

**Владислав ВЛАСОВ,**  
аспірант кафедри реклами та зв'язків з громадськістю  
Навчально-наукового інституту журналістики  
Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка

**Vladyslav VLASOV**  
PhD student at the Department  
of Advertising and Public Relations,  
Educational and Scientific Institute of Journalism,  
Taras Shevchenko National University of Kyiv

<https://orcid.org/0009-0001-5058-947X>  
bvladislavvlasov@gmail.com

## ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЯХ БЛАГОДІЙНИХ ТА ВОЛОНТЕРСЬКИХ КАМПАНІЙ ПІД ЧАС ВІЙНИ

### ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE VISUAL COMMUNICATIONS OF CHARITY AND VOLUNTEER CAMPAIGNS DURING THE WAR

У статті розглянуто роль штучного інтелекту (ШІ) у візуальних комунікаціях благодійних та волонтерських кампаній під час російсько-української війни. Актуальність теми визначається стрімким зростанням обсягів дезінформації і потребою у створенні ефективних контркомунікаційних матеріалів, що забезпечують достовірність, швидкість та емоційний вплив. Візуальні матеріали, згенеровані нейромережами, відкривають нові можливості для благодійних ініціатив: дають змогу оперативно створювати контент, адаптувати стилістику під конкретні аудиторії та формувати сильні символічні образи, що посилюють мобілізаційний ефект. Метою дослідження є аналіз практик використання технологій штучного інтелекту у візуальних комунікаціях українських волонтерських і комерційних ініціатив у воєнний період. Для досягнення мети застосовано методи аналізу наукових джерел, контент-аналізу візуальних матеріалів та кейс-стаді. Розглянуто приклади використання ШІ-візуалізації, зокрема у волонтерських проєктах, благодійних кампаніях і цифрових ініціативах, що поєднують креативні підходи з мобілізаційними завданнями. У результаті встановлено, що застосування генеративних нейромереж дає змогу значно прискорити виробництво візуального контенту, розширити творчі можливості комунікаторів та підвищити рівень залучення аудиторії завдяки новизні й емоційній виразності зображень. Водночас ефективність таких матеріалів залежить від доречності їх використання та дотримання етичних норм, оскільки некоректне застосування ШІ може знижувати рівень довіри до джерел інформації. Зроблено висновок про те, що штучний інтелект стає важливим інструментом візуальних комунікацій у воєнний час, поєднуючи потенціал підвищення ефективності контенту з необхідністю відповідального та свідомого використання.

**Ключові слова:** штучний інтелект, візуальні комунікації, благодійні кампанії, волонтерські ініціативи, інформаційна війна, генеративні нейромережі, контрпропаганда, ШІ-візуалізація.

*The article examines the role of artificial intelligence in the visual communications of charity and volunteer campaigns during the russia-ukraine war. The relevance of the topic is determined by the rapid spread of disinformation and the need to create effective counter-communication tools that ensure speed, reliability, and a strong emotional impact. The study takes into account the works of Ukrainian and international scholars who explore the potential of generative neural networks in graphic design, information warfare, and the transformation of media content. The aim of the study is to analyse the practices of using artificial intelligence technologies in the visual communications of Ukrainian volunteer and commercial initiatives during wartime. To achieve this aim, the methods of scientific literature analysis, content analysis*

of visual materials, and case study were applied. The paper considers examples of AI-based visualization in volunteer projects, charity campaigns, and digital initiatives that combine creative approaches with mobilization objectives. The results indicate that the use of generative neural networks significantly accelerates the production of visual content, expands the creative capabilities of communicators, and increases audience engagement due to the novelty and emotional expressiveness of the images. At the same time, the effectiveness of such materials depends on the appropriateness of their use and adherence to ethical standards, as improper application of AI can reduce trust in information sources. It is concluded that artificial intelligence is becoming an important tool in visual communications during wartime, combining the potential to enhance content effectiveness with the need for responsible and conscious use.

**Keywords:** artificial intelligence, visual communications, charitable campaigns, volunteer initiatives, information warfare, generative neural networks, counterpropaganda, AI visualization.

© Власов В., 2026.

**Вступ.** Інформаційна протидія активізувалась під час російсько-української війни, де візуальні комунікації відіграють ключову роль у залученні суспільства та міжнародної підтримки. Актуальність дослідження зумовлена значним обсягом ворожої дезінформації та швидкістю її поширення, що ставить перед українською стороною завдання застосовувати та вивчати нові підходи до створення контрпропагандистського контенту. Зокрема, виникла потреба впроваджувати автоматизовані системи із залученням штучного інтелекту (ШІ) для оптимізації виробництва візуальних матеріалів, здатних ефективно протидіяти фейкам і пропаганді, а також привертати увагу українців до підтримки Збройних сил України [12]. Багато дослідників у своїх роботах відзначає, що інноваційні інструменти ШІ дають змогу швидше генерувати зображення та відео, підсилюючи комунікаційний вплив за умови правильного використання [8; 12].

**Мета статті** — проаналізувати практики застосування технологій ШІ у візуальних комунікаціях українських волонтерських та комерційних організацій, які активно використовують штучний інтелект у своїх благодійних кампаніях під час війни. **Об'єкт дослідження** — візуальні комунікації зазначених українських ініціатив воєнного часу. **Предмет** — застосування інструментів штучного інтелекту в цьому процесі. Досягнення мети передбачає розв'язання завдань: огляд українських та міжнародних наукових джерел з тематики; визначення теоретичних засад інтеграції ШІ у візуальну комунікацію; розгляд конкретних українських кейсів.

**Огляд українських та міжнародних джерел.** Проблематика перетину штучного інтелекту, інформаційної війни та візуальних комунікацій привертає у світі дедалі більше уваги дослідників. Так, українські науковці вже здійснили низку досліджень, присвячених

використанню нейромереж у графічному дизайні та протидії пропаганді. Зокрема, Владислав Щука описав методологію інтеграції технологій ШІ у процес створення контрпропагандистського візуального контенту з урахуванням принципів графічного дизайну та психології сприйняття [12]. У його роботі підкреслюється, що залучення генеративних нейромереж (наприклад, Midjourney, Stable Diffusion, DALL-E) дає змогу прискорити виготовлення зображень для інформаційних кампаній, що особливо цінно в умовах війни, коли швидкість реакції має вирішальне значення [12].

Інші українські дослідження фокусуються на творчому потенціалі ШІ: [1] проаналізували можливості нейромереж як інструментів у проектах графічного дизайну та відзначили їхню здатність генерувати оригінальні візуальні рішення, розширюючи палітру дизайнерських засобів. У статті [4] розглянуто мережу "Midjourney" як інструмент для генерації графіки: автори дійшли висновку, що вона ефективна для швидкого створення ескізів і концептів, хоча потребує контролю якості з боку дизайнера. Також вартій уваги внесок українських учених у суміжних галузях. Так, Олена Грозна, яка дослідила роль ШІ та віртуальної реальності в трансформації контенту онлайн-медіа [3], дійшла висновку про те, що ці технології кардинально змінюють підходи до подання інформації.

На міжнародному рівні тема ШІ та дезінформації у контексті війни розкрита в дослідженнях з безпеки та масових комунікацій. Дослідниця Катаріна Кертисова одна із перших проаналізувала [8], як штучний інтелект змінює способи продукування та поширення дезінформації та як його можна використати для протидії. Вона зазначила, що алгоритми здатні як генерувати неправдивий контент (тексти, зображення), так і виявляти фейки, тому міжнародна спільнота має врахувати це

[8]. У свіжішому дослідженні Адам Майхжак розглянув використання штучно згенерованих зображень (діпфейків) у російській дезінформації протягом першого року вторгнення [10]. Він навів конкретні приклади, зокрема застосування підробленого відео зі «зверненням» Президента України, щоб посіяти паніку, та проаналізував їхній вплив. Цей аналіз засвідчив, що противник активно експлуатує ШІ-засоби для пропаганди, ставлячи виклики інформаційній безпеці [10].

Варто зауважити, що на кінець 2023 р. Україна фактично стала випробувальним майданчиком для новітніх інформаційних технологій. За оцінками, понад 75 % українців отримують новини із соціальних мереж [13], тож військові та волонтерські комунікації значною мірою реалізуються в цифровому середовищі. У цьому контексті фотозображення та відео є одним із найбільш впливових типів контенту для аудиторії. Дослідження західних аналітиків засвідчують: публікації з яскравими світлинами помітно підвищують залученість користувачів, наприклад у мережі «Фейсбук» рівень взаємодії зростає вдвічі порівняно з текстовими постами [7]. Це узгоджується з психологічними експериментами, які демонструють здатність людини миттєво (>10 мс) уловлювати зміст зображення [14]. Відповідно зображення, згенеровані ШІ, можуть стати потужним інструментом комунікації за умови, що їх створення і використання спираються на напрацювання як українських, так і зарубіжних фахівців.

Штучний інтелект у візуальній комунікації насамперед асоціюється з генеративними нейронними мережами, здатними створювати нові зображення на основі заданих параметрів (текстового опису, зразка стилю тощо). Такі моделі, як Midjourney, DALL-E 2, Stable Diffusion, навчені на величезних масивах зображень, можуть продукувати реалістичні або художньо стилізовані картини за лічені секунди. Теоретичною базою цих інструментів є глибинні генеративні моделі (наприклад, генеративно-змагальні мережі (GAN) чи дифузійні моделі), що навчаються відтворювати розподіл даних і видавати унікальні комбінації ознак. У контексті візуальних комунікацій це означає можливість автоматизованого створення графічного контенту — від простих ілюстрацій до фотореалістичних сцен — практично без участі художника, хоча й під наглядом оператора, який задає творчий напрям за допомогою написання промптів, іншими словами *prompt engineering*.

Використання ШІ не замінює цілком людину, але змінює її роль у творчому процесі.

Дизайнер чи комунікаційник перетворюється на куратора, що формулює ідею та відбирає результат з генерованих варіантів. Таким чином нейромережі є інструментом розширення можливостей митця. Дослідники відзначають, що нейронні мережі здатні забезпечити швидке прототипування дизайну, зекономивши час на рутинних операціях і даючи змогу зосередитися на креативних аспектах [1]. Це співзвучно з результатами Владислава Шуки, який під час експериментального впровадження ШІ-системи для генерування контрпропагандистських зображень встановив, що до 20 % рутинних дизайнерських завдань можна автоматизувати за допомогою ШІ [12]. Автоматизація повторюваних операцій (наприклад, добір кольорової схеми, генерація фону, масштабування тощо) підвищує продуктивність команди, скорочуючи час випуску візуальних матеріалів.

Теоретичні засади ефективної ШІ-візуалізації спираються також на семіотику зображення та психологію сприйняття. Генероване штучним інтелектом зображення має не лише технічно відповідати запиту, але й враховувати композиційні та семантичні принципи, аби адекватно передати задум. Наприклад, у контрпропагандистських плакатах важливо використати зрозумілі аудиторії символи, кольорові акценти для емоційного впливу, правильне розташування об'єктів, що привертає увагу глядача. ШІ, позбавлений людського світогляду, не усвідомлює цих нюансів, але може бути спрямований на їх дотримання через механізми навчання або спеціально задані параметри. Як зазначається в джерелі [12], оптимальним є поєднання можливостей ШІ-алгоритмів із класичними принципами графічного дизайну та психології візуального сприйняття. Такий комплексний підхід забезпечує найбільшу ефективність створеного контенту. Тобто ШІ генерує варіанти графіки, а людина відбирає й коригує їх відповідно до комунікаційної мети й психологічного портрета цільової аудиторії.

**Приклади українських кейсів використання ШІ-візуалізації.** Розглянемо низку кейсів, коли українські волонтерські та інші ініціативи зверталися до засобів штучного інтелекту у своїх візуальних комунікаціях. Вже зараз окремі волонтерські проекти випробовують такий стиль. Так, у 2022 р. українська художниця Марія Шарлай за допомогою ШІ створила серію патріотичних листівок «Херсон — сезон кавунів», креативно поєднавши символи херсонського врожаю (кавунів, томатів, кукурудзи) з образами вибухів та війни (*рис. 1*) [2].



Рис. 1. «Херсон — сезон кавунів» [12]

Показовим прикладом є сервіс онлайн-банкінгу «monobank». Хоча цей кейс не є військовим підрозділом чи волонтерським фондом, український мобільний банк заслужено згадується серед ініціатив, що підтримують армію і волонтерів під час війни. Monobank відзначився кількома масштабними благодійними проектами: збір коштів на байрактари, дрони-камікадзе, допомогу постраждалим тощо. Особливістю monobank стала інтеграція фандрейзингу безпосередньо у додаток: користувачі бачили спеціальні «банки» для збору з візуальними лічильниками прогресу (наприклад, поступове заповнення схематичного зображення байракта в міру надходження пожертв). Цей гейміфікований візуальний підхід суттєво підвищив залучення: люди в режимі реального часу спостерігали, як їхній внесок наближає спільну ціль, що мотивувало ділитися ініціативою із друзями. На тлі такої успішної комунікації monobank також почав експериментувати з ШІ-технологіями у бізнес-процесах (зокрема, впровадив чат-боти з елементами ШІ для клієнтської підтримки).

Яскравим прикладом є проєкт «Sirens Gallery» — колекція ШІ-згенерованих творів, запущена українським deer-tech стартапом ZibraAI влітку 2022 р. Їхня нейромережа, спеціально натренована на візуальних матеріалах війни, створила близько 2000 зображень важливих моментів і героїв: зокрема, картину атаки на острів Зміїний, палаючий крейсер «Москва», сцени бомбардувань українських міст та портрет президента Зеленського в героїчному образі [9]. Ці роботи, виконані в стилі «епічного» олійного живопису, були продані у формі NFT, аби зібрати кошти на гуманітарні потреби [9].

Одним із вірусних пропагандистських трендів був кейс із генераціями постерів в естетиці

радянських плакатів, який підхоплювався здебільшого ворожою пропагандою. Так, у травні 2025 р. у TikTok почали з'являтися відео, де до Дня перемоги моделі ШІ «анімували» радянські агітплакати, створюючи ілюзію рухомих картинок з Леніним та іншими символами СРСР [15]. Ці відео отримали певну популярність і потрапили у тренди, що продемонструвало двоїстість ШІ-інструментів: вони можуть служити як креативній переосмисленій підтримці українців, так і поширенню ностальгічної імперської картинки світу, яку просуває ворог.

Ефективність ШІ-візуалів можна розглядати у двох аспектах: ефективність виробництва контенту (для комунікаторів) та ефективність сприйняття (для аудиторії). З погляду виробництва, як зазначалося, впровадження генеративних інструментів помітно прискорює підготовку матеріалів. Це означає, що волонтерські та комунікаційні команди, які часто обмежені в ресурсах і працюють під тиском часу, можуть протягом того ж періоду підготувати більше матеріалів або зосередитися на стратегічному плануванні замість ручної графічної роботи. Наприклад, якщо раніше виготовлення серії плакатів могло зайняти тижні, то тепер нейромережа здатна надати чорнові варіанти за пару годин, які далі тільки доробляються дизайнером.

Щодо залучення аудиторії, перші кейси вказують на значний потенціал ШІ-контенту. Досвід із розвідки Наталії Ломас [9] засвідчив, що нестандартний формат (ШІ-генероване цифрове мистецтво) здатен привернути увагу міжнародної публіки та медіа, а твори були продані як NFT, що не тільки збило кошти, а й розповсюдило самі зображення по світу. Це свідчить про те, що новизна ШІ-візуалів має віральний ефект — люди діляться ними через фактор цінності.

На внутрішній українській аудиторії ШІ-плакати також знаходять відгук: коментатори листівок Марії Шарлай хвалили їхню естетику та ідейність. Таким чином, якісний ШІ-арт може викликати позитивні емоції — захоплення, гордість, — що прямо переводиться у готовність підтримувати ініціативу (донатити, поширювати інформацію тощо).

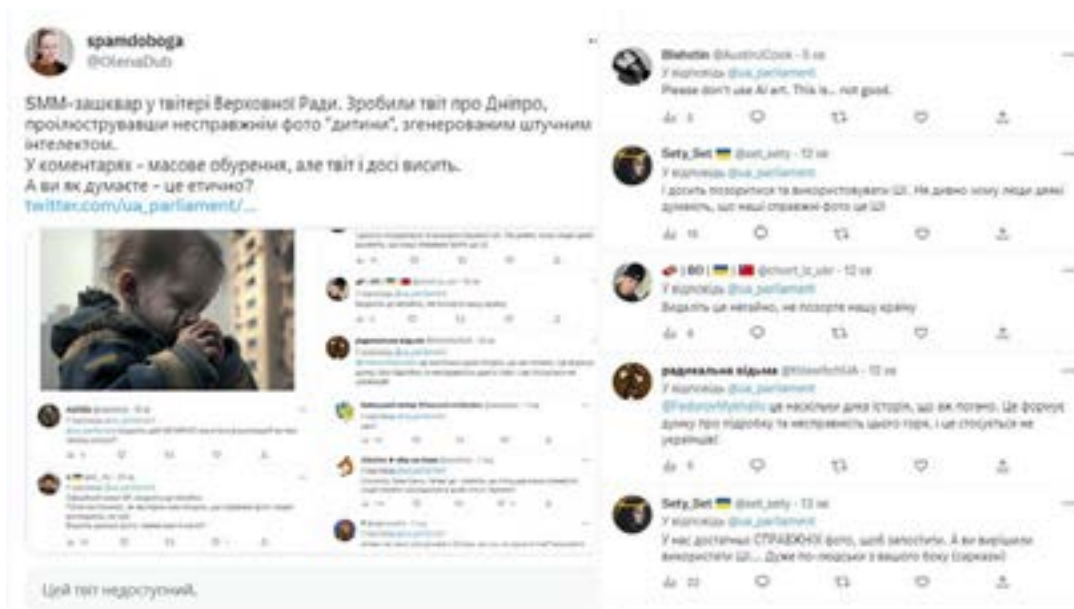


Рис. 2. Скріншот з Твіттеру [5]

Картинка, хоч і емоційна, була штучною і це швидко з'ясували у соцмережах; багато користувачів обурилося, що медіа замість реального фото трагедії використали вигадану сцену. Як зауважила експертка Ольга Петрів, такий крок підриває довіру до українських офіційних джерел і грає на руку російській пропаганді, яка стверджує, ніби всі військові злочини України — це постановки [5]. Отже, ефективність ШІ-візуалу може звестися нанівець або навіть стати негативною, якщо порушено контекст використання: для серйозних реальних подій аудиторія очікує документальності, а не креативу [2].

Загалом можна стверджувати, що ШІ-генеровані візуали підвищують залученість аудиторії завдяки яскравості, оригінальності та частково новизні формату. Дослідження медіаактивності, наприклад Сіррана Каш'яна, засвідчують перевагу зображень у соцмережах, а в разі волонтерських ініціатив це конвертується у прискорення зборів та розширення охоплення. Проте максимальний ефект досягається при дотриманні прозорості та релевантності — якщо ШІ-зображення використане доречно, з відповідним поясненням [7].

Однак ефект залучення залежить від того, наскільки доречно і чесно поданий ШІ-контент. Якщо аудиторія відчуває «обман» або недоречність, реакція може бути зворотною. Приклад — ситуація з опублікованим у офіційному каналі Верховної Ради ШІ-згенерованим зображенням хлопчика після ракетного удару по Дніпру в січні 2023 р. (рис. 2).

### Висновки та перспективи досліджень.

Штучний інтелект стає невід'ємним складником інструментарію візуальних комунікацій українських організацій під час війни. По-перше, інтеграція ШІ у створення візуального контенту є актуальним і обґрунтованим кроком, зважаючи на першочергову потребу протидіяти масовій дезінформації та залучати креативні технології для спонукання аудиторії до ефективної підтримки армії. Українські та міжнародні дослідження засвідчують потенціал ШІ-технологій у генерації зображень, що дає змогу прискорити виробництво матеріалів та підвищити їхню привабливість для аудиторії.

Наведені кейси в дослідженні засвідчують, що українські ініціативи вже експериментують з ШІ-візуалізацією. Штучний інтелект може посилити творчий меседж, привнести нові форми комунікації та розширити охоплення без пропорційного збільшення витрат. Генеровані зображення привертають увагу, викликають емоції та стимулюють дію (підтримку, донати, поширення інформації). Водночас аналіз негативних випадків наголошує: критично важливо дотримуватися етичних норм, аби не дискредитувати себе. Основні виклики — забезпечити

правдивість (не маскувати фейки під реальність), уникати небезпечних маніпуляцій, поважати авторські права та чутливість теми війни. Якщо ці умови виконуються, ШІ стає корисним помічником, а не загрозою репутації. Отже, використання штучного інтелекту у візуальних комунікаціях — це напрям, який стрімко розвивається і вже зараз дає відчутні результати для українського спротиву.

#### Список використаних джерел

1. Божко Т., Ареф'єв В. Нейронні мережі як інструмент графічного дизайну. *Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство*. 2023. № 48. С. 125–135. DOI: 10.31866/2410-1176.48.2023.282475.
2. Горлач П. Художниця за допомогою штучного інтелекту створила листівки з Херсона. *Суспільне. Культура*. URL: <https://suspilne.media/culture/268107-hudoznica-zadopomogou-stucnogo-intelektu-stvorila-listivki-z-hersona> (дата звернення: 15.10.2025).
3. Грозна О. О. Технологічні інновації в онлайн-медіа: роль штучного інтелекту та віртуальної реальності у трансформації контенту. *Обрії друкарства*. 2024. № 1 (15). С. 102–112. DOI: 10.20535/2522-1078.2024.1(15).302843.
4. Колісник О. В., Михайлова Р. Д., Береговий О. С., Рудик С. М., Глущенко О. П. Нейромережа MIDJOURNEY як інструмент для генерування дизайн графіки. *Art і дизайн*. 2023. № 1. С. 106–115. URL: [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/23447/1/artdes\\_2023\\_N1\\_P106-115.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/23447/1/artdes_2023_N1_P106-115.pdf)
5. Крижня М. Штучний інтелект у творчості та на війні. Про можливості, ризики та авторське право. *Суспільне. Культура*. URL: <https://suspilne.media/culture/426576-stucnij-intelekt-u-tvorcosti-ta-na-vijni-pro-mozlivosti-rizikita-avtorske-pravo> (дата звернення: 13.08.2025).
6. Петрів О. Дезінформація та штучний інтелект: (не)видима загроза сучасності. *Центр демократії та верховенства права*. URL: <https://cedem.org.ua/analytics/dezinformatsiya-shtuchnyi-intelekt/> (дата звернення: 05.11.2025).
7. Cashyap S. Research: Photo posts produce significantly more engagement than link posts on Facebook. *International News Media Association (INMA)*. URL: <https://www.inma.org/blogs/research/post.cfm/research-photo-posts-produce-significantly-more-engagement-than-link-posts-on-facebook#:~:text=SUMMARY:%20On%20average,%20pages%20posting,News%20companies%20should%20take%20note> (date of access: 23.10.2025).
8. Kertysova K. Artificial Intelligence and Disinformation: How AI Changes the Way Disinformation is Produced, Disseminated, and Can Be Countered. *Security and Human Rights*. 2018. Vol. 29, No. 1–4. Pp. 55–81. DOI: 10.1163/18750230-02901005
9. Lomas N. Ukrainian deeptech startup has trained an AI to make war art. *TechCrunch*. URL: <https://techcrunch.com/2022/06/21/ukraine-sirens-gallery-nft-ai-war-art/> (date of access: 19.10.2025).

10. Majchrzak A. Rosyjska dezinformacja i wykorzystanie obrazów generowanych przez sztuczną inteligencję (deepfake) w pierwszym roku inwazji na Ukrainę. *Media biznes kultura*. 2023. No. 1 (14). Pp. 73–86. URL: <https://doi.org/10.4467/25442554.mbk.23.005.18028> (date of access: 19.10.2025).

11. Makhortykh M., Bareikytė M. 4 AI Visions: Representing Russia's War against Ukraine for Humans and Machines. 2025. URL: <https://doi.org/10.14361/9783839475218-007>

12. Shchuka V. The use of artificial intelligence for information campaigns in wartime: visual tools for countering disinformation. *Technologies and Engineering*. 2025. Vol. 26, No 2. Pp. 89–98. URL: <https://doi.org/10.30857/2786-5371.2025.2.8> (date of access: 19.10.2025).

13. IREX. *Vibrant Information Barometer 2023: Ukraine*. 2023. 45 p. URL: <https://www.irex.org/files/vibrant-information-barometer-2023-ukraine.pdf>

14. Potter M. C., Wyble B., Hagmann C., McCourt E. Detecting meaning in RSVP at 13 ms per picture. *Attention, Perception, & Psychophysics*. 2014. Vol. 76, № 2. Pp. 270–279. DOI: 10.3758/s13414-013-0605-z

15. Задирака К., Півторак О., Пилипенко А. «Дідів генерували». Радянська естетика та створені ШІ публікації у трендах українського тиктоку. *MEDIASAPIENS*. URL: <https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplivi/post/37956/2025-05-19-didiv-generuvaly-radianska-estetykata-stvoreni-shi-publikatsii-u-trendakh-ukrainskogo-tiktoku> (дата звернення: 19.11.2025).

#### References

- Bozhko, T., & Arefiev, V. (2023). Neironni merezhi yak instrument hrafichnoho dizainu [Neural Networks as a Graphic Design Tool]. *Bulletin of KNUKIM, Series in Arts*, 48, 125–135 [in Ukrainian]. DOI: 10.31866/2410-1176.48.2023.282475
- Cashyap, S. (2024, June 23). Research: Photo posts produce significantly more engagement than link posts on Facebook. *International News Media Association (INMA)*. <https://www.inma.org/blogs/research/post.cfm/research-photo-posts-produce-significantly-more-engagement-than-link-posts-on-facebook#:~:text=SUMMARY:%20On%20average,%20pages%20posting,News%20companies%20should%20take%20note>
- Horlach, P. (2022, August 5). Khudozhnytsia za dopomohoiu shtuchnoho intelektu stvorila lystivky z Khersona [The artist created postcards from Kherson using artificial intelligence]. *Suspilne kultura*. [in Ukrainian]. <https://suspilne.media/culture/268107-hudoznica-zadopomogou-stucnogo-intelektu-stvorila-listivki-z-hersona>
- Hrozna, O. O. (2024). Tekhnolohichni innovatsii v onlain-medii: Rol shtuchnoho intelektu ta virtualnoi realnosti u transformatsii kontentu [Technological Innovation in Online Media: The Role of Artificial Intelligence and Virtual Reality in Content Transformation]. *Printing Horizon*, 1(15), 102–112 [in Ukrainian]. [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2024.1\(15\).302843](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2024.1(15).302843)

- IREX. (2023). Vibrant Information Barometer 2023: Ukraine. <https://www.irex.org/files/vibrant-information-barometer-2023-ukraine.pdf>
- Kertysova, K. (2018). Artificial Intelligence and Disinformation: How AI Changes the Way Disinformation is Produced, Disseminated, and Can Be Countered. *Security and Human Rights*, 29(1–4), 55–81. <https://doi.org/10.1163/18750230-02901005>
- Kolisnyk, O. V., Mykhailova, R. D., Berehovi, O. S., Rudyk, S. M., & Hlushchenko, O. P. (2023). Neiromezha MIDJORNEY yak instrument dlia heneruvannia dyzain hrafiky [MIDJORNEY neural network as a tool for generating graphic design]. *Art and Design*, 1, 106–115 [in Ukrainian]. [https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/23447/1/artdes\\_2023\\_N1\\_P106-115.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/23447/1/artdes_2023_N1_P106-115.pdf)
- Kryzhnia, M. (2023, April 23). Shtuchnyi intelekt u tvorchosti ta na viini. Pro mozhlyvosti, ryzyky ta avtorske pravo [Artificial Intelligence in Creativity and War. On Opportunities, Risks, and Copyright]. *Suspilne kultura* [in Ukrainian]. <https://suspilne.media/culture/426576-stucnij-intelekt-u-tvorchosti-ta-na-vijni-pro-mozhlyvosti-riziki-ta-avtorske-pravo>
- Lomas, N. (2022, June 21). Ukrainian deeptech startup has trained an AI to make war art. *TechCrunch*. <https://techcrunch.com/2022/06/21/ukraine-sirens-gallery-nft-ai-war-art/>
- Majchrzak, A. (2023). Rosyjska dezinformacja i wykorzystanie obrazów generowanych przez sztuczną inteligencję (deepfake) w pierwszym roku inwazji na Ukrainę. *Media Biznes Kultura*, 1(14), 73–86 [in Polish]. <https://doi.org/10.4467/25442554.mbk.23.005.18028>
- Makhortykh, M., & Bareikytė, M. (2025). 4 AI visions: Representing Russia's War against Ukraine for Humans and Machines. <https://doi.org/10.14361/9783839475218-007>
- Petriv, O. (2023, September 23). Dezinformatsiia ta shtuchnyi intelekt: (ne)vydyma zahroza suchasnosti [Disinformation and artificial intelligence: the (in)visible threat of modernity]. *Centre for Democracy and Rule of Law* [in Ukrainian]. <https://cedem.org.ua/analytics/dezinformatsiia-shtuchnyi-intelekt/>
- Potter, M. C., Wyble, B., Haggmann, C., & McCourt, E. (2014). Detecting meaning in RSVP at 13 ms per picture. *Attention, Perception, & Psychophysics*, 76(2), 270–279. <https://doi.org/10.3758/s13414-013-0605-z>
- Shchuka, V. (2025). The Use of Artificial Intelligence for Information Campaigns in Wartime: Visual tools for countering disinformation. *Technologies and Engineering*, 26(2), 89–98. <https://doi.org/10.30857/2786-5371.2025.2.8>
- Zadyraka, K., Pivtorak, O., & Pylypenko, A. (2025, 19 travnia). “Didiv heneruvaly”. Radianska estetyka ta stvoreni ShI publikatsii u trendakh ukrainskoho tiktoku [“Grandfathers were generated”. Soviet aesthetics and AI-generated posts in Ukrainian TikTok trends]. *MEDIASAPIENS*. [in Ukrainian]. <https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplyvi/post/37956/2025-05-19-didiv-generuvaly-radyanska-estetyka-ta-stvoreni-shi-publikatsii-u-trendakh-ukrainskogo-tiktoku>

Стаття надійшла до редакції: 10.03.2026.