

5. Присяженко О. Фотомистецтво та відеоарт в умовах війни. *Аудіовізуальне мистецтво та медіатехнології: тенденції та перспективи розвитку*: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Харків, 15–17 трав. 2025 р.). Харків: ХДАДМ, 2025. С. 155–157.

**УДК: 070.41:004.8:316.77:355.01**

*Тарнавська К. Р., здобувачка вищої освіти;  
Родигін К. М., кандидат філософських наук,  
доцент кафедри журналістики та соціальних комунікацій  
Донецького національного університету імені Василя Стуса*

## **КРИЗА ДОВІРИ ДО ФОТОЖУРНАЛІСТИКИ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПОШИРЕННЯ ШІ-ФЕЙКІВ ПІД ЧАС ВІЙНИ**

***Анотація.** Дослідження аналізує кризу довіри до фотожурналістики в Україні через поширення ШІ-фейків під час війни. На основі проаналізованих кейсів виявлено причини недовіри: маніпуляції, відсутність маркування та знецінення фото як доказу. Запропоновано шляхи відновлення довіри: прозорість, етичні стандарти й розвиток медіаграмотності.*

***Ключові слова:** фотожурналістика, штучний інтелект, дезінформація, маніпуляція.*

**Вступ.** Розвиток генеративного штучного інтелекту (ШІ) суттєво змінив медіапростір і поставив під сумнів достовірність візуальної інформації. Якщо раніше фотографії сприймалися як доказ реальних подій, то сьогодні через поширення фейків і ШІ-зображень стає складніше відрізнити правду від вигадки. Маніпуляції показують, що ці технології вже стали інструментом впливу на аудиторію. В Україні ця проблема є особливо актуальною через війну. Візуальний контент використовується не лише для інформування, а й як частина інформаційної боротьби. ШІ-фейки можуть викликати паніку, впливати на емоції людей і підірвати довіру до офіційних джерел. Унаслідок цього навіть справжні фотографії іноді викликають сумніви, що послаблює роль фотожурналістики.

На глобальному рівні також спостерігається проблема довіри до ШІ. Згідно з глобальним дослідженням Мельбурнського університету та KPMG 2025 р. «Довіра, ставлення та використання ШІ», лише 46 % людей довіряють ШІ, хоча 66 % уже ним користуються. Це показує розрив між використанням технологій і довірою до них [1].

В Україні ситуація ще складніша. Дослідження «Мистецтво чи розвага: ставлення українців до GenAI» [2] показує, що багато людей ставляться до ШІ-контенту з недовірою, особливо в новинах. Це пов'язано з досвідом життя в умовах війни, де будь-яке зображення може сприйматися як потенційна маніпуляція. Тому важливо дослідити, як створюються та поширюються ШІ-фейки і як вони

впливають на аудиторію. У роботі проаналізовано приклади такого контенту – як у випадках навмисної дезінформації, так і в етично суперечливих ситуаціях. Окрему увагу приділено способам відновлення довіри до фотожурналістики, зокрема через маркування контенту та розвиток медіаграмотності.

**Метою роботи** є з'ясувати причини втрати довіри до фотожурналістики в Україні в умовах поширення ШІ-фейків під час війни, проаналізувати механізми візуальних маніпуляцій на прикладі конкретних кейсів та визначити можливі способи відновлення довіри аудиторії.

Основою дослідження є аналіз 2 резонансних кейсів, які ілюструють різні аспекти проблеми довіри до візуального контенту в Україні під час війни. Перший демонструє цілеспрямоване використання ШІ-фейків як інструменту дезінформації, а другий – ризики етично суперечливого використання згенерованих зображень навіть без наміру маніпуляції.

Перший приклад пов'язаний із поширенням у соціальних мережах зображень, на яких нібито українські військові стоять на колінах і моляться за порятунок в Авдіївці. Візуально ці зображення виглядають на перший погляд реалістично: військова форма, відповідний антураж, емоційна атмосфера справляє враження справжнього документального фото. Однак, як встановили фактчекери StopFake, ці зображення були згенеровані за допомогою штучного інтелекту. Маніпуляція в цьому випадку побудована насамперед на емоційному впливі. Зображення апелюють до співчуття, страху та відчуття безвиході, створюючи образ українських військових як таких, що перебувають у критичному стані й потребують «порятунку». Подібні фото активно поширювалися через мережі ботів і супроводжувалися відповідними підписами, що підсилювали тривожні настрої. Основна мета такого контенту – деморалізація українського суспільства, посилення паніки та підрив довіри до офіційної інформації про перебіг бойових дій [3].

Другий кейс пов'язаний із використанням у публікації на офіційному акаунті Верховної Ради України у мережі X ШІ-згенерованого зображення постраждалої дитини як візуалізації інформації про російський ракетний удар по житловому будинку в Дніпрі. Хоча метою публікації було привернути увагу до суспільно важливої теми – російських воєнних злочинів, – відсутність чіткого маркування спричинила негативну реакцію користувачів. Аудиторія сприйняла це як введення в оману, що викликало хвилю обурення та поставило під сумнів достовірність поданого контенту [4]. Цей приклад свідчить, що навіть за відсутності прямого наміру маніпуляції використання ШІ у новинному або публічному контексті може підривати довіру до візуальних матеріалів.

Як зазначено у посібнику AI-Guide, ключовими принципами роботи з ШІ-контентом є прозорість і чітке маркування згенерованих матеріалів [5, с. 30–31]. Якщо ці вимоги проігноровано чи подано недостатньо зрозуміло, аудиторія може сприймати штучні зображення як реальні.

Проведений аналіз дав змогу виокремити основні причини зниження довіри до фотожурналістики. По-перше, знецінюється сама фотографія як доказ, оскільки легкість створення фейків змушує сумніватися навіть у справжніх знімках. По-друге, відсутність прозорості – коли ШІ-контент не маркується – викликає відчуття обману в аудиторії. По-третє, зростає недовіра до цифрових платформ, які

не завжди здатні ефективно відрізнити правдивий контент від фейкового. Унаслідок цього формується загальна атмосфера недовіри, де візуальні матеріали втрачають свою доказову цінність.

Отримані результати свідчать, що подолання цієї кризи можливе лише за умови комплексного підходу. Передусім необхідне чітке маркування та відстеження походження зображень, що дає змогу аудиторії перевіряти їх достовірність. Також медіа повинні дотримуватися зрозумілих правил використання ШІ: згенеровані зображення не можуть подаватися як документальні свідчення, а їх використання можливе лише у вигляді як ілюстративного матеріалу з обов'язковим поясненням. До того ж важливо розвивати медіаграмотність аудиторії – навчати користувачів критично оцінювати візуальний контент і перевіряти його джерела. Саме поєднання цих підходів може допомогти відновити довіру до фотожурналістики в умовах розвитку ШІ.

**Висновки.** Проведене дослідження показало, що в умовах розвитку генеративного штучного інтелекту та інформаційної війни в Україні довіра до фотожурналістики зазнає суттєвого зниження. Це пов'язано з тим, що візуальний контент втрачає статус однозначного доказу реальних подій через можливість створення реалістичних ШІ-зображень та їх активне використання у медіапросторі.

Аналіз кейсів засвідчив, що ризики виникають як у випадках навмисної дезінформації, так і у разі ненавмисного використання згенерованих матеріалів без належного маркування. Отримані результати підтверджують, що подолання кризи довіри можливе лише за умови комплексного підходу. Його ключовими елементами є впровадження чіткого маркування ШІ-згенерованого контенту, дотримання медіаетичних стандартів щодо використання таких зображень, а також розвиток медіаграмотності аудиторії. Поєднання цих заходів є необхідною умовою для збереження довіри до фотожурналістики як джерела візуального документування подій.

### Список використаних джерел

1. Gillespie N., Lockey S., Ward T., Macdade A., Hasted G. Trust, Attitudes and Use of Artificial Intelligence: A Global Study 2025. The University of Melbourne, KPMG, 2025. DOI: 10.26188/28822919. URL: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmgsites/xx/pdf/2025/05/trust-attitudes-and-use-of-ai-global-report.pdf> (дата звернення: 10.04.2026).
2. Мистецтво чи розвага: ставлення українців до GenAI. *Kantar.com*. 21.03.2024. URL: <https://share.google/DXYEXG3v262XG1JmA> (дата звернення: 10.04.2026).
3. Фотофейк: «Авдіївка просить молитви» – українські військові моляться про порятунок. *StopFake*. 02.12.2023. URL: <https://share.google/8Qt8HFkfjxwtzYY7j> (дата звернення: 10.04.2026).
4. Користувачі обурені: у Twitter Верховної Ради потрапило фото дитини, згенероване ШІ. *ФОКУС*. 16.01.2023. URL: <https://share.google/vumcmh5y0p8WUjgZu> (дата звернення: 10.04.2026).
5. Посібник для творців контенту / Інститут інноваційного врядування (Instingov, ГО «Інстинг»). Київ: Instingov, 2023. 30 с. URL: [https://ai.instingov.org/assets/guide/AI-Guide\\_uk.pdf](https://ai.instingov.org/assets/guide/AI-Guide_uk.pdf)