не відтворить і не замінить людську творчість»*¹⁷. Українська редакція «Суспільного» у лютому 2024 року вказала¹⁸ серед принципів використання ШІ пріоритет команди та захист інтелектуальної власності. Фактично оприлюдненими принципами редакції запевнили, що діалог «автор-читач» буде функціонувати й надалі за участі персоналізованого автора. У жовтні 2025 року Ангеліна Карякіна, радниця голови правління Суспільного та членкиня новинного комітету EBU, в інтерв'ю зазначила, що світові і доброчесні медіа не мають захисту

¹² Баловсяк, Н. (2023), «Синтетичний автор. Чи стане ChatGPT початком технологічної революції», *Український тиждень*, URL: <https://tyzhden.ua/syntetychnyj-avtor-chy-stane-chatgpt-pochatkom-tekhnologichnoi-revoliutsii/>

¹³ Micklethwait, J. (2025), «How Journalism Will Adapt in the Age of AI», *Bloomberg*, URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2025-01-10/8-ways-ai-will-transform-journalism>

¹⁴ Машкова, Я. (2024), «Українські медіа та штучний інтелект. Як редакції залучають ШІ для створення контенту?», *Інститут масової інформації*, URL: <https://imi.org.ua/monitorings/ukrayinski-media-ta-shtuchnyj-intelekt-yak-redaktsiyi-zaluchayut-shi-dlya-stvorenniya-kontentu-i62217>

¹⁵ Viner, K., Bateson, A. (2023), «The Guardian's approach to generative AI», *The Guardian*, URL: <https://www.theguardian.com/help/insideguardian/2023/jun/16/the-guardians-approach-to-generative-ai>

¹⁶ Там само.

¹⁷ BBC (2023), «Generative AI at the BBC», URL: https://www.bbc.co.uk/mediacentre/articles/2023/generative-ai-at-the-bbc/?utm_source=themediaroundup.beehiiv.com&utm_medium=newsletter&utm_campaign=tuesday-10th-october-the-bots-have-come-for-podcasts

¹⁸ Суспільне (2024), «Принципи Суспільного щодо використання штучного інтелекту», URL: <https://suspilne.media/ai-policy/>

від впливу ШІ, оскільки немає загального регулювання у використанні іструментів ШІ. Тому всі зусилля медійників, що входять до ЕВУ, будуть зосереджені на діалозі з розробниками програм штучного інтелекту, щоб втримати стандарти та принципи журналістики й уникнути «галюцинування» чатботів: *«Як і будь-який інструмент, ШІ може працювати в обидва боки. Можна полегшити багато технічних завдань: розшифровку, переклад, аналіз великих масивів даних. Ми на Суспільному теж застосовуємо ці інструменти. Але повна відповідальність та інтелектуальний контроль має залишатися за людиною»*¹⁹.

Вікторія Шевченко у статті «Використання штучного інтелекту в редакційній роботі світових та українських медіа» аналізує чимало світових сайтів, а також українські медіа з «білого» списку, за даними ІМІ, зазначаючи, наприклад, що «Бабель» успішно застосовує штучний інтелект для розшифрування аудіо в текст, перекладу, модифікації чи створення нових зображень, пошуку інформації, роботи з грантовими заявками. Для їх укладання використовують важку канцелярську мову, і ChatGPT навчається її стилю й структури на прикладах попередніх заявок і пропонує нові ідеї та концепції в потрібному форматі»²⁰. Але, читаючи «Бабель», ми зауважили використання GPT з галюцинацією у написанні новини на сайт і в соцмережі. Йдеться про новину за 24 жовтня 2025 року «Треба жити!»: оголошено назву цьогорічного Радіодиктанту національної єдності»²¹, де вказано, що авторка тексту Євгенія Кузнецова відома за романами «Спитайте Мієчку» та «Дорога під ясенами». Але Євгенія Кузнецова ніколи не писала книги з назвою «Дорога під ясенами». До часів ШІ таку помилку можна було сприйняти за авторську, але текст новини не є авторською роботою, лише генеруванням штучного інтелекту. Щоби підтвердити гіпотезу, що новина є згенерованою, ми використали власний акаунт GPT з проханням написати новину про Всеукраїнський радіодиктант. На це отримали новий фрагмент з галюцинацією: «Цьогорічний текст має назву «Треба жити!». Його авторка – українська письменниця та перекладачка Євгенія Кузнецова, відома за романами «Дім для Дома» та «Спитайте Мієчку». Якщо Євгенія Кузнецова дійсно авторка книжки «Спитайте Мієчку», то авторкою «Дім для Дома» є Вікторія Амеліна, а це означає, що якраз на назві другої книги ШІ галюцинує, фактично формуючи фейкову інформацію. Ми також вирішили спробувати ще один акаунт для генерування новини про радіодиктант, результатом стала наступна згенерована інформація у GPT: «Євгенія Кузнецова – авторка романів «Спитайте Мієчку» та «Дорога до моря». Українська авторка не написала жодного роману під назвою «Дорога до моря». Це означає, що у формуванні «тіла новини» GPT має «зламаний ген», який видає галюциновану інформацію. А також цей приклад свідчить, що видання не виправляє і не редагує оприлюднених матеріалів, а також нехтує рекомендаціями Комісії з журналіст-

¹⁹ Суспільне Новини (2025), «Як медіа зберігати етику в епоху ШІ: інтерв'ю з Ангеліною Карякіною», URL: <https://corp.suspilne.media/novyny/53692-yak-media-zberigaty-etyku-v-epokhu-shi-intervyu-z-angelinoyu-karyakinoyu/> (дата перегляду 16 листопада 2025).

²⁰ Шевченко, В. (2025), «Використання штучного інтелекту в редакційній роботі світових та українських медіа», *Вісник Книжкової палати*, № 5, с. 7, URL: [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.5\(346\).3-9](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.5(346).3-9)

²¹ Завадська, Ю. (2025), «Треба жити!»: оголошено назву цьогорічного Радіодиктанту національної єдності», *Бабель*, URL: <https://babel.ua/news/122502-treba-zhiti-ogolosheno-nazvu-cogorichnogo-radiodiktantu-nacionalnoji-yednosti> (дата перегляду 13 грудня 2025).

ської етики стосовно використання ШІ у створенні журналістських матеріалів від 31 жовтня 2023 року. У рекомендаціях чітко зазначено, що «використання штучного інтелекту не звільняє журналістів від обов'язку перевіряти факти в надійних джерелах, перевіряти гіперпосилання на джерела, згенеровані ШІ, на їх існування та релевантність до теми, на яку створено текст», «Комісія з журналістської етики вважає неприпустимим, коли згенеровані ШІ матеріали автоматично, без будь-якої перевірки чи редагування, з'являються в медіа», «потрібно повідомляти аудиторії про матеріали, в яких автори використовували штучний інтелект для часткового або повного написання тексту...»²² КЖЕ пропонує редакціям маркувати матеріал за принципом закордонних медіа, вказуючи, що матеріал повністю або частково написаний ШІ, але додати, що всі дані перевірені/відредаговані журналістом/редактором. Авторкою новини «Бабеля» на сайті вказана Юлія Завадська, а факт генерування новини через лінгвістичну програму можна розцінювати як порушення доброчесності, також маніпулювання фактами й взагалі створення фейку. Редактори «Бабель» представили 11 жовтня 2025 року доповнені і змінені стандарти редакції²³, проте про використання ШІ нічого не додали. Хоча редакція декларує, що дотримується журналістських стандартів та етично-правових норм. Але зникнення автора, а разом з ним джерела інформації у медіакомунікації підриває існування журналістських стандартів, етичних норм, може породжувати більшу кількість фейків, неперевіреної інформації та спровокує підрив довіри читачів до медіа²⁴. І як зазначає головний редактор Bloomberg News Джон Міклтвейт: *«У найгіршому випадку, у таких місцях, як Китай та Росія, уряди можуть використовувати штучний інтелект для подальшого перешкоджання незалежній журналістиці – щоб переслідувати наші джерела, цензурувати те, що ми робимо, та плести власні складні мережі фейкових новин»*²⁵. Діалог «автор-читач» означає у певній мірі відповідальність автора перед читачем. У діалозі «ШІ-читач» немає авторської відповідальності: синтетичний автор творить синтетичний текст. Фактично у такий спосіб можна пояснити, чому світові редакції закривають свій контент, роблять платним доступ, вводять персоналізацію читачів: вони не хочуть, щоби ШІ програми використовували тексти їхніх авторів і щоби на їхніх текстах вчилися копіювати стиль написання²⁶.

Висновок. У II половині XX століття Мішелю Фуко і Роланові Барту не вдалося «вбити» автора, але у XXI столітті штучний інтелект може призвести до занепаду ролі індивідуального автора і комунікативної трансформації діалогу «автор-читач».

²² Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо використання штучного інтелекту для створення журналістських матеріалів (2023), URL: <https://cje.org.ua/statements/rekomendatsii-komisii-z-zhurnalistskoi-etyky-shchodo-vykorystannia-shtuchnoho-intelektu-dlia-stvorennia-zhurnalistskykh-materialiv/> (дата перегляду 13 грудня 2025).

²³ Якісна журналістика в сучасному світі. Стандарти «Бабеля» (2025), URL: <https://babel.ua/rules> (дата перегляду 13 грудня 2025).

²⁴ Табінська, І. (2025), «Діалог «автор-читач» у медіакомунікації в епоху штучного інтелекту», *Інновації та особливості функціонування ЗМІ в демократичному суспільстві: збірник матеріалів XI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 29 жовтня 2025 р.)*, Видавництво Львівської політехніки, Львів, с. 257.

²⁵ Micklethwait, J. (2025), «How Journalism Will Adapt in the Age of AI», *Bloomberg*, URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2025-01-10/8-ways-ai-will-transform-journalism> (дата перегляду 19 жовтня 2025).

²⁶ Табінська, І. (2025), Там само, с. 257.

Генеративний ШІ у деяких випадках перестає бути лише технічним інструментом у комунікації, адже редакції покладають на нього більші уповноваження. ШІ може виступати синтетичним автором, що не має справжніх інтенцій стосовно читача: штучний автор творить штучний діалог, оскільки він не має комунікативних намірів, в такий спосіб руйнуючи усю діалогічну природу медіатексту. Діалог «автор-читач» може нівелюватися через взаємодію читача з лінгвістичною програмою. Редакції можуть це зупиняти чи вноرمовувати, підкреслюючи важливість персони автора у створенні контенту, відвівши для ШІ технічні ролі. Криза авторства може породити брак сенсів у медіа, верховенство штучного голосу над справжнім і руйнування читачької довіри до медіа через синтетичних авторів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Баловсяк, Н. (2023), «Синтетичний автор. Чи стане ChatGPT початком технологічної революції», *Український тиждень*, URL: <https://tyzhden.ua/syntetychnyj-avtor-chy-stane-chatgpt-pochatkom-tekhnologichnoi-revoliutsii/>
2. Вертипорох, О. (2018), «Діалог між автором і читачем у сучасному художньому тексті: психосемантична та рецептивна проблема», *Літературознавство. Фольклористика. Культурологія*, Вип. 27-28, с. 85, URL: http://nou.gov.ua/UJRN/Lfk_2018_27-28_10 (дата перегляду 13 грудня 2025).
3. Громова, Н. (2011), «Психологія діалогічної взаємодії автора газетного тексту і читача», *Collection of Research Papers «Problems of Modern Psychology»*, (13), с. 52 URL: <https://doi.org/10.32626/2227-6246.2011-13.%p> (дата перегляду 13 грудня 2025).
4. Житарюк, М. (2018), *Теорії та моделі масової інформації (Масова комунікація): навч.-метод. посібник*, ЛНУ імені Івана Франка, Львів, 244 с. URL: <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/S-959-LNU-Zhytariuk-BLOK.pdf>
5. Завадська, Ю. (2025), «Треба жити!»: оголошено назву цьогорічного Радіодиктанту національної єдності», *Бабель*, URL: <https://babel.ua/news/122502-treba-zhiti-ogolosheni-nazvu-cogorichnogo-radiodiktantu-nacionalnoji-yednosti> (дата перегляду 13 грудня 2025).
6. Ізер, В. (1996), «Процес читання, феноменологічне наближення», *Слово. Знак. Дискурс: Антологія світової літературно-критичної думки XX ст.*, за ред. М.Зубрицької, Літопис, Львів, с. 261-277.
7. Іщенко, О. А., Оропай, А. (2023), «Доречність проявів авторства у медіатексті», *Сучасний масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи*, збірник наукових праць II Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців, м. Суми, 25–26 травня 2023 р. с. 27-32.
8. Левченко, Д. (2023), «ChatGPT: штучний інтелект в Україні та можливості його використання», *Gwara media*, URL: <https://gwaramedia.com/chatgpt-shtuchnij-intelekt-v-ukraini-ta-mozhливosti-jogo-vikoristannya/> (дата перегляду 15 грудня 2025).
9. Мамич, М. (2024), «Текст як складник медійного контенту», *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*, Одеса, с. 70, URL: <http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v70/17.pdf> (дата перегляду 18 липня 2025).
10. Машкова, Я. (2024), «Українські медіа та штучний інтелект. Як редакції залучають ШІ для створення контенту?», *Інститут масової інформації*, URL: <https://imi>.

- org.ua/monitorings/ukrayinski-media-ta-shtuchnyj-intelekt-yak-redaktsiyi-zaluchayut-shi-dlya-stvorenniya-kontentu-i62217 (дата перегляду 11 грудня 2025).
11. *Медіалінгвістика: словник термінів і понять* (2014), за ред. Л. І. Шевченко, Вид. 2-ге, ВП «Київський університет», Київ, 380 с.
 12. Нановська, В. (2023), «Виклики й очікування. Що редакції думають про впровадження штучного інтелекту – опитування JournalismAI», *Медіамейкер*, URL: <https://mediamaker.me/shho-redaktsiyi-dumayut-pro-vprovadzheniya-shtuchnogo-intelektu-opytuvannya-journalismai-5368/> (дата перегляду 15 листопада 2025).
 13. Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо використання штучного інтелекту для створення журналістських матеріалів (2023), URL: <https://cje.org.ua/statements/rekomendatsii-komisii-z-zhurnalistskoi-etyky-shchodo-vykorystannia-shtuchnogo-intelektu-dlia-stvorennia-zhurnalistskykh-materialiv/> (дата перегляду 13 грудня 2025).
 14. *Слово. Знак. Дискурс* (1996), Антологія світової літературно-критичної думки ХХ століття (за ред. М. Зубрицької), Літопис, Львів, 633 с.
 15. *Суспільне Новини* (2025), «Як медіа зберігати етику в епоху ШІ: інтерв'ю з Ангеліною Карякіною», URL: <https://corp.suspilne.media/novyny/53692-yak-media-zberigaty-etyku-v-epokhu-shi-intervyu-z-angelinoyu-karyakinoyu/> (дата перегляду 16 листопада 2025).
 16. *Суспільне* (2024), «Принципи Суспільного щодо використання штучного інтелекту», URL: <https://suspilne.media/ai-policy/> (дата перегляду 11 грудня 2025).
 17. Табінська, І. (2025), «Діалог «автор-читач» у медіакомунікації в епоху штучного інтелекту», *Інновації та особливості функціонування ЗМІ в демократичному суспільстві: збірник матеріалів XI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 29 жовтня 2025 р.)*, Видавництво Львівської політехніки, Львів, с. 255–259.
 18. Фуко, М. (1996), «Що таке автор?», *Слово. Знак. Дискурс: Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст.*, За ред. М. Зубрицької, Літопис, Львів, с. 442–456.
 19. Шевченко, В. (2025), «Використання штучного інтелекту в редакційній роботі світових та українських медіа», *Вісник Книжкової палати*, № 5, с. 7, URL: [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.5\(346\).3-9](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.5(346).3-9) (дата перегляду 11 грудня 2025).
 20. *Якісна журналістика в сучасному світі. Стандарти «Бабеля»* (2025), URL: <https://babel.ua/rules> (дата перегляду 13 грудня 2025).
 21. *BBC* (2023), «Generative AI at the BBC», URL: https://www.bbc.co.uk/mediacentre/articles/2023/generative-ai-at-the-bbc/?utm_source=themediaroundup.beehiiv.com&utm_medium=newsletter&utm_campaign=tuesday-10th-october-the-bots-have-come-for-podcasts (дата перегляду 27 листопада 2025).
 22. Micklethwait, J. (2025), «How Journalism Will Adapt in the Age of AI», *Bloomberg*, URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2025-01-10/8-ways-ai-will-transform-journalism> (дата перегляду 19 жовтня 2025).
 23. Viner, K., Bateson, A. (2023), «The Guardian's approach to generative AI», *The Guardian*, URL: <https://www.theguardian.com/help/insideguardian/2023/jun/16/the-guardians-approach-to-generative-ai> (дата перегляду 19 жовтня 2025).

REFERENCES

1. Balovsiak, N. (2023), «Syntetychnyi avtor. Chy stane ChatGPT pochatkom tekhnolohichnoi revoliutsii», *Ukrainskyi tyzhden* URL: <https://tyzhden.ua/syntetychnyj-avtor-chy-stane-chatgpt-pochatkom-tekhonolohichnoi-revoliutsii/>
2. Vertyporokh, O. (2018), «Dialoh mizh avtorom i chytachem u suchasnomu khudozhnomu teksti: psykhosemantychna ta retseptivna problema», *Literaturoznavstvo. Folklorystyka. Kulturolohiia*, Vyp. 27-28, s. 85-96, URL: http://nou.gov.ua/UJRN/Lfk_2018_27-28_10 (data perehliadu 13 hrudnia 2025).
3. Hromova, N. (2011), «Psykholohiia dialohichnoi vzaiemodii avtora hazetnoho tekstu i chytacha», *Collection of Research Papers «Problems of Modern Psychology»*, (13). URL: <https://doi.org/10.32626/2227-6246.2011-13.%p> (data perehliadu 13 hrudnia 2025).
4. Zhytariuk, M. (2018), *Teorii ta modeli masovoi informatsii (Masova komunikatsiia): navch.-metod. posibnyk*, LNU imeni Ivana Franka, Lviv, 244 s. URL: <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/S-959-LNU-Zhytariuk-BLOK.pdf>
5. Zavadzka, Yu. (2025), «Treba zhyty!»: oholosheno nazvu tsohorichnoho Radiodyktantu natsionalnoi yednosti», *Babel*, URL: <https://babel.ua/news/122502-treba-zhiti-ogolosheno-nazvu-cogorichnogo-radiodiktantu-nacionalnoji-yednosti> (data perehliadu 13 hrudnia 2025).
6. Izer, V. (1996), «Protses chytannia, fenomenolohichne nablyzhennia», *Slovo. Znak. Dyskurs: Antolohiia svitovoi literaturno-krytychnoi dumky XX st.*, za red. M. Zubrytskoi, Litopys, Lviv, s. 261-277.
7. Ishchenko, O. A., Oropai, A. (2023), «Dorechnist proiaviv avtorstva u mediateksti», *Suchasnyi masovokomunikatsiinyi prostir: istoriia, realii, perspektyvy, zbirnyk naukovykh prats II Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii studentiv, aspirantiv ta molodykh naukovtsiv*, m. Sumy, 25–26 travnia 2023 r. s. 27-32.
8. Levchenko, D. (2023), «ChatGPT: shtuchnyi intelekt v Ukraini ta mozhlyvosti yoho vykorystannia», *Gwara media*, URL: <https://gwaramedia.com/chatgpt-shtuchnij-intelekt-v-ukraini-ta-mozhlyvosti-jogo-vikoristannya/> (data perehliadu 15 hrudnia 2025).
9. Mamych, M. (2024), «Tekst yak skladnyk mediinoho kontentu», *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*, Odesa, c. 70, URL: <http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v70/17.pdf> (data perehliadu 18 lypnia 2025).
10. Mashkova, Ya. (2024), «Ukrainski media ta shtuchnyi intelekt. Yak redaktsii zaluchaiut ShI dlia stvorennia kontentu?», *Instytut masovoi informatsii*, URL: <https://imi.org.ua/monitorings/ukrayinski-media-ta-shtuchnyi-intelekt-yak-redaktsiyyi-zaluchayut-shi-dlya-stvorennia-kontentu-i62217> (data perehliadu 11 hrudnia 2025).
11. *Medialinhvistyka: slovnyk terminiv i poniat* (2014), za red. L. I. Shevchenko, Vyd. 2-he, VP «Kyivskyi universytet», Kyiv, 380 s.
12. Nanovska, V. (2023), «Vykylyky y ochikuvannia. Shcho redaktsii dumaiut pro vprovadzhennia shtuchnoho intelektu – opytuvannia JournalismAI», 2023, *Mediameiker*, URL: <https://mediamaker.me/shho-redaktsiyyi-dumayut-pro-vprovadzhennia-shtuchnogo-intelektu-opytuvannia-journalismai-5368/> (data perehliadu 15 lystopada 2025).
13. Rekomendatsii Komisii z zhurnalistskoi etyky shchodo vykorystannia shtuchnoho intelektu dlia stvorennia zhurnalistskykh materialiv (2023), URL: <https://cje.org.ua/>

- [statements/rekomendatsii-komisii-z-zhurnalistskoi-etyky-shchodo-vykorystannia-shtuchnoho-intelektu-dlia-stvorennia-zhurnalistskykh-materialiv/](#) (data perehliadu 13 hrudnia 2025).
14. *Slovo. Znak. Dyskurs* (1996), Antolohiia svitovoi literaturno-krytychnoi dumky XX stolittia (za red M. Zubrytskoi), Litopys, Lviv, 633 s.
 15. *Suspilne Novyny* (2025), «Iak media zberihaty etyku v epokhu ShI: interviiu z Anhelinoiu Kariakinoiu», URL: <https://corp.suspilne.media/novyny/53692-yak-media-zberigaty-etyku-v-epokhu-shi-intervyu-z-angelinoyu-karyakinoyu/> (data perehliadu 16 lystopada 2025).
 16. *Suspilne* (2024), «Pryntsypy Suspilnoho shchodo vykorystannia shtuchnoho intelektu», URL: <https://suspilne.media/ai-policy/> (data perehliadu 11 hrudnia 2025).
 17. Tabinska, I. (2025), «Dialoh «avtor-chytach» u mediakomunikatsii v epokhu shtuchnoho intelektu», *Innovatsii ta osoblyvosti funktsionuvannia ZMI v demokratychnomu suspilstvi: zbirnyk materialiv KhI Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (m. Lviv, 29 zhovtnia 2025 r.)*, Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniki, Lviv, s. 255-259.
 18. Fuko, M. (1996), «Shcho take avtor?», *Slovo. Znak. Dyskurs: Antolohiia svitovoi literaturno-krytychnoi dumky XX st.*, Za red. M. Zubrytskoi, Lviv, Litopys, s. 442–456.
 19. Shevchenko, V. (2025), «Vykorystannia shtuchnoho intelektu v redaktsiinii roboti svitovykh ta ukrainskykh media», *Visnyk Knyzhkovoi palaty*, № 5, URL: [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.5\(346\).3-9](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.5(346).3-9) (data perehliadu 11 hrudnia 2025).
 20. Yakisna zhurnalistyka v suchasnomu sviti. Standarty «Babelia» (2025), URL: <https://babel.ua/rules> (data perehliadu 13 hrudnia 2025).
 21. BBC (2023), «Generative AI at the BBC», URL: https://www.bbc.co.uk/mediacentre/articles/2023/generative-ai-at-the-bbc/?utm_source=themediaroundup.beehiiv.com&utm_medium=newsletter&utm_campaign=tuesday-10th-october-the-bots-have-come-for-podcasts (data perehliadu 27 lystopada 2025).
 22. Micklethwait, J. (2025), «How Journalism Will Adapt in the Age of AI», *Bloomberg*, URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2025-01-10/8-ways-ai-will-transform-journalism> (data perehliadu 19 zhovtnia 2025).
 23. Viner, K., Bateson, A. (2023), «The Guardian's approach to generative AI», *The Guardian*, URL: <https://www.theguardian.com/help/insideguardian/2023/jun/16/the-guardians-approach-to-generative-ai> (data perehliadu 19 zhovtnia 2025).

COMMUNICATIVE TRANSFORMATION OF THE 'AUTHOR-READER' DIALOGUE IN MEDIA IN THE AGE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Iryna Tabinska

*Ivan Franko National University of Lviv,
General Chuprynka Str., 49, Lviv, Ukraine, 79044*

e-mail: iryna.tabinska@lnu.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0001-8052-5162>

The 'author-reader' dialogue in media communication has remained virtually unchanged for decades. The channels for transmitting messages have changed, but the author-reader pairing itself has remained stable. Until early 2023, OpenAI introduced GPT chat in Ukraine, which made it possible to communicate with readers without the author. Instead of the author, it is now possible to generate AI, which means the formation of a new 'AI-reader' dialogue, which, if not replacing, then exists as an alternative to the 'author-reader' dialogue.

The article analyses the transformation of the 'author-reader' dialogue due to the emergence of generative artificial intelligence, taking into account the experience of world and Ukrainian media. Based on the statements and published principles for the use of AI in modern editorial offices, as well as on the predictions and conclusions of theorists, the tendency to preserve human intelligence in media communication is outlined, which guarantees the functioning of the 'author-reader' dialogue, as well as compliance with ethical norms and journalistic standards. It is assumed that the spread of artificial intelligence in media communication carries the risk of replacing the 'author-reader' dialogue with an 'AI-reader', as well as the establishment of a synthetic author instead of an individual, personalised one, which may lead to a crisis of authorship. It is assumed that the crisis of personalised authorship may generate a lack of meaning in the media, the supremacy of the artificial voice over the real one, and the destruction of reader trust in the media due to synthetic authors.

Key words: communication, dialogue, media, text, artificial intelligence (AI), blog, author, narrative, audience.

Отримано редакцією видання / Received: 16.12.2025

Прорецензовано / Revised: 19.12.2025

Схвалено до друку / Accepted: 22.12.2025

Опубліковано на сайті видання / Published on the publication's website: 31.01.2026