

Кошелюк О. В.<https://orcid.org/0000-0003-0178-0339>

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Благовірна Н. Б.<https://orcid.org/0000-0002-0760-9500>

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ, ЦИФРОВІ МЕДІА ТА ПРОТИДІЯ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ ТА ЄС

Статтю присвячено дослідженню ролі штучного інтелекту (ШІ) та регламентованих практик щодо його використання в цифрових медіа ЄС та України. Незважаючи на переваги застосування ШІ у медіасфері зростає кількість неякісного автоматизованого контенту, дезінформації, створеної системами ШІ, що загрожує якості журналістичної роботи догоду квазіжурналістики.

Дослідження показує, що європейські медіа адаптували власні редакційні політики до нового європейського законодавства щодо ШІ і керуються принципами: бути відповідальними та не підривати довіру аудиторії; прозоро використовувати ШІ; дотримуватися журналістських стандартів та законодавства про ШІ. Виклики, з якими стикається журналістика штучного інтелекту в ЄС та Україні полягає великою мірою у зусиллях медій в умовах криз, технологічного буму та конкуренції з ШІ підтримувати довіру аудиторії.

Особливу увагу зосереджено на тому, що публікаційний процес тепер має усвідомлене використання алгоритмів ШІ, перевірки їх доречності і прозорості застосування та заснований на відповідальності редактора (як у BBC, Reuters) або передбачає розподіл відповідальності між усіма ключовими редакторами (як це відбувається в Le Monde). Зростає роль штучного інтелекту в агрегації новинної інформації, збільшується використання ШІ як джерела отримання інформації на противагу окремо взятим цифровим медіа.

Наголошено, що конвергенція медіа та ШІ, кількість автоматизованих процесів, які забезпечують системи ШІ в редакції, якість ШІ-застосунків, «натренованість» моделей, частка недостовірних результатів ШІ, оманливого контенту, дезінформації прямо впливає на потребу удосконалення редакційних політик українських медіа з метою ширшого та відповідального застосування штучного інтелекту. Розробки потребує і законодавча база регуляції штучного інтелекту в Україні.

Ключові слова: штучний інтелект (ШІ), цифрові медіа, редакційна політика, журналістські стандарти, контент, протидія дезінформації, стратегічні комунікації, якісна журналістика, новини, довіра аудиторії.

Постановка проблеми. В епоху нових інформаційних можливостей і технологічних рішень дедалі частіше європейські та українські медіа переформатовуються на вимогу часу. Редакційні політики найбільших європейських медійних гравців (BBC, Reuters, The Guardian, The Daily Telegraph тощо) від 2024 року мають усталені, регламентовані практики щодо використання штучного інтелекту (ШІ) в журналістській роботі. ШІ-помічники допомагають автоматизувати процеси підготовки, перекладу та розповсюдження

медіаматеріалів, сприяють мобільності і творенню контенту, не обмежуючись виключно новинами. ШІ сприяє висвітленню подій за персоналізованими запитами користувачів, ШІ-боти незамінні для перевірки фактів, розширення взаємодії з аудиторією, аналітики впливу та моделювання ефективності маркетингових дій.

Цифрові медіа вступають в нову еру свого розвитку, де звичні технологічні процеси вже замінено роботою ШІ. Редакції реагують на масштабування автоматизованих систем появою нових



стратегій розвитку медіа, окремих відділів та відповідальних за впровадження інновацій та штучного інтелекту. До прикладу, за останні кілька років з'явилися посади: директор з ІІІ, інновацій та зростання (BBC News), керівник ІІІ-стратегії (Reuters, The Financial Times), редакційний директор ІІІ-ініціатив (New York Times), директор ІІІ-продуктів та сервісів (The Associated Press), директор з даних у редакції та ІІІ (Wall Street Journal), керівник відділу ІІІ та новинної стратегії (Swedish Radio) тощо.

Трансформаційні зміни у редакціях, стрімке впровадження штучного інтелекту та потреба керувати поширенням ІІІ-інновацій в медіа постали як спроби повернення до якісної журналістики. Науковці, розробники та й самі медійники наголошують, що «ІІІ має ризики, пов'язані з етичними та професійними дилемами, які стоять перед представниками журналістського фаху й потребують відповідального ставлення» [6, с. 3]. Незважаючи на переваги застосування ІІІ у роботі медіа зросла кількість неякісного автоматизованого контенту, дезінформації, створеної системами штучного інтелекту, що загрожує якійсь журналістиці на догоду квазіжурналістики.

Збільшення кількості дезінформації в цифровому просторі ЄС невинно зростає. Європарламент звітує: 66% жителів Європи стикалися з дезінформацією та фейковими новинами протягом останніх семи днів, кожен третій єропець при цьому не здатний розпізнати дезінформацію [16]. Проблема, на наш погляд, пролягає у кількох вимірах: по перше, рівень генерованої ІІІ дезінформації зростає, загрожуючи інформаційній безпеці ЄС; друге – залученість ІІІ до цих процесів масштабує негативні впливи у різних сферах суспільного життя; і третє, – чи не найголовніше, – зниження довіри аудиторії до новинних медіа як каналів інформування буде ще більш відчутним. Стратегічний діалог між державою і суспільством, інформування у кризових ситуаціях та ряд інших стратегічних інформаційних взаємодій [1] опинилися перед викликами. Співдіючи держава і медіа зацікавлені у відновленні довіри до незалежних ЗМІ та зміні поведінки аудиторії щодо каналів інформування, регулюючи політики використання ІІІ та водночас розширюючи медіа та цифрову грамотність населення як стратегічний напрям безпеки та протидії дезінформації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню штучного інтелекту та його значенню для медійного середовища присвячено розвідки таких вітчизняних та іноземних науковців,

як О. Надточій, Д. Прудіус [4], В. Шевченко [6], С. Сікорські, М. Хеймлірс [15], М. Расул, С. Калабрезе, О. Янг, Х. Чо, М. Джеон, М. Букз [12] та ін. Ці дослідження більшою мірою зосереджують увагу на американських медійних політиках щодо ІІІ і лише частково висвітлюють редакційні політики ІІІ в Україні та ЄС. Цілком очевидно, що вони не враховують нові виклики воєнного часу для журналістики штучного інтелекту в Україні. Кризові комунікації та інтеграція новинних ІІІ-технологій, довіра до медіаканалів та протидія дезінформації під час війни є предметом досліджень у розвідках Н. Благовірної, О. Кошелюк [2], [9]. Загалом компетентностям роботи в інформаційному просторі, цифровій грамотності присвячено працю Х. Тінмаз, Й. Лі, М. Фане-Івановічі, Х. Бабер [17], що дає розуміння того, як цифрові навички аудиторії допомагають відслідкувати чи перевірити оманливу інформацію / дезінформацію.

Постановка завдання. Мета нашої розвідки – розглянути особливості політики штучного інтелекту в медійному просторі ЄС та порівняння настанов редакційного використання ІІІ в цифрових медіа для відновлення довіри до медій та протидії дезінформації в Україні та ЄС.

Виклад основного матеріалу. Введення в дію «Закону Євросоюзу про штучний інтелект» [8] ознаменувало регламентацію використання ІІІ у різних сферах людської діяльності, визначення рівнів ризику від мінімального до несприйняттого для програм ІІІ та способів реагування на порушення, включно з системами штрафів та іншими превентивними заходами. Відповідно оновлення зазнали й редакційні політики найбільших європейських цифрових медіа у зв'язку з використанням штучного інтелекту в роботі журналістів. Українські медійники керуються «Рекомендаціями Комісії журналістської етики щодо використання штучного інтелекту для створення журналістських матеріалів» [5] та «Рекомендаціями з відповідального використання штучного інтелекту у сфері медіа» [3], оприлюдненими Міністерством цифрової трансформації України.

Виклики, з якими стикаються редакції щодо імплементації політик ІІІ, завжди мають кілька дотикових моментів. Спробуємо коротко їх окреслити. Перший стосується конвергенції медіа та штучного інтелекту, зростання кількості автоматизованих процесів, які забезпечують системи ІІІ в редакції, і, звичайно, якості самих ІІІ-застосунків, «натренованості» моделей, частки недостовірних результатів ІІІ, кількості оманливого контенту, дезінформації, галюцинувань тощо.

В таких умовах «ШІ стає не лише генератором сфабрикованого контенту, але й символом епістемічної нестабільності, що може підірвати довіру як до справжньої журналістики, так і до фактичної інформації» [15], що особливо небезпечно у часи криз, інформаційних війн та воєнних дій. Втрата довіри до основних медійних каналів стратегічної комунікації, піддавання сумніву достовірності джерел та якість інформування у стратегічному плані можуть породити вразливість до дезінформації, потребу посилення інформаційного захисту через оновлення оборонних стратегій.

Публікування під медійним брендом контенту ШІ без належного людського нагляду та відповідальності завдає репутаційних втрат навіть тим ЗМІ, які є прикладом бездоганної журналістської діяльності. Британська новинна агенція Reuters наголошує: «коли редакції використовують генеративний штучний інтелект без належного людського нагляду, вони ризикують публікувати помилки, які безпосередньо шкодять їхній репутації та довірі читачів» [13]. Дослідження Reuters, проведені 2025 року, засвідчують, що аудиторії не схильні вважати достовірним контент суспільного чи політичного значення з позначкою «створено штучним інтелектом», з огляду на те, що він може містити (проте не обов'язково містить) формальні неточності чи упереджену інформацію. Тож діяльність редакторів виявляється зовсім не зайвою, навпаки, роль редактора та його професійна відповідальність зростає разом із запровадженням ШІ-інновацій. Наприклад, в редакційній «Інструкції з використання штучного інтелекту» BBC наполягає на людському супроводі та відповідальності редактора: «В усіх випадках, коли штучний інтелект використовується в редакційних цілях, має бути старший редактор, який несе відповідальність та підзвітний за нагляд за його впровадженням та подальшим використанням штучного інтелекту» [7].

Людиновідповідальний публікаційний процес, який виводить медіа на свідоме використання алгоритмів ШІ, перевірки доречності і прозорості застосування цих технологій в журналістиці заснований на відповідальності редактора (як у BBC, Reuters тощо) або передбачає розподіл відповідальності між усіма ключовими редакторами (як це відбувається в Le Monde). Редакційна політика французького медіа Le Monde щодо ШІ висловлена в Хартії про штучний інтелект Le Monde Group і чітко зазначає: «За жодних обставин штучний інтелект не може замінити людей у наших журналістських продуктах та досягненнях» [10].

Варто враховувати також ще один виклик використання штучного інтелекту в медіа. Про нього редакції говорять менше, але він важливий: ідеться про зростання ролі штучного інтелекту в агрегації новинної інформації і поступове збільшення використання ШІ як джерела отримання інформації на противагу окремо взятим цифровим медіа. Це означає посилення конкуренції між штучним інтелектом та медіаресурсами за право інформування громадськості. На це звертають увагу дослідники, вказуючи, що «на тлі зниження довіри штучний інтелект (ШІ) пропонує альтернативне джерело інформації порівняно з традиційними медіа» [12].

Окремо звернемо увагу на прозорість та підзвітність як виклик для широкого використання штучного інтелекту в медіапросторі ЄС та України. Для редакцій це означає мінімум дві підзвітності: аудиторії та регулятору (державі). Вказання залучення ШІ до творення медіаконтенту, потреба «завжди бути прозорим та підзвітним за ефективного та обґрунтованого людського нагляду» [7], а також свідоме використання технологій ШІ з додатковими поясненнями для аудиторії і є одним з елементів побудови довіри між медіа та читачами. До прикладу, BBC наголошує на визначенні доречності використання ШІ в матеріалах, а також коментарях аудиторії, для чого і як це було зроблено: «Аудиторію слід інформувати у спосіб, що відповідає контексту, і може бути корисним пояснити не лише те, що було використано штучний інтелект, але й як і чому це було зроблено» [7]. Обрання тих чи інших ШІ-інструментів для журналістської роботи відкриває читачам особливості медіавиробництва та / або медіапросування, що раніше не практикувалося, аби у підписників не було відчуття обману з боку медіа. «Вкрай важливо підтвердити нашим читачам принципи, якими ми керуємося, щоб зберегти довіру, яку вони надають виданням Le Monde Group» [10], – зазначають на це у французькій медіагрупі Le Monde.

В українських «Рекомендаціях з відповідального використання штучного інтелекту у сфері медіа» вказано способи прозорого інформування аудиторії про використання ШІ, як-от «знаки, написи чи інші позначення, щоб чітко ідентифікувати штучно створений контент» [3], а для цифрових медій запропоновано і технічне рішення щодо додаткового маркування: «На додаток до прямого маркування в матеріалах, медіа рекомендується запропонувати ще більшу прозорість, використовуючи бічну інформаційну панель на онлайн-платформах з даними про використовувані системи ШІ, ціль та способи такого використання,

оприлюднення технічної документації або технічного репозиторію для пояснення використаних інструментів ШІ» [3].

Оскільки ці та інші приписи щодо ШІ юридично не закріплені та мають рекомендаційний характер, а незалежні українські ЗМІ в умовах російсько-української війни не можуть повноцінно підтримувати та розширювати свою діяльність (скажімо, введенням нових редакторських / старших редакторських посад / омбудсменів / експертів для контролю прозорості та розвитку ШІ чи, можливо, окремих відділів, відповідальних за впровадження ШІ, як це працює в британських чи американських медіа), стратегічне партнерство з ІТ-сектором, іншими медіа та, можливо, державою могли би стати частиною спільної відповідальності і побудови довіри між суспільством і медіа як стратегічними каналами інформування. Щодо ролі держави, ми вже детально описували, як у реаліях війни новинне ШІ-інформування в режимі реального часу через мобільні додатки повітряних тривог вивело на новий рівень стратегічні комунікації українського уряду [2], [9]. Верифіковані факти під час воєнних дій, протидія дезінформації та підвищення медіаграмотності населення мінімізує інформаційні загрози, які «підривають довіру людей до урядів та інших державних інституцій» [11] в кризових умовах. Журналістика штучного інтелекту для будь-яких цифрових медіа, в тому числі соціальних мереж (найбільших каналів дезінформації [12] [16], [17]), буде ефективною, коли діють «основні принципи журналістики: правдивість та прозорість» [14], тож на часі удосконалення редакційних політик українських медіа з метою ширшого та від-

повідального застосування штучного інтелекту в медіа, як і розробка законодавчої бази регуляції ШІ в Україні.

Висновки. Підсумовуючи наше дослідження, зауважимо, що вплив штучного інтелекту на медійну сферу ЄС та України та виклики для редакцій вимагають уваги, контролю та прозорості щодо використання новітніх ШІ-технологій. Більшість європейських медіа адаптували власні редакційні політики до нового європейського законодавства щодо штучного інтелекту і загалом зводять їх до трьох керівних принципів: 1) бути відповідальними та не підривати довіру аудиторії; 2) прозоро використовувати ШІ, 3) дотримуватися журналістських стандартів та законодавства про ШІ.

Однак виклики, з якими стикається журналістика штучного інтелекту в ЄС та Україні, криються не стільки у потребі творити і поширювати якісний контент за допомогою штучного інтелекту (хоч насправді у цьому теж), скільки у зусиллях медій в умовах криз, технологічного буму та конкуренції з ШІ підтримувати довіру аудиторій.

Подальше вивчення теми могло би зосередитися на конкретних редакційних практиках використання технологій штучного інтелекту, реагування на виклики та протидію дезінформації, вивченні можливостей посилення довіри до медій. Назріла також потреба напрацювати законодавчі ініціативи щодо застосування ШІ в українських медіареаліях та врахування українського досвіду, в якому інформаційні війни не припиняються десятиліттями, а штучний інтелект та цифрові медіа стрімко розвиваються як канали стратегічних урядових комунікацій в умовах воєнних дій та засилля дезінформації.

Список літератури:

1. Андрійчук Т. Урядові комунікації: питання забезпечення і координації на регіональному рівні. *Регіональні студії*. 2022. №30. С. 29–34.
2. Благовірна Н., Кошелюк О. Мобільні застосунки сповіщень про повітряні тривоги як новий тренд кризових комунікацій та протидії дезінформації. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. Вернадського. Серія філологія. Журналістика*. 2025. Том 36 (75). № 2. С. 165–172. DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.2/25> (дата звернення: 26.12.2025)
3. Міністерство цифрової трансформації України. Як відповідально використовувати штучний інтелект: розробили рекомендації для медіа. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/technologies/yak-vidpovidalno-vikoristovuvati-shtuchniy-intelekt-rozrobili-rekomendatsii-dlya-media> (дата звернення: 26.12.2025)
4. Надточій О., Прудіус Д. Медійна практика використання технологій штучного інтелекту в Україні. *Інтегровані комунікації*. 2024. №1(17). С. 129–138.
5. Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо використання штучного інтелекту для створення журналістських матеріалів. URL: <https://cje.org.ua/?s=%D1%88%D1%82%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9+%D1%96%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82> (дата звернення: 26.12.2025)
6. Шевченко В. Використання штучного інтелекту в редакційній роботі світових та українських медіа. *Вісник книжкової палати*. 2025. № 5. С. 3–9. URL: [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.5\(346\).3-9](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2025.5(346).3-9) (дата звернення: 26.12.2025)

7. BBC. Editorial Policy. Guidance: The use of Artificial Intelligence. URL: <https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidance/use-of-artificial-intelligence> (дата звернення: 26.12.2025)
8. EU AI Act. URL: <https://artificialintelligenceact.eu> (дата звернення: 26.12.2025)
9. Kosheliuk O., Blahovirna N. News in mobile air raid alert apps and media literacy in Ukraine during the war time. *Media literacy and academic research*. 2025. Vol. 8. №1. Pp.178–193. URL: DOI: 10.34135/mlar-25-01-09 (дата звернення: 26.12.2025)
10. Le Monde adopts a charter on artificial intelligence. URL: https://www.lemonde.fr/en/about-us/article/2024/03/13/le-monde-adopts-a-charter-on-artificial-intelligence_6615286_115.html (дата звернення: 26.12.2025)
11. NATO's approach to counter information threats. URL: <https://www.nato.int/en/what-we-do/wider-activities/natos-approach-to-counter-information-threats> (дата звернення: 26.12.2025)
12. Rasul M. E., Calabrese C., Jung Oh Y., Cho H. J., Jeon M., Boukes M. "It's All Fake News!": How Perceptions of Misinformation and Disinformation Influence News Consumption Across Traditional Media, Social Media and AI. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 2025. 102(4). Pp. 993–1019. URL: <https://doi.org/10.1177/10776990251373085> (дата звернення: 26.12.2025)
13. Reuters. Three steps to an AI-ready newsroom: A practical guide. URL: <https://www.trust.org/resource/ai-policies-newsroom-guide/> (дата звернення: 26.12.2025)
14. Seward Z. AI news that's fit to print: The New York Times' new AI leader on what this powerful tech can do for journalism. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/ai-news-thats-fit-print-new-york-times-new-ai-leader-what-powerful-tech-can-do-journalism#:~:text=My%20name%20is%20Zach%20Seward,our%20journalists%20and%20our%20readers> (дата звернення: 26.12.2025)
15. Sikorski C., Hameleers M. Disinformation in the age of artificial intelligence (AI): implications for journalism and mass communication. *Journalism and Mass Communication Quarterly*. 2025. Vol. 102(4). URL: <https://doi.org/10.1177/10776990251375097> (дата звернення: 26.12.2025)
16. Social Media Survey 2025. European Union. URL: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3592> (дата звернення: 26.12.2025)
17. Tinmaz H., Lee Y.-T., Fanea-Ivanovici M., Baber H. A systematic review on digital literacy. *Smart Learning Environments*. 2022. № 9 (21). URL: <https://doi.org/10.1186/s40561-022-00204-y> (дата звернення: 26.12.2025)

Kosheliuk O. V., Blahovirna N. B. ARTIFICIAL INTELLIGENCE, DIGITAL MEDIA AND COUNTERING DISINFORMATION IN UKRAINE AND THE EU

This article is devoted to the study of the role of artificial intelligence (AI) and regulated practices regarding its use in digital media in the EU and Ukraine. Despite the advantages of using AI in the media sphere, there has been an increase in the amount of low-quality automated content and disinformation created by AI systems, which threatens quality journalism in favor of quasi-journalism.

The study demonstrates that European media outlets have adapted their editorial policies to the new EU AI Act and are guided by the principles of being responsible and not undermining audience trust; using AI transparently; and adhering to journalistic standards and AI legislation. The challenges facing artificial intelligence journalism in the EU and Ukraine lie largely in the efforts of the media to keep audiences' trust in times of crisis, technological growth and AI competition.

Special attention is focused on the fact that the publication process now involves the conscious use of AI algorithms, verification of their relevance and transparency of application, and is based on the responsibility of the editor (as in the BBC and Reuters) or involves the distribution of responsibility among all key editors (as is the case in Le Monde). The role of artificial intelligence in aggregating news information is growing, and the use of AI as a source of information is increasing compared to digital media.

It is underlined that the convergence of media and AI, the number of automated processes provided by AI systems in the newsroom, the quality of AI applications, the level of training of models, the number of unreliable AI results, misleading content, and disinformation directly affect the need to improve the editorial policies of Ukrainian media for the wider and more responsible use of artificial intelligence. The legislative framework for AI regulation in Ukraine also needs to be developed.

Keywords: artificial intelligence (AI), digital media, editorial policy, journalistic standards, content, countering disinformation, strategic communications, quality journalism, news, audience trust.

Дата першого надходження статті до видання: 03.02.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 13.03.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 14.05.2026