

Основи методу поширення AI-генерованого контенту з використанням сучасних інформаційних технологій в розрізі інформаційного впливу

УДК 004.8:659.4:004.738.5

Сергій Базарний¹, Олександр Терновий²

Національний університет оборони України,

¹*serhii.bazarnyi@edu.nuou.org.ua*, ²*o.ternovyi@edu.nuou.org.ua*

Сучасний ландшафт цифрових комунікацій характеризується експоненційним зростанням обсягів даних та зміною парадигми взаємодії суб'єктів у соціальних медіа. Ключовим чинником цієї трансформації є стрімка інтеграція великих мовних моделей (Large Language Models, далі — LLM) [1] та концепції агентного штучного інтелекту (Agentic, далі — AI) [2]. Штучний інтелект еволюціонує від ролі допоміжного інструменту для створення текстових фрагментів до позиції активного суб'єкта інформаційної екосистеми, здатного до складної адаптації, мультиплатформеної дифузії контенту та предиктивного аналізу дезінформаційних наративів.

У наукових працях генеративний AI розглядається як фундаментальний драйвер перебудови сучасних інформаційних систем, наголошуючи на його ролі в автоматизації медіа-процесів [3]. Проте, попри успіхи в галузі обробки природної мови (далі - NLP), у практичній площині спостерігається суттєвий функціональний розрив. Існуючі рішення часто фрагментовані: вони не забезпечують безшовного зв'язку між ініціацією контенту, його адаптивною деривацією під вимоги специфічних API, верифікацією безпекових політик та консолідацією аналітичних метрик у межах єдиного циклу.

Науковою задачею залишається відсутність відповідної методології, яка поєднує високу автономність інтелектуальних агентів із жорстким контуром корпоративного аудиту та безпеки. Існуючі SMM-панелі переважно орієнтовані на ручне управління, тоді як агентні системи часто позбавлені механізмів гарантованої ідемпотентності та захищеного управління обліковими даними (secrets management) у розподілених середовищах.

Метою даного дослідження є розроблення методу поширення AI-генерованого контенту з урахуванням інтелектуальної агентно-орієнтованої координації (управління життєвим циклом). Це передбачає формування референсної архітектури системи, здатної забезпечити динамічну фазову транзицію інформаційних об'єктів від стадії контекстуальної генерації до стадії верифікованої публікації та збору уніфікованих метрик ефективності у захищеному хмарному периметрі.

Життєвий цикл контенту в межах розробленого методу доцільно визначити як динамічну фазову транзицію інформаційного об'єкта в агентно-орієнтованому середовищі. Цей процес починається з ініціації генерації через інтелектуальне ядро (LLM), де на основі заданої тематики наративів формується канонічний зміст публікації (*ContentItem*). Наступна технічна фаза передбачає деривацію контенту – створення адаптованих під конкретні платформи варіантів (*ContentVariant*) з урахуванням специфічних обмежень медіаформатів та лінгвістичних особливостей. Важливим етапом сучасного комунікаційного

циклу є перехід до стану Approval Workflow, де виконується напівавтоматична верифікація та фіксація журнальних рішень щодо допуску контенту до публікації. Після погодження об'єкт транзитуються у статус PublishJob, що передбачає постановку в чергу виконання з дотриманням принципів ідемпотентності та автоматизованих повторних спроб (*backoff*) у разі виникнення мережових інцидентів. Кінцева фаза життєвого циклу завершується через регулярне збирання уніфікованих метрик (*MetricSample*) та формування зворотного зв'язку для оптимізації майбутніх ітерацій генерації в межах єдиного аналітичного контуру.

У межах розробленого методу інтелектуальна координація контенту розглядається не як лінійна автоматизація, а як багаторівнева система управління інформаційними ризиками та станами активів. Центральним елементом пропонованого рішення є розрив прямого зв'язку між інтелектуальним ядром (LLM) та виконавчим шаром, що реалізується через впровадження проміжних фаз верифікації та транзиції об'єктів у захищеному периметрі. Це дозволяє забезпечити безшовну інтеграцію між етапом творчої генерації та жорсткими технічними вимогами API соціальних платформ, мінімізуючи вплив людського фактора та потенційних помилок ШІ.

Такий підхід забезпечує не лише технічну надійність публікації, а й створює підґрунтя для переходу до предиктивного управління комунікаціями, де кожна наступна ітерація генерації базується на математично верифікованих *MetricSample* попередніх періодів. Важливою особливістю є те, що запропонована архітектурна модель залишається інваріантною до конкретного хмарного провайдера (cloud-agnostic), що гарантує життєздатність методу в умовах мінливої інфраструктури та мінливих політик доступу соціальних медіа. Для подальшого вирішення наукового завдання необхідно зосередитися на розробці алгоритмів предиктивного моделювання результативності, що дозволять прогнозувати залученість на етапі створення варіантів контенту. Перспективним є вдосконалення механізмів семантичного аудиту для перевірки контенту на відповідність нормам перед фазою погодження.

4. Plaat A., van Duijn M., van Stein N., Preuss M., van der Putten P., Batenburg K. J. Agentic Large Language Models, a Survey // *Journal of Artificial Intelligence Research*. 2025. Vol. 84. Article 29. DOI: <https://doi.org/10.1613/jair.1.18675>.
5. Luo J., Zhang W., Yuan Y. та ін. Large Language Model Agent: A Survey on Methodology, Applications and Challenges. arXiv, 2025. URL: <https://arxiv.org/abs/2503.21460> (дата звернення: 17.04.2026).
6. Військова освіта і наука: сьогодні та майбутнє : зб. тез доповідей XXI Міжнародної науково-практичної конференції, видання у 4-х томах, том 3, м. Київ, 28 листопада 2025 р. Київ : Військовий інститут Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2025, 193 с. Терновий О.В., Чепур І.М. С. 46 <https://drive.google.com/file/d/18w0CgpcnMnLzAhXSBugmnLuK7Fx-To7/view> (дата звернення: 17.04.2026).