

DOI: 10.31866/2616-7948.1(17).2026.359269

УДК 004.8:[070:316.774:7-028.26](477)

Штучний інтелект в українських аудіовізуальних медіа: практики застосування, можливості та виклики

Максим ЛИВАДА

асп.,

Запорізький національний
університет,вул. Університетська, 66,
69600, Запоріжжя, Україна

m.lyvada@gmail.com

ORCID 0009-0002-6549-9044

Алла ТЕРНОВА

канд. філол. н., доц.,

Запорізький національний
університет,вул. Університетська, 66,
69600, Запоріжжя, Україна

alla.ternova2008@gmail.com

ORCID 0000-0002-7084-0553

© Ливада, М., Тернова А., 2026

У статті проаналізовано практики використання технологій штучного інтелекту (ШІ) у професійній діяльності працівників українських аудіовізуальних медіа. Теоретичну основу дослідження становить аналіз сучасних зарубіжних і вітчизняних наукових публікацій, присвячених трансформації медіавиробництва в умовах запровадження генеративних алгоритмів, а також етичним, правовим і соціальним викликам, пов'язаним із застосуванням інструментів ШІ. Емпіричну частину дослідження становлять результати анкетного опитування чинних співробітників українських аудіовізуальних медіа, що дозволило виявити рівень обізнаності респондентів із технологіями штучного інтелекту, основні напрями їхнього використання, сприйняття переваг і ризиків, а також ставлення до потенційного впливу ШІ на професійну зайнятість. Окрему увагу приділено питанню вибору між хмарними та локальними моделями штучного інтелекту в контексті автономності роботи, контролю виробничих процесів і захисту персональних даних. Результати дослідження засвідчують, що ШІ здебільшого сприймається як інструмент підтримки та оптимізації робочих процесів, а не як безпосередня загроза втрати професії. Водночас виявлено низку стримувальних чинників упровадження ШІ, зокрема етичні застереження, юридичну невизначеність і низький рівень довіри аудиторії до автоматизованого контенту. Порівняння отриманих емпіричних даних із результатами міжнародних досліджень дає змогу окреслити специфіку українського медіаконтексту і визначити перспективи подальшого розвитку технологій ШІ в аудіовізуальних медіа.

Ключові слова: штучний інтелект, аудіовізуальні медіа, медіавиробництво, журналістська практика.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN UKRAINIAN AUDIOVISUAL MEDIA: APPLICATION PRACTICES, OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

Maksym LYVADA

PhD Student,
Zaporizhzhia National University,
66 Universytetska Str., 69600, Zaporizhzhia, Ukraine
m.lyvada@gmail.com
ORCID 0009-0002-6549-9044

Alla TERNOVA

PhD in Philology, Associate Professor,
Zaporizhzhia National University,
66 Universytetska Str., 69600, Zaporizhzhia, Ukraine
alla.ternova2008@gmail.com
ORCID 0000-0002-7084-0553

The article studies practices of using artificial intelligence technologies in the professional activities of employees in Ukrainian audiovisual media. The theoretical framework grounds on the analysis of modern international and Ukrainian scientific publications addressing the transformation of media production under the influence of generative algorithms, as well as the ethical, legal and social challenges associated with the adoption of AI tools. The empirical component of this research draws on the results of a questionnaire survey conducted among current employees of Ukrainian audiovisual media. This study makes it possible to identify the respondents' levels of awareness of AI technologies, the main areas of their application, perceptions of benefits and risks, attitudes toward the potential influence of AI on the professional employment. Special attention is given to the choice between cloud-based and local AI models in relation to operational autonomy, control over production processes, and the protection of personal data. The findings indicate that AI is predominantly perceived as a tool for supporting and optimising workflows rather than as a direct threat to professional employment. At the same time, several factors constraining the adoption of AI are identified, including ethical concerns, legal uncertainty and low level of audience trust in automated content. The comparison of the empirical results with international studies makes it possible to outline specific features of the Ukrainian media context, as well as to identify perspectives for the further development of AI technologies in audiovisual media.

Keywords: artificial intelligence, audiovisual media, media production, journalistic practice.

Актуальність проблеми

Активне впровадження технологій штучного інтелекту (ШІ) у сферу аудіовізуальних медіа істотно трансформує виробничі процеси, професійні ролі й підходи до створення та поширення контенту. Генеративні моделі, автоматизовані системи аналізу, транскрибації, перекладу й обробки зображень тощо дедалі частіше використовуються в журналістській і медіавиробничій практиці, водночас породжуючи низку технологічних, етичних та соціальних викликів.

Попри активне обговорення потенціалу ШІ на міжнародному медійному рівні, у науковому дискурсі досі переважають теоретичні узагальнення й кейси глобальних медіакомпаній, тоді як емпіричні дані щодо реального використання інструментів ШІ у професійному середовищі українських аудіовізуальних медіа залишаються обмеженими. Недостатньо дослідженими є питання практичної інтеграції інструментів ШІ в щоденні робочі процеси, рівня їх прийняття фахівцями різного профілю та досвіду роботи в медіагалузі, а також співвідношення очікуваних переваг і потенційних ризиків.

Окремої уваги потребує проблема вибору між хмарними та локальними моделями штучного інтелекту, що безпосередньо пов'язана з питаннями автономності, контролю над даними, захисту персональної інформації та дотримання професійних і етичних стандартів у роботі з чутливим аудіовізуальним контентом. У контексті зростання суспільної уваги до питань довіри до медіа, достовірності інформації та відповідального використання ШІ актуалізується потреба в аналізі того, як ці виклики сприймаються та осмислюються самими учасниками процесів медіавиробництва.

Отже, постає проблема комплексного аналізу практик використання технологій ШІ в українських аудіовізуальних медіа на основі емпіричних даних, що дає змогу поєднати теоретичні підходи з реальним професійним досвідом та окреслити актуальні проблеми, обмеження й напрями подальшого розвитку.

Постановка завдання

Метою дослідження є виявлення практик використання технологій ШІ в професійній діяльності працівників українських аудіовізуальних медіа на основі результатів емпіричного дослідження (опитування), а також з'ясування ключових переваг, обмежень і викликів їхнього впровадження та порівняння отриманих результатів із тенденціями світової медіапрактики.

Для досягнення поставленої мети в дослідженні використано комплекс теоретичних та емпіричних методів. Теоретичну основу статті становить аналіз сучасних наукових публікацій і аналітичних матеріалів А. Гузман, С. Льюїса, М. Ф. де-Ліма-Сантоса, Т. Крайнікової, С. Водолазь-

кої, О. Рижко та О. Ситник, О. Джолоса, С. Азеєва й ін., присвячених вивченню застосування ШІ в медіаіндустрії, зокрема питанням автоматизації виробничих процесів, трансформації професійних ролей, етичних і правових аспектів, а також відмінностей між хмарними та локальними моделями ШІ.

Емпіричну частину дослідження репрезентує анкетне опитування чинних співробітників українських аудіовізуальних медіа різного професійного профілю і стажу роботи. Опитування було спрямоване на з'ясування рівня обізнаності з технологіями ШІ, частоти та напрямів їхнього використання в професійній діяльності, оцінки ефективності впровадження ШІ, а також сприйняття можливих ризиків, етичних і юридичних викликів. Окрему увагу приділено ставленню респондентів до потенційного впливу ШІ на професійну зайнятість і трансформацію робочих функцій.

Методологічною основою дослідження є змішаний підхід, що поєднує теоретичний аналіз міжнародних концепцій розвитку штучного інтелекту в медіа з емпіричним дослідженням практик його використання в українському аудіовізуальному середовищі. Такий підхід дає змогу зіставити теоретичні моделі з реальними професійними практиками та виявити специфічні особливості й обмеження впровадження ШІ в українських аудіовізуальних медіа.

Стан вивчення проблеми

Проблематика впровадження штучного інтелекту в медіа активно досліджується у світовому науковому та професійному дискурсі, із фокусом на трансформації редакційних процесів, етичних ризиках і зміні ролі журналіста. У звітах та аналітичних дослідженнях Європейської мовної спілки (EBU) ШІ розглядається як інструмент підвищення ефективності новинного виробництва за умови збереження редакційного контролю, прозорості алгоритмів і відповідальності перед аудиторією. Окремо наголошується на ризиках генеративного ШІ, пов'язаних із дезінформацією, «галюцинаціями» моделей та зниженням довіри до медіа (European Broadcasting Union, 2024a).

Теоретичне осмислення впливу ШІ на медіаіндустрії запропоноване в працях А. Гузман та С. Льюїса (Guzman & Lewis, 2024), які акцентують увагу на колективному вимірі впровадження генеративного ШІ та його впливі на професійні норми й інституційні практики медіа. Важливим є також підхід людино-машинної комунікації (human-machine communication), згідно з яким штучний інтелект працює не сам по собі, а в тісному зв'язку з рішеннями, відповідальністю та професійним досвідом людини. У прикладних дослідженнях (зокрема, у працях М. Ф. де-Ліма-Сантоса та С. Джаміл) виокремлюється проблема «цифрового розриву» між глобальними медіа та локальними редакціями,

а також потреба у відповідальному й контекстно чутливому використанні ШІ в новинному виробництві (de-Lima-Santos & Jamil, 2024).

В українському науковому полі питання використання штучного інтелекту в медіа лише формується, однак уже представлено низку важливих праць. Насамперед слід відзначити навчальний посібник Т. Крайнікової, С. Водолазької, О. Рижко та О. Ситника (2025) «Штучний інтелект у медіях», де системно поєднано теоретичні засади ШІ із практичними прикладами його застосування в журналістиці. Дослідження О. Джолоса (2025) зосереджене на аналізі можливостей і ризиків використання ШІ в українських аудіовізуальних та онлайн-медіа, з акцентом на етичні виклики, редакційний контроль і вплив на професійну ідентичність журналіста.

Окремий пласт становлять аналітичні й нормативні матеріали державних та регуляторних інституцій, зокрема Національної ради з питань телебачення і радіомовлення та Міністерства цифрової трансформації України, де ШІ розглядається в контексті захисту аудиторії, персональних даних і суспільних інтересів. У цих документах наголошується на потребі збереження балансу між технологічними інноваціями та відповідальністю медіа (Міністерство цифрової трансформації України, 2024), (Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення, 2024).

Невирішені питання

Отже, наявні дослідження формують теоретичне й нормативне підґрунтя для аналізу впровадження ШІ в медіа, однак емпіричні роботи, що фіксують реальні практики використання ШІ працівниками українських аудіовізуальних медіа, залишаються обмеженими. Саме цю прогалину й покликане частково заповнити представлене дослідження.

Виклад основного матеріалу

Штучний інтелект поступово стає складником різних сегментів сучасної медіаіндустрії, охоплюючи процеси створення, обробки й поширення текстового, аудіо- та відеоконтенту. Його подальше впровадження відкриває нові можливості для автоматизації рутинних завдань, оптимізації виробничих процесів і підвищення ефективності роботи редакцій, а також сприяє появі нових форматів взаємодії з аудиторією (de-Lima-Santos et al., 2025). Водночас О. Джолос (2025) наголошує на тому, що активне використання технологій штучного інтелекту в медіасфері супроводжується низкою проблем, пов'язаних із етичними аспектами, захистом персональних даних і відповідальністю за результати автоматизованої обробки інформації, що зумовлює постійні дискусії стосовно регулювання, прозорості алгоритмів і справедливості їхнього застосування в межах медіаєкосистеми (с. 84–85). Дослідники також

звертають увагу на ризики поширення дезінформації та глибоких фейків, створених за допомогою ШІ, а також на обмеження автоматизованого генерування контенту, яке не здатне повною мірою враховувати культурні особливості, соціальний контекст і етичні нюанси людської комунікації (de-Lima-Santos et al., 2025, p. 2586). У цьому контексті особливої актуальності набуває аналіз реальних практик використання технологій штучного інтелекту в професійному українському медіасередовищі, що сприяє оцінюванню не лише потенціалу таких рішень, а й наявних обмежень та викликів щодо їх упровадження.

Для розуміння ролі штучного інтелекту в сучасних аудіовізуальних медіа доцільно коротко окреслити базові принципи функціонування цієї технології. Штучний інтелект об'єднує сукупність методів і алгоритмів, спрямованих на обробку, аналіз та генерацію даних, зокрема тексту, зображень, аудіо та відео (Крайнікова та ін., 2025, с. 12). Його розвиток тісно пов'язаний із машинним навчанням, яке дає змогу системам автоматично накопичувати та формувати знання на основі аналізу й узагальнення даних (Лубко & Шаров, 2019, с. 19). На практиці це означає автоматизацію рутинних завдань, швидшу обробку матеріалів і підтримку творчих процесів. Як зазначає С. Азеев (2024), використання нейромереж та алгоритмів машинного навчання сприяє підвищенню ефективності роботи журналістів, оптимізації виробничих процесів і покращенню якості медіапродуктів (с. 9).

Доступ до генеративних моделей зазвичай забезпечується через спеціалізовані платформи та сервіси штучного інтелекту. Частина з них функціонує як глобальні хмарні рішення, орієнтовані на масове використання (наприклад, платформи OpenAI, Google або Adobe) (Азеев, 2024, с. 9–14), тоді як інші передбачають можливість локального розгортання моделей у власній технічній інфраструктурі (Spiller et al., 2023, p. 2). Саме ця відмінність між хмарними та локальними підходами визначає умови використання штучного інтелекту в аудіовізуальних медіа, зокрема щодо рівня автономності роботи, контролю виробничих процесів і поводження з чутливими матеріалами.

Теоретичні та технологічні моделі набувають реального змісту лише у взаємодії із професійною практикою. Тому подальший аналіз зосереджений на емпіричних даних опитування, які дозволяють простежити, у який спосіб інструменти ШІ фактично інтегруються в щоденну діяльність працівників українських аудіовізуальних медіа і наскільки ці практики відповідають задекларованим підходам та очікуванням.

Аналіз соціально-професійного профілю респондентів свідчить про високу різноманітність аудиторії опитування. У нашому дослідженні взяли участь представники різних професійних ролей — журналісти, продюсери, оператори, режисери, редактори, інженери та інші

фахівці, безпосередньо залучені до створення й обробки аудіовізуального контенту. Така структура вибірки дає підстави розглядати результати опитування як репрезентативні для різних етапів медіавиробництва — від творчих до технічних. Так, в опитуванні (рис. 1) взяли участь 73 респондентів, серед яких такі: журналісти — 10 осіб, продюсери — 9, оператори — 8, режисери — 8, звукорежисери — 7, режисери монтажу — 6, інженери — 6, редактори — 5, сценаристи — 2 та ведучі — 1 особа. Категорію «інша» обрали 11 респондентів, що свідчить про наявність суміжних або менш формалізованих професійних ролей, не охоплених основним переліком варіантів.

Важливим є також професійний досвід респондентів. Значна частина учасників опитування має тривалий стаж роботи в галузі: від 1-го до понад 20 років (рис. 2).

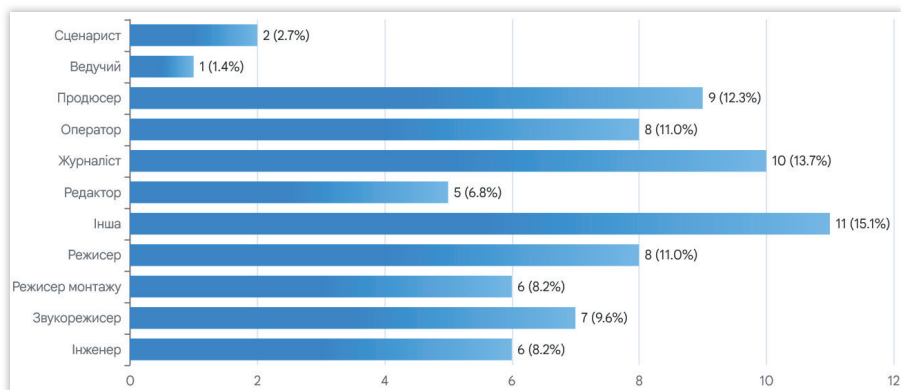


Рис. 1. Результати відповідей на питання «Ваша посада»
Джерело: авторська розробка

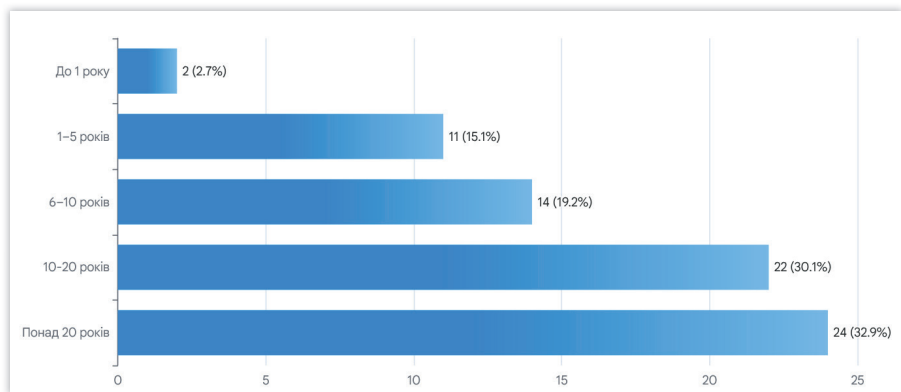


Рис. 2. Результати відповідей на питання «Стаж роботи»
Джерело: авторська розробка

З огляду на тип медіа, аудиторія опитування охоплює і співробітників національних та регіональних телеканалів, і представників незалежних студій, онлайн-медіа, радіо та фриланс-сектору (рис. 3).

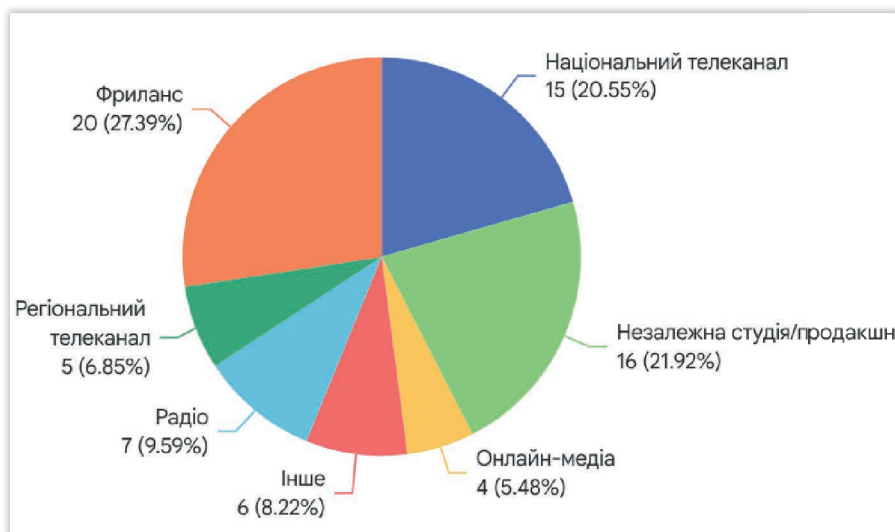


Рис. 3. Результати відповідей на питання «Тип медіа»
Джерело: авторська розробка

Результати опитування свідчать, що більшість респондентів оцінює свій рівень обізнаності з технологіями ШІ як середній (57,5 %), тоді як високий рівень задекларували 16,4 % опитаних, а низький — 20,5 % (рис 4.). Такий розподіл, на нашу думку, може вважатися релевантним для поточного етапу розвитку ШІ, оскільки і самі технології, і базова методологія їхнього практичного використання в українських аудіовізуальних медіа перебувають на стадії формування (Міністерство цифрової трансформації України, 2024); (Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення, 2024).

Відповіді щодо напрямів роботи свідчать (рис. 5), як найактивніше ШІ використовується у завданнях, пов'язаних із мовною та контентною обробкою. Найпоширенішим напрямом є переклад або дубляж (17,2 %), що вказує на практичну затребуваність інструментів багатомовної адаптації контенту. Порівняно близькими за часткою є редагування зображень або відео (16,7 %) та генерація й редагування новинних текстів (16,1 %), що підтверджує інтеграцію ШІ як допоміжного інструменту в щоденні редакційні процеси.

Відчутною також є роль ШІ в адаптації контенту для цифрових платформ і соціальних мереж (10,8 %), а також інклюзивній адаптації,

зокрема через транскрибування мовлення (8,6 %) і створення аудіоверсій текстів із використанням синтезу мовлення (4,8 %). Менш поширеними, але наявними, залишаються напрями аналітики аудиторії (6,5 %), фактчекінгу (5,4 %) та автоматичного компонування відео або сюжетів (3,2 %), що свідчить про більш обережне впровадження ШІ у складні аналітичні і творчі процеси.

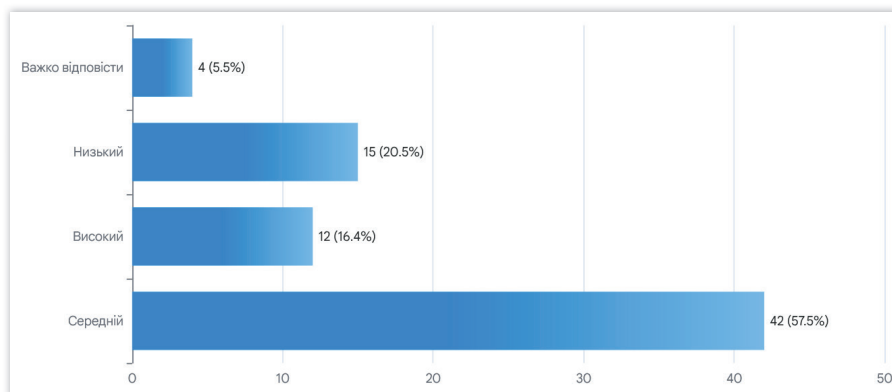


Рис. 4. Результати відповідей на питання
«Як ви оцінюєте свій рівень обізнаності про штучний інтелект?»
Джерело: авторська розробка



Рис. 5. Результати відповідей на питання
«У яких напрямках професійної діяльності ви використовуєте ШІ?»
Джерело: авторська розробка

Майже половина респондентів (44,3 %) зазначили (рис. 6), що використовують ШІ кілька разів на тиждень, ще 37,7 % — щодня. Водночас 11,5 % звертаються до таких інструментів лише кілька разів на місяць, а 6,6 % — украй рідко. Це дозволяє вести мову про те, що для більшості опитаних ШІ вже інтегрований у повсякденні робочі процеси, а не є епізодичним чи експериментальним інструментом.

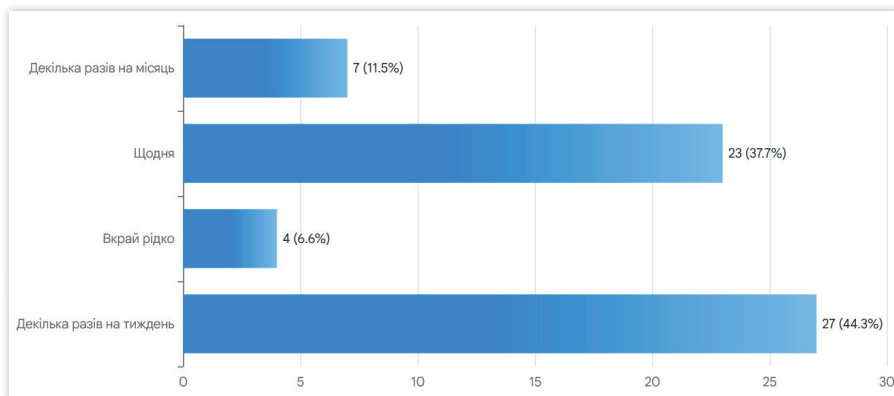


Рис. 6. Результати відповідей на питання
«Як часто ви використовуєте інструменти ШІ у своїй роботі?»
Джерело: авторська розробка

Переважна більшість респондентів позитивно оцінює практичний ефект від застосування ШІ (рис. 7). Зокрема, 59,0 % відзначили значне підвищення продуктивності, ще 31,1 % — помірне підвищення продуктивності. Лише 1,6 % вважають, що ШІ заважає або знижує якість роботи, а 8,2 % не змогли однозначно оцінити ефект.



Рис. 7. Результати відповідей на питання
«Який ефект від використання ШІ ви спостерігали?»
Джерело: авторська розробка

Серед конкретних інструментів домінують універсальні генеративні платформи. Найбільшу частку має ChatGPT від OpenAI (22,4 %), що підтверджує його роль як багатофункціонального інструменту для роботи з текстами, ідеями і сценаріями. Другу позицію посідають сервіси екосистеми Google, зокрема Gemini (17,1 %). Помітну присутність мають також спеціалізовані інструменти: DeepL (6,5 %) — у контексті перекладу, Midjourney, Canva Magic Studio та ElevenLabs (по 5,7 %) — у роботі із візуальним та аудіоконтентом, Grammarly та Adobe Express AI (по 4,5 %) — для редагування й підготовки матеріалів (рис. 8).

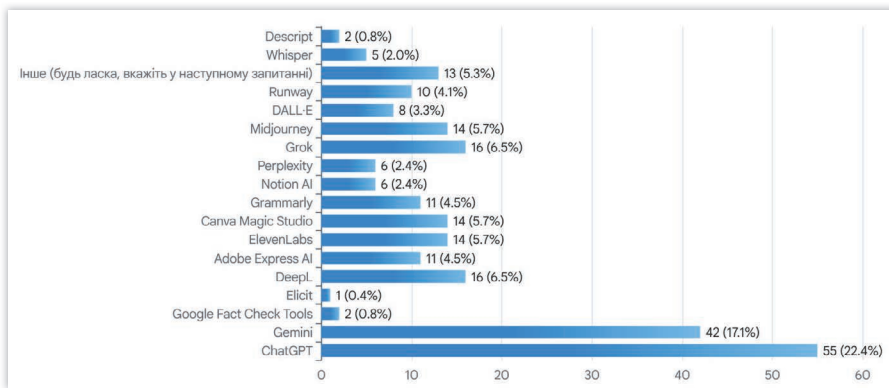


Рис. 8. Результати відповідей на питання
«Які з цих інструментів або сервісів ШІ ви використовували?»
Джерело: авторська розробка

Аналіз відповідей на зазначене питання також засвідчує показову тенденцію: поряд із наймасовішими універсальними сервісами у відповідях респондентів фігурують спеціалізовані інструменти автоматичного розпізнавання мовлення, зокрема модель Whisper. Хоча кількість таких відповідей не є домінантною, сама присутність Whisper у структурі вибору практиків, на нашу думку, викликає окрему дослідницьку зацікавленість, оскільки йдеться про інструмент, який зазвичай використовується не як готовий сервіс, а як локальне рішення. Цей висновок додатково підтверджується аналізом відповідей на відкрите запитання, де респонденти прямо згадують локальні збірки та автономні конфігурації ШІ-інструментів. Отже, дані опитування вказують не лише на використання окремих популярних сервісів, а й на усвідомлений вибір локальних моделей як частини виробничого процесу. Поєднання кількісних результатів опитування та якісних відповідей у відкритих полях створює підстави для подальшого аналізу доцільності локальних ШІ-моделей як окремого класу

технологій в аудіовізуальному виробництві, з урахуванням практичного досвіду їхнього застосування.

Для уточнення вищевикладеного твердження нами в межах цього дослідження було проведено практичну апробацію локальної моделі автоматичного розпізнавання мовлення в реальних умовах роботи з аудіовізуальними матеріалами. У межах експерименту було транскрибовано шість відеофайлів загальним хронометражем 61 хвилина. Повний цикл обробки зайняв близько 20 хвилин, унаслідок чого для кожного відео було сформовано файл субтитрів та окремий текстовий файл. Отримані результати засвідчили збалансовану якість розпізнавання мовлення, зокрема коректну сегментацію завершених речень, усунення обмовок і слів-паразитів при збереженні змістової цілісності та автентичності оригінального тексту.

Однією із ключових переваг зазначеної методики, на яку вказують і респонденти, і результати апробації, є автономність роботи. Локальна обробка матеріалів не потребує постійного доступу до інтернету, що підвищує стабільність виробничих процесів і зменшує залежність від зовнішніх сервісів. Практичне використання Whisper також підтверджує можливість тонкого налаштування інструменту під мовні та жанрові особливості контенту.

На окрему увагу заслуговує питання захисту персональних даних і конфіденційності. Використання локальних моделей для обробки аудіо- й відеоконтенту може суттєво знизити ризики неконтрольованого передавання чутливої інформації стороннім сервісам (Spiller et al., 2023, p. 3), що має принципове значення в роботі з журналістськими матеріалами, інтерв'ю та контентом з обмеженим доступом. Такий підхід забезпечує контроль над даними на всіх етапах виробничого процесу та відповідає професійним стандартам медіа.

У цьому контексті показовими є положення «Рекомендацій з відповідального використання штучного інтелекту у сфері медіа», розроблені Міністерством цифрової трансформації України. Наприклад, серед базових принципів застосування ШІ-систем у медіа, що діють в інтересах суспільства, окремо наголошується на потребі забезпечення конфіденційності та захисту даних, зокрема недопущення витоку персональної або іншої чутливої інформації під час використання технологій штучного інтелекту (Міністерство цифрової трансформації України, 2024). Отже, можна стверджувати: поєднання результатів опитування, практичної апробації і теоретичних підходів дає підстави розглядати локальні ШІ-моделі не лише як популярні інструменти, а і як доцільний та обґрунтований технологічний вибір для сучасного аудіовізуального виробництва. У наших подальших дослідженнях планується більш ґрунтовний аналіз можливостей локальних ШІ-моделей у процесах

транскрибування, обробки та створення аудіо- й відеоконтенту в професійному медіасередовищі.

Разом з тим, попри очевидні переваги впровадження штучного інтелекту в аудіовізуальні медіа, його активне використання супроводжується низкою викликів та ризиків, що потребують критичного осмислення. Одним із найбільш обговорюваних питань залишається потенційна загроза втрати робочих місць. У професійному середовищі дедалі частіше наголошується, що йдеться не про пряме витіснення людини, а про еволюційні зміни структури професій та перерозподіл функцій. Як зазначає Ніддал Салах-Ельдін, членкиня виконавчої ради Axel Springer (німецький міжнародний медіахолдинг і видавнича компанія), технологічний прогрес традиційно супроводжується зникненням окремих професій і появою нових, однак ключові складники журналістики — розслідування, аналітика, авторські коментарі та інтерв'ю — залишаються сферою, у якій людський фактор є незамінним (European Broadcasting Union, 2024b). Саме ці елементи дослідниця визначає як «сутність журналістики», на якій і має зосереджуватися галузь в умовах поширення генеративного ШІ. Подібну позицію поділяють і представники українського медіаринку. На думку Романа Андрейка, CEO і співвласника медіахолдингу ТРК «Люкс», сучасний етап розвитку штучного інтелекту варто розглядати не як загрозу, а як інструмент підтримки в умовах професійного вигорання креаторів (Данькова, 2025). Дослідник наголошує, що галузь лише починає освоювати потенціал ШІ і наразі не здатна повною мірою оцінити майбутні можливості цих технологій, тому ключовим завданням є не уникнення, а осмислене використання ШІ на різних рівнях медіавиробництва.

Водночас суттєвим викликом залишається проблема достовірності інформації при використанні генеративних систем. Науковці звертають увагу на те, що інструменти ШІ здатні продукувати не лише помилкову або вигадану інформацію, але й робити це у формі переконливого, стилістично якісного контенту, який створює ілюзію авторитетності й точності. Така особливість генеративних моделей підвищує ризики поширення дезінформації, особливо у сфері новинного контенту (Center for News, Technology & Innovation, 2025). При цьому рівень фактичного впровадження ШІ в медіасекторі залишається високим: за даними дослідження CNTI (Центр новин, технологій та інновацій, Вашингтон, США), понад половина компаній у країнах з економікою, що розвивається, вже застосовували ШІ у своїй діяльності, а близько двох третин медіалідерів у різних країнах повідомляють про використання алгоритмів для відбору або рекомендації новинних матеріалів (Center for News, Technology & Innovation, 2025).

Окремим аспектом проблематики є питання довіри аудиторії. Результати дослідження USAID-Internews «Українські медіа, ставлення та довіра у 2024 році» засвідчують суперечливе сприйняття ШІ в українському суспільстві: лише 16 % респондентів вважають, що використання ШІ покращує медіаконтент, тоді як 35 % переконані у протилежному, а ще 33% не змогли визначити своє ставлення (ZMI-NA, 2024). Такий розподіл відповідей свідчить про нестійкий рівень довіри до ШІ-рішень у медіа та про відсутність усталених стандартів їхнього використання.

У контексті зазначеної проблематики результати нашого опитування свідчать (рис. 9), що найбільше етичних і правових запитань у фахівців медіасфери пов'язано з достовірністю та фактичною точністю контенту, згенерованого ШІ (23,8 %), а також з авторськими правами на такі матеріали (19,8 %). Помітною є й стурбованість ризиками маніпуляції громадською думкою (18,1 %), питаннями захисту персональних даних (14,5 %) та можливого завдання шкоди честі й діловій репутації (11,9 %). Дещо рідше згадувалася відсутність прозорості в роботі ШІ-систем (10,1 %), тоді як варіант «інше» обрали лише 1,8 % респондентів.

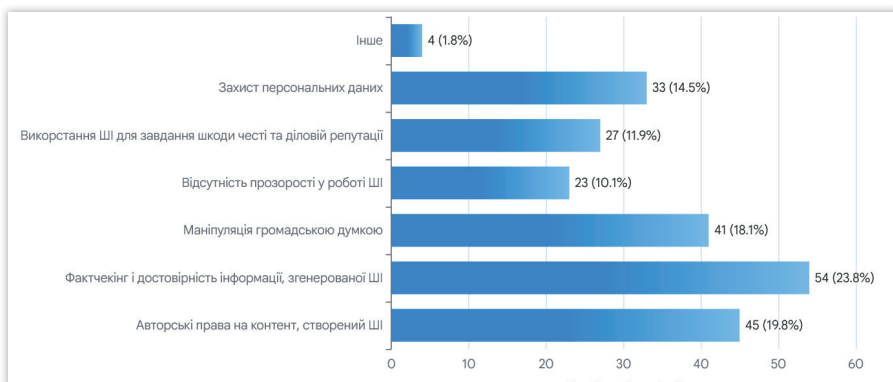


Рис. 9. Результати відповідей стосовно проблеми
«Які етичні та юридичні питання викликає у вас використання ШІ?»
Джерело: авторська розробка

У сукупності ці фактори — побоювання щодо трансформації професійних ролей, ризики поширення недостовірної інформації та низький рівень довіри з боку аудиторії — зумовлюють обережне ставлення до штучного інтелекту в медіасередовищі.

Саме в цьому контексті доцільно розглянути результати опитування серед респондентів (рис. 10), які повідомили, що не використовують технології ШІ у професійній діяльності (16,4 %).

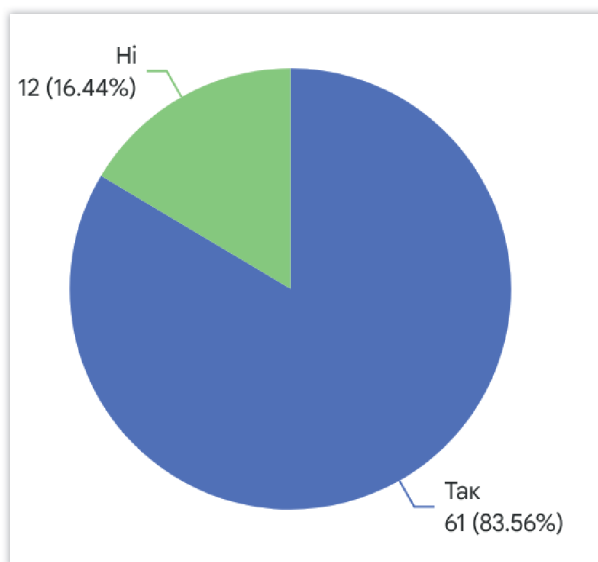


Рис. 10. Результати відповідей на питання
«Чи використовували ви ШІ у своїй професійній діяльності?»
Джерело: авторська розробка

У цій групі переважають фахівці (рис. 11) із тривалим стажем роботи: 41,7 % мають досвід понад 20 років, ще 33,3 % — від 6 до 10 років, що свідчить про більш стримане ставлення до нових технологій серед співробітників із досвідом.

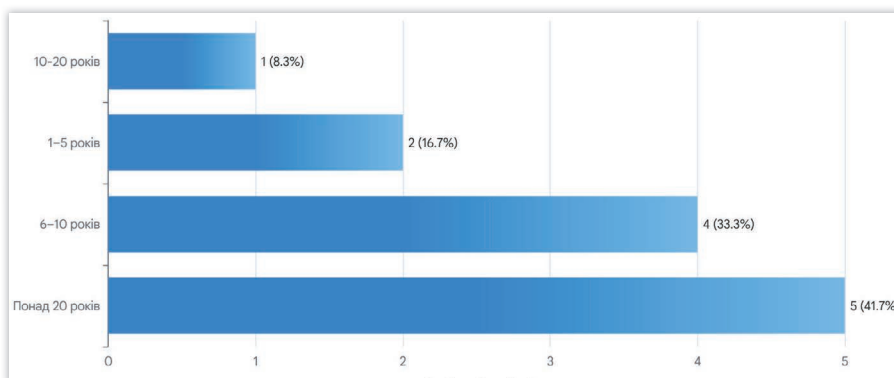


Рис. 11. Результати відповідей на питання «Стаж роботи»
(Вибірка серед респондентів, що не використовують ШІ
у професійній діяльності)
Джерело: авторська розробка

Серед причин невикористання ШІ найчастіше (рис. 12) називаються побоювання зниження якості роботи (31,3 %), нестача знань або навичок (25,0 %), а також етичні та юридичні застереження (18,8 %); водночас 12,5 % респондентів указують на відсутність доступу до необхідних інструментів або не бачать практичної користі для своєї роботи.

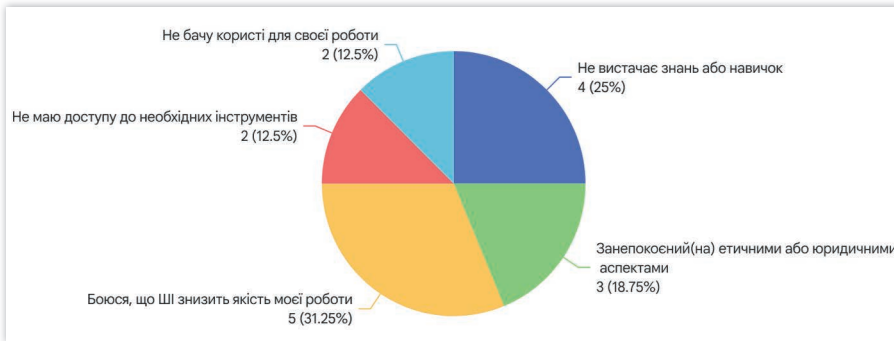


Рис. 12. Результати відповідей на питання
«Чому ви не використовуєте ШІ у своїй професійній діяльності?»
Джерело: авторська розробка

Оцінюючи потенційні загрози (рис. 13), більшість представників цієї групи (58,3 %) вважають, що штучний інтелект радше доповнюватиме роботу людини, ніж замінюватиме її повністю, тоді як 25,0 % респондентів допускають автоматизацію окремих професійних функцій. Водночас 8,3 % опитаних зазначили, що штучний інтелект не становить жодної загрози для їхньої професії, і така ж частка (8,3 %) вагалася з відповіддю.

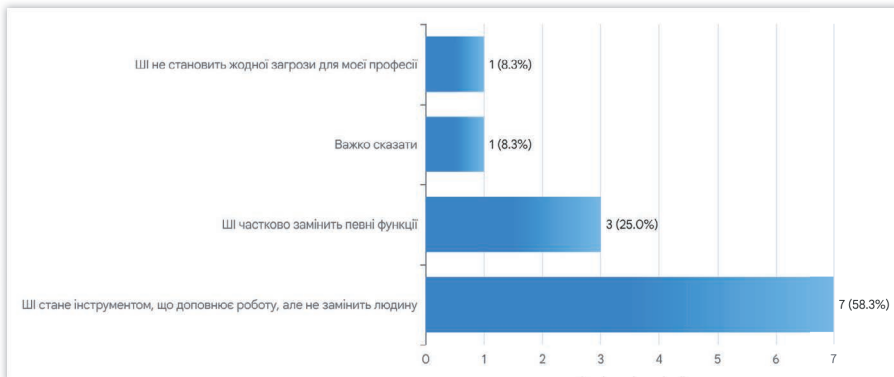


Рис. 13. Результати відповідей на питання
«Наскільки ви відчуваєте загрозу заміни людини ШІ у вашій професії?»
Джерело: авторська розробка

Важливо підкреслити, що жоден із респондентів не обрав варіант відповіді про повну заміну його професії штучним інтелектом, що свідчить про сприйняття технології не як деструктивного чинника, а як інструмента трансформації та підтримки робочих процесів. Отже, потенційна загроза втрати робочих місць у професійному середовищі аудіовізуальних медіа радше розглядається як гіпотетична або віддалена, ніж як актуальна проблема сьогодення. Цей факт частково не збігається з нашими попередніми висновками, що були зроблені на основі окремих міжнародних досліджень, у яких ризик витіснення людської праці розглядається як один із ключових викликів розвитку ШІ. Отримані емпіричні дані свідчать про більш прагматичне сприйняття ШІ українськими практиками галузі, для яких ця технологія насамперед асоціюється з інструментом підвищення ефективності, а не з безпосередньою загрозою професійній зайнятості.

Як ключові умови для ефективного впровадження ШІ респонденти найчастіше (рис. 14) називають навчання і тренінги (33,3 %), фінансову доступність інструментів (33,3 %) та наявність чітких етичних і правових рамок (23,8 %), що вказує на потенційну готовність до поступового впровадження ШІ за умови зниження бар'єрів входу.

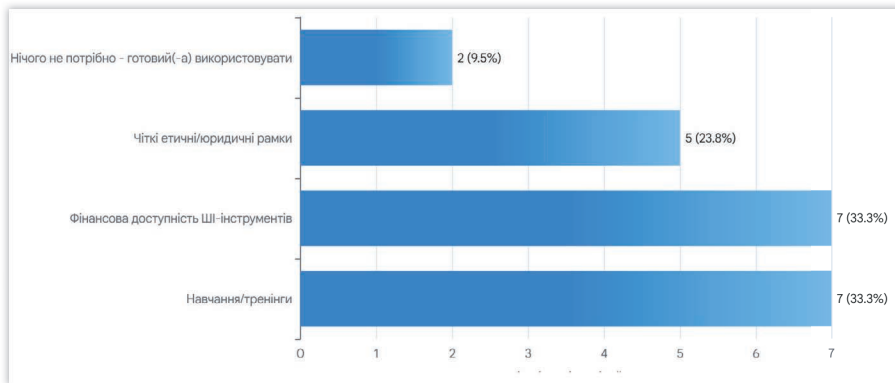


Рис. 14. Результати відповідей на питання
«Що потрібно для ефективного впровадження ШІ у вашій роботі?»

Джерело: авторська розробка

Висновки

Проведене дослідження засвідчує, що технології ШІ вже стали невід'ємним складником професійної діяльності значної частини співробітників українських аудіовізуальних медіа. Результати опитування демонструють високий рівень використання інструментів ШІ в повсякденних виробничих процесах, передусім у завданнях, пов'язаних

з обробкою тексту, мовлення та мультимедійного контенту, а також позитивну оцінку їхнього впливу на ефективність роботи і продуктивність. Водночас результати презентують різний рівень обізнаності та практичного залучення ШІ серед фахівців, що є закономірним для етапу активного формування методології його застосування в національному медіасередовищі.

Важливим результатом дослідження є виявлення стійкого запиту на локальні та автономні ШІ-рішення, що підтверджується і відповідями респондентів, і практичною апробацією моделі автоматичного розпізнавання мовлення Whisper. Отримані емпіричні дані свідчать, що локальні моделі розглядаються практиками не лише як альтернатива хмарним сервісам, а і як окремий технологічний підхід, що забезпечує автономність роботи, можливість тонкого налаштування та підвищений рівень захисту персональних даних. Це особливо актуально для роботи з журналістськими матеріалами з обмеженим доступом і корелює з національними рекомендаціями щодо відповідального використання ШІ у сфері медіа.

Дослідження виявило низку викликів і стримувальних чинників упровадження штучного інтелекту. Серед них — етичні й правові застереження, ризики поширення недостовірної інформації, а також нестійкий рівень довіри аудиторії до ШІ-генерованого контенту. Показовим є те, що, попри поширені в міжнародних дослідженнях побоювання щодо втрати робочих місць, працівники українських медіа здебільшого сприймають ШІ як інструмент підтримки і трансформації професійної діяльності, а не як безпосередню загрозу зайнятості. Така розбіжність між теоретичними оцінками й емпіричними даними загострює важливість контекстного аналізу впровадження ШІ з урахуванням національних, професійних і культурних особливостей.

Загалом результати дослідження дають підстави стверджувати, що ефективна інтеграція технологій ШІ в аудіовізуальні медіа України потребує поєднання технологічних рішень із системним навчанням фахівців, забезпеченням фінансової доступності інструментів та формуванням чітких етичних і правових рамок їх використання. Подальші дослідження доцільно зосередити на глибшому аналізі локальних ШІ-моделей, їх застосуванні в різних сегментах медіавиробництва, а також на вивченні впливу ШІ на довіру аудиторії і трансформацію професійних ролей у довгостроковій перспективі.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Азеев, С. (2024). Інструменти штучного інтелекту в роботі журналіста з аудіовізуальним контентом. *Діалог: Медіастудії*, 30, 7–22. <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2024.30.318416>
- Данькова, Н. (2025, 25 вересня). *На радіо «Люкс» новини готує ШІ*. Детектор медіа. <https://detector.media/infospace/article/244402/2025-09-25-na-radio-lyuks-novyny-gotuie-shi>
- Джолос, О. (2025). Можливості та ризики використання штучного інтелекту в аудіовізуальних та онлайн-медіа України. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Філологія*, 3(17), 82–86. <https://doi.org/10.32689/maur.philol.2025.3.9>
- Крайнікова, Т., Водолазька, С., Рижко, О., & Ситник, О. (2025). *Штучний інтелект у медіях*. Морфеус.
- Лубко, Д. В., & Шаров, С. В. (2019). *Методи та системи штучного інтелекту*. Одноріг Т. В.
- Міністерство цифрової трансформації України. (2024). *Рекомендації з відповідального використання штучного інтелекту у сфері медіа*. <https://storage.thedigital.gov.ua/files/3/f3/1ecd916b1f1b12c29c6e2984ecb0bf33.pdf>
- Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення. (2024, 12 грудня). *Використання штучного інтелекту: рекомендації для медіа, реклами і захисту авторських прав (презентації, відео)*. <https://webportal.nrada.gov.ua/vykorystannya-shtuchnogo-intelektu-rekomendatsiyi-dlya-media-reklamy-i-zahystu-avtorskyh-prav-prezentatsiyi-video/>
- Center for News, Technology & Innovation. (2025, December 1). *Artificial Intelligence in Journalism: How do we enable the benefits and manage the harms of artificial intelligence in journalism?* <https://cnti.org/issue-primers/artificial-intelligence-in-journalism/>
- de-Lima-Santos, M.-F., & Jamil, S. (2024). Bridging the AI divide: Human and responsible AI in news and media industries. *Emerging Media*, 2(3), 335–346. <https://doi.org/10.1177/27523543241291229>
- de-Lima-Santos, M.-F., Yeung, W.N., & Dodds, T. (2025). Guiding the way: A comprehensive examination of AI guidelines in global media. *AI & Society*, 40, 2585–2603. <https://doi.org/10.1007/s00146-024-01973-5>
- European Broadcasting Union. (2024a). *EBU News Report 2024: Trusted journalism in the age of generative AI*. https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/Reports/open/News_report_2024.pdf
- European Broadcasting Union. (2024b, July 18). *For the first time ever, we're seeing a revenue stream from an AI company to a media company*. <https://www.ebu.ch/news/2024/07/for-the-first-time-ever-we%27re-seeing-a-revenue-stream-from-an-ai-company-to-a-media-company>
- Guzman, A. L., & Lewis, S. C. (2024). What generative AI means for the media industries, and why it matters to study the collective consequences for advertising, journalism, and public relations. *Emerging Media*, 2(3), 347–355. <https://doi.org/10.1177/27523543241289239>
- Spiller, T. R., Rabe, F.-L., Ben-Zion, Z., Korem, N., Burrer, A., Homan, P., Harpaz-Rotem, I., & Duek, O. (2023). *Efficient and accurate transcription in mental health research — a tutorial on using Whisper AI for Audio file transcription*. OSF Preprints. <https://doi.org/10.31219/osf.io/9fue8>
- ZMINA. (2024, 10 листопада). *Лише 16 % українців вважає, що штучний інтелект робить медіаконтент кращим — опитування*. <https://zmina.info/news/lyshe-16-ukrayincziv-vvazhaye-shho-shtuchnyj-intelekt-robyt-mediakontent-krashhym-opytuvannya/>

REFERENCES

- Azieiev, S. (2024). Instrumenty shtuchnoho intelektu v roboti zhurnalista z audiovizualnym kontentom [Artificial intelligence tools in journalists' work with audiovisual content]. *Dialog: Mediastudios*, 30, 7–22. <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2024.30.318416> [in Ukrainian].
- Center for News, Technology & Innovation. (2025, December 1). *Artificial Intelligence in Journalism: How do we enable the benefits and manage the harms of artificial intelligence in journalism?* <https://cnti.org/issue-primers/artificial-intelligence-in-journalism/> [in English].
- Dankova, N. (2025, September 25). *Na radio "Liuks" novyny hotuie shI* [On the radio "Lux" news is prepared by AI]. *Detektor media*. <https://detector.media/infospace/article/244402/2025-09-25-na-radio-lyuks-novyny-gotuie-shi> [in Ukrainian].
- de-Lima-Santos, M.-F., & Jamil, S. (2024). Bridging the AI divide: Human and responsible AI in news and media industries. *Emerging Media*, 2(3), 335–346. <https://doi.org/10.1177/27523543241291229> [in English].
- de-Lima-Santos, M.-F., Yeung, W. N., & Dodds, T. (2025). Guiding the way: A comprehensive examination of AI guidelines in global media. *AI & Society*, 40, 2585–2603. <https://doi.org/10.1007/s00146-024-01973-5> [in English].
- Dzholos, O. (2025). *Mozhlyvosti ta ryzyky vykorystannia shtuchnoho intelektu v audiovizualnykh ta onlain-media Ukrainy* [Opportunities and risks of using artificial intelligence in Ukraine's audiovisual and online media]. *Scientific Works of Interregional Academy of Personnel Management. Philology*, 3(17), 82–86. <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2025.3.9> [in Ukrainian].
- European Broadcasting Union. (2024a). *EBU News Report 2024: Trusted journalism in the age of generative AI*. https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/Reports/open/News_report_2024.pdf [in English].
- European Broadcasting Union. (2024b, July 18). *"For the first time ever, we're seeing a revenue stream from an AI company to a media company"*. <https://www.ebu.ch/news/2024/07/for-the-first-time-ever-we%27re-seeing-a-revenue-stream-from-an-ai-company-to-a-media-company> [in English].
- Guzman, A. L., & Lewis, S. C. (2024). What generative AI means for the media industries, and why it matters to study the collective consequences for advertising, journalism, and public relations. *Emerging Media*, 2(3), 347–355. <https://doi.org/10.1177/27523543241289239> [in English].
- Krainikova, T., Vodolazka, S., Ryzhko, O., & Sytnyk, O. (2025). *Shtuchnyi intelekt u mediakh* [Artificial intelligence in the media]. *Morfeus* [in Ukrainian].
- Lubko, D. V., & Sharov, S. V. (2019). *Metody ta systemy shtuchnoho intelektu* [Methods and systems of artificial intelligence]. *Odnoroh T. V.* [in Ukrainian].
- Ministry of Digital Transformation of Ukraine. (2024). *Rekomendatsii z vidpovidalnoho vykorystannia shtuchnoho intelektu u sferi media* [Recommendations for the responsible use of artificial intelligence in the media sector]. <https://storage.thedigital.gov.ua/files/3/f3/1ecd916b1f1b12c29c6e2984ecb0bf33.pdf> [in Ukrainian].
- National Council of Ukraine on Television and Radio Broadcasting. (2024, December 12). *Vykorystannia shtuchnoho intelektu: rekomendatsii dlia media, reklamy i zakhystu avtorskykh prav (prezentatsii, video)* [Use of artificial intelligence: Recommendations for media, advertising and copyright protection (presentation, video)]. <https://webportal.nrada.gov.ua/vykorystannya-shtuchnogo-intelektu-rekomendatsiyi-dlya-media-reklamy-i-zahystu-avtorskykh-prav-prezentatsiyi-video/> [in Ukrainian].
- Spiller, T. R., Rabe, F.- L., Ben-Zion, Z., Korem, N., Burrer, A., Homan, P., Harpaz-Rotem, I., & Duek, O. (2023). *Efficient and accurate transcription in mental health*

research — a tutorial on using Whisper AI for Audio file transcription. OSF Preprints. <https://doi.org/10.31219/osf.io/9fue8> [in English].

ZMINA. (2024, November 10). *Lyshe 16 % ukrainsiv vvazhaie, shcho shtuchnyi intelekt robyt mediakontent krashchym — opytuvannia* [Only 16% of Ukrainians believe that artificial intelligence makes media content better — survey]. <https://zmina.info/news/lyshe-16-ukrayincziv-vvazhaye-shho-shtuchnyj-intelekt-robyt-mediakontent-krashchym-opytuvannya/> [in Ukrainian].

Надійшла: 16.02.2026; Прийнято: 21.03.2026;
Статтю вперше опубліковано онлайн: 04.05.2026



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.