

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Києво-Могилянська Академія»
Факультет гуманітарних наук
Кафедра культурології

Кваліфікаційна робота

освітній ступінь - бакалавр

На тему: **«ІНТЕГРАЦІЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ВИДАВНИЧУ СПРАВУ:
ТЕНДІЇ, ВПЛИВ, ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ»**

Виконала: студентка 4-го року
навчання

Спеціальності

034 Культурологія

Булат Інна Олександрівна

Керівник: Івашина О. О.
старший викладач

Рецензент: Лозова Л. Я.

канд. культ. наук, співробітник
Кафедри класичних мов, давньої
історії, релігії і теології
Факультету гуманітарних наук,
мистецтвознавства та соціальних
наук Університету Ексетера
(Великобританія) за програмою
Британської академії наук

Кваліфікаційна робота захищена
з оцінкою «_____»

Секретар ЕК _____

«_____» _____ 2024 р.

КИЇВ 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ІСТОРІЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА КНИГОВИДАННЯ.....	8
I.1. Зародження та еволюція штучного інтелекту у культурі.....	8
I.2. Історія видавничої справи.....	12
I.3. Поширення штучного інтелекту на видавничу справу.....	19
I.4. Висновки розділу.....	23
РОЗДІЛ II. МЕТОДИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У	
ВИДАВНИЦТВІ.....	24
II.1. Редагування, генерація та персоналізація контенту.....	25
II.2. Поточний стан індустрії та майбутні перспективи.....	34
II.3. Дослідження ставлення споживачів до використання штучного інтелекту	
у сфері видавництва	
книжок.....	42
II.4. Висновки розділу.....	46
ВИСНОВКИ.....	48
ДЖЕРЕЛА.....	50
ДОДАТКИ.....	58

ВСТУП

Актуальність. Інтеграція штучного інтелекту в сучасну видавничу справу зумовлює значний зсув у тому, як створюється, обробляється та розповсюджується контент. Подібна трансформація має відповідати складнощам і вимогам цифрової епохи, де ефективність, персоналізація та інновації мають першочергове значення. Дослідження даного процесу зачіпає різні аспекти: технологічні, економічні та творчі. Видавнича індустрія, життєво важлива складова світової економіки, приносить значні прибутки: провідні ринки, такі як США, повідомляють, що у 2022 році продажі сягнуть 26,2 мільярда доларів, а за ними йдуть інші великі ринки, такі як Німеччина та Японія¹. Таке економічне значення підкреслює потенціал штучного інтелекту для революційної зміни галузевих практик - від скорочення витрат і підвищення ефективності дистрибуції до поліпшення аналізу ринку і споживачів за допомогою розширеної аналітики даних. Здатність штучного інтелекту обробляти великі обсяги споживчих даних дозволяє видавцям прогнозувати ринкові тенденції з більшою точністю, оптимізуючи таким чином маркетингові стратегії та розширюючи охоплення ринку. Інструменти на основі штучного інтелекту, такі як асистенти для написання текстів та генерації зображень і програмне забезпечення для автоматизованого редагування, змінюють редакційний ландшафт, оптимізуючи робочі процеси та забезпечуючи узгодженість і якість опублікованого контенту. Ці технології дозволяють творчим працівникам приділяти більше часу інноваційним аспектам створення контенту, що сприяє створенню більш насиченого творчого продукту.

Незважаючи на швидке впровадження технологій штучного інтелекту, академічні дослідження цих змін залишаються обмеженими. Існує нагальна потреба у комплексних дослідженнях, які документують та аналізують інтеграцію штучного інтелекту у видавничу справу. Такі дослідження мають

¹ WordsRated 'Використання ШІ у книговидавництві' / WordsRated // – URL: <https://wordsrated.com/publishing-industry-statistics/>. (date of access: 01.05.2024)

вирішальне значення не лише для зацікавлених сторін галузі, які повинні орієнтуватися в цих трансформаціях, а й для політиків та академічних кіл, щоб зрозуміти весь спектр можливостей та обмежень штучного інтелекту.

Потенційні майбутні наслідки застосування штучного інтелекту потребують ретельного дослідження. Оскільки технології продовжують розвиватися і дедалі більше впроваджуються в повсякденну життя, розуміння їхнього поточного впливу дасть цінну інформацію про майбутнє. Це дослідження має на меті сприяти такому розумінню, пропонуючи детальний історичний аналіз ролі штучного інтелекту у видавничій справі, наголошуючи на необхідності готовності та стратегічного планування в міру того, як галузь рухається вперед. Це не просто технологічна модернізація, а комплексний зсув, який впливає на економічні стратегії, творчість, та структуру такої ніші як видавнича справа. Актуальність цього дослідження полягає в тому, що воно здатне забезпечити детальне розуміння цих змін, прокладаючи шлях до прийняття обґрунтованих рішень та стратегічних інновацій у видавничому секторі.

Для зручності використання словосполучення “штучний інтелект” надалі будемо використовувати абривіатуру “ШІ”.

Ступінь наукової розробки. На сьогоднішній день, значна частина досліджень у видавництві зосереджена на здатності ШІ оптимізувати редагування та вибір контенту через використання машинного навчання та обробки природної мови. Однак, більшість з цих досліджень не виявляють глибокого розуміння того, як ШІ може сприяти креативним процесам або як він може бути інтегрований у стратегічні бізнес-моделі видавничих домів. Враховуючи це, це дослідження пропонує зосередитись на комплексному аналізі використання ШІ, а також оцінити його довгострокові наслідки для індустрії.

По-перше, це дослідження націлене на розгляд впливу штучного інтелекту на процеси редагування та літературне створення. Аналізуючи передові технології і їх застосування, таке дослідження допоможе визначити нові можливості для підвищення ефективності та інноваційності в робочих процесах

видавництв. Такий підхід дозволить краще зрозуміти, як ШІ може сприяти якісному змісту та ефективному управлінню контентом.

По-друге, особливий акцент у дослідженні зроблено на вивчення впливу ШІ на стратегії маркетингу та розповсюдження у видавничій індустрії. ШІ змінює способи аналізу цільових аудиторій та розробки маркетингових кампаній, що значно підвищує ефективність рекламних зусиль і розширення ринку. Планується також розглянути правові та етичні аспекти використання штучного інтелекту у видавництві. Це включає аналіз впливу ШІ на авторські права, конфіденційність даних та інші важливі правові питання, які виникають у зв'язку з новими технологіями.

Об'єктом дослідження є сучасна видавнича індустрія, з особливим акцентом на застосуванні технологій штучного інтелекту у процесах створення, обробки та розповсюдження контенту.

Предметом дослідження є штучний інтелект у видавничій справі, що охоплює аналіз застосування машинного навчання, обробки природної мови та інших технологій, які впливають на процеси редагування, маркетингу та дистрибуції видавничих продуктів.

Метою дослідження є аналіз впливу штучного інтелекту на видавничу індустрію, з особливим акцентом на його роль у трансформації традиційних і сучасних видавничих процесів. Дослідження має на меті вивчення технологічних, культурних та економічних аспектів використання ШІ, аналізу його потенційних переваг і ризиків. Зокрема, воно спрямоване на виявлення того, як штучний інтелект може сприяти підвищенню якості та доступності літературних творів, а також розгляд впливу AI на зміну ролі авторів, редакторів і читачів у видавничому процесі.

Дослідження ставить перед собою *завдання*:

- Провести комплексний огляд літератури, присвяченої використанню штучного інтелекту в сучасному видавництві, з метою ідентифікації ключових технологій, методів та їх застосувань.

- Проаналізувати різні аспекти інтеграції штучного інтелекту у процеси створення та редагування контенту, включаючи автоматизацію редагування, оптимізацію текстів та управління даними.
- Дослідити вплив штучного інтелекту на маркетинг та розповсюдження видавничих продуктів, особливо в контексті персоналізації контенту та цільового маркетингу.
- Оцінити соціальні, культурні та економічні наслідки використання штучного інтелекту у видавництві, зокрема його вплив на професійні ролі та трудові відносини в індустрії.
- Висвітлити етичні аспекти використання штучного інтелекту в видавництві, включаючи питання авторських прав, приватності даних та впливу на культурне розмаїття.
- Проаналізувати майбутні тенденції розвитку штучного інтелекту у видавництві та їх потенційний вплив на глобальну видавничу індустрію.

Методи дослідження: Медіа-аналіз буде використаний для аналізу платформ соціальних мереж, онлайн-журналів та інших цифрових джерел. Цей аналіз включатиме систематичний збір даних і відповідного контенту, щоб виявити патерни, теми та дискурси, пов'язані з використанням ШІ у видавничій справі та відгуки про ці продукти.

Для забезпечення теоретичної бази дослідження буде проведено всебічний огляд наукової літератури, зокрема академічних статей, монографій та конференційних матеріалів, які обговорюють використання ШІ у видавництві та індустрію видавництва загалом. Цей огляд дозволить ідентифікувати основні досліджувані теми, методи та недоліки існуючих досліджень. В якості додаткового методу будуть використані тематичні кейси, які включатимуть аналіз певних видавництв або проєктів, де ШІ відіграє ключову роль. Це дозволить оцінити реальний вплив штучного інтелекту на практики видавничої діяльності та його ефективність у різних контекстах. Вивчення успішних та невдалих проєктів надасть змогу зробити обґрунтовані висновки щодо переваг і ризиків

застосування ШІ у цій сфері. Для вивчення взаємозв'язків і тенденцій використання ШІ буде проведений кількісний аналіз даних з різних джерел, включаючи статистичні дані з видавничих платформ, аналітичні звіти і метрики користувачів. Цей аналіз допоможе виявити патерни в адаптації та ефективності штучного інтелекту в галузі.

Для вивчення думки споживачів щодо використання штучного інтелекту у видавництві було проведене кількісне дослідження шляхом анкетування респондентів.

Наукова новизна цього дослідження полягає у всебічному аналізі впливу штучного інтелекту на сучасну видавничу індустрію, особливо з погляду його використання для створення та редагування контенту. Вперше у цій галузі дослідження розглядає взаємодію між різними видами штучного інтелекту(текстового та візуального) та їхніми конкретними застосуваннями у процесах видавництва, охоплюючи технічні, культурні та економічні аспекти.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, дев'яти підрозділів, висновків, джерел та додатків.

РОЗДІЛ I. ІСТОРІЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА КНИГОВИДАННЯ

У цьому розділі ми досліджуємо історію штучного інтелекту (ШІ) — від його теоретичних коренів у математиці та філософії до революційних досягнень у технологіях, які визначили сучасне книговидання, та вплив на культуру. Починаючи з робіт Алана Тюрінга, який запропонував ідею "машини Тюрінга" як моделі для виконання алгоритмічних задач, до розробки перших програм, здатних імітувати елементи людського мислення, ШІ постійно розширював свої кордони. Цей розвиток кульмінувався в сучасні системи, які здатні аналізувати великі обсяги даних та забезпечувати підтримку рішень, що кардинально змінили пейзаж видавничої індустрії. Від автоматизованого редагування до алгоритмів персоналізації контенту, ШІ не просто підтримує сучасне книговидання, а переосмислює, як створюються, розповсюджуються та сприймаються книги. У цьому розділі ми розглянемо ключові моменти історії розвитку книговидання та штучного інтелекту.

I.1. Зародження та еволюція штучного інтелекту у культурі

Алан Тюрінг, якого часто називають “батьком сучасної обчислювальної техніки”² та штучного інтелекту, заклав фундаментальні теорії, які продовжують впливати на ці галузі і сьогодні. Його концепція "машини Тюрінга" продемонструвала, що машини можуть виконувати будь-яке обчислювальне завдання за умови, що їм дають правильні інструкції. Ця ідея стала ключовою у формуванні концепції універсальних обчислень.

Значний внесок Тюрінга у розвиток ШІ розпочався з його фундаментальної праці "Обчислювальні машини та інтелект"³, опублікованої в 1950 році, де він

² New Scientist 'Алан Тюрінг' / New Scientist // – URL: <https://www.newscientist.com/people/alan-turing/>. (date of access: 01.05.2024)

³ Stanford Encyclopedia of Philosophy 'Turing Test' / Stanford Encyclopedia of Philosophy // – URL: <https://plato.stanford.edu/entries/turing-test/>. (date of access: 01.05.2024)

запропонував відомий “тест Тюрінга”. Цей тест перевіряє здатність машини демонструвати розумну поведінку, яку не можна відрізнити від поведінки людини, встановлюючи фундаментальну мету для досліджень штучного інтелекту.

Його рання робота в Блетчлі-парку під час Другої світової війни, де він розробив машину "Бомба" для розшифрування повідомлень німецької "Енігми" або ж “Entscheidungsproblem”, також заклала підґрунтя для його подальших роздумів про машинний інтелект. Досвід Тюрінга у вирішенні цих криптографічних завдань підкреслив потенціал машин у вирішенні складних завдань, що базуються на правилах, і є дзеркальним відображенням можливостей людини у вирішенні проблем. Він передбачав, що машини повинні навчатися на власному досвіді, а не бути виключно запрограмованими за допомогою фіксованого набору інструкцій. Він уявляв собі те, що називав "машиною-дитиною", машиною, яка починає з базової здатності до навчання і стає все більш досконалою завдяки освіті та взаємодії зі світом - подібно до людської дитини. Ця ідея передбачила розвиток машинного навчання, коли комп'ютери з часом покращують свою продуктивність при виконанні конкретних завдань завдяки доступу до даних і використанню алгоритмів, які коригують свої операції на основі виявлених ними закономірностей.

Передбачливість Тюрінга не обмежувалася теоретичним внеском. Він також розмірковував про потенційну потребу в тому, щоб штучний інтелект міг обробляти більше, ніж просто логічне виведення, припускаючи, що майбутні машини повинні будуть інтегрувати навчання, логіку і ймовірності, щоб повністю реалізувати свій потенціал. Його дискусії на ці теми розсунули межі того, що було технологічно можливим на той час, і відкрили нові шляхи для досліджень як у галузі ШІ, так і в галузі інформатики.

У 1950 році Алан Тюрінг представив фундаментальну концепцію штучного інтелекту у своєму уявному експерименті, відомому під назвою "Гра в імітацію", пізніше відомому як "Тест Тюрінга". Цей тест передбачав, що інтерв'юер

розмовлятиме з людиною та машиною, приховано від сторонніх очей, за допомогою машинопису. Якщо машина зможе обдурити інтерв'юера, змусивши його думати, що це людина, припустив Тюрінг, її можна буде вважати здатною до "чогось на кшталт мислення". Це була радикальна ідея, яка переходила від питання, чи можуть машини мислити, до питання, чи можуть вони переконливо імітувати людський інтелект.

Також його вплив значно поширюється на поп-культуру, де його життя і творчість надихнули різні форми художнього самовираження і розваг. Його внесок у комп'ютерну науку та ключова роль у криптографії часів Другої світової війни захопили суспільну уяву, висвітливши теми інтелекту, секретності та особистої боротьби:

Фільми та телебачення. Одним з найвідоміших зображень життя Тюрінга є фільм "Гра в імітацію" (2014) з Бенедиктом Камбербетчем у головній ролі. Цей фільм ознайомив широку аудиторію з історією Тюрінга, зосередившись на його роботі під час Другої світової війни над розшифровкою кодів німецької розвідки та його трагічному особистому житті, в тому числі переслідуванні за гомосексуальні зв'язки. Фільм отримав схвальні відгуки критиків і був успішним у прокаті, зібравши понад 230 мільйонів долларів валового збору по всьому світу, і входячи до списку топ-700 фільмів за версією IMDb. Це викликало неабиякий інтерес до історично вагомого внеску Алана і його посмертне помилування британським урядом у 2013 році. Тюрінг також фігурує в різних документальних фільмах, які досліджують історію комп'ютерів і криптографії, таких як "Зломщик кодів" (2011)⁴, який представляє драматичну розповідь про життя Тюрінга і його новаторську роботу, що призвела до створення сучасних комп'ютерів.

Театр. Життя та спадщина Тюрінга досліджувалися в літературі та театрі. П'єса Г'ю Уайтмора "Порушуючи кодекс"(англ. *Breaking the Code*)⁵ драматизує

⁴YouTube 'Зломщик кодів' / YouTube // – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3cBR1Zvhy6w>. (date of access: 01.05.2024)

⁵Concord Theatricals 'Breaking the Code' / Concord Theatricals // – URL: <https://www.concordtheatricals.com/p/2217/breaking-the-code>. (date of access: 01.05.2024)

життя Тюрінга і досліджує конфлікт між його важливою роботою під час Другої світової війни та його сексуальною орієнтацією, яка суперечила тогочасним законам. П'єса була адаптована в телевізійний фільм, що ще більше розширило її охоплення.

Музика. Вплив Тюрінга поширюється навіть на музику. Гурт Pet Shop Boys написав пісню під назвою "Людина з майбутнього" (англ. *A man from the future*), заснований на житті Тюрінга⁶.

Тест Тюрінга довгий час був еталоном машинного інтелекту, підштовхуючи розробників протягом десятиліть до створення комп'ютерних програм, які могли б імітувати людські розмовні здібності.

Якщо перенестися в сьогодення, то великі мовні моделі, такі як LaMDA⁷, представляють собою значний прогрес у розмовних здібностях штучного інтелекту. Розроблені такими технологічними гігантами, як Google, ці моделі мають можливості, що значно перевершують рудиментарні чат-боти минулого, які часто покладалися на прості трюки для досягнення розмовних ефектів. LaMDA, наприклад, продемонстрував настільки просунуті розмовні можливості, що переконав інженера Google у своїй чуттєвості, що викликало скептицизм і занепокоєння як у спільноті ШІ, так і за її межами⁸.

Цей розвиток подій висвітлює критичну точку суперечок і роздумів у сфері ШІ: етичні наслідки створення машин, здатних переконливо імітувати людей⁹. З розвитком технології первісна корисність тесту Тюрінга як мірила інтелекту ШІ була поставлена під сумнів. Критики стверджують, що тест заохочує обман, оскільки він вимірює здатність машини до імітації, а не її здатність до розумного мислення. Варто розуміти, що штучний інтелект не здатний створити повністю

⁶ Pet Shop Boys 'A Man from the Future' / Pet Shop Boys // – URL: <https://www.petshopboys.co.uk/theatre-film/a-man-from-the-future>. (date of access: 01.05.2024)

⁷ Google Blog 'LaMDA' / Google Blog // – URL: <https://blog.google/technology/ai/lamda/>. (date of access: 01.05.2024)

⁸ Washington Post 'Turing Test and LaMDA' / Washington Post // June 2022 – URL: <https://www.washingtonpost.com/technology/2022/06/11/google-ai-lamda-blake-lemoine/>. (date of access: 01.05.2024)

⁹ UNESCO 'ШІ та дезінформація' / UNESCO // – URL: <https://www.unesco.org/ethics-ai/en/ram>. (date of access: 01.05.2024)

унікальний контент - адже те, що він створює, вже є основою з інтелектуальної праці людей, роботи та інформацію про яких вже були підвантажені в базу даних моделі ШІ, і тому може вважатись плагіатом. Складність таких моделей, як LaMDA, викликала дебати не лише про можливості ШІ, але й про його потенціал для зловживань у поширенні дезінформації або мимовільного обману громадськості¹⁰.

Занепокоєння не лише гіпотетичні. Наприклад, штучний інтелект Google Duplex¹¹, який може здійснювати телефонні дзвінки від імені користувачів, спочатку не ідентифікував себе як машину, що призвело до обурення з приводу етичної прозорості. Цей інцидент та інші подібні підкреслюють двосічну природу розвитку ШІ: у міру того, як ці системи стають все більш схожими на людину, межа між інструментом та оманною користувача розмивається, що спонукає представників індустрії переосмислити, як саме тестуються і застосовуються здібності штучного інтелекту.

По суті, еволюція від першої імітаційної гри Тюрінга до сучасних складних систем штучного інтелекту відображає як технологічний прогрес, так і зростаючі етичні складнощі. Хоча тест заклав основу для оцінки ШІ, постійний розвиток можливостей ШІ свідчить про необхідність розробки нових критеріїв, які не лише вимірюють здатність ШІ імітувати людську поведінку, а й враховують ширші наслідки його інтеграції в суспільство.

I.2. Історія видавничої справи

Щоб розуміти сучасний стан справ ніші видавництва, треба розібратись як історично вона розвивалась. Раніше ландшафт видавничої справи був помітно

¹⁰ CNBC 'Generative AI's Disinformation Threat Overblown, Cyber Expert Says' / CNBC // May 9, 2024 – URL: <https://www.cnbc.com/2024/05/09/generative-ais-disinformation-threat-overblown-cyber-expert-says.html>. (date of access: 10.05.2024)

¹¹ Google Research Blog 'Google Duplex: An AI System for Accomplishing Real-World Tasks Over the Phone' / Google Research Blog // – URL: <https://research.google/blog/google-duplex-an-ai-system-for-accomplishing-real-world-tasks-over-the-phone/>. (date of access: 01.05.2024)

іншим, закоріненим у традиціях, що сягали своїм корінням рукописних культур Середньовіччя¹². Ця епоха визначалася трудомісткими процесами, коли книги ретельно переписувалися вручну, переважно в межах монастирських скрипторіїв. Ці ранні осередки книгодрукування відігравали вирішальну роль у збереженні та поширенні знань, а переписувачі ретельно переписували релігійні та філософські тексти. Такий спосіб книгодрукування зробив книги рідкісним і цінним товаром, доступним переважно для заможних людей та церковної еліти.

Монументальні зміни відбулися в середині 15 століття, коли Йоганн Гутенберг винайшов друкарський верстат з рухомим шрифтом. Цю інновацію часто називають однією з найбільш значущих в історії людства. Друкарський верстат Гутенберга дозволив виробляти книги швидше і дешевше, докорінно змінивши економіку видавничої справи і зробивши літературу більш доступною для ширшого прошарку суспільства. Його найвідоміша праця, Біблія Гутенберга, завершена близько 1455 року, вважається однією з перших книг, надрукованих масово, і поклала початок масовому книгодрукуванню в Європі¹³.

Поява друкарського верстата мала глибокі культурні та соціальні наслідки. Він сприяв швидкому поширенню знань та ідей, прискорюючи розвиток епохи Відродження, а згодом підживлюючи вогонь Реформації. Друковані матеріали відіграли ключову роль у поширенні ідей, що кидали виклик авторитету католицької церкви: памфлети, перекладені копії Біблії та інші релігійні тексти поширювалися як ніколи широко.

Коли книги стали доступнішими, рівень грамотності почав зростати. Поширення грамотності змінило соціальний ландшафт, дозволивши ширшому загалу долучитися до ідей, які колись були притаманні лише елітарним науковцям. Ця демократизація знань сприяла поступовому переходу до більш широких освітніх реформ.

¹² Eisenstein, E. L. The Printing Press as an Agent of Change. Cambridge: Cambridge University Press. 1980. p. 303-519

¹³Бібліотека Конгресу 'Кембриджська біблія' / Бібліотека Конгресу // – URL: <https://www.loc.gov/exhibits/bibles/the-gutenberg-bible.html>. (date of access: 01.05.2024)

Завдяки технічним інноваціям, принесеним друкарським верстатом, почали формуватися основи видавничої справи як економічного сектору, що включає друкарів, видавців і книготорговців. Франкфуртський книжковий ярмарок, започаткований у 15 столітті, став знаковою подією, що символізувала зростаюче значення торгівлі книгами та ідеями в Європі. Він сприяв поширенню книжок та обміну інтелектуальними й культурними досягненнями, посилюючи роль друкованих матеріалів як каталізаторів культурного обміну та інтелектуального дискурсу.

Однак зі зростанням виробництва і тиражів друкованих матеріалів зростали й зусилля з контролю та цензури їхнього змісту, особливо з боку релігійних і політичних органів влади. Створення Католицькою Церквою у 1559 році Індeksu заборонених книг (*Index Librorum Prohibitorum*)¹⁴ - переліку видань, які вважалися єретичними або такими, що суперечать моралі, - підкреслило напруженість між новими ідеями та усталеними доктринами. Автори та твори, перелічені в Індексі, зазнавали цензури або були заборонені, підкреслюючи зростаючі труднощі дедалі грамотнішого та поінформованішого суспільства, яке намагалося зорієнтуватися в складнощах нових ідей та старих вірувань.

20 століття стало динамічним періодом в історії видавничої справи, який характеризується значним технологічним прогресом, появою потужних видавництв і різким зростанням виробництва та споживання друкованої продукції. Ця епоха стала свідком еволюції видавничої справи від переважно друкованих видань до зародження цифрових публікацій, що підготувало підґрунтя для наступної великої цифрової революції.

На початку століття відбулося об'єднання багатьох невеликих видавничих фірм у великі корпорації¹⁵. Ці видавничі гіганти почали домінувати в галузі, що було зумовлено зростаючим попитом на книги та періодичні видання з боку

¹⁴ Britannica 'Індекс заборонених книг' / Britannica // – URL: <https://www.britannica.com/topic/Index-Librorum-Prohibitorum>. (date of access: 01.05.2024)

¹⁵ Ribbonfish 'Spotlight: A History of Publishing in New York, USA' / Ribbonfish // – URL: <https://ribbonfish.co.uk/blog/spotlight-history-publishing-new-york-usa/>. (date of access: 01.05.2024)

дедалі грамотнішої публіки. Розширення освітніх систем у всьому світі, особливо на Заході, спричинило сплеск попиту на підручники та навчальні матеріали, які стали прибутковим ринком для видавців.

Технологічні інновації продовжували формувати галузь. Впровадження офсетного друку на початку 1900-х років дозволило швидше і дешевше виготовляти книги. Цей спосіб друку, разом з удосконаленням технологій набору, таких як лінотип і монотип, спростив процес друку і знизив витрати, зробивши книги і періодичні видання більш доступними для широкого загалу.

У середині 20-го століття з'явилися книжки в м'якій обкладинці, які мали значний вплив на читацькі звички та книжковий ринок. Книжки в м'якій обкладинці були дешевшими у виробництві та придбанні, що дозволило більшій кількості людей стати власниками книжок. Цей формат став популярним для жанрової художньої літератури, зокрема романів, детективів і наукової фантастики, які процвітали в цей період. М'яка обкладинка зробила революцію у видавничій індустрії, розширивши ринок і принісши літературу в маси¹⁶.

У другій половині століття почала зростати роль електронних медіа. Поява комп'ютерів та Інтернету наприкінці століття почала трансформувати видавничий ландшафт, запроваджуючи цифрові форми книг та нові способи поширення контенту. Цей період подарував нам електронні книги та онлайн-видання, що створило як виклики, так і можливості для традиційних видавництв.

У 20-му столітті також відбулися значні зміни у сфері регулювання та інтелектуальної власності. Закони про авторське право ставали все більш важливими, оскільки видавці прагнули захистити свої інвестиції на зростаючому глобальному ринку. Міжнародні угоди та суперечки щодо авторських прав часто впливали на те, як книги публікуються та розповсюджуються по всьому світу¹⁷.

¹⁶Baylen, J. O. "A History of British Publishing.: By John Feather., Routledge, 1991, 304 Pp. " American Journalism 9, no. 1–2 (1992): 126–27.

¹⁷ Siegrist, Hannes, and Augusta Dimou, editors. Expanding Intellectual Property: Copyrights and Patents in 20th Century Europe and Beyond. Central European University Press, 2017. pp. 324

Культурні зрушення також вплинули на видавничі тенденції та практики. Піднесення руху за громадянські права, феміністичні рухи та інші соціальні зміни знайшли своє вираження в літературі, а видавці дедалі охочіше бралися за суперечливі чи прогресивні теми. У цю епоху також з'явилися літературні агенти¹⁸, які стали важливими фігурами у видавничому процесі, ведучи переговори від імені авторів і впливаючи на те, які книжки з'являться на ринку.

До кінця 20-го століття видавнича індустрія розширилася, включивши в себе не лише виробництво друкованих матеріалів, а й зростаючу сферу цифрових медіа. Перехід до електронного книговидання наприкінці століття обіцяв ще більше революціонізувати поширення знань і культури.

Хін Тат Кех у своїй роботі “Evolution of the book publishing industry: Structural changes and strategic implications”¹⁹ пропонує поглиблений погляд на трансформаційні зрушення у книговидавничій індустрії. У дослідженні проаналізовано, як технологічний прогрес, еволюція ринкових потреб та стратегічні злиття і поглинання суттєво змінили видавничий ландшафт. Ці фактори зображені на детальних діаграмах, що демонструють складні взаємозв'язки та операційні потоки всередині найбільших видавничих організацій, ілюструючи складність та стратегічні орієнтири, сформовані цими еволюційними тенденціями. Також, Хін Тат Кех вказує основні фреймворки структур та відносин у видавничій справі:

Схема екосистеми видавничої індустрії: Ця діаграма зображує традиційний робочий процес видавництва, починаючи від автора, через агентів, до видавничої компанії. Вона включає подальші зв'язки з виробниками (паперу, тканини, чорнила), друкарями, палітурниками, оптовиками, книжковими клубами, передруковщиками, роздрібними магазинами і, зрештою, кінцевими

¹⁸ Writers.com 'Writers Literary Agents' / Writers.com // – URL: <https://writers.com/literary-agents>. (date of access: 03.05.2024)

¹⁹ Tat Keh. *Evolution of the book publishing industry: Structural changes and strategic implications*. ResearchGate. June, 1998. URL:

https://www.researchgate.net/publication/235266779_Evolution_of_the_book_publishing_industry_Structural_changes_and_strategic_implications. (date of access: 02.05.2024)

споживачами. Ця комплексна схема підкреслює численні рівні взаємодії та залежності(Додаток 1) між різними зацікавленими сторонами в ланцюжку виробництва та розповсюдження книжок(Додаток 2).

Вплив зовнішніх сил на видавничу справу: Друга схема спрощує видавничу галузь до єдиного вузла, на який впливають три основні зовнішні сили: технологічні зміни, зміни попиту, а також злиття і поглинання. Ця модель показує, як ця динаміка безпосередньо формує видавничу галузь, підкреслюючи прямий вплив зовнішніх ринкових і технологічних змін на галузеві практики та стратегії(Додаток 3).

Складна корпоративна структура: Третя діаграма демонструє детальну корпоративну структуру видавництва "Elsevier", ілюструючи його складну мережу дочірніх компаній та схеми володіння акціями в різних регіонах. Ця структура підкреслює глобальний і взаємопов'язаний характер сучасних видавничих конгломератів, демонструючи вертикальну інтеграцію та географічну розгалуженість, необхідні для їхньої діяльності(Додаток 4).

21 століття одразу ж почало виділятися трансформаційними змінами у видавничій індустрії, а розвиток цифрових технологій змінив способи створення, розповсюдження та споживання контенту. Серед цих змін поява та коливання популярності електронних книг висвітлює значні тенденції та зрушення у споживчих уподобаннях.

З початком нового тисячоліття електронні книги почали набувати все більшої популярності, чому сприяв розвиток цифрових пристроїв для читання, таких як Amazon's Kindle, випущений у 2007 році²⁰. Ці пристрої запропонували безпрецедентну зручність і доступність, дозволивши читачам носити цілі бібліотеки в кишені. У перші роки спостерігався сплеск продажів електронних книг, який сягнув піку у 242 мільйони одиниць у 2013 році(Додаток 5). Цей

²⁰ Amazon Press 'Introducing Amazon Kindle' / Amazon Press // November 2007 – URL: <https://press.aboutamazon.com/2007/11/introducing-amazon-kindle>. (date of access: 01.05.2024)

період ознаменував розквіт домінування електронних книг у цифровому видавничому ландшафті, що відображає стійкий апетит до цифрових форматів.

Однак ця тенденція почала змінюватися в 2014 році(Додаток 5). Після досягнення свого піку продажі електронних книг почали поступово знижуватися, і до 2019 року їхня кількість зменшилася до 170 мільйонів. Це падіння можна пояснити кількома факторами, зокрема насиченням ринку, стабілізацією споживчих звичок і відродженням інтересу до фізичних книг, яке часто називають "друкованим відродженням". До 2020 року відбулося незначне відновлення до 191 мільйона проданих одиниць, що свідчить про стабілізацію ринку електронних книг на тлі еволюції цифрових моделей споживання.

Частка доходів від електронних книг на ширшому ринку цифрових видань також зазнала змін. У 2017 році на електронні книги припадало 65,94% доходів від цифрового книговидання, але до 2021 року цей показник знизився до 52,94%. Таке падіння свідчить про диверсифікацію споживчих уподобань із помітними зрушеннями в бік інших цифрових форматів, таких як електронні газети та електронні журнали. До 2023 року прогнози показують незначне відновлення частки доходів від електронних книг до 56,09%, а до 2027 року очікується, що вона досягне близько 54,52%.

Ця зміна ландшафту також відображається на зростанні частки доходів від електронного паперу та електронних журналів. З 2017 по 2023 рік частка електронного паперу зросла з 21,81% до 27,24%, а електронних журналів - з 12,26% до 16,67%. Ці тенденції підкреслюють розширення взаємодії споживачів з різними цифровими форматами, що свідчить про перехід від фокусу на електронних книгах до більш диверсифікованої моделі цифрового споживання²¹(Додаток 6).

Отже, 21 століття стало свідком значної еволюції видавничої справи, зумовленої цифровими інноваціями. Якщо перші десятиліття електронні книги

²¹ WordsRated 'eBooks Sales Statistics' / WordsRated // – URL: <https://wordsrated.com/ebooks-sales-statistics/>. (date of access: 01.05.2024)

відзначилися вибуховим зростанням, то останні роки демонструють поміркований стан, паралельно зі зростанням інших цифрових форматів. Ці тенденції відображають динамічний характер споживчих вподобань у цифрову епоху і свідчать про подальшу еволюцію видавничого ландшафту в міру розвитку технологій та зміни читацьких звичок. Таке тонке розуміння ринкових тенденцій дає видавцям і творцям контенту критично важливу інформацію для того, щоб орієнтуватися в складнощах індустрії, яка стрімко розвивається.

I.3. Поширення штучного інтелекту на видавничу справу

Коли ми заглиблюємося в перетин штучного інтелекту та видавничої галузі, стає очевидним, що роль штучного інтелекту є трансформаційною та багатогранною. Інтеграція технологій штучного інтелекту та машинного навчання змінює способи створення, управління та доставки контенту, пропонуючи як можливості, так і виклики, що мають велике значення для майбутнього видавничої справи.

У нещодавньому відкритому листі Гільдії авторів до керівників найбільших компаній, що займаються розробкою штучного інтелекту, підкреслюється важливий аспект цієї трансформації. Понад 15 000 письменників²², серед яких такі видатні письменники, такі як Ден Браун і Маргарет Етвуд, виступають за справедливу винагороду та етичне використання творів, захищених авторським правом, і в цьому листі підкреслюється зростаюче занепокоєння щодо технологій ШІ, які використовують існуючі літературні твори без належного дозволу. Заклик Гільдії авторів до справедливого ставлення до авторів перед обличчям експансії ШІ у створення контенту відображає ширший діалог про авторське право, творчість і компенсацію в цифрову епоху.

²² Authors Guild 'Open Letter to Generative AI Leaders' / Authors Guild // October 2023 – URL: <https://authorsguild.org/app/uploads/2023/10/Authors-Guild-Open-Letter-to-Generative-AI-Leaders.pdf>. (date of access: 01.05.2024)

Тим часом у статті Forbes²³ розповідається про те, як штучний інтелект і машинне навчання вже покращують цифрову видавничу справу. Автоматизація за допомогою штучного інтелекту не лише впорядковує редакційні процеси, а й революціонізує маркетингові стратегії та залучення читачів. Здатність штучного інтелекту аналізувати величезні обсяги даних може призвести до створення більш персоналізованого контенту та більш цілеспрямованих маркетингових підходів, тим самим підвищуючи ефективність і результативність у всьому ланцюжку створення вартості у видавничій справі.

Вісім американських газетних видавців, серед яких власники таких відомих газет, як New York Daily News і Chicago Tribune, подали позов проти Microsoft і OpenAI²⁴. У позові, поданому до федерального суду Нью-Йорка, стверджується, що такі продукти штучного інтелекту, як ChatGPT і Copilot від Microsoft, використовували їхні захищені авторським правом статті без дозволу, що вплинуло на їхню здатність монетизувати свій власний контент. Цей судовий позов підкреслює постійну стурбованість щодо етичного використання захищених авторським правом матеріалів у навчанні ШІ-систем і ширші наслідки для творців контенту.

Нещодавня фінансова угода Google з News Corp про розробку контенту, пов'язаного зі штучним інтелектом, демонструє потенціал штучного інтелекту в підтримці та вдосконаленні журналістських зусиль. Це партнерство, яке щорічно компенсує News Corp мільйони доларів, знаменує собою значні інвестиції у використання ШІ для інновацій у цифровому контентному просторі після завершення попередньої угоди щодо контенту²⁵.

²³ Forbes 'Automation Is Here: Ways AI And ML Are Transforming Digital Publishing' / Forbes // April 20, 2022 – URL:

<https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2022/04/20/automation-is-here-ways-ai-and-ml-are-transforming-digital-publishing/?sh=6444ca395b46>. (date of access: 01.05.2024)

²⁴ CNBC 'Eight Newspaper Publishers Sue OpenAI Over Copyright Infringement' / CNBC // April 30, 2024 – URL:

<https://www.cnbc.com/2024/04/30/eight-newspaper-publishers-sue-openai-over-copyright-infringement.html>. (date of access: 01.05.2024)

²⁵ The Information 'As Tech Firms Prioritize AI in News Dealings, Other Deals Get Cut' / The Information // – URL: <https://www.theinformation.com/articles/as-tech-firms-prioritize-ai-in-news-dealings-other-deals-get-cut>. (date of access: 01.05.2024)

З іншого боку, OpenAI уклала різні угоди з такими видавництвами, як Financial Times і Axel Springer, компенсуючи їм використання їхнього контенту для навчання моделей ШІ²⁶. Ці угоди ілюструють зростаючу тенденцію, коли компанії шукають законні способи використання наявного контенту для розширення можливостей систем, таких як ChatGPT. Такий підхід не тільки сприяє інноваціям, а й вирішує проблеми з авторськими правами, встановлюючи взаємовигідні відносини між розробниками ШІ та творцями контенту.

Однак ці досягнення не позбавлені суперечностей. Безліч судових позовів, зокрема і від вищезгаданої групи американських газетних видавців проти Microsoft і OpenAI, підкреслюють напруженість, пов'язану з використанням захищеного авторським правом контенту для навчання ШІ без належного дозволу. Крім того, виникли питання конфіденційності та точності даних, про що свідчить скарга на конфіденційність, подана проти OpenAI правозахисною групою NOYB, яка оскаржує законність обробки даних ChatGPT відповідно до законів ЄС про конфіденційність²⁷.

У нещодавньому інциденті, про який розповіла Мелані Мітчелл, дослідниця ШІ, було виявлено створену штучним інтелектом імітацію її книги "Штучний інтелект: Посібник для мислячих людей" на Amazon, що викликало занепокоєння щодо ролі ШІ у створенні дублікатного контенту²⁸. Ця ситуація підкреслює поточні проблеми з електронними книгами, створеними штучним інтелектом на платформі, які часто відтворюють популярні твори без належного дозволу, використовуючи контент, якому бракує оригінальності та якості. Реакція Amazon, викликана запитом ЗМІ, полягала в тому, щоб видалити імітацію, підтвердивши свою політику проти контенту, створеного штучним інтелектом,

²⁶ Seeking Alpha 'OpenAI Signs Deal with Financial Times to Use Content to Train AI Models' / Seeking Alpha // – URL: <https://seekingalpha.com/news/4095427-openai-signs-deal-with-financial-times-to-use-content-to-train-ai-models>. (date of access: 01.05.2024)

²⁷ Reuters 'OpenAI's ChatGPT Targeted in Austrian Privacy Complaint' / Reuters // April 29, 2024 – URL: <https://www.reuters.com/technology/openais-chatgpt-targeted-austrian-privacy-complaint-2024-04-29/>. (date of access: 01.05.2024)

²⁸ Wired 'Scammy AI-Generated Books Are Flooding Amazon' / Wired // – URL: <https://www.wired.com/story/scammy-ai-generated-books-flooding-amazon/>. (date of access: 01.05.2024)

який призводить до незадоволення клієнтів. Цей епізод є частиною ширшого виклику, з яким стикається видавнича індустрія, намагаючись впоратися з наслідками технологій штучного інтелекту, які можуть без особливих зусиль відтворювати і поширювати інтелектуальну власність без належних гарантій або компенсацій для оригінальних авторів.

Видавництво Кембриджського університету (Cambridge University Press) оновило свою етичну політику, щоб прямо заборонити штучному інтелекту вказувати себе як автора або співавтора в академічних дослідженнях²⁹. Це рішення ґрунтується на принципі, що автор повинен нести відповідальність за наданий ним контент, а штучний інтелект не може відповідати цьому критерію. CUP вимагає, щоб будь-яке використання ШІ було прозоро і повністю описано в поданих роботах, подібно до використання будь-якого стандартного програмного забезпечення або методологій, забезпечуючи дотримання стандартів академічної доброчесності проти плагіату.

Швидке поширення ChatGPT, мовної моделі від компанії OpenAI, свідчить про його безпрецедентне зростання у світі технологій. Досягнувши 100 мільйонів щомісячних активних користувачів(за даними SimilarWeb³⁰) всього за два місяці, ChatGPT став найбільш швидкозростаючим додатком в історії, випередивши навіть TikTok та Instagram за швидкістю досягнення цієї метрики³¹. Завдяки цьому, більше людей отримали доступ до важких технологій з легким інтерфейсом. Ця зручність сформувала нову тенденцію, коли люди все частіше використовують ШІ для інновацій та освоєння нових бізнес-ніш. Наприклад, один автор-новатор скористався цією тенденцією, використавши ШІ для

²⁹ Cambridge University Press 'ChatGPT in and for Second Language Acquisition: A Call for Systematic Research' / Cambridge University Press // – URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/studies-in-second-language-acquisition/article/chatgpt-in-and-for-second-language-acquisition-a-call-for-systematic-research/D0A0BFF6919D9DACC091133C6CAED597>. (date of access: 01.05.2024)

³⁰ SimilarWeb 'ChatGPT Birthday' / SimilarWeb // – URL: <https://www.similarweb.com/blog/insights/ai-news/chatgpt-birthday/>. (date of access: 01.05.2024)

³¹ Reuters 'ChatGPT Sets Record for Fastest Growing User Base, Analyst Note' / Reuters // February 1, 2023 – URL: <https://www.reuters.com/technology/chatgpt-sets-record-fastest-growing-user-base-analyst-note-2023-02-01/>. (date of access: 01.05.2024) .

створення унікальної серії книг, що поєднує похмуру фантастику з багатими зображеннями, згенерованими штучним інтелектом, демонструючи новий спосіб залучення читачів і створення нових форм інтерактивних наративів. Ця історія успіху - лише одна з багатьох, що ілюструють, як інструменти штучного інтелекту, такі як ChatGPT, допомагають людям перетворювати творчі ідеї на прибуткові підприємства.

Доступність штучного інтелекту призвела до більш швидкої трансформації методів створення контенту, його монетизації та процесу генерації. Ці події створюють картину динамічної індустрії на роздоріжжі. Можливості штучного інтелекту поширюються на творчі території, традиційно зайняті людиною, що спонукає до переоцінки ролі та прав авторів-людей. З іншої сторони, це надає можливість розширити кількість продукту на ринку та збільшити обсяги та об'єми індустрії загалом.

I.4. Висновки розділу

У цьому розділі було розглянуто історію та розвиток штучного інтелекту у видавничій індустрії та аналізуються ключові зміни, які відбулися завдяки інтеграції цих технологій. ШІ вплинув на всі аспекти видавничого процесу. Використання ШІ дозволило підвищити ефективність, скоротити витрати та збільшити кількість контенту, що зробило інформацію доступнішою для читачів, в одночас непривабливою через відсутність персоналізації для користувачів.

Залучення ШІ також спричинило зміни в стратегіях ринкової конкуренції та вимагало від видавництв адаптації до нових технологічних умов. Інновації в галузі ШІ відкрили нові можливості для експериментів з форматами, які ставлять під питання захист авторських прав і управління цифровими правами.

РОЗДІЛ II. МЕТОДИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ВИДАВНИЦТВІ

Даний розділ дослідження стосуватиметься різних методів використання штучного інтелекту для генерації контенту (як текстового, так і візуального) для книговидавання, які наслідки вінікають для компанії, і як сприймає аудиторія подібний продукт. Інтеграція інструментів штучного інтелекту, таких як ChatGPT, не тільки зробила революцію в цих сферах, але й призвела до значної економії коштів для компаній. Нещодавнє опитування показало, що американські компанії заощадили різні суми, причому значна частина з них заощадила від \$25 001 до \$50 000³². Ця економічна вигода лежить в основі ширшого стратегічного впровадження технологій штучного інтелекту, яке ми детально розглянемо в цьому розділі, аналізуючи, чи дійсно ці інструменти підвищують ефективність і креативність у видавничих робочих процесах - заміняючи людську робочу силу(Додаток 7).

Швидке впровадження штучного інтелекту в різних галузях призвело до значного скорочення робочих місць, підкреслюючи тенденцію, коли компанії все частіше віддають перевагу автоматизації, а не людській праці для підвищення операційної ефективності. Кілька відомих фірм з різних секторів, таких як MSN, Google і Duolingo, впровадили технології штучного інтелекту, що призвело до скорочення робочих місць³³. Ці компанії використовують ШІ для виконання різноманітних завдань - наприклад обслуговування клієнтів за допомогою текстових чат-ботів - з метою зниження витрат і підвищення продуктивності. Цей зсув підкреслює необхідність збалансованого підходу до інтеграції ШІ, враховуючи як його економічні переваги, так і соціальні наслідки скорочення

³² Statista 'AI Usage in US Companies: Money Saved' / Statista // – URL: <https://www.statista.com/statistics/1379027/chatgpt-use-us-companies-money-saved/>. (date of access: 01.05.2024)

³³ Tech.co 'Companies Replace Workers with AI' / Tech.co // – URL: <https://tech.co/news/companies-replace-workers-with-ai>. (date of access: 01.05.2024)

зайнятості та низької якості контенту, яке також може включати в себе порушення авторського права.

II.1. Редагування, генерація та персоналізація контенту

Очікується, що до 2025 року світовий ринок³⁴ програмного забезпечення для штучного інтелекту досягне \$22,6 млрд (Додаток 8). Із моменту впровадження передових алгоритмів, таких як DALL-E-2, створення зображень різко зросло до 34 мільйонів на день. Це підкреслюється тим фактом, що лише за останній рік за допомогою алгоритмів перетворення тексту в зображення було створено понад 15 мільярдів зображень, що відповідає кількості фотографій, зроблених за 150-річний період до 1975 року. Особливої уваги заслуговує Adobe Firefly у складі Adobe Photoshop, який згенерував 1 мільярд зображень лише за три місяці після запуску³⁵. Масштаби створення зображень були переважно зумовлені платформами, заснованими на моделях з відкритим вихідним кодом, таких як Stable Diffusion.

Midjourney і Stable Diffusion різко збільшили виробництво контенту: Midjourney створив майже 964 мільйони зображень³⁶, а Stable Diffusion, використовуючи різні канали і сховища, згенерував вражаючі 12,590 мільярдів зображень. Adobe Firefly, останній учасник, інтегрований в Adobe Photoshop, досяг мільярда зображень протягом трьох місяців після запуску, що підтверджує прискорення темпів створення контенту на основі ШІ.

³⁴ Statista 'Worldwide Artificial Intelligence Market Growth' / Statista // – URL: <https://www.statista.com/statistics/607960/worldwide-artificial-intelligence-market-growth/>. (date of access: 01.05.2024)

³⁵ Adobe News 'Adobe Firefly Expands Globally, Supports Prompts in Over 100 Languages' / Adobe News // 2023 – URL: <https://news.adobe.com/news/news-details/2023/Adobe-Firefly-Expands-Globally-Supports-Prompts-in-Over-100-Languages/default.aspx>. (date of access: 01.05.2024)

³⁶ Photutorial 'Midjourney Statistics' / Photutorial // – URL: <https://photutorial.com/midjourney-statistics/>. (date of access: 01.05.2024)

Така кількість контенту не може оминати ніяку з індустрій в світі. Використання штучного інтелекту є повсякденним інструментом багатьох користувачів по всьому світу, що намагаються використати цей контент у різних цілях - створити візуал для маркетингової кампанії або обкладинки книги, написати текста для блогу, оптимізувати комунікацію з клієнтами за рахунок навчених відповідей.

Інтернет заповнений сайтами для генерації обкладинок для книг. Є можливість згенерувати під будь-який жанр, емоції в тексті, кілька варіацій обкладинки для маркетингових кампаній, різних кольорах, тощо³⁷.

Стан видавничої справи в Україні до початку повномасштабного вторгнення РФ та після надзвичайно відрізняється (Додаток 9). Видавнича справа є важливою у різних аспектах, особливо в культурному та освітньому. З терористичними діями РФ, спрямованої на знищення нашої національної ідентичності постає гостре питання захисту та розвитку культури України. До 2014 р. книговидання в Україні не було таким успішним, як зараз, адже більшість книжок на ринку належали російським видавництвам та, звісно, були написані російською мовою (через що досі є сильний дефіцит перекладної літератури)³⁸. Також на розвиток книговидання мали сильний негативний вплив і загальна економічна ситуація країна, і висока собівартість книжок, і платоспроможність українців³⁹. З початку повномасштабного вторгнення видавництва постраждали і від постійних обстрілів інфраструктури (наприклад, постраждали найбільші типографії у Харкові та склади)⁴⁰, і від дефіциту працівників, що призводить до ще більших збитків. Тому для розвитку та підтримки видавничої справи, а також

³⁷ CoverDesignAI 'Cover Design AI' / CoverDesignAI // – URL: <https://coverdesignai.com/>. (date of access: 01.05.2024)

³⁸ Національний інститут стратегічних досліджень 'Актуальні проблеми ринку книжкової продукції в Україні в умовах війни' / НІСД // – URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/aktualni-problemi-rinku-knizhkovoi-produkcii-v-ukraini-v.> (date of access: 01.05.2024)

³⁹ Читомо 'Як зараз працюють видавництва в Україні' / Читомо // – URL: <https://chytomo.com/9-misiatsiv-vtorhnennia-iaak-zaraz-pratsiuiut-vydavtsiv-v-ukraini/>. (date of access: 01.05.2024)

⁴⁰ Українська Правда 'Російська ракета знищила Харківську друкарню' / Українська Правда // – URL: <https://life.pravda.com.ua/culture/rosiyska-raketa-znishchila-harkivsku-drukarnyu-300626/>. (date of access: 01.05.2024)

захисту гуманітарної безпеки у червні 2022 року було прийнято закон №7459 про заборону імпорту книжок з Росії⁴¹, Білорусі та тимчасово окупованих територій. Також позитивним моментом є загалом ситуація на ринку продажу книжок - зростання зазнало небувалих висот. Випуск книжкової продукції збільшився на 73%, а тиражі зросли на 203%. Відкрилось 270 нових видавництв, а ще 32 - переоформили свідоцтва⁴². Загалом простежується відновлення видавничої діяльності, з'являються нові видавництва та книгарні, пропонуються різні заохочення до купівлі у вигляді книгарень-кав'ярень, проведення в них зустрічей з письменниками, книжкових клубів та активна діяльність книжкових блогерів. Відстежуючи такий шлях розвитку ми можемо зрозуміти прихильність деяких видавництв до інтеграції ШІ в роботу з причин економічної вигоди та швидкості з огляду на поточний не завжди сприятливий стан, з іншого ж боку виокремлюються видавництва, які не користуються подібним відносно "легким шляхом" такладають багато роботи у книгу, що робить її значно більш ціннісною та унікальною.

Щоб детальніше побачити розбіжності у позиціях, треба провести аналіз інфоприводів, що пов'язані з генерацією контенту для книг. Перша українська книга, де був повністю використаний штучний інтелект для генерації як тексту, так і зображень, "Хочу на Марс!" від видавництва "Ранок"⁴³ спричинила багато дискусій, адже співавторка книги Мар'яна Горянська повідомила, що вона сама проти споживання книг, написаних за допомогою або повністю завдяки ШІ⁴⁴.

⁴¹ Закон "Про внесення змін до деяких законів України щодо встановлення обмежень на ввезення та розповсюдження видавничої продукції, що стосується держави-агресора, Республіки Білорусь, тимчасово окупованої території України" / Верховна Рада України // – URL: <https://www.rada.gov.ua/news/razom/224123.html>. (date of access: 01.05.2024)

⁴² Міністерство культури та інформаційної політики України 'Протягом 2023 року в Україні зареєструвалося 270 нових видавців, а випуск книжкової продукції збільшився на 73%' / Міністерство культури та інформаційної політики України // – URL: <https://mcip.gov.ua/news/protyagom-2023-roku-v-ukrayini-zareyestruvalosya-270-novyh-vydavcziv-a-vypusk-knyzhkovoyi-produkciyi-zbilshyvsya-na-73/>. (date of access: 01.05.2024)

⁴³ Ранок 'Хочу на Марс' / Ранок // – URL: <https://www.ranok.com.ua/ru/info-khochu-na-mars-38191.html>. (date of access: 01.05.2024)

⁴⁴ Читомо 'Я б не хотіла, щоб мої діти читали книжки, написані ШІ. Автори «Хочу на Марс»' / Читомо // – URL: <https://chytomo.com/ia-b-ne-khotila-shchob-moi-dity-chitali-knyzhky-napysani-shi-avtory-khochu-na-mars/>. (date of access: 01.05.2024)

Видавництво "Темпора" експериментувало зі штучним інтелектом для створення обкладинок книг Каті Орловської та Ольги Токарчук. Це викликало різноманітні реакції у спільноті, хоча видавництво не дало офіційної відповіді на запитання щодо свого досвіду із ШІ. Натомість "Бородатий Тамарин" відкрито підтримує використання ШІ в дизайні обкладинок, вбачаючи в цьому інноваційний потенціал⁴⁵. Зараз "Темпора" продає першу книгу українською мовою лавреатки букерівської премії Антонії Баєтт "Книга для дітей"⁴⁶. Обкладинка для цієї книги була згенерована штучним інтелектом (Додаток 10).

З іншого боку, Ілля Стронговський з "Видавництва" висловлює занепокоєння щодо використання ШІ через потенційне порушення авторських прав та моральні дилеми, пов'язані з датасетами, які часто містять захищені авторським правом зображення⁴⁷. Він вказує на необхідність реформ у сфері авторських прав, щоб відповідати викликам, які ставить перед індустрією ШІ.

Андрій Носач з "Прометея" вважає ШІ корисним інструментом для розробки прототипів обкладинок, але наголошує, що людська креативність часто пропонує кращі рішення⁴⁸. Він підкреслює важливість збереження якості та індивідуального підходу в процесі створення книг.

Макс Кідрук ділиться своїм досвідом щодо зміни обкладинок в українському виданні своєї книги "Жали, дзижчи, кусай", де було вирішено замінити первісні кольорові вклейки на реалістичні фотографії замість штучно створених зображень. Він пояснює, що вирішив змінити ілюстрації, оскільки ті, що були створені за допомогою ШІ, не відповідали очікуванням і виявилися занадто однотипними та позбавленими "душі". Це рішення виявилось

⁴⁵ Читомо 'Як видавництва й дизайнери ставляться до штучного інтелекту в ілюструванні книжок' / Читомо // – URL: <https://chytomo.com/zruchnyj-instrument-chy-znetsinennia-pratsi-khudozhnyka-iak-vydavnytstva-j-dyzajnery-stavliatsia-do-shtuchnoho-intelektu-v-iliustruvanni-knyzhok/>. (date of access: 01.05.2024)

⁴⁶ Темпора 'Книги для дітей' / Темпора // – URL: <https://www.tempora.com.ua/uk/books/kniga-dlja-dtej/>. (date of access: 01.05.2024)

⁴⁷ Читомо 'Як видавництва й дизайнери ставляться до штучного інтелекту в ілюструванні книжок' / Читомо // – URL: <https://chytomo.com/zruchnyj-instrument-chy-znetsinennia-pratsi-khudozhnyka-iak-vydavnytstva-j-dyzajnery-stavliatsia-do-shtuchnoho-intelektu-v-iliustruvanni-knyzhok/>. (date of access: 01.05.2024)

⁴⁸ ibid

позитивним, оскільки нові фотографії краще відображають зміст та емоційний тон книги, привносячи в неї більше життя та автентичності(Додаток 11, 12).

Видавництво ВСЛ анонсувало вихід книги "Книжка любові і люті" Марини Пономаренко, ілюстрації до якої створено за допомогою нейромережі Midjourney. Ця поетична збірка відображає враження авторки від подій епідемії COVID-19 та повномасштабного вторгнення. На сайті видавництва стверджують, що глибина творів здатна впливати не тільки на живі серця, а й на штучний інтелект. Ціна книги становить 250 гривень за 88 сторінок, що викликає питання про можливу переоцінку вартості, враховуючи відсутність витрат на ілюстратора⁴⁹(Додаток 13).

Незважаючи на всю критику та неоднозначність генеративного контенту у видавництві, книзі "Хочу на Марс" від видавництва "Ранок" все ж таки вдалось здобути визнання як перша в Україні книга, створена за допомогою штучного інтелекту, і отримати диплом за встановлення рекорду⁵⁰. Цей проєкт, що розглядає колонізацію Марсу через очі дитини, був реалізований з метою оцінки можливостей ШІ замінити традиційних авторів та ілюстраторів. Можна зробити висновок, що замінити повністю це дуже сміливий крок, але якість контенту є визначальною для аудиторії, що слідкує саме за автором, а не за конкретною роботою(Додаток 14).

Видавництво "Сова", засноване у січні 2024 року, спеціалізується на створенні дитячих книжок з використанням штучного інтелекту. Вони фокусуються на персоналізованому генеративному контенті, що особливо привабливо для дітей, які ще не мають високих вимог до літератури, роблячи ці книги привабливими для батьків за їхньою доступністю. Особливістю видавництва є те, що його логотип також був створений за допомогою ШІ,

⁴⁹ Видавництво Старого Лева 'Книжка любові і люті' / Видавництво Старого Лева // – URL: <https://starylev.com.ua/knyga-knyzka-lyubovi-i-lyuti>. (date of access: 01.05.2024)

⁵⁰ Національний Реєстр Рекордів 'Видавництво Ранок потрапило до Книги Рекордів України' / Національний Реєстр Рекордів // 16 червня 2023 – URL: <https://record.org.ua/2023/06/16/vydavnyctvo-ranok-potrapilo-do-knygy-rekordiv-ukrayiny/>. (date of access: 01.05.2024)

підкреслюючи їхнє зобов'язання до інновацій у використанні технологій(Додаток 15).

Деякі книжки є досить пропрацьованими, незважаючи на легку доступність генеративного контенту. Книгарня “ТУТ” продає "Синтэза" Еліела Дрейка — це кіберпанк-роман, який занурює читача у світ постапокаліпсису та наукової фантастики. Розгортаючись у 2082 році, історія розповідає про молодих мандрівників Клайва та Рея, що подорожують у постраждалій від світової війни та пандемії Америці. Роман, який писався 12 років, включає глибокі роздуми про науку, релігію та політику. Ця книга має 125 ілюстрацій, створених за допомогою ШІ, але пізніше вдосконалених протягом трьох місяців⁵¹(Додаток 16). Це є прикладом, де симбіоз ШІ та людського доопрацювання призвело до того, що фінальний продукт позитивно відгукується у споживачів, оскільки має якість вищу, ніж сухо згенерованого контент.

Закордоном читачі теж звертають увагу на книжки, написані штучним інтелектом, та вже створюють списки з найкращих робіт. Однією з найвідоміших книг, написаних ШІ, є робота Росса Гудвіна “1 the Road”. У березні 2017 року Росс Гудвін вирушив у подорож з Нью-Йорка до Нового Орлеана, встановивши у своєму автомобілі пристрій на базі штучного інтелекту, який перетворював сенсорні дані на письмовий текст, імітуючи оповідання Джека Керуака "В дорозі". Цей експериментальний тревелог фіксувався різними датчиками і перетворювався штучним інтелектом на прозу, яка друкувалася на чековому папері без жодних редагувань, щоб зберегти її оригінальність. Цей нефільтрований результат пізніше був опублікований у книзі під назвою "1 the Road" видавництвом Jean Boite Éditions у 2018 році, пропонуючи унікальне поєднання технологій та наративних досліджень. Проєкт висвітлює як потенціал, так і обмеження штучного інтелекту у творчому письмі⁵².

⁵¹ Книгарня “ТУТ”. 'Синтеза' / Книгарня “ТУТ” // – URL: <https://knygarnya.com/en/products/tut-synteza>. (date of access: 01.05.2024)

⁵² IndiaAI 'Exploring 1 The Road: The First Novel Marketed by an AI' / IndiaAI // – URL: <https://indiaai.gov.in/article/exploring-1-the-road-the-first-novel-marketed-by-an-ai>. (date of access: 01.05.2024)

Юкка Аалхо, фінський письменник, який народився у 1986 році, відомий своїми оповіданнями, відзначеними багатьма нагородами, та значним внеском у розвиток літератури та наукової комунікації. Серія Аалхо "Aum Golly", яка заглиблюється в людські емоції та суспільні конструкції через поезію, знаменує собою його інноваційний набіг на використання штучного інтелекту в літературній творчості. Серія починається з "Aum Golly - Вірші про людство, написані штучним інтелектом", збірки, написаної всього за 24 години за допомогою штучного інтелекту, в якій досліджуються глибокі теми любові, щастя та сенсу. Її наступник, "Aum Golly 2 - Ілюстровані вірші про людяність, створені штучним інтелектом", продовжує це дослідження, додаючи візуальні елементи, також створені штучним інтелектом, що посилює поетичний досвід. Обидві книги відображають новаторське поєднання технологій і поетичного вираження, демонструючи зростаючий вплив штучного інтелекту в мистецтві⁵³.

Booksby.ai - ще один інноваційний книжковий онлайн-магазин, який пропонує науково-фантастичні романи, повністю згенеровані штучним інтелектом. ШІ, навчений на величезному масиві науково-фантастичної літератури, самостійно створює не лише текст, а й заголовки, описи та обкладинки книг. Він поширює свою творчість на створення рецензій та зображень рецензентів, використовуючи передові генеративні моделі. Всі книги доступні для продажу у друкованому вигляді в м'якій обкладинці на Amazon.com. Проєкт Андреаса Рефсгаарда та Міккеля Тібо Лооса демонструє нове перехрестя технологій та творчого літературного виробництва. Навіть коментарі на їхньому сайті створюються за допомогою штучного інтелекту⁵⁴, що підкреслює комплексний підхід до автоматизації проєкту.

Незважаючи на стрімкий розвиток штучного інтелекту в різних галузях, його застосування у створенні контенту, зокрема у видавничій справі, викликає

⁵³ Aumgolly / Aumgolly // – URL: <https://aumgolly.com/about/>. (date of access: 01.05.2024)

⁵⁴ BooksBy.AI / BooksBy.AI // – URL: <https://booksby.ai/the-serious/>. (date of access: 01.05.2024)

значну критику, не тільки з боку самих авторів, а й зі сторони споживачів. Що ж це за критика?

- ШІ бракує **людської творчості** та креативності, оригінальності, що часто призводить до шаблонного та повторюваного контенту.
- ШІ намагається зрозуміти **тонкощі контексту** і тону, які мають важливе значення для того, щоб знайти відгук у конкретної аудиторії. Але це виглядає штучно і ці текста/картинки не відгукуються ні у кого.
- Спостерігається обмежене розуміння культурних нюансів, що може призвести до створення контенту, який здається **культурно нечутливим** або таким, що втрачає зв'язок з аудиторією та трендами.
- ШІ **не може легко адаптуватися** до нової інформації або раптових змін у контексті, що обмежує його ефективність у динамічних сценаріях. У цей час, автор може підлаштовуватись під своє бачення сюжету та головної ідеї книги.
- Якість контенту, створеного штучним інтелектом, безпосередньо пов'язана з якістю вхідних даних, що може призвести до упередженості або помилок, якщо дані є недосконалими. Неодноразово були випадки, коли штучний інтелект **брехав**⁵⁵ або тиснув на користувачів, вводячи їх тим самим в оману інформацією, яку надав.
- Існує значний ризик того, що ШІ увічнить існуючі упередження або буде використовуватися **неетично**, особливо при створенні дезінформації або глибоких фейків. Якщо розпитувати чат-бот ChatGPT від OpenAI про війну РФ з Україною, його інформація є добре профільованою та відповіді можуть відрізнитись відповідно

⁵⁵ The Daily Mail 'ChatGPT can lie and strategically deceive users when under pressure - just like humans' / The Daily Mail // – URL: <https://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-12906331/ChatGPT-lie-strategically-deceive-users-pressure-just-like-humans.html>. (date of access: 01.05.2024)

до тону або ж структури питання користувача, щоб задовольнити його запит.

- Такі завдання, як розповідь історій або сатира, що вимагають глибокого культурного розуміння та емоційного інтелекту, є особливо складними для ШІ. Культурне підґрунтя є не лише теоретичним, і має багато особливостей, які штучний інтелект не може враховувати завжди під час надання відповідей(навіть у випадку, якщо це вказано у запиті). Тому складні завдання краще або поділити на завдання поменше. або вирішувати власноруч.
- Контенту, створеному штучним інтелектом, часто бракує емоційної глибини. **Шаблонність текстів та картинок** відсторонює тих, хто знає, що це штучний інтелект, і надає перевагу більш традиційному, людському контенту.
- Ефективне використання контенту, створеного штучним інтелектом, вимагає значного людського нагляду, щоб забезпечити його відповідність стандартам якості та етики. Без ручного редагування та надання сенсу сухому тексту або ж редагування зображення, шанс на успішне просування значно знижується.
- Навіть по вищезгаданих судових справах можна зрозуміти, що **авторське право** відіграє тут чи не найважливішу роль - спілки авторів, споживачі, відоми діячі та активісти борються за інтелектуальну власність та доброчесність. Така ситуація спіткала не тільки індустрію видавництва, а й індустрію кіно. Гільдія кіноакторів та Американська федерація артистів телебачення і радіо (SAG-AFTRA) завершили найдовший страйк у Голлівуді, уклавши контракт, який вирішує ключові питання, включаючи використання

штучного інтелекту у виставах та кіно⁵⁶. Основні занепокоєння стосувалися несанкціонованого цифрового відтворення виконавців. Угода також обмежує використання ШІ в письмовій формі, зобов'язує розкривати контент, створений ШІ, і гарантує захист від використання творів письменників для навчання ШІ, що відображає значний прогрес у захисті творчих прав у цифровому середовищі, що розвивається.

II.2. Поточний стан індустрії та майбутні перспективи

Індустрія видавництва зазнає суттєвих змін під впливом новітніх технологій. У сучасному світі, де швидкість обміну інформацією та доступ до знань відіграють ключову роль, видавнича індустрія стоїть перед новими викликами та можливостями. З одного боку, ШІ сприяє автоматизації багатьох процесів, що дозволяє підвищити ефективність та знизити витрати. З іншого боку, впровадження цих технологій ставить нові питання щодо етики, якості контенту та ролі людини в процесі створення і розповсюдження інформації.

Дослідження "Dentsu Consumer Navigator Generative AI 2023"⁵⁷ показує, що споживачі мають змішане розуміння і прийняття генеративного штучного інтелекту. Згідно з дослідженням, 61% споживачів заявили, що принаймні частково розуміють, що таке генеративний ШІ та як він працює. Водночас 87% опитаних принаймні чули про ШІ. Однак тільки 27% повідомили, що використовували інструменти генеративного ШІ, тоді як 42% висловили зацікавленість у їх використанні (Додаток 17).

⁵⁶ Times of India 'Hollywood vs AI: Actors agree to end strike as union reaches deal for protection from AI' / Times of India // – URL: <https://timesofindia.indiatimes.com/gadgets-news/hollywood-vs-ai-actors-agree-to-end-strike-as-union-reaches-deal-for-protection-from-ai/articleshow/105099268.cms>. (date of access: 01.05.2024)

⁵⁷ Dentsu 'Dentsu Consumer Navigator Generative AI 2023' / Dentsu // – URL: <https://assets-eu-01.kc-usercontent.com/27bd3334-62dd-01a3-d049-720ae980f906/25b44d8a-b41e-4260-affa-7acf7f81a428/Dentsu%20Consumer%20Navigator%20Generative%20AI%202023.pdf>. (date of access: 01.05.2024)

Серед тих, хто використовував генеративний ШІ, найпопулярнішими інструментами були ChatGPT, Bing від Microsoft, Socratic від Google та DALL-E 2(Додаток 18). Однак більшість споживачів, які використовували ці інструменти, робили це з цікавості або для експериментів. Наприклад, деякі використовували ШІ для допомоги у роботі з формулами або для створення шаблонів.

Споживачі мають суперечливі емоції щодо генеративного ШІ. Хоча вони відчують надію та інтерес, також присутні скептицизм і страх(Додаток 19). Зокрема, 45% споживачів стурбовані тим, як ШІ вплине на робочі місця, 39% - соціальні зв'язки, 36% - приватність, а 35% - цілісність творчих робіт. Також 37% споживачів вважають, що можуть бути негативні наслідки, які ми не можемо передбачити сьогодні(Додаток 20).

Близько 4 з 5 споживачів переконані, що генеративний ШІ - це майбутнє, проте менш ніж 2 з 5 збуджені щодо цього майбутнього. Більше 3 з 5 споживачів або стурбовані, або не визначилися зі своїми почуттями щодо майбутнього ШІ. Міленіали та чоловіки є тими групами, які найбільше зацікавлені щодо перспектив ШІ, тоді як старші покоління та жінки більш скептичні та стурбовані(Додаток 21).

Споживачі бачать багато позитивних застосувань генеративного ШІ у повсякденному житті. Найбільш захоплюючими для них є застосування, які допомагають у повсякденних завданнях (37%), покращують доступність для людей з інвалідністю (36%) та автоматизують рутинні завдання (33%). Також значним є інтерес до використання ШІ для допомоги дослідникам у відкритті нових інновацій та загального прогресу суспільства(Додаток 22).

Основним джерелом занепокоєння є можливість втрати робочих місць через автоматизацію. Більшість споживачів вважають, що генеративний ШІ знищить більше робочих місць, ніж створить. Інші занепокоєння включають загрози приватності, зниження соціальних зв'язків та можливість неочікуваних негативних наслідків.

Споживачі очікують, що бренди будуть використовувати ШІ відповідально та прозоро. Зокрема, 77% споживачів вважають, що бренди повинні забезпечити, щоб існуючі упередження та системи нерівності не поширювалися через застосування ШІ. Також понад 70% споживачів вважають, що бренди повинні розкривати використання ШІ у своїх продуктах, послугах, досвіді та контенті(Додаток 23).

Дослідження "Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2024"⁵⁸ під керівництвом Ніка Ньюмана, яке було проведене Reuters Institute for the Study of Journalism, надає глибокий аналіз сучасного стану журналістики, медіа та технологій, зокрема, впливу генеративного штучного інтелекту на індустрію видавництва.

На початку дослідження підкреслюється, що штучний інтелект має великий потенціал для трансформації інформаційного простору в умовах політичної та економічної нестабільності. Очікується, що до 2026 року більшість контенту в інтернеті буде синтетично створеним, що вимагатиме від журналістів та новинних організацій перегляду своєї ролі та цілей. Вже зараз, коли політичні та спортивні події стають більш гострими, є надія на зростання зацікавленості користувачів, що може тимчасово підвищити довіру до новин.

Проте, серед редакторів, CEO та цифрових керівників лише 47% висловили впевненість у перспективах журналістики на рік вперед, тоді як 41% не були впевнені, а 12% висловили низьку впевненість. Основними причинами занепокоєння є зростання витрат, зниження рекламних доходів та уповільнення зростання підписок, а також збільшення юридичних та фізичних нападів на журналістів. Незважаючи на це, деякі видавці сподіваються на зростання аудиторії завдяки політичним та спортивним подіям.

Дослідження також виявило, що майже дві третини (63%) респондентів стурбовані різким зниженням реферального трафіку з соціальних медіа, таких як

⁵⁸ Newman, N. 'Trends and Predictions 2024' / Reuters Institute // January 2024 – URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-01/Newman%20-%20Trends%20and%20Predictions%202024%20FINAL.pdf>. (date of access: 01.05.2024)

Facebook та Twitter. У відповідь на ці зміни 77% видавців планують зосередитись на розвитку власних каналів для прямого спілкування з аудиторією, таких як веб-сайти, додатки, інформаційні розсилки та подкасти(Додаток 24).

Одним із основних викликів для медіаорганізацій є впровадження генеративного ШІ у пошукові системи та інші платформи. Наприклад, Google і Microsoft активно досліджують нові способи представлення контенту, такі як Search Generative Experiences (SGE), які надають прямі відповіді на запити, замість традиційного списку посилань на веб-сайти. Це може значно зменшити кількість переходів на новинні сайти, створюючи нові проблеми для бізнес-моделі медіа.

Серед позитивних моментів варто відзначити можливості ШІ для автоматизації внутрішніх процесів у новинних кімнатах, покращення рекомендаційних систем та комерційного використання. Проте, видавці залишаються обережними щодо використання ШІ для створення контенту, оскільки це може призвести до репутаційних ризиків.

Використання ШІ для створення контенту в новинній індустрії супроводжується значними етичними та юридичними викликами. Наприклад, судовий процес The New York Times проти OpenAI через порушення авторських прав може стати прецедентом для інших новинних організацій, які прагнуть захистити свої права на контент. Очікується, що у 2025 році ці питання набудуть ще більшої актуальності.

Наступний графік демонструє рівень зацікавленості у читанні книги, повністю написаної штучним інтелектом, серед дорослих у Сполучених Штатах станом на квітень 2023 року, розділений за поколіннями⁵⁹. Цей графік надає цікаву перспективу на те, як різні вікові групи сприймають ідею контенту, створеного штучним інтелектом(Додаток 25).

⁵⁹ Statista 'AI Written Books Interest in US by Generation' / Statista // – URL: <https://www.statista.com/statistics/1380361/ai-written-books-interest-us-by-generation/>. (date of access: 01.05.2024)

У загальному підсумку серед усіх опитаних, лише 13% висловили високу зацікавленість у читанні книги, написаної ШІ, тоді як 18% були дещо зацікавлені. Однак, значна частина респондентів, а саме 34%, зовсім не виявили інтересу до такого контенту. Ще 18% респондентів заявили, що вони не дуже зацікавлені, а 17% не мали чіткої думки з цього приводу.

Розглядаючи окремо кожне покоління, стає очевидним, що молодші покоління виявляють значно більший інтерес до книг, написаних ШІ. Наприклад, серед представників Generation Z 24% висловили високу зацікавленість, а 15% були дещо зацікавлені. Однак, варто зазначити, що 24% цього покоління також зовсім не зацікавлені у читанні книг, створених ШІ, що показує певну поляризацію в їхніх поглядах.

Міленіали (Millennials) також виявили значний інтерес до такого контенту: 22% висловили високу зацікавленість, а 25% були дещо зацікавлені. Водночас, 26% міленіалів зовсім не зацікавлені у читанні книг, написаних ШІ, що є доволі високим показником.

Покоління X (Generation X) показує помітно нижчий рівень зацікавленості порівняно з молодшими поколіннями. Лише 8% цього покоління висловили високу зацікавленість, а 18% були дещо зацікавлені. Більшість представників цього покоління, 33%, зовсім не зацікавлені у такому контенті.

Найменшу зацікавленість у читанні книг, створених ШІ, виявили представники покоління бебі-бумерів (Baby Boomers). Лише 4% цього покоління висловили високу зацікавленість, а 13% були дещо зацікавлені. Значна частина бебі-бумерів, 43%, зовсім не виявили інтересу до таких книг.

Загалом, графік чітко демонструє, що молодші покоління, такі як Generation Z та міленіали, більш відкриті до інновацій і технологій, включаючи штучний інтелект у сфері літератури. У той же час, старші покоління, зокрема Generation X і бебі-бумери, значно менш зацікавлені в читанні книг, створених ШІ, що може відображати їхню більшу прихильність до традиційних форм літератури та скептицизм щодо нових технологій.

Дослідження Proz надає цінну інформацію про використання пам'яті перекладів (TMs) та комп'ютерної допомоги при перекладі (CAT) інструментів, яка може бути корисною для розуміння поточного стану індустрії видавництва та майбутніх перспектив у контексті штучного інтелекту⁶⁰.

У сучасному світі, де технології швидко змінюються, індустрія перекладу вже давно використовує інструменти, що базуються на ШІ, такі як CAT інструменти, для підвищення продуктивності та якості роботи. Згідно з дослідженням Proz, 88% перекладачів використовують принаймні один CAT інструмент, а 83% з них застосовують ці інструменти для більшості або всіх своїх перекладів. Це свідчить про те, що технології на базі ШІ вже стали невід'ємною частиною професійної діяльності у цій галузі.

Впровадження ШІ у видавничій індустрії може мати аналогічний ефект, підвищуючи ефективність і продуктивність, як це відбулося в індустрії перекладу. Використання CAT інструментів дозволяє перекладачам зосередитися на більш творчих аспектах роботи, покращуючи якість кінцевого продукту і знижуючи витрати часу на рутинні завдання. Аналогічно, впровадження генеративного ШІ у видавництві може допомогти автоматизувати процеси створення контенту, редагування та розповсюдження, що дозволить видавцям сконцентруватися на творчих і стратегічних аспектах.

Основні причини, чому деякі перекладачі не використовують CAT інструменти, включають високу вартість, непотрібність для їхньої роботи та складність навчання. Це підкреслює важливість інвестицій у навчання і розвиток навичок для успішного впровадження нових технологій. У видавничій індустрії також необхідно враховувати ці фактори при інтеграції ШІ, щоб забезпечити успішне впровадження і максимальну користь від нових технологій.

Також дослідження Proz показує, що клієнти часто вимагають використання CAT інструментів. Аналогічно, у видавничій індустрії споживачі

⁶⁰ ProZ 'CAT Tool Use by Translators: Who is Using?' / ProZ // – URL: <https://go.proz.com/blog/cat-tool-use-by-translators-who-is-using>. (date of access: 01.05.2024)

можуть почати очікувати використання технологій ШІ для створення та редагування контенту, оскільки це може забезпечити більш швидкий доступ до якісної інформації.

Ринок видавництва зазнає значних змін, і за прогнозами, до 2028 року його розмір збільшиться на 19,37 мільярда доларів США з середньорічним темпом зростання (CAGR) у 1,2%⁶¹. Це зростання обумовлене кількома ключовими факторами, серед яких підвищене проникнення Інтернету, що становить понад 65% глобального населення в 2023 році, та висока швидкість перегляду, що сприяє популяризації електронних книг і розширенню доступу до цифрових видань. Інтернет надає видавцям можливість досягати глобальної аудиторії, виходячи за межі географічних обмежень традиційних друкованих медіа. Крім того, завдяки Інтернету видавці можуть використовувати різноманітні формати контенту, що дозволяє розширити потенційну аудиторію.

Згідно з графіком, що ілюструє прогноз розміру ринку видавництва з 2018 по 2028 рік (Додаток 26), у 2018 році ринок оцінювався в 304,67 мільярда доларів США. Очікується, що щорічний темп зростання на 2024 рік становитиме 1,31%. Прогноз на період з 2023 по 2028 рік передбачає стабільне зростання ринку з сукупним річним темпом зростання (CAGR) на рівні 1,2%, що відповідає приросту в 19,37 мільярда доларів США. Цей прогноз свідчить про стійке зростання ринку, що підкріплюється інноваціями та адаптацією до нових технологій і споживчих звичок.

Однією з важливих тенденцій у видавничій індустрії є зростання використання інтерактивних оголошень у друкованих журналах. Інтерактивні оголошення дозволяють створювати оголошення, що спонукають до взаємодії з цифровими платформами, такими як вебсайти, соціальні мережі або мобільні додатки. Це збільшує охоплення рекламних кампаній і дозволяє рекламодавцям збирати цінні дані про взаємодію користувачів. Крім того, інтерактивні

⁶¹ Technavio 'Publishing Market Industry Analysis' / Technavio // – URL: <https://www.technavio.com/report/publishing-market-industry-analysis>. (date of access: 01.05.2024)

оголошення дозволяють створювати емоційні зв'язки з аудиторією, підвищувати лояльність до бренду та забезпечувати персоналізовані повідомлення, що сприяє зростанню залученості та конверсій.

Поточний стан і майбутні перспективи індустрії видавництва свідчать про суттєві зміни під впливом новітніх технологій. Інновації в цифрових платформах, ШІ та інтерактивний контент відкривають нові можливості для зростання, дозволяючи видавцям досягати глобальної аудиторії та пропонувати різноманітні формати контенту. Проте виклики, пов'язані з кібербезпекою та приватністю, залишаються серйозними перешкодами, які потребують належної уваги для забезпечення сталого розвитку індустрії.

Згідно з результатами дослідження Statista, у 2022 році 90% маркетологів використовували ШІ для автоматизації взаємодії з клієнтами, що є найпопулярнішим способом застосування ШІ⁶². Порівняно з 2021 роком, коли цей показник становив 88%, відбулося невелике зростання.

Персоналізація клієнтського шляху через різні канали також залишалася важливим напрямком використання ШІ, з показником 88% у 2022 році, що співпадає з 2021 роком. Автоматизація процесів, таких як звітність, зросла з 83% у 2021 році до 88% у 2022 році.

Ідентифікація клієнтів і вирішення їхніх проблем залишалися на високому рівні з 87% у 2022 році порівняно з 82% у 2021 році. Підключення онлайн- та офлайн-досвіду залишилося на рівні 87% у 2022 році.

Інші значні показники включають:

- Підтримка найкращих пропозицій у реальному часі: зростання з 77% у 2021 році до 89% у 2022 році.
- Програмна реклама та медіа-покупки: зростання з 75% у 2021 році до 81% у 2022 році.

⁶² Statista 'AI Usage in Marketing' / Statista // – URL: <https://www.statista.com/statistics/1365066/ai-usage-marketing/>. (date of access: 01.05.2024)

- Прогнозування поведінки клієнтів: стабільність на рівні 74% у 2021 і 2022 роках.
- Покращення сегментації клієнтів і моделювання схожих аудиторій: незначне зниження з 74% у 2021 році до 73% у 2022 році (Додаток 27).

Таким чином, можна зрозуміти, що штучний інтелект може не лише використовуватись напряду у створенні контенту для книжок, але так чи інакше може бути залучений до просування або ж до створення похідного контенту - інтерпретацій, відгуків, адаптацій, тощо.

II.3. Дослідження ставлення споживачів до використання штучного інтелекту у сфері видавництва книжок

Використання штучного інтелекту у видавничій індустрії є однією з найбільш обговорюваних тем у сучасному світі технологій та медіа. ШІ має потенціал трансформувати різні аспекти видавничого процесу, від автоматизації створення контенту до персоналізації читачів. Однак, попри ці потенційні переваги, ставлення споживачів до використання ШІ у видавництві залишається неоднозначним і потребує детального вивчення.

З метою отримання глибшого розуміння ставлення споживачів до використання ШІ у сфері видавництва книжок, було проведено кількісне дослідження шляхом анкетування 46 респондентів. Це дослідження є важливим для визначення рівня прийняття та зацікавленості серед читачів, а також для ідентифікації можливих бар'єрів та занепокоєнь.

Аналіз ставлення споживачів має кілька важливих аспектів. По-перше, він дозволяє видавцям краще зрозуміти потреби та очікування своєї аудиторії, що є ключовим для розробки ефективних стратегій впровадження ШІ. По-друге, дослідження допомагає виявити основні занепокоєння та бар'єри, які можуть перешкоджати широкому прийняттю ШІ у видавничій сфері, що дозволить

видавцям розробити заходи для їх подолання. По-третє, результати дослідження можуть сприяти підвищенню обізнаності та освіти споживачів щодо переваг і можливостей ІІІ, що, у свою чергу, може стимулювати більш критичне ставлення до цих технологій.

Демографічні характеристики респондентів

Вік респондентів(Додаток 28):

- До 18 років: 8,7% респондентів.
- 18-24 роки: 73,9% респондентів.
- 25-29 років: 10,9% респондентів.
- 30-35 років: 4,3% респондентів.
- 36+ років: 2,2% респондентів.

Стать респондентів(Додаток 29):

- Чоловіча: 34,8% респондентів.
- Жіноча: 63% респондентів.
- Небінарна особа: 2,2% респондентів.

Сфера діяльності респондентів(Додаток 30):

- Студент/ка: 47,8%.
- Найманий працівник: 32,6%.
- Безробітний/а: 6,5%.
- Самозайнятий/а: 6,5%.
- Працюючий студент: 4,3%.
- ФОП студент: 2,2%.

Демографічні дані показують, що більшість респондентів є молодими людьми, здебільшого студентами, що може відображати їх відкритість до нових технологій. Більшість опитаних знає про ІІІ.

Знання про використання ІІІ у видавництві(Додаток 31):

- Так: 84,8%.
- Ні: 15,2%.

Ставлення до контенту, створеного ІІІ(Додаток 32):

- Дуже позитивно: 13%.
- Позитивно: 50%.
- Нейтрально: 26,1%.
- Негативно: 8,7%.
- Дуже негативно: 2,2%.

Половина респондентів ставиться до контенту, створеного ШІ, позитивно, що демонструє відкритість до технологій. Водночас, значна частина має нейтральне або негативне ставлення, що вказує на можливість поліпшення якості та довіри до таких матеріалів.

Споживання контенту, створеного або відредагованого ШІ(Додаток 33):

- Так: 71,7%.
- Ні: 15,2%.
- Не впевнений: 13%.

Більшість респондентів свідомо споживали контент, створений або відредагований ШІ, що свідчить про вже існуючу інтеграцію цих технологій у повсякденне життя.

Важливість знати, чи був контент створений ШІ(Додаток 34):

- Дуже важливо: 19,6%.
- Важливо: 50%.
- Нейтрально: 17,4%.
- Не важливо: 8,7%.
- Абсолютно не важливо: 4,3%.

Для більшості респондентів важливо знати, чи був контент створений ШІ, що підкреслює необхідність прозорості у використанні технологій.

Довіра до контенту, створеного ШІ(Додаток 35):

- Так: 8,7%.
- Ні: 56,5%.
- Не впевнений: 23,9%.
- Не визначилися: 10,9%.

Переважна більшість респондентів не довіряє контенту, створеному ШІ, так само, як і контенту, створеному людьми. Це вказує на наявність скептицизму до такого підходу.

Основні переваги використання ШІ у видавництві(Додаток 36):

- Швидше створення контенту: 78,3%.
- Зниження витрат: 80,4%.
- Узгодженість та точність: 13%.
- Персоналізація контенту: 17,4%.
- Гарний інструмент для креативності: 2,2%.

Респонденти визнають численні переваги використання ШІ, зокрема швидше створення контенту та зниження витрат, що свідчить про те, що споживачі розуміють мету використання ШІ видавництвами.

Основні недоліки використання ШІ у видавництві(Додаток 37):

- Проблеми з довірою: 71,7%.
- Брак креативності: 63%.
- Етичні проблеми: 54,3%.
- Витіснення робочих місць: 63%.

Частота читання контенту, створеного ШІ(Додаток 38):

- Дуже часто: 8,7%.
- Часто: 32,6%.
- Нейтрально: 26,1%.
- Рідко: 34,8%.
- Дуже рідко: 8,7%.

Переваги змішаного контенту(Додаток 39):

- Так: 41,3%.
- Ні: 19,6%.
- Без переваги: 39,1%.

Роль ШІ у майбутньому видавництві(Додаток 40):

- Важлива та трансформуюча: 8,7%.

- Корисна, але з обмеженнями: 63%.
- Нейтрально: 10,9%.
- Потенційно шкідлива: 10,9%.
- Шкідлива та викликає занепокоєння: 6,5%.

Аналіз даних анкетування вказує на те, що, хоча споживачі визнають численні переваги використання ШІ у видавництві, існують значні занепокоєння щодо довіри. Більшість респондентів вважають, що ШІ буде корисним, але з певними обмеженнями. Та наявність інтеграцій у видавничому бізнесі і усвідомлення цього споживачами робить цю індустрію однією з найбільш технологічних та розвинутих, що дозволяє розширити аудиторію та дати можливість індустрії розвиватись технологічно та органічно.

II.4. Висновки розділу

У цьому розділі було розглянуто широке коло аспектів, пов'язаних із застосуванням штучного інтелекту у видавничій індустрії, включаючи редагування, генерацію та персоналізацію контенту, а також аналіз поточного стану індустрії та ставлення споживачів до цих технологій. Використання ШІ значно підвищило ефективність видавничих процесів, дозволяючи автоматизувати багато рутинних завдань, знижувати витрати та прискорювати створення контенту. Це зробило інформацію більш доступною для широкої аудиторії, але одночасно породило нові виклики, пов'язані з етикою та довірою до контенту, створеного ШІ.

Аналіз поточного стану видавничої індустрії та її перспектив показує, що інтеграція ШІ сприяє зростанню ринку. Прогнози вказують на суттєве збільшення ринку видавничих послуг у найближчі роки, що пов'язано з підвищенням зростання популярності електронних книг. Це, у свою чергу, стимулює видавництва до впровадження нових технологій для збереження конкурентоспроможності та задоволення потреб сучасних споживачів.

Дослідження ставлення споживачів до використання ІІІ у видавничій справі показало, що більшість респондентів позитивно або нейтрально ставляться до контенту, створеного за допомогою ІІІ. Основними перевагами вони вважають швидше створення контенту та зниження витрат, що підтверджує значний потенціал ІІІ для підвищення ефективності видавничих процесів та подальшого зростання всієї індустрії. Однак, серед недоліків було залишається найголовніше - питання довіри споживачів до таких технологій, такого контенту. Респонденти наголошують на важливості прозорості та етичних стандартів у використанні ІІІ. Судові процеси тільки підтверджують ці занепокоєння.

Інтеграція ІІІ відкриває нові можливості та виставляє нові бар'єри для видавництв та читачів. Майбутні перспективи видавничої індустрії з використанням ІІІ виглядають обнадійливими, зважаючи на зростання ринку та підвищення попиту на цифровий контент. Задача індустрії в такому стані - виставити пріоритети та зрозуміти, у якому напрямку рухатись, щоб не втратити попит, зацікавленість та довіру аудиторії.

ВИСНОВКИ

У даній роботі було проведено всебічний аналіз інтеграції штучного інтелекту у видавничу індустрію, зосереджуючись на його історичному розвитку, методах використання, поточному стані індустрії та майбутніх перспективах, а також на ставленні споживачів до використання ШІ у видавництві книжок.

Аналіз історії розвитку ШІ та видавничої справи показав, що впровадження нових технологій завжди супроводжується значними змінами у галузі. Від першого друкарського верстата Йоганна Гутенберга до сучасних систем штучного інтелекту, технологічні інновації завжди відкривали нові можливості для видавництва і сприяли їхньому розвитку. ШІ став логічним продовженням цієї еволюції, пропонуючи нові способи створення, редагування та розповсюдження контенту.

Дослідження методів використання ШІ у видавництві показало, що ці технології значно підвищують ефективність видавничих процесів. Інструменти ШІ, такі як алгоритми машинного навчання та обробки природної мови, дозволяють автоматизувати багато рутинних завдань, що знижує витрати та підвищує швидкість створення контенту. Особливо важливою є можливість персоналізації контенту, що дозволяє видавцям створювати більш релевантні та цікаві матеріали для різних аудиторій. Аналіз поточного стану видавничої індустрії та її перспектив показав, що інтеграція ШІ сприяє зростанню ринку. Прогнози свідчать про суттєве збільшення ринку видавничих послуг у найближчі роки.

Незважаючи на стрімке зростання індустрії та технологічні зміни, що відбуваються, аналіз наявного контенту, згенерованого за допомогою ШІ, показує, що його якість все ще потребує вдосконалення. Це можна побачити на прикладі досить одноманітних та недеталізованих обкладинок, де присутні повторювальні та невдалі елементи (як приклад: невдале зображення рук та пальців), і як відповідь на це ми бачимо бурхливу негативну реакцію на подібні анонси від видавництв та незалежних авторів зі сторони споживачів. З другого

боку, коли видавництва інтегрують у свої продукти змішаний контент, створений за допомогою ІІІ та адаптований спеціалістами (дизайнерами, редакторами), він має більше схвалення від клієнтів, ніж сухо згенерований.

Кількісне дослідження ставлення споживачів до використання ІІІ у видавництві книжок демонструє, що більшість респондентів позитивно або нейтрально ставляться до контенту, створеного ІІІ. Відсутність достатньої бібліографічної складової у деяких дослідженнях ускладнює аналіз та порівняння з іншими науковими роботами. Крім того, питання етики та довіри до контенту, створеного ІІІ, залишаються актуальними і потребують подальшого дослідження та вирішення.

У цілому, робота показала, що інтеграція ІІІ у видавничу індустрію є необхідним кроком для збереження конкурентоспроможності та задоволення потреб сучасних споживачів. Проте цей процес супроводжується низкою викликів. Зокрема, видавництвам необхідно знайти баланс між автоматизацією процесів і дотриманням доброчесності. Численні судові справи та позови через порушення авторського права та інтелектуальної власності ще раз демонструють, наскільки індустрія розвинулась швидше, ніж юридична база та регулювання загалом. Подальші дослідження допоможуть виявити, як створений контент і як індустрія можуть виглядати у близькому майбутньому.

ДЖЕРЕЛА

1. Adobe News 'Adobe Firefly Expands Globally, Supports Prompts in Over 100 Languages' / Adobe News // 2023 – URL:
<https://news.adobe.com/news/news-details/2023/Adobe-Firefly-Expands-Globally-Supports-Prompts-in-Over-100-Languages/default.aspx>. (date of access: 01.05.2024)
2. Amazon Press 'Introducing Amazon Kindle' / Amazon Press // November 2007 – URL: <https://press.aboutamazon.com/2007/11/introducing-amazon-kindle>. (date of access: 01.05.2024)
3. Authors Guild 'Open Letter to Generative AI Leaders' / Authors Guild // October 2023 – URL:
<https://authorsguild.org/app/uploads/2023/10/Authors-Guild-Open-Letter-to-Generative-AI-Leaders.pdf>. (date of access: 01.05.2024)
4. Aumgolly / Aumgolly // – URL: <https://aumgolly.com/about/>. (date of access: 01.05.2024)
5. Baylen, J. O. “A History of British Publishing.: By John Feather., Routledge, 1991, 304 Pp. ” American Journalism 9, no. 1–2 (1992): 126–27.
6. BooksBy.AI / BooksBy.AI // – URL: <https://booksby.ai/the-serious/>. (date of access: 01.05.2024)
7. Britannica 'Індекс заборонених книг' / Britannica // – URL:
<https://www.britannica.com/topic/Index-Librorum-Prohibitorum>. (date of access: 01.05.2024)
8. Cambridge University Press 'ChatGPT in and for Second Language Acquisition: A Call for Systematic Research' / Cambridge University Press // – URL:
<https://www.cambridge.org/core/journals/studies-in-second-language-acquisition/article/chatgpt-in-and-for-second-language-acquisition-a-call-for-systematic-research/D0A0BFF6919D9DACC091133C6CAED597>. (date of access: 01.05.2024)

9. CNBC 'Eight Newspaper Publishers Sue OpenAI Over Copyright Infringement' / CNBC // April 30, 2024 – URL:
<https://www.cnn.com/2024/04/30/eight-newspaper-publishers-sue-openai-over-copyright-infringement.html>. (date of access: 01.05.2024)
10. CNBC 'Generative AI's Disinformation Threat Overblown, Cyber Expert Says' / CNBC // May 9, 2024 – URL:
<https://www.cnn.com/2024/05/09/generative-ais-disinformation-threat-overblown-cyber-expert-says.html>. (date of access: 10.05.2024)
11. Concord Theatricals 'Breaking the Code' / Concord Theatricals // – URL:
<https://www.concordtheatricals.com/p/2217/breaking-the-code>. (date of access: 01.05.2024)
12. CoverDesignAI 'Cover Design AI' / CoverDesignAI // – URL:
<https://coverdesignai.com/>. (date of access: 01.05.2024)
13. Dentsu 'Dentsu Consumer Navigator Generative AI 2023' / Dentsu // – URL:
<https://assets-eu-01.kc-usercontent.com/27bd3334-62dd-01a3-d049-720ae980f906/25b44d8a-b41e-4260-affa-7acf7f81a428/Dentsu%20Consumer%20Navigator%20Generative%20AI%202023.pdf>. (date of access: 01.05.2024)
14. Eisenstein, E. L. The Printing Press as an Agent of Change. Cambridge: Cambridge University Press, 1980.
15. Forbes 'Automation Is Here: Ways AI And ML Are Transforming Digital Publishing' / Forbes // April 20, 2022 – URL:
<https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2022/04/20/automation-is-here-ways-ai-and-ml-are-transforming-digital-publishing/?sh=6444ca395b46>. (date of access: 01.05.2024)
16. IndiaAI 'Exploring 1 The Road: The First Novel Marketed by an AI' / IndiaAI // – URL:
<https://indiaai.gov.in/article/exploring-1-the-road-the-first-novel-marketed-by-an-ai>. (date of access: 01.05.2024)

17. Google Blog 'LaMDA' / Google Blog // – URL:
<https://blog.google/technology/ai/lamda/>. (date of access: 01.05.2024)
18. Google Research Blog 'Google Duplex: An AI System for Accomplishing Real-World Tasks Over the Phone' / Google Research Blog // – URL:
<https://research.google/blog/google-duplex-an-ai-system-for-accomplishing-real-world-tasks-over-the-phone/>. (date of access: 01.05.2024)
19. Tat Keh. Evolution of the book publishing industry: Structural changes and strategic implications. ResearchGate. June, 1998. URL:
https://www.researchgate.net/publication/235266779_Evolution_of_the_book_publishing_industry_Structural_changes_and_strategic_implications. (date of access: 02.05.2024)
20. Tech.co 'Companies Replace Workers with AI' / Tech.co // – URL:
<https://tech.co/news/companies-replace-workers-with-ai>. (date of access: 01.05.2024)
21. National Library of Medicine 'Digital Rights Management and the E-book Industry' / National Library of Medicine // – URL:
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3745341/>. (date of access: 01.05.2024)
22. New Scientist 'Алан Тюрінг' / New Scientist // – URL:
<https://www.newscientist.com/people/alan-turing/>. (date of access: 01.05.2024)
23. Newman, N. 'Trends and Predictions 2024' / Reuters Institute // January 2024 – URL:
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-01/Newman%20-%20Trends%20and%20Predictions%202024%20FINAL.pdf>. (date of access: 01.05.2024)
24. Pet Shop Boys 'A Man from the Future' / Pet Shop Boys // – URL:
<https://www.petshopboys.co.uk/theatre-film/a-man-from-the-future>. (date of access: 01.05.2024)

25. ProZ 'CAT Tool Use by Translators: Who is Using?' / ProZ // – URL:
<https://go.proz.com/blog/cat-tool-use-by-translators-who-is-using>. (date of access: 01.05.2024)
26. Reuters 'ChatGPT Sets Record for Fastest Growing User Base, Analyst Note' / Reuters // February 1, 2023 – URL:
<https://www.reuters.com/technology/chatgpt-sets-record-fastest-growing-user-base-analyst-note-2023-02-01/>. (date of access: 01.05.2024)
27. Reuters 'OpenAI's ChatGPT Targeted in Austrian Privacy Complaint' / Reuters // April 29, 2024 – URL:
<https://www.reuters.com/technology/openais-chatgpt-targeted-austrian-privacy-complaint-2024-04-29/>. (date of access: 01.05.2024)
28. Photutorial 'Midjourney Statistics' / Photutorial // – URL:
<https://photutorial.com/midjourney-statistics/>. (date of access: 01.05.2024)
29. Ribbonfish 'Spotlight: A History of Publishing in New York, USA' / Ribbonfish // – URL:
<https://ribbonfish.co.uk/blog/spotlight-history-publishing-new-york-usa/>. (date of access: 01.05.2024)
30. Seeking Alpha 'OpenAI Signs Deal with Financial Times to Use Content to Train AI Models' / Seeking Alpha // – URL:
<https://seekingalpha.com/news/4095427-openai-signs-deal-with-financial-times-to-use-content-to-train-ai-models>. (date of access: 01.05.2024)
31. Siegrist, Hannes, and Augusta Dimou, editors. Expanding Intellectual Property: Copyrights and Patents in 20th Century Europe and Beyond. Central European University Press, 2017. pp. 324
32. SimilarWeb 'ChatGPT Birthday' / SimilarWeb // – URL:
<https://www.similarweb.com/blog/insights/ai-news/chatgpt-birthday/>. (date of access: 01.05.2024)

33. Stanford Encyclopedia of Philosophy 'Turing Test' / Stanford Encyclopedia of Philosophy // – URL: <https://plato.stanford.edu/entries/turing-test/>. (date of access: 01.05.2024)
34. Statista 'AI Usage in Marketing' / Statista // – URL: <https://www.statista.com/statistics/1365066/ai-usage-marketing/>. (date of access: 01.05.2024)
35. Statista 'AI Written Books Interest in US by Generation' / Statista // – URL: <https://www.statista.com/statistics/1380361/ai-written-books-interest-us-by-generation/>. (date of access: 01.05.2024)
36. Statista 'AI Usage in US Companies: Money Saved' / Statista // – URL: <https://www.statista.com/statistics/1379027/chatgpt-use-us-companies-money-saved/>. (date of access: 01.05.2024)
37. Statista 'Worldwide Artificial Intelligence Market Growth' / Statista // – URL: <https://www.statista.com/statistics/607960/worldwide-artificial-intelligence-market-growth/>. (date of access: 01.05.2024)
38. Technavio 'Publishing Market Industry Analysis' / Technavio // – URL: <https://www.technavio.com/report/publishing-market-industry-analysis>. (date of access: 01.05.2024)
39. The Daily Mail 'ChatGPT can lie and strategically deceive users when under pressure - just like humans' / The Daily Mail // – URL: <https://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-12906331/ChatGPT-lie-strategically-deceive-users-pressure-just-like-humans.html>. (date of access: 01.05.2024)
40. The Information 'As Tech Firms Prioritize AI in News Dealings, Other Deals Get Cut' / The Information // – URL: <https://www.theinformation.com/articles/as-tech-firms-prioritize-ai-in-news-dealings-other-deals-get-cut>. (date of access: 01.05.2024)
41. Times of India 'Hollywood vs AI: Actors agree to end strike as union reaches deal for protection from AI' / Times of India // – URL: <https://timesofindia.indiatimes.com/gadgets-news/hollywood-vs-ai-actors-agree->

- to-end-strike-as-union-reaches-deal-for-protection-from-ai/articleshow/105099268.cms. (date of access: 01.05.2024)
42. UNESCO 'ШІ та дезінформація' / UNESCO // – URL:
<https://www.unesco.org/ethics-ai/en/ram>. (date of access: 01.05.2024)
43. Washington Post 'Turing Test and LaMDA' / Washington Post // June 2022 – URL:
<https://www.washingtonpost.com/technology/2022/06/11/google-ai-lamda-blake-lemoine/>. (date of access: 01.05.2024)
44. Wired 'Scammy AI-Generated Books Are Flooding Amazon' / Wired // – URL:
<https://www.wired.com/story/scammy-ai-generated-books-flooding-amazon/>. (date of access: 01.05.2024)
45. WordsRated 'Використання ШІ у книговидавництві' / WordsRated // – URL:
<https://wordsrated.com/publishing-industry-statistics/>. (date of access: 01.05.2024)
46. WordsRated 'eBooks Sales Statistics' / WordsRated // – URL:
<https://wordsrated.com/ebooks-sales-statistics/>. (date of access: 01.05.2024)
47. Writers.com 'Writers Literary Agents' / Writers.com // – URL:
<https://writers.com/literary-agents>. (date of access: 01.05.2024)
48. YouTube 'Зломщик кодів' / YouTube // – URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=3cBR1Zvhy6w>. (date of access: 01.05.2024)
49. Бібліотека Конгресу 'Кембриджська біблія' / Бібліотека Конгресу // – URL:
<https://www.loc.gov/exhibits/bibles/the-gutenberg-bible.html>. (date of access: 01.05.2024)
50. Видавництво Старого Лева 'Книжка любові і люті' / Видавництво Старого Лева // – URL: <https://starylev.com.ua/knyga-knyzka-lyubovi-i-lyuti>. (date of access: 01.05.2024)
51. Закон "Про внесення змін до деяких законів України щодо встановлення обмежень на ввезення та розповсюдження видавничої продукції, що стосується держави-агресора, Республіки Білорусь, тимчасово окупованої

- території України" / Верховна Рада України // – URL:
<https://www.rada.gov.ua/news/razom/224123.html>. (date of access: 01.05.2024)
52. Книгарня “ТУТ”. 'Синтеза' / Книгарня “ТУТ” // – URL:
<https://knygarnya.com/en/products/tut-synteza>. (date of access: 01.05.2024)
53. Міністерство культури та інформаційної політики України 'Протягом 2023 року в Україні зареєструвалося 270 нових видавців, а випуск книжкової продукції збільшився на 73%' / Міністерство культури та інформаційної політики України // – URL:
<https://mcip.gov.ua/news/protyagom-2023-roku-v-ukrayini-zareyestruvalosya-270-novyh-vydavcziv-a-vypusk-knyzhkovoyi-produkcziyi-zbilshyvsya-na-73/>. (date of access: 01.05.2024)
54. Національний Реєстр Рекордів 'Видавництво Ранок потрапило до Книги Рекордів України' / Національний Реєстр Рекордів // 16 червня 2023 – URL:
<https://record.org.ua/2023/06/16/vydavnyctvo-ranok-potrapylo-do-knygy-rekordiv-ukrayiny/>. (date of access: 01.05.2024)
55. Національний інститут стратегічних досліджень 'Актуальні проблеми ринку книжкової продукції в Україні в умовах війни' / НІСД // – URL:
<https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/aktualni-problemi-rink-u-knizhkovoi-produkcii-v-ukraini-v>. (date of access: 01.05.2024)
56. Ранок 'Хочу на Марс' / Ранок // – URL:
<https://www.ranok.com.ua/ru/info-khochu-na-mars-38191.html>. (date of access: 01.05.2024)
57. Українська Правда 'Російська ракета знищила Харківську друкарню' / Українська Правда // – URL:
<https://life.pravda.com.ua/culture/rosiyska-raketa-znishchila-harkivsku-drukarnyu-300626/>. (date of access: 01.05.2024)
58. Темпора 'Книги для дітей' / Темпора // – URL:
<https://www.tempora.com.ua/uk/books/kniga-dlja-dtej/>. (date of access: 01.05.2024)

59. Читомо 'Я б не хотіла, щоб мої діти читали книжки, написані ІІІ. Автори «Хочу на Марс»' / Читомо // – URL:
<https://chytomo.com/ia-b-ne-khotila-shchob-moi-dity-chytaly-knyzhky-napysani-shi-avtory-khochu-na-mars/>. (date of access: 01.05.2024)
60. Читомо 'Як видавництва й дизайнери ставляться до штучного інтелекту в ілюструванні книжок' / Читомо // – URL:
<https://chytomo.com/zruchnyj-instrument-chy-znetsinennia-pratsi-khudozhnyka-iaak-vydavnytstva-j-dyzajnery-stavliatsia-do-shtuchnoho-intelektu-v-iliustruvann-i-knyzhok/>. (date of access: 01.05.2024)
61. Читомо 'Як зараз працюють видавництва в Україні' / Читомо // – URL:
<https://chytomo.com/9-misiatsiv-vtorhnennia-iaak-zaraz-pratsiuiut-vydavtsiv-v-u-kraini/>. (date of access: 01.05.2024)

ДОДАТКИ

1. Схема комунікації і відповідальності в індустрії видавництва.

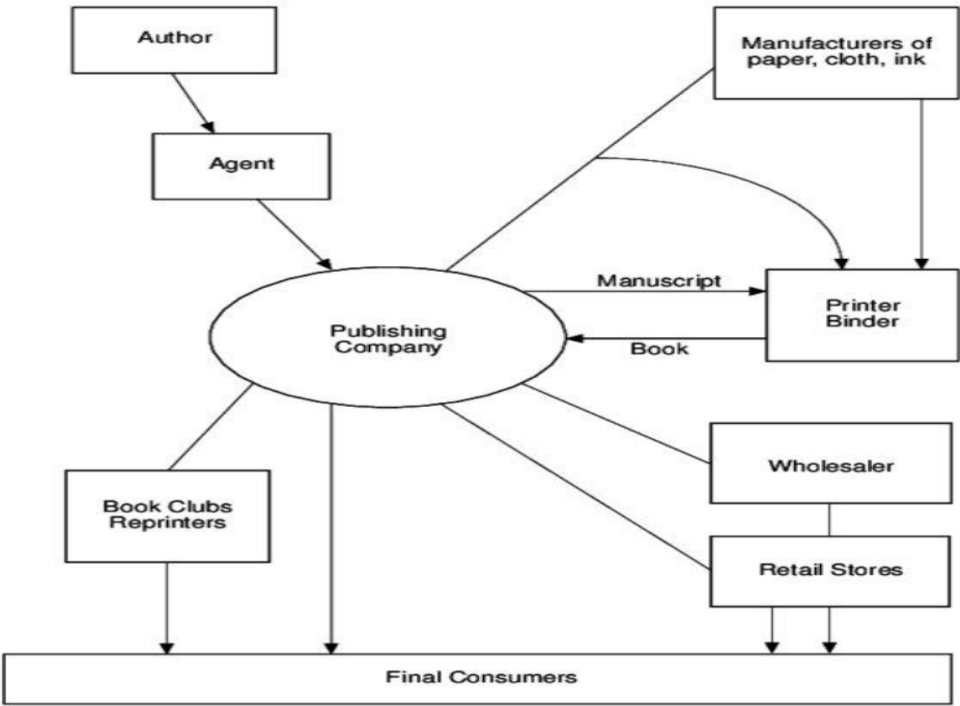
		Recipient					
Provider	Author	Agent	Publishing company	Printer	Book club	Wholesale, retailer	Consumer
Author		Give commission as percentage of royalty	Manuscript; assigns publication rights				
Agent	Contact with publisher; knowledge of commercial value; copyrights and libel; negotiate on behalf		Screens author; screens manuscript; saves publisher time				
Publishing company	Advance royalty; contract; editorial staff and services; opportunity to publish	Pays money to encourage finding good author or manuscript				Promotional material	
Printer			Printing facility; composition and binding				
Book club	Royalty for reprints		Negotiate right to print under club's imprint	Large print runs for assured market			Population not served by bookstores; impose conditions on membership; lower prices
Wholesaler, retailer			Market knowledge; provide shelf space; wide distribution				Browsing opportunity; stocks 2,000-16,000 titles, special orders
Consumer	Readership; loyalty		Demand	Demand	Demand	Demand	

Table II.
Interactions among the various parties involved in book publishing

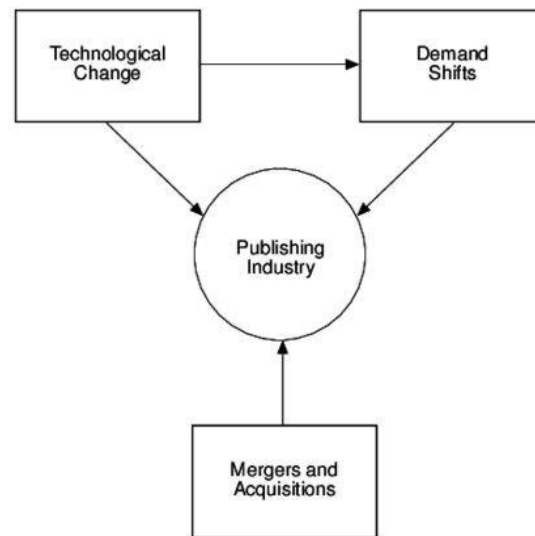
Evolution of the book publishing industry

109

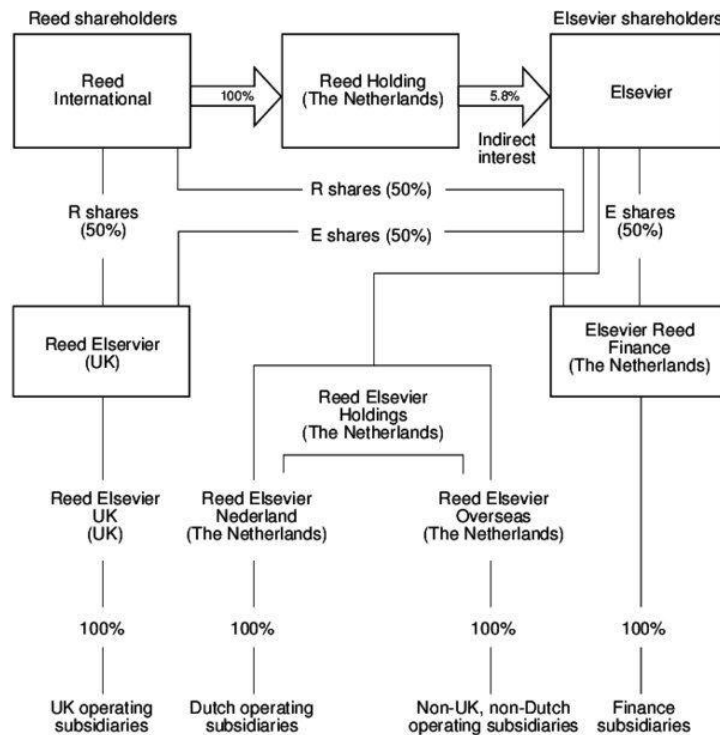
2. Традиційний робочий процес видавництва.



3. Процес формування видавничої галузі.



4. Корпоративна структура видавництва "Elsevier".

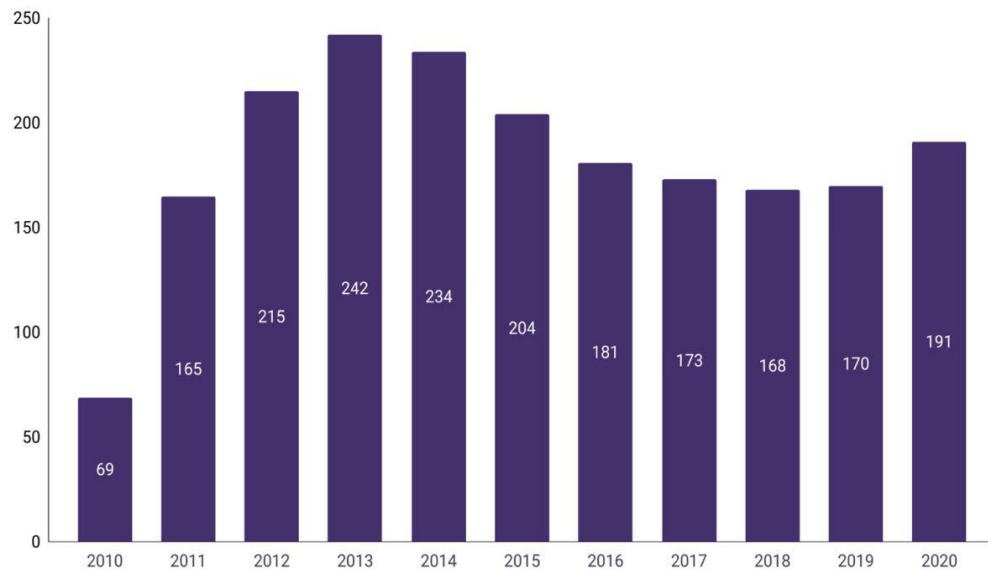


Notes:

1. Broken lines indicate shares that carry special dividend rights enabling Elsevier to receive dividends from a company within the same tax jurisdiction. These shares do not carry any capital rights beyond the right to repayment of their nominal value, and Reed Elsevier controls these companies notwithstanding the voting rights attaching to these shares. The shares held by Elsevier in Reed Elsevier Nederland BV will result in that company and its subsidiaries being dependent companies of Elsevier.
2. Reed will also hold £100,000 nominal of 7.5% (net) preference shares in Reed Elsevier, which will not carry voting rights.
3. The underlying equality of the relationships between Reed and Elsevier is reflected in each having 50% of the equity capital of Reed Elsevier and Elsevier Reed Finance, and equal voting rights in those companies.

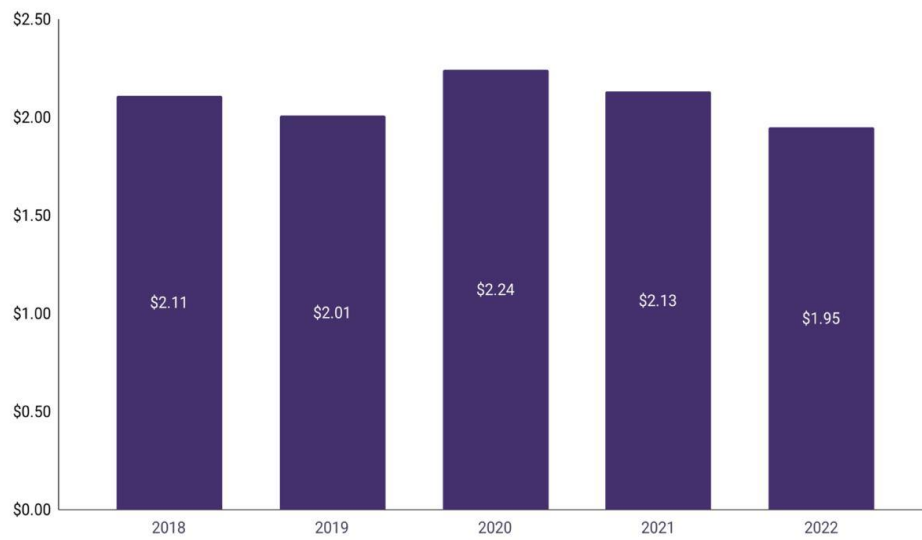
5. Кількість проданих електронних книг у мільйонах копій. Зріз з 2010 по 2020 рік.

Number of e-books sold by year (million copies)

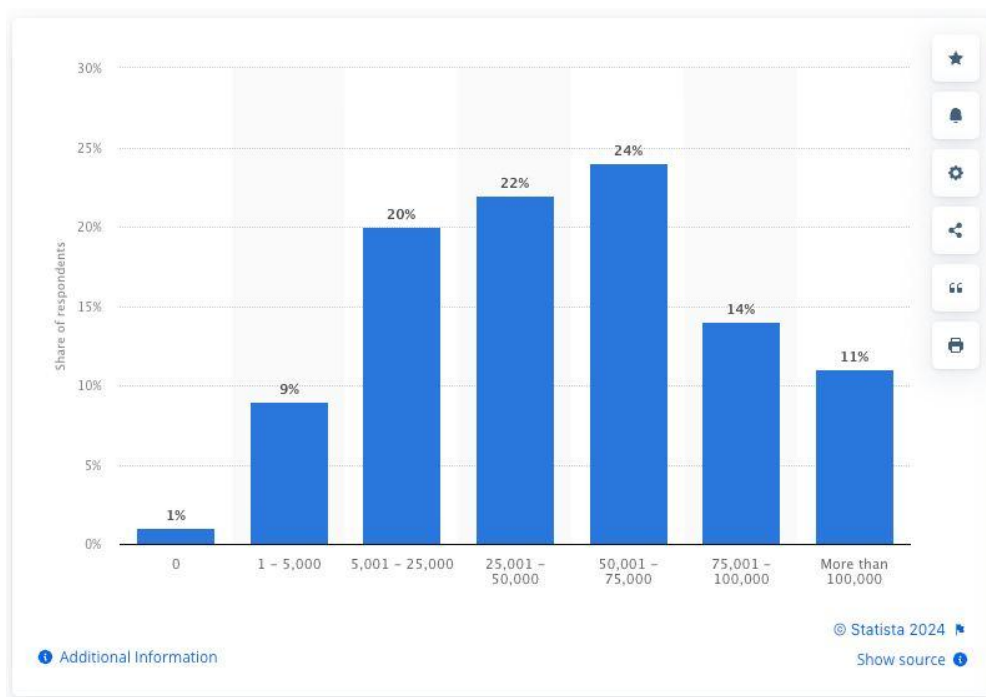


6. Дохід від продажу електронних книжок з 2018 по 2022 рік(в млрд. долларів).

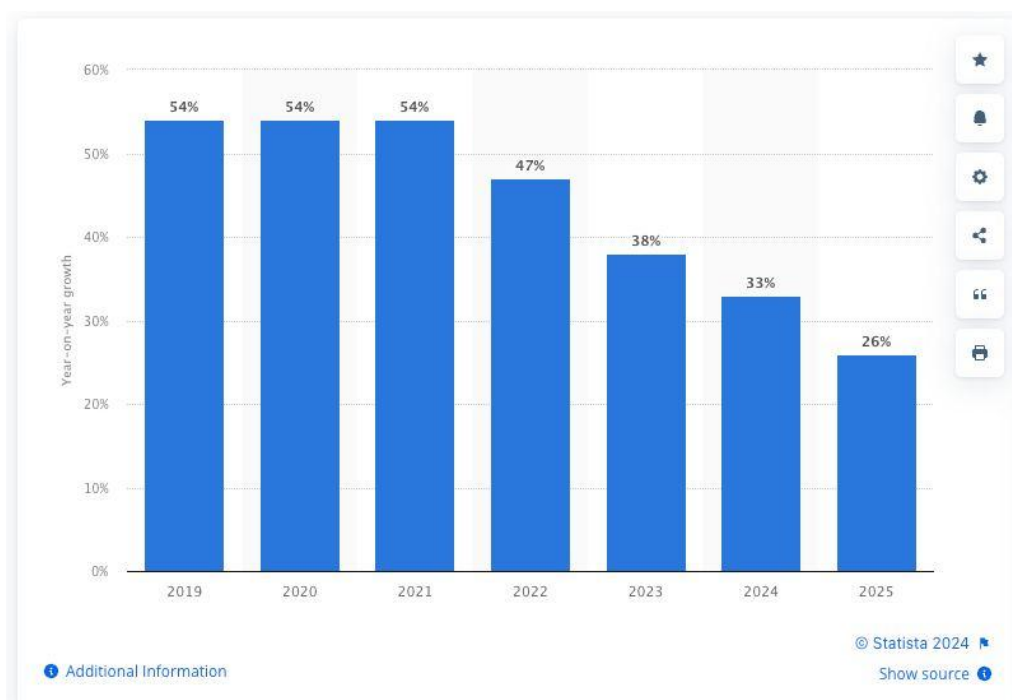
E-book sales revenue by year (\$ billion)



7. Кількість грошей, заощаджених компаніями в США завдяки використанню ChatGPT станом на лютий 2023 року.

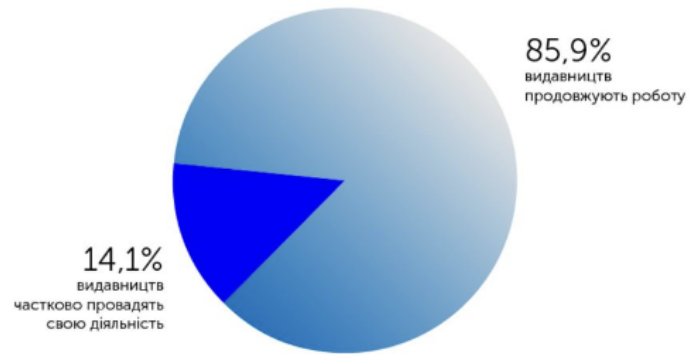


8. Прогноз зростання світового ринку програмного забезпечення для штучного інтелекту з 2019 по 2025 рік.



9. Опитування “Читомо” щодо продовження існування бізнесу після повномасштабного вторгнення РФ в Україну.

Чи продовжують видавництва працювати під час війни?



10. Обкладинка книги Антонії Баєтт “Книга для дітей”, згенерована штучним інтелектом.



11. Обкладинка до книги Макса Кідрука “Жали, дзизчи, кусай”. Варіант, згенерований штучним інтелектом.



12. Обкладинка до книги Макса Кідрука “Жали, дзизчи, кусай”. Варіант, взятий з фотобанку.



13. Обкладинка до поетичної збірки Марини Пономаренко “Книжка любові і люті”, згенерована штучним інтелектом.



14. Обкладинка книги Мар'яни Горянської “Хочу на Марс!”, згенерована штучним інтелектом.



15. Логотип видавництва “Сова”, згенерований штучним інтелектом.

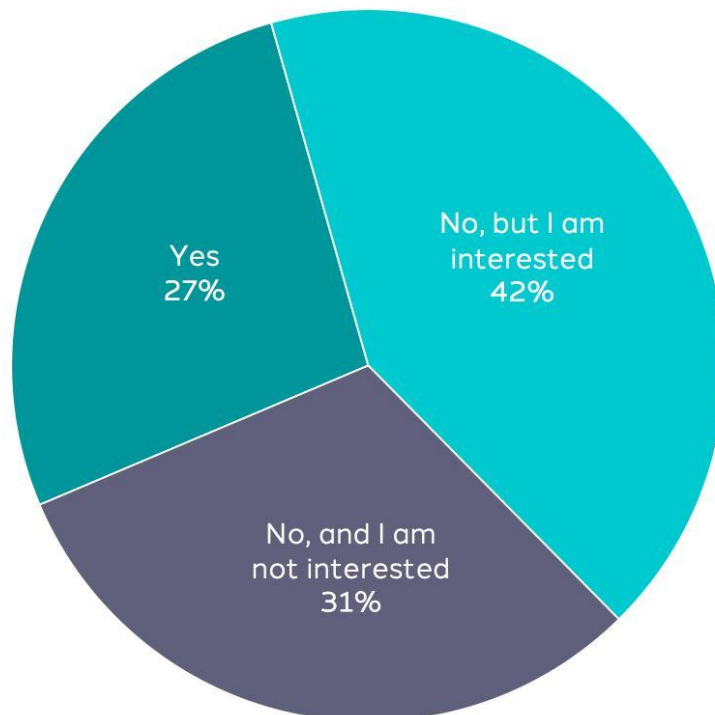


16. Обкладинка книги Еліела Дрейка “Синтеза”, згенерована штучним інтелектом.

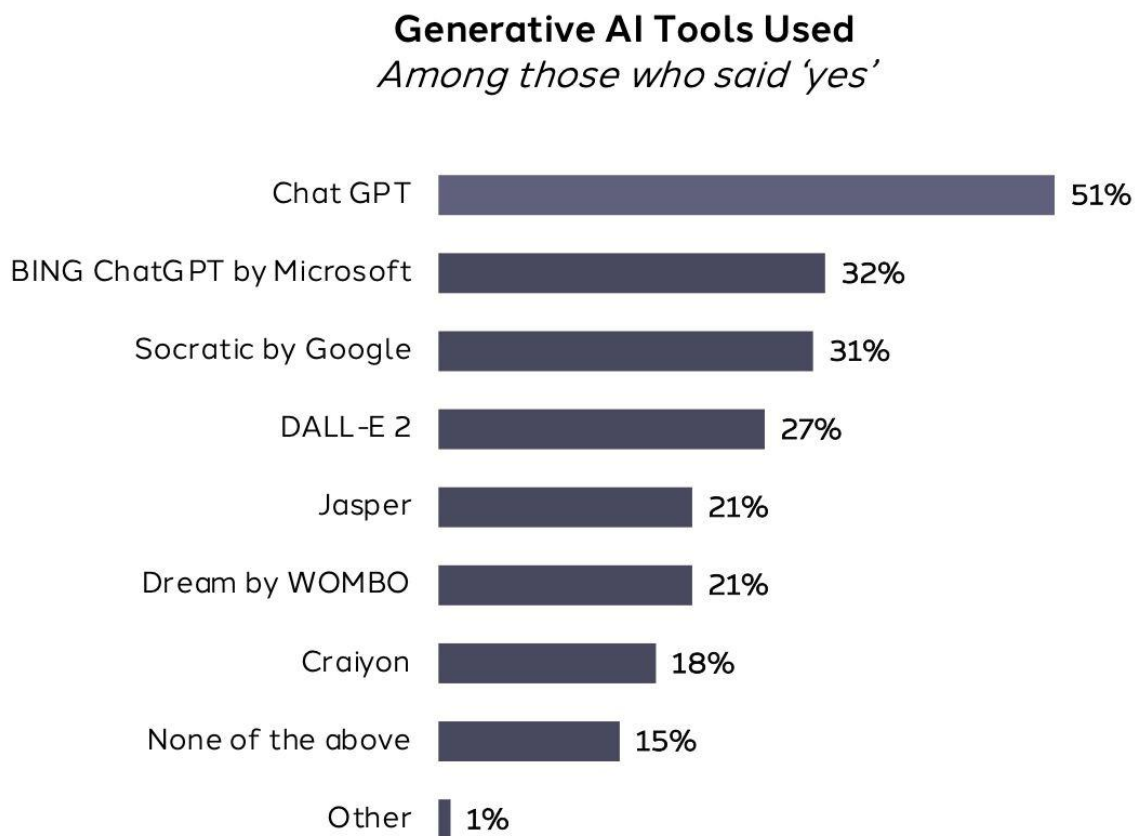


17. Dentsu “Consumer Navigator: Generative AI”. Чи використовували Ви інструменти ШІ?

Have You Used Generative AI Tools?

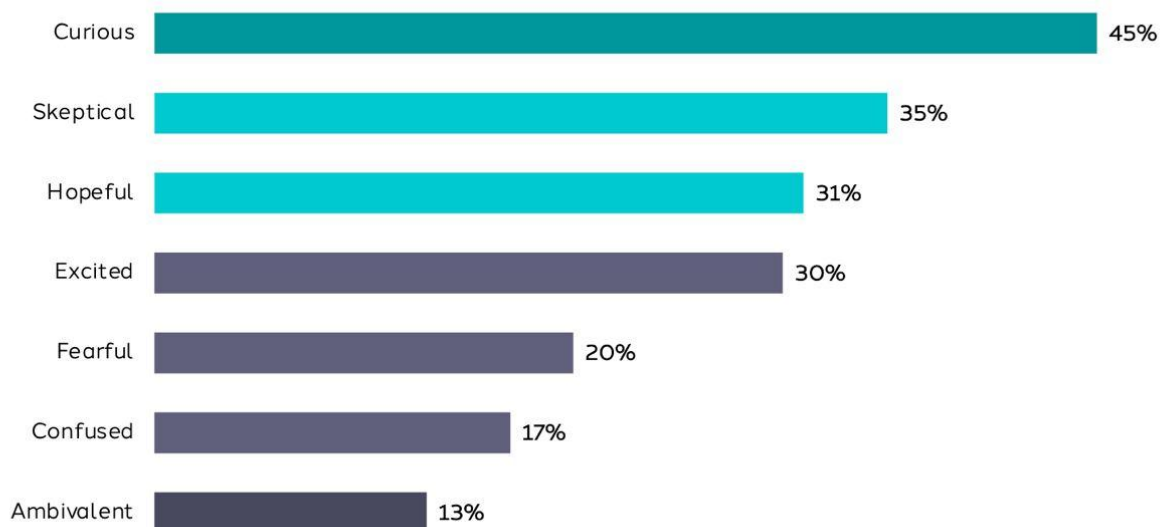


18. Dentsu “Consumer Navigator: Generative AI”. Які інструменти з ШІ використовувались?



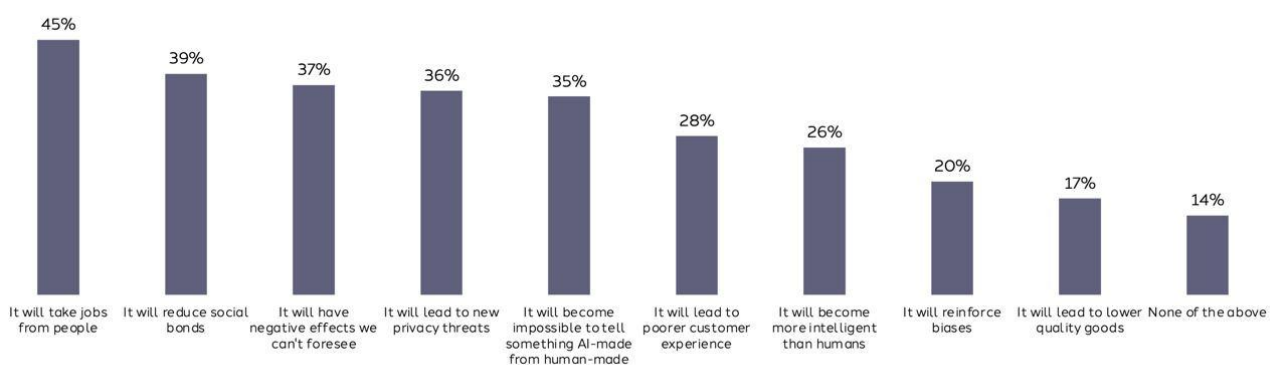
19. Dentsu “Consumer Navigator: Generative AI”. Як ставляться споживачі до наявного стану генеративного ШІ?

How Consumers Feel About the Current State of Generative AI

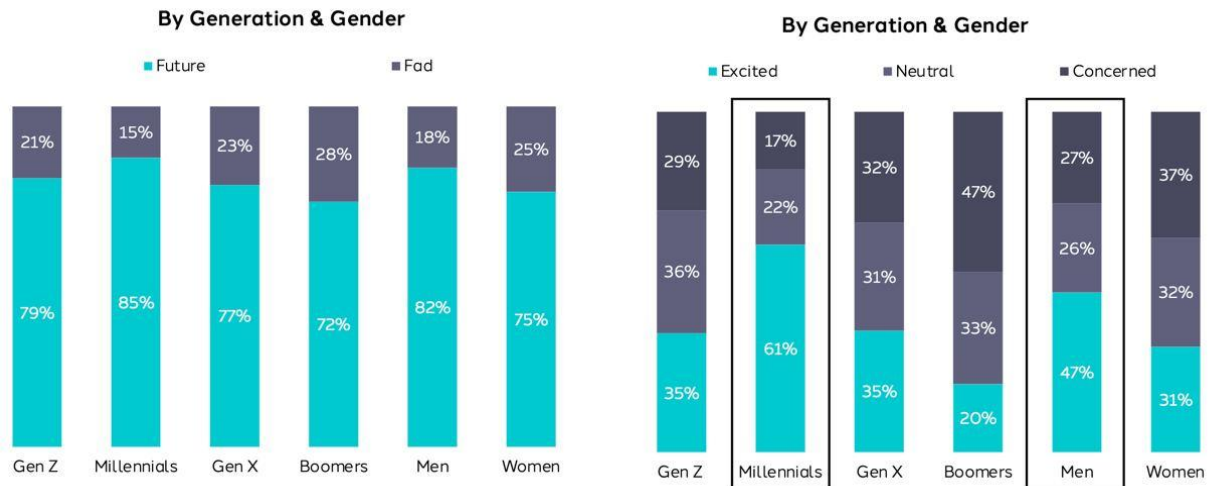


20. Dentsu “Consumer Navigator: Generative AI”. Що змушує споживачів бути зтурбованими щодо майбутнього ШІ?

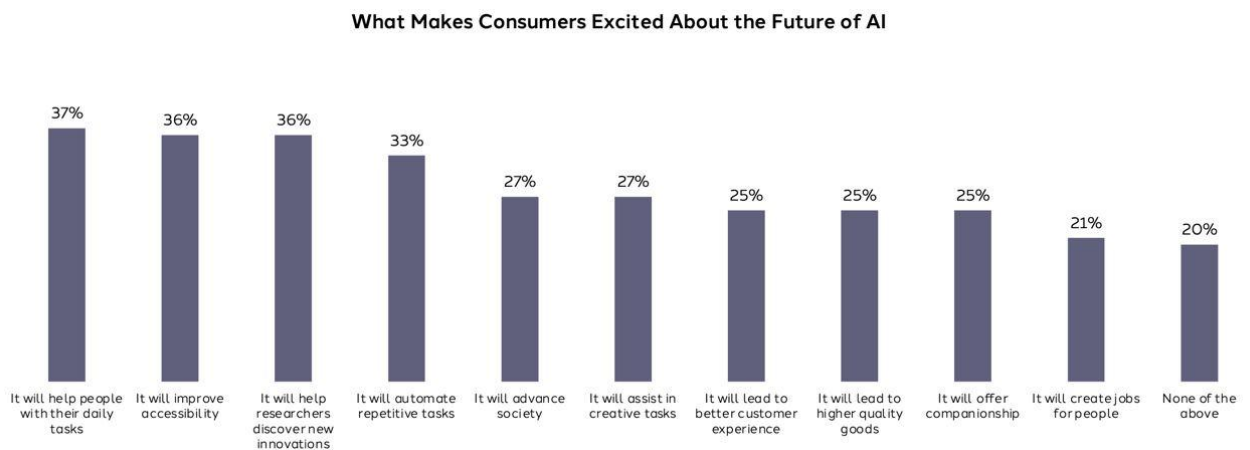
What Makes Consumers Concerned About the Future of AI



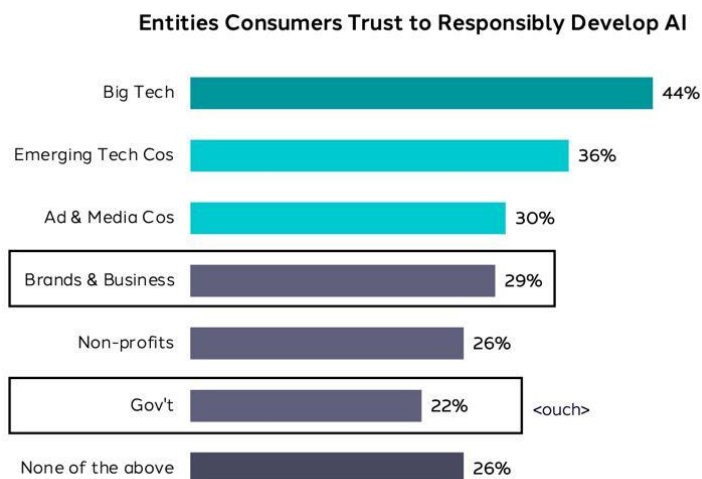
21. Dentsu “Consumer Navigator: Generative AI”. Розподіл ставлення різних поколінь щодо майбутнього ШІ.



22. Dentsu “Consumer Navigator: Generative AI”. Що змушує споживачів бути
взахваті від ШІ?



23. Суб'єкти господарювання, яким споживачі довіряють відповідально
розвивати ШІ.



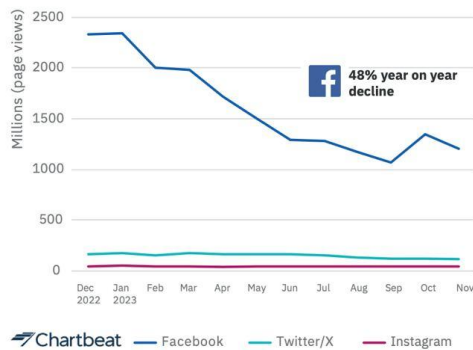
77%

Brands should ensure that existing biases and systems of inequality are not propagated by the AI-based applications they leverage.

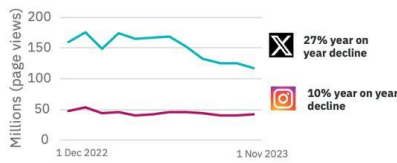
24. Зниження трафіку на новинні сайти з Facebook, X (Twitter) та Instagram у 2023 році

Decline in traffic to news websites from Facebook, X (Twitter), and Instagram in 2023

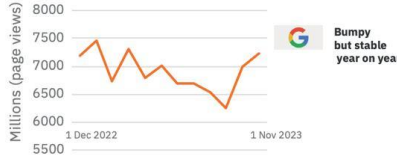
Number of referrals in millions to news and media websites in the Chatbeat network



X/Twitter and Instagram



Search (including Google Discovery)



25. Рівень зацікавленості в читанні книги, повністю написаної штучним інтелектом, серед дорослого населення США станом на квітень 2023 року, за поколіннями.

Level of interest in reading a book written entirely by AI among adults in the United States as of April 2023, by generation

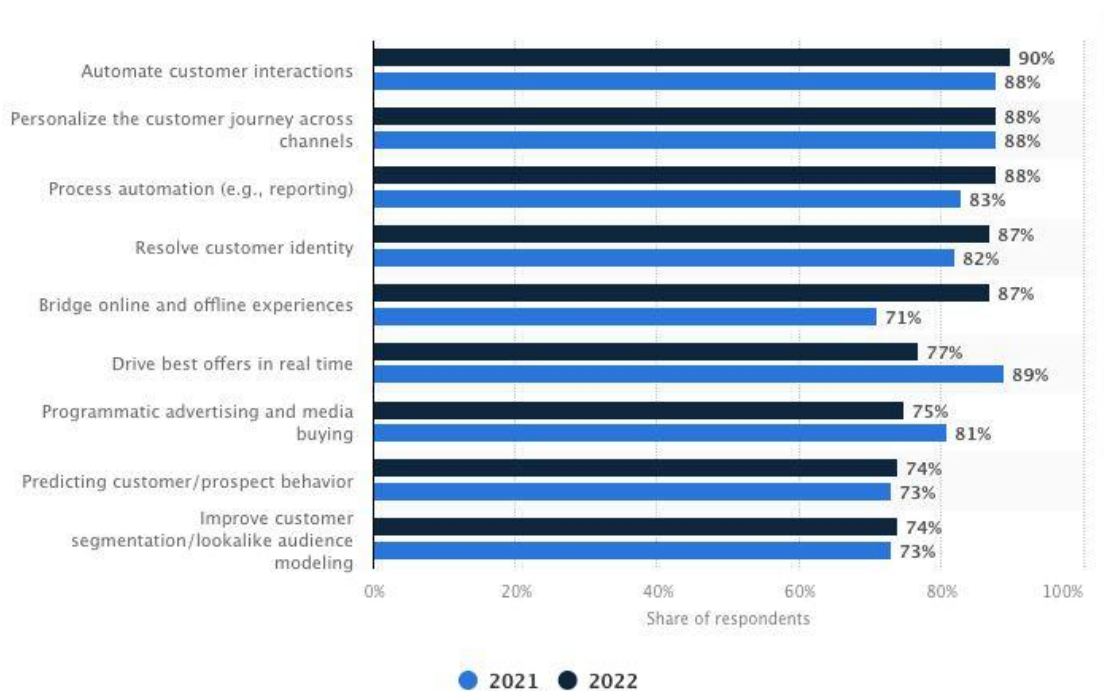


26. Techavio. Прогноз розміру ринку видавництва з 2018 по 2028 рік.

Market Forecasting and Size



27. Дослідження Statista щодо використання маркетологами ШІ та з якими цілями у порівнянні з 2021 роком.

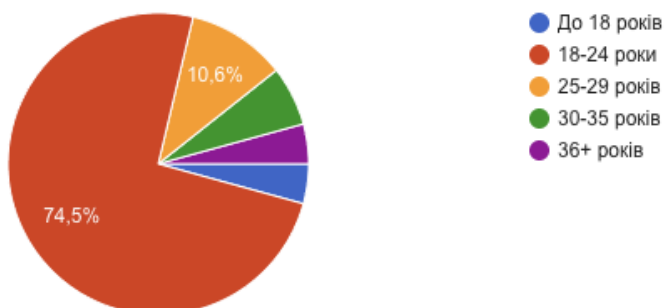


28. Вік респондентів.

Ваш вік

47 відповідей

 Копіювати

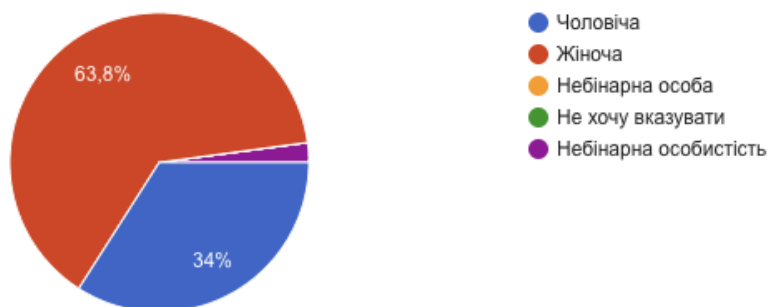


29. Стать.

Стать

47 відповідей

 Копіювати

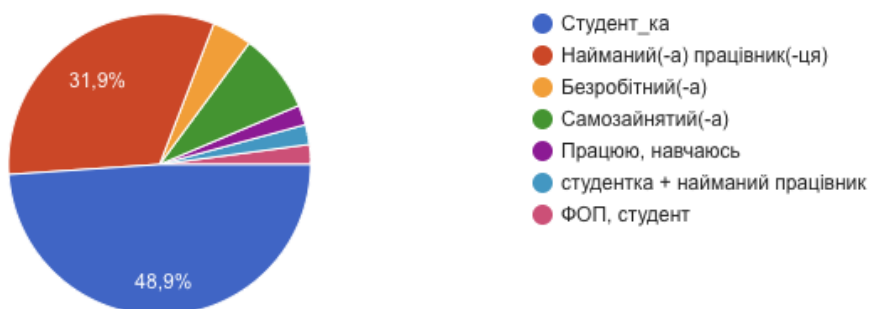


30. Сфера діяльності.

Сфера діяльності

47 відповідей

 Копіювати

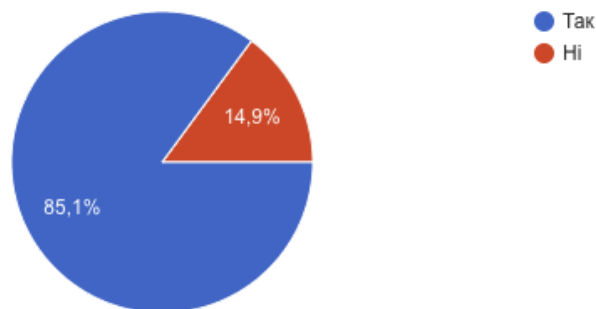


31. Чи знаєте ви, що штучний інтелект використовується в індустрії видавництва (наприклад, для створення контенту, редагування, рекомендаційних алгоритмів)?

 Копіювати

Чи знаєте ви, що штучний інтелект використовується в індустрії видавництва (наприклад, для створення контенту, редагування, рекомендаційних алгоритмів)?

47 відповідей

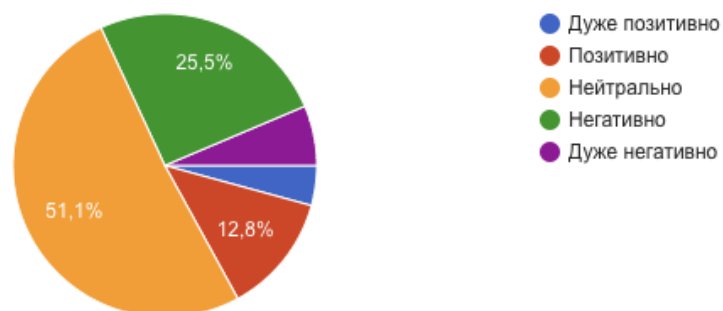


32. Як ви ставитеся до контенту, створеного штучним інтелектом (наприклад, вірші, романи, поезія, ілюстрації)?

 Копіювати

Як ви ставитеся до контенту, створеного штучним інтелектом (наприклад, вірші, романи, поезія, ілюстрації)?

47 відповідей

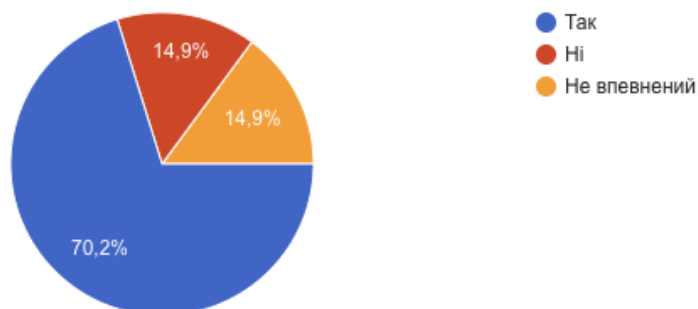


33. Чи ви коли-небудь свідомо споживали контент, створений або відредагований штучним інтелектом?

Чи ви коли-небудь свідомо споживали контент, створений або відредагований штучним інтелектом?

 Копіювати

47 відповідей

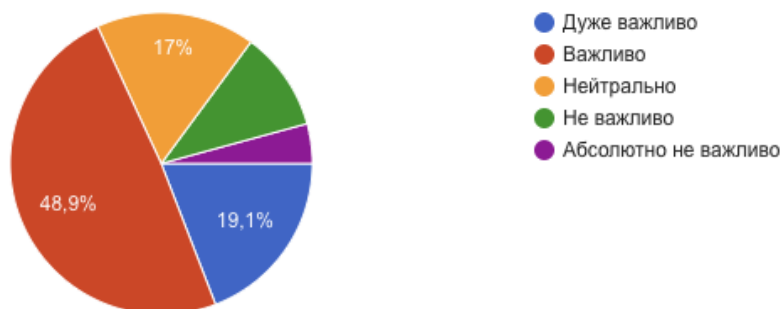


34. Наскільки важливо для вас знати, чи був контент створений штучним інтелектом або людиною?

Наскільки важливо для вас знати, чи був контент створений штучним інтелектом або людиною?

 Копіювати

47 відповідей

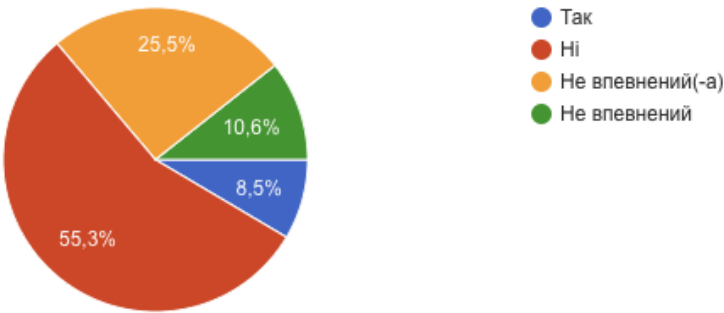


35. Чи довіряєте ви контенту, створеному штучним інтелектом, так само, як і контенту, створеному людьми?

Чи довіряєте ви контенту, створеному штучним інтелектом, так само, як і контенту, створеному людьми?

 [Копіювати](#)

47 відповідей

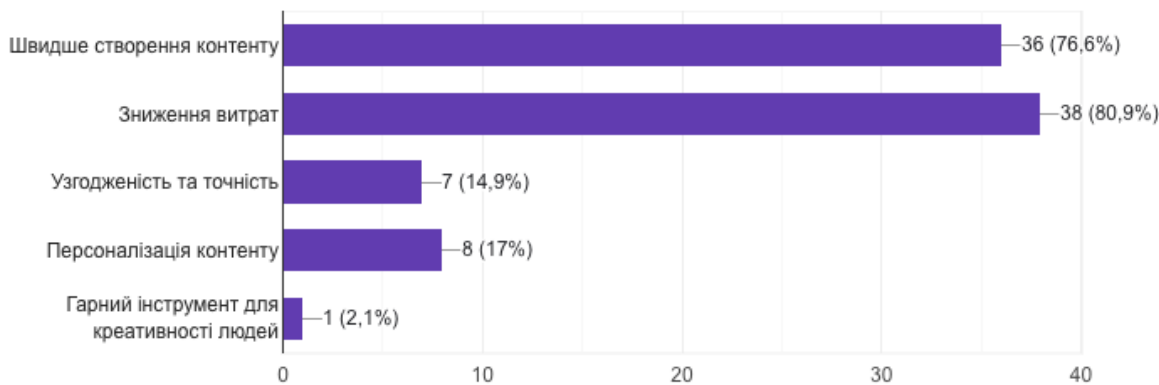


36. На вашу думку, які основні переваги використання штучного інтелекту у видавництві? (Виберіть усі, що застосовуються)

На вашу думку, які основні переваги використання штучного інтелекту у видавництві? (Виберіть усі, що застосовуються)

 [Копіювати](#)

47 відповідей

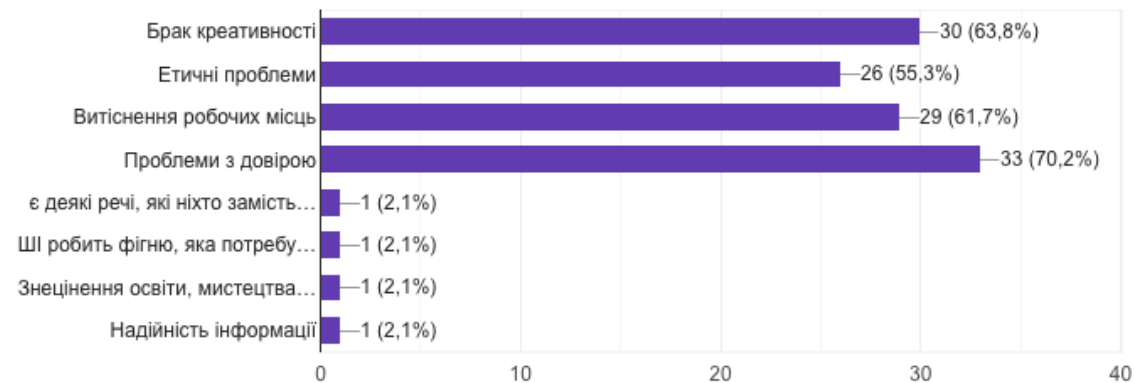


37. На вашу думку, які основні недоліки використання штучного інтелекту у видавництві? **(Виберіть усі, що застосовуються)**

На вашу думку, які основні недоліки використання штучного інтелекту у видавництві? **(Виберіть усі, що застосовуються)**

 Копіювати

47 відповідей

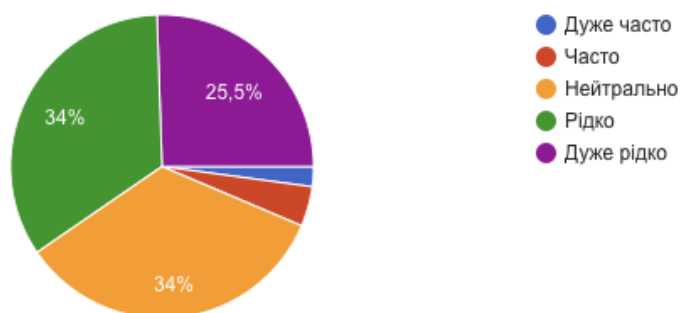


38. Як часто ви б читали книгу або статтю, знаючи, що вона написана штучним інтелектом?

Як часто ви б читали книгу або статтю, знаючи, що вона написана штучним інтелектом?

 Копіювати

47 відповідей

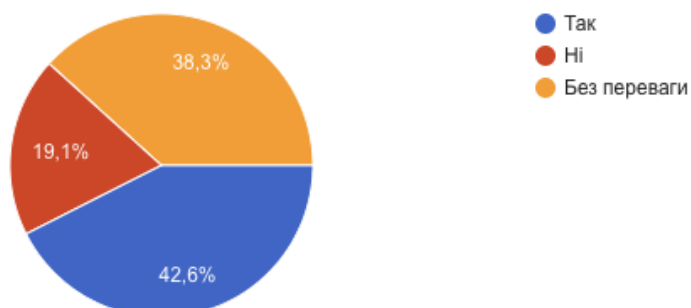


39. Чи б ви віддали перевагу **змішаному контенту** - створеному штучним інтелектом та людиною одночасно?

Чи б ви віддали перевагу **змішаному контенту** - створеному штучним інтелектом та людиною одночасно?

 Копіювати

47 відповідей



40. Як ви сприймаєте роль штучного інтелекту у майбутньому видавництві?

Як ви сприймаєте роль штучного інтелекту у майбутньому видавництві?

 Копіювати

47 відповідей

