УДК 792.028:004.896

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У ПРОЄКТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Наталія МОГИЛЕВСЬКА – Народна артистка України, доцент кафедри фешн і шоу-бізнесу,
Київський національний університет культури і мистецтв
https://orcid.org/0009-0008-3089-868X
https://doi.org/10.35619/ucpmk.51.1076
kiricenkoandrij32@gmail.com
Олександр ДАРОВАНЕЦЬ – асистент, кафедра фешн і шоу-бізнесу,
Київський національний університет культури і мистецтв, Київ
https://orcid.org/0000-0002-7465-5216
darovanetss@gmail.com,
Андрій КИРИЧЕНКО – асистент, кафедра фешн і шоу-бізнесу,
Київський національний університет культури і мистецтв, Київ
https://orcid.org/0009-0000-6628-9749
kiricenkoandrij32@gmail.com

Актуальність теми дослідження зумовлена проблемами, спричиненими динамічною діджиталізацією методів організації проєктів соціокультурної діяльності. Зокрема, з появою широкодоступних інструментів штучного інтелекту більшість практик змінили методологію своєї оргіназації. *Мета статті* полягає у визначенні та описі потенційних сфер проєктної діяльності, в яких штучний інтелект може застосовуватися для підтримки або заміщення ролей. *Методологічна основа дослідження.* Визначення ролі ШІ базується на теоретичних основах концепції управлінського підходу Міхала Шостака (концепція «Мистецтво управління – управління мистецтвом»), що дозволяє не лише визначити конкретні універсальні сфери впровадження ШІ, а й диференціювати поняття суб'єктності у відповідних зразках проєктної діяльності. *Результати* дослідження засвідчують дві можливі ролі штучного інтелекту в проєктній діяльності: «допомоги» (в якості допоміжного інструменту) та «заміщення» (самогенерації). *Наукова новизна результатів* дослідження полягає у розкритті соціокультурної важливості впровадження ШІ в процеси управління проєктами. Стаття висвітлює досвід авторів у генерації креативного контенту для реалізації проєктної діяльності в рамках освітнього процесу, а також унаочнює результати аналітичного огляду сучасних практик заміщення ролі «творця» шляхом впровадження машинного самонавчання.

Ключові слова: машинне навчання, проєктна діяльність, креативний ШІ, стильова репрезентація, суб'єктність.

Актуальність проблеми. В умовах динамічної діджиталізації проєктний менеджмент є ключовим аспектом успішної реалізації виробничих процесів. Із появою широкодоступних інструментів генеративного штучного інтелекту (особливо з 2022 р.) більшість практик змінили методологію своєї організації. Незважаючи на значне впровадження нових обчислювально-аналітичних технологій, зокрема у соціокультурній сфері, існуючі підходи до управління проєктами здебільшого мають труднощі у застосуванні, пов'язані з динамічними змінами в соціокультурному, екологічному та політичному вимірах країни.

У контексті загострення збройного конфлікту важливою вимогою до проєктної діяльності стає особливість сталого розвитку, потреба в гнучкості, людино-орієнтованості ознак організованої проєктної діяльності. Нові інструменти стають «співтворцями» для споживачів, впливаючи на їхні рішення та взаємодію з брендом. Незаперечний вплив цих інструментів на вдосконалення або навіть заміну людських робочих процесів є очевидним [29; 84–93]. Ці фактори зумовлюють потребу у впровадженні інноваційних підходів, здатних адаптуватися до мінливих умов і викликів часу. У розрізі перелічених вище проблем, упровадження технології штучного інтелекту (ШІ) в проєктні практики креативної індустрії може стати вирішальним фактором для оптимізації процесів управління проєктами.

Важливим фактором дослідження є затвердження стратегічного плану Horizon Europe 2025–2027, в якому діджиталізація є одним з основних завдань [17]. Від фундаментальних досліджень до проривних інновацій та впровадження інноваційних рішень, стратегічний план спрямовує інвестиції в зелений та цифровий перехід, будуючи більш стійку, конкурентоспроможну, демократичну та інклюзивну Європу. У динамічному контексті гнучких організаційних і технологічних процесів із застосуванням ШІ створюються умови для підвищення ефективності проєктної діяльності.

Аналіз останніх публікацій. Сучасні практики впровадження штучного інтелекту в проєктну діяльність зумовлюються трансформацію методологічних принципів організації виробництва, підвищуючи ефективність управління проєктами [1], автоматизуючи рутинні завдання [5; 85–90], створюючи креатив для просування результатів [2], здійснюючи постійний моніторинг роботи команди [4; 59–65] та аналітичну звітність для подальших перспектив [10].

© Могилевська Н., Дарованець О., Кириченко А., 2025 р.
Стаття поширюється на умовах ліцензії CC BY 4.0

Зокрема, український дослідник А. Воронюк дослідив вплив ШІ-впровадження на управління ризиками, визначивши, що дана технологія надає широкі можливості для аналізу великих обсягів даних, що підвищує точність прогнозування ризиків та знижує їх вплив на проєктну діяльнсть. Його дослідження демонструє широкі можливості ШІ не лише в автоматизації рутинних завдань, але й підвищенні ефективності реалізації проєктів. Разом із тим, він наполягає на постійному перегляді результатів генерації задля уникнення упередженості та фальсифікації.

Розгляд питання впровадження ШІ у проєктну діяльність здебільшого базується на твердженні, що обчислювальні системи імітують людську поведінку [21; 1425–1433]. Вчені сходяться на думці, що досі не існує такої технології штучного інтелекту, яка була б самосвідомою та незалежною [19; 1–18]. Натомість Дж. Літман зазначає, що «закони про авторське право стають застарілими, коли технологія робить застарілими припущення, на яких вони базуються» [26; 22]. С. Лігон стверджує, що потрібно визнати оригінальність продуктів, створених ШІ і поставити питання про суб'єктивність штучних авторів [25; 51]. Подібну думку висловлюють науковці Ж. Ву, Д. Джі, К. Ю, Кс. Джен та М. Шідуджаман, указуючи, що модель співтворчості є переконливою, коли застосовується до шести етапів творчого процесу. Цей проєкт із шести етапів останні називають «творчістю штучного інтелекту». Ці етапи включають сприйняття, мислення, вираження, співпрацю, побудову та тестування, що дуже нагадує традиційні творчі процеси [36].

Разом із тим, науковці наполягають на обмеженні застосуванні ШІ у написанні літературних текстів. Як результат, це може призвести до зменшення різноманітності змісту в літературі, що потенційно вплине на довгострокові творчі інновації [14]. Останнє є важливим фактором для досягнення стратегічних цілей в умовах сучасного конкурентного ринку. Отже, тематика даного дослідження є актуальною і затребованою, що і підтверджує аналіз публікацій науковців.

Невирішені питання. Виявлена розбіжність поглядів на проблематику дослідження зумовлює концептуалізацію питання суб'єктності шляхом аналізу практик впровадження ШІ в проєктну діяльність. Разом із тим, варто зауважити, що всі ці аспекти функціонування штучного інтелекту постійно переглядаються у наукових публікаціях, тому дослідницька увага приділяється лише деяким розвідкам, які найбільш розкривають проблематику дослідження. Як результат, огляд літератури має невичерпний характер, висвітлює лише фрагментарно досвід впровадження ШІ у проєктній діяльності.

Мета статті полягає у визначенні потенційних сфер проєктної діяльності, в яких штучний інтелект може застосовуватися для підтримки або заміщення ролей.

Методологія дослідження базується на критичному огляді літератури з основних концепцій управління творчим процесом та класифікації рішень у галузі штучного інтелекту. Теоретичну основу складає концепція управлінського підходу М. Шостака (концепція «Мистецтво управління – управління мистецтвом») із використанням метафори організації як твору мистецтва [33; 351–368], що дозволяє розглядати управління з естетичної точки зору, визначати не лише конкретні універсальні сфери впровадження ШІ, а й диференціювати поняття суб'єктності у відповідних зразках проєктної діяльності. Польський науковець досліджує процес сприйняття результатів генерації, культурні та соціальні контексти, подолання естетичних кордонів, етичні міркування. «Поширюючи теорію естетичної ситуації в сферу менеджменту і розглядаючи творця як менеджера естетичної ситуації, можна сказати, що рефлексивність відіграє вирішальну роль у процесі самоуправління та управління естетичною ситуацією» – зазначає М. Шостак [33; 172].

Наукова новизна. У дослідженні застосовано комплексний аналіз існуючого досвіду впровадження штучного інтелекту в проєктну діяльність, щоб забезпечити можливість використання елементів з будь-якої точки зору як стандартизуючого елемента. Зокрема, дослідження частково грунтується на принципах інтегрованих маркетингових комунікацій (ІМК), спираючись на визначення Дж. Кліачко та Р. Уттамчандані [22; 201–220] щодо важливості впровадження просувних технологій задля людино-орієнтованості бізнес-процесів стратегічного управління.

Результати дослідження. 1. Теоретичний концепт функціонування ШІ в проєктній діяльності. Технологія штучного інтелекту дозволяє виконувати завдання (вирішувати проблеми, навчання, міркування, сприйняття, розпізнавання мови, переклад і прийняття рішень) у певній послідовності, запрограмованих людиною [7]. Алгоритм машинного навчання може знаходити взаємозалежності, особливості та правила в кожній множині завантажених об'єктів. Обробивши значну кількість даних, нейромережа узагальнює дані і формує в їх дата-сети.

Існує два загальновживаних терміни: слабкий і сильний штучний інтелект. Слабкий штучний інтелект передбачає виконання конкретного завдання, адже система ШІ спеціалізується на виконанні запрограмованих функцій [15]. Натомість сильний штучний інтелект може володіти когнітивними здібностями, подібними до людських, що дозволяє штучній системі виконувати будь-які інтелектуальні завдання, які може виконувати людина. Варто зазначити, що на даний момент немає в загальному доступі доказів існування сильного штучного інтелекту, однак згідно теорії сингулярності ця перспектива

можлива ближче до 2035 р. [32; 37–49]. На відміну від поширеної думки, варто підкреслити, що штучний інтелект, що використовується у творчих галузях, не належить до категорії сильного штучного інтелекту. Він базується на наданих йому даних і може створювати лише в рамках, визначених його творцями (Cetinic & She, 2022). Нейромережі, що навчаються на базах даних для генерації розширених послідовностей, слугують основою більшості сучасних генеративних інструментів штучного інтелекту (ChatGPT і GPT-4, Copilot, BERT, Bard, Midjourney AI, Leonardo.AI, KLING AI).

Упровадження ШІ у проєктний менеджмент дозволяє автоматизувати певні виробничі процеси, підвищити рівень аналітичної роботи та забезпечити адаптивність до динамічних ринкових змін, що є ключовими факторами ефективного управління в сучасних умовах невизначеності.

По-перше, штучний інтелект використовується для створення музики шляхом аналізу шаблонів і структур з великих наборів даних музичних композицій (Lopez de Mantaras & Arcos, 2002). Проте ця форма творчості не отримала широкого визнання, а програми, спрямовані на її розвиток, все ще перебувають на стадії розробки (наприклад, Avva, Jukedeck, Suno, Udio, ElevenLabs, NotebookLM).

По-друге, завдяки ШІ можливо автоматично генерувати текст для публікацій, адаптувати його під різні формати соціальних мереж (наприклад, ChatGPT, Gemini, Perplexity, Claud, Google Bard). Моделі штучного інтелекту вже здатні генерувати поезію та романи [23]. Наразі загальнодоступні додатки, які генерують зображення (наприклад, Midjourney, DeepDream, Runway M), і використовують різні модальності для взаємодії з людьми (наприклад, Gemini (чат-бот)). Runway M, KLING AI, Sora, Hailuo, Adobe Firefly дозволяє інтерактивно та творчо досліджувати можливості штучного інтелекту, надаючи художникам контроль над кінцевим використанням згенерованого контенту. Також ШІ допоможе аналізувати ефективність кожної публікації, пропонуючи рекомендації щодо охоплення та залучення аудиторії.

По-третє, художники створюють інтерактивні інсталяції зі штучним інтелектом, які реагують на рухи, емоції або зміни навколишнього середовища аудиторії [12]. Прикладом можуть слугувати проєкти «NOOR» та «AIBO», організовані за участі компаній «Isolation Foundation» та «IZONE Creative Association», що являють собою імерсивні вистави з ефектом повного занурення. На головній героїні вистави розміщені датчики, які шляхом електроенцефалограми сприймали дані про її стан і трансофмували в певні символи та кольори на екрані. Крім того, алгоритми штучного інтелекту можуть використовуватися в додатках доповненої та віртуальної реальності для створення імерсивних художніх вражень. Такі додатки вже можна побачити у віртуальних художніх галереях (Kwon & Morrill, 2022). У такий спосіб саме ШІ стає творцем імерсивної вистави, представивши на екрані результати своєї алгоритмічної діяльності.

2. Механіко-людська діяльність в проєктній діяльності.

Цифрові двійники, віртуальні версії фізичних систем, складні структури автоматизованої системи зберігання – інваріації сучасного роботизованого процесу. Цифрові двійники мають унікальну здатність моделювати поточну конструкцію та майбутню поведінку системи для підтримки широкого спектру завдань, таких як віртуальне введення систем в експлуатацію, оптимізація виробництва або забезпечення профілактичного обслуговування.

Наступним кроком є створення кіборга, який буде повністю контролюватися людиною в єдиному механізмі. Чіпи N1 Ілона Маска, імплантовані в людський мозок, та інші протези дозволяють безпосередньо взаємодіяти з обчислювальними пристроями для виконання механічно-людських дій. Ці вдосконалення можуть поліпшити пам’ять або дозволити взаємодію з обчислювальними пристроями для здійснення «технічно-живої» діяльності. У системі віртуального середовища комп’ютер генерує сенсорні імпульси органів чуття людини. Тип і якість цих даних визначають рівень занурення і відчуття перебування у віртуальній реальності. Інформація має бути високої роздільної здатності, якісною та узгодженою на всіх екранах, вона повинна надаватися всім органам чуття користувача. Враховуючи вищесказане, митець у практиці створення віртуального контенту є автором процесу культуротворення, у той час як користувач є реципієнтом, адже творчий акт здійснюється шляхом сканування його інтелектуальної діяльності.

Прикладом художника-кіборга є феномен Ніла Гарбіссона (2019 р.), який має імплантати, що дозволяють йому чути кольори. З іншого боку, відомі експерименти, проведені художником і драматургом Ріком Ландером з ехоборгами – людьми, які говорять і створюють речі шляхом виконання ШІ-інструкцій [8]. Впродовж останніх років розроблялася концепція ехоборгів, яка передбачала підключення художників-людей до комп’ютера за допомогою навушників, які вимовляли діалоги, згенеровані штучним інтелектом.

Прикладом слугує Echoborg Program – інтерактивна вистава, в якій актриса Марі-Елен Бойд взаємодіє з аудиторією, перебуваючи під контролем прихованої системи штучного інтелекту. Сценарій вистави створений художником і драматургом Ландером, який використовував концепцію

ехоборга, розроблену соціальними психологами Кевіном Корті та Алексом Гіллеспі. Мета проєкту – колективно подумати про вплив автоматизації на людей, при цьому штучний інтелект навчається від глядачів і має свої власні цілі. Відтак, кожна вистава є унікальною – вона залежить від розмови [8].

Інтерфейс «мозок-комп'ютер» (BCI – brain-computer interface) – це технологія, що дозволяє людині керувати протезами або давати вказівки комп'ютеру, використовуючи лише сигнали мозку. BCI «використовують штучно генеровані електричні сигнали для стимуляції мозкової тканини з метою передачі певного типу сенсорної інформації або моделювання певної неврологічної функції» [21].

Хоча ця технологія ще перебуває на початковій стадії розвитку, припускаємо, що інтерфейс «мозок-комп'ютер» матиме потенціал для вираження сигналів мозку, що представляють творчу думку, а не сигналів, що генеруються для фізичного вираження цієї думки.

3. Виклики, пов'язані з інтеграцією штучного інтелекту.

3.1. Упередженість результатів функціонування алгоритмів.

Результати огляду практик ехоборгів, кіборгів та генерації креативного контенту порушують важливі питання правильності/упередженості отриманих результатів, адже думка про те, що інтерфейс «мозок-комп'ютер» може функціонувати невірно, спонукає задуматися над подальшими перспективами.

Упередженість штучного інтелекту призводить до надання переваги або дискримінації певних груп або результатів [31]. Це відбувається з кількох причин: навмисно введений розробником алгоритм або сфабриковані, негігієнічні дані, малий об'єм даних або їхня неактуальність. Поява упередженості може призвести до спотворених результатів і, як наслідок, до неетичних дій.

У 2022 р. проти компанії Apple було подано позов до суду через те, що дані датчика кисню в крові користувача Apple Watch формувались упереджено у ставленні до темношкірих людей. Подібний випадок стосувався Twitter, який надавав перевагу в кадруванні облич білошкірих людей, а не темношкірих, жінкам, а не чоловікам. Відтак, упередженість може становити значні обмеження з точки зору натхнення для творчого процесу. Залежно від даних, на яких базуються алгоритми, значна частина інформації, яка могла б слугувати користувачу важливим джерелом інформації у творчому процесі, не береться до уваги. У результаті користувач опиняється «в інформаційній бульбашці», яка обмежує його можливості та гальмує творчий процес. У серпні 2020 р. Роберт МакДеніел став об'єктом кримінального правопорушення завдяки алгоритму прогнозування поліцейського департаменту Чикаго, який позначав його як «особу, яка становить інтерес» [3].

Проблема упередженості корелюється з питаннями авторства, адже машинне навчання базується на результатах людської діяльності, створює генеративний продукт, що містить у собі контент реальних художніх творів (музичних, образобворчих, просторових тощо). Доказовим є метод перенесення стилю творця. Зокрема, генеративні змагальні мережі (GAN) – тип алгоритму машинного навчання, застосовуються для створення продукту на основі заданого набору параметрів та модифікації вже існуючого інваріанту [16; 326]. Здійснена с*тильова репрезентація* вказує лише на ознаки імітації традиційних технік виконання [6;187–195]. «Система використовує нейронні репрезентації для розділення та рекомбінації змісту та стилю довільних зображень, забезпечуючи нейронний алгоритм створення художніх зображень з високою якістю сприйняття» [6; 190].

Істотним обмеженням у сфері упереджень штучного інтелекту є відсутність усвідомлення їхнього існування. Не існує об'єктивних систем, які б контролювали рівень упередженості в певній системі, і, як наслідок, їх важко виявити. Тільки експериментуючи з певною програмою, люди можуть помітити певні обмеження, що може значно подовжити творчий процес і викликати розчарування в учасниках дійства. Загальнодоступні моделі генеративного штучного інтелекту, які можуть використовуватися у творчих процесах, базуються на великих обсягах даних, але не зрозуміло, наскільки вони широкі і чи не обмежують вони користувача. Оскільки творці лише вчаться співіснувати з генеративним штучним інтелектом, вони повинні бути обізнані з низкою обмежень та етичних викликів, пов'язаних з його використанням, що більш детально описано в наступному розділі статті.

3.2. Проблема суб'єктності в AI-практиках.

«Сутність процесу сприйняття твору мистецтва полягає в естетичному досвіді, тобто досвіді взаємодії людини з творами мистецтва або творіннями природи, завдяки якому вона досягає естетичних цінностей, притаманних їм. Ключовим у процесі сприйняття є інтерпретація, контекстуальне дослідження, спрямоване на виокремлення та пояснення внутрішнього значення явища» [34; 182]. Трансформаційний потенціал ШІ-інструментів здатен революціонізувати творчий процес, докорінно змінивши те, як творці задумують ідеї та втілюють їх у життя. Алгоритми, моделі, обчислювальні методи та методології використовуються для створення інтелектуальних систем, які можуть імітувати людську поведінку, автоматично виконувати завдання та навчатися на основі даних.

Тим не менш, розробка систем на основі ШІ-систем часто спирається на набори даних, що містять матеріали, захищені авторським правом, що викликає палкі дебати в різних сферах; ці ШІ-системи часто базуються на інформації з онлайн-джерел без явного дозволу, що спонукає до серйозного вивчення питань, пов'язаних із правами інтелектуальної власності та обмежень добросовісного використання [35; 1–10]. Впровадження штучного інтелекту в соціокультурну сферу порушує етичні питання, починаючи від його потенційного впливу на людську творчість і автономію, завершуючи фундаментальною автентичністю та цінністю творів мистецтва, створених штучним інтелектом. Одне з нагальних питань стосується побоювань, що штучний інтелект може затьмарити або зменшити людську творчість та автономію в художньому процесі. Оскільки штучний інтелект бере на себе завдання, які традиційно виконували митці, існує ризик відсутності або недооцінки людської творчості [28]. Над те, поширення штучного інтелекту загрожує емоційному та особистісному зв'язку, що потенційно може призвести до дегуманізації художньої діяльності. Втрата цієї емоційної глибини може призвести до повної комерціалізації проєктів соціокультурної діяльності, позбавленого автентичності, притаманної людському самовираженню [8; 20]. Непрозорість процесу створення мистецтва штучним інтелектом створює проблеми щодо відповідальності та автентичності.

Крім того, нездатність штучного інтелекту повністю взаємодіяти з людськими цінностями та емоціями ставить під загрозу автентичність та емоційну глибину творів мистецтва, на які впливає штучний інтелект. Традиційна роль рефлексивності в мистецтві також може бути змінена штучним інтелектом, що потенційно зменшить особисту та емоційну залученість як творців, так і споживачів до творів мистецтва. Більше того, етичні міркування поширюються на сприйняття мистецтва, створеного штучним інтелектом, оскільки прийняття ролі штучного інтелекту в творчому процесі та загальне сприйняття його участі сильно різняться. Вплив штучного інтелекту на ціноутворення та оцінку творів мистецтва є ще одним фактором занепокоєння, оскільки він може спотворити традиційну динаміку ринку та критерії оцінки. Таким чином, інтеграція штучного інтелекту в виробництво мистецтва вимагає ретельного вивчення та врахування його наслідків для людської творчості, автономії, автентичності та суспільних цінностей.

Висновки. Результати дослідження доводять, що застосування штучного інтелекту у проєктній діяльності має суттєвий вплив на оптимізацію процесів управління, підвищення ефективності та адаптивності бізнес-моделей. Впровадження штучного інтелекту у виробничі процеси сприяє створенню креативних стратегій управління ризиками та генерації відповідного контенту, що є важливими факторами для успішного функціонування в умовах невизначеності. Впровадження ШІ дозволяє здійснювати багатовекторний аналіз даних у режимі реального часу, що забезпечує більш точне прогнозування ринкових трендів та потенційних викликів. Це, в свою чергу, дозволяє компаніям ефективніше розподіляти ресурси та впроваджувати інновації, підвищуючи свою операційну ефективність. Такі дослідження дозволили б планувати творчий процес більш продумано та стабільно.

Впровадження штучного інтелекту в соціокультурну сферу порушує етичні питання, починаючи від його потенційного впливу на людську творчість і автономію, завершуючи фундаментальною автентичністю та цінністю творів мистецтва, створених штучним інтелектом. Одне з нагальних питань стосується побоювань, що штучний інтелект може затьмарити або зменшити людську творчість та автономію в художньому процесі. Вплив штучного інтелекту на ціноутворення є ще одним фактором занепокоєння, оскільки він може спотворити традиційну динаміку ринку та критерії оцінки.

На основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що штучний інтелект реалізує допоміжну роль в організації проєктної діяльності. Проте, постійний розвиток цієї технології в рамках функціонування інтерфейсу «мозок-комп'ютер» може перевести її в роль заміщення суб'єкта творчості. Адже сучасні практики протезування чіпів та механізованих частин доводять можливість штучного інтелекту до самонавчання, вдосконалення та самогенерації.

Список використаної літератури

1. Бушуєв С., Бушуєв Д., Бушуєва В., Бушуєва Н., & Тихонович Ю. Розробка стратегічного управління проєктами під впливом штучного інтелекту. *Вісник Нац. технічн. ун-ту «ХПІ». Серія: Стратегічне управління, управління портфелями, програмами та проектами*, 2024. 1 (8). https:// doi.org/10.20998/2413-3000.2024.8.1 4.

2. Воронюк А. Твій AI маркетолог. Як вивільнити 15,5 годин щотижня з маркетингової рутини. *ArtHuss*, 2025. 212 с.

3. Саджид С. Упередження ШІ та культурні стереотипи: наслідки, обмеження та пом'якшення. *Unite.* 2023. https://www.unite.ai/uk/ai-bias-cultural-stereotypes-effects-limitations-mitigation/

4. Свінцицька О. М., Сугоняк І. І., & Пулеко І. В. Оптимізація бізнес-процесу на основі інформаційної технології

в комунікаціях ІТ-проєктів. *Технічна інженерія*, 2021. 1 (87) P. 59–65. doi.org/10.26642/ten-2021-1 (87)-59-65

5. Скляренко О. В., Федік О. І., & Колодінська Я. О. Digital рішення для управління проектами та бізнес-процесами в умовах сучасних викликів. *Економіка і управління*, 2021. 2. С. 85–90.

6. Совгира Т. І. Технологія у створенні художнього твору та організації творчого процесу. *Питання культурології,* 2021. 38. С. 187–195.

7. Akerkar R. Springer briefs in businees. Artificial intelligence for business. Springer, 2019. https:// doi.org/10.1007/978-3-319-97436-1

8. Am Echoborg. (2024). About. https://echoborg.com/about.html

9. Ingarden R. (1970). Studia z estetyki (T. 3) [Studies in aesthetics (Vol. 3)]. Państwowe Wydawnictwo Naukowe.

10. Bainey K. AI-Driven Project Management: Harnessing the Power of Artificial Intelligence and ChatGPT to Achieve Peak Productivity and Success. John Wiley and Sons Ltd. 2024. 384 p.

11. Breakthrough Technology for the Brain [site]. URL : https://neuralink.com/ (дата звернення: 15.08.2022).

12. Chen X., & Ibrahim Z. A comprehensive study of emotional responses in AI-enhanced interactive installation art. *Sustainability*, 2023. 15 (22). https:// doi.org/10.3390/su152215830.

13. Cetinic E., & She J. Understanding and creating art with AI: Review and outlook. *ACM Transactions on Multimedia Computing, Communications, and Applications,* 2022. 18 (2). P. 1–22. https://doi.org/10.1145/3475799

14. Doshi A. R., & Hauser O. P. Generative artificial intelligence enhances creativity but reduces the diversity of novel content. *Science Advances*, 2024. 10 (28). https://doi.org/10.1126/sciadv.adn5290

15. Flowers J. Ch. (2019, 25–27 March). Strong and weak AI: Deweyan considerations. In A. Chella, D. Gamez, P. Lincoln, R. Manzotti, & J. Pfautz (Eds.), *TOCAIS* 2019: *Towards Conscious AI Systems. Papers of the 2019 Towards Conscious AI Systems Symposium Co-Located with the Association for the Advancement of Artificial Intelligence 2019 Spring Symposium Series* (AAAI SSS-19), Stanford, California, United States. https://ceur-ws.org/Vol-2287/paper34.pdf

16. Gatys L. A., Ecker A. S., Bethge M. A. Neural Algorithm of Artistic Style. *Journal of Vision,* 2016. 16 (12), 326 s. doi: 10.1167/16.12.326

17. European Commission: Directorate-General for Research and Innovation (2024). Horizon Europe strategic plan 2025-2027. Publications Office of the European Union. https://data.europa.eu/doi/10.2777/092911

18. Haase J., & Hanel P. H. P. Artificial muses: Generative artificial intelligence chatbots have risen to human-level creativity. *Journal of Creativity*, 2023. 33 (3). https://doi.org/10.1016/j.yjoc.2023.100066

19. Hadzi A. & Roio D. Restorative justice in artificial intelligence crimes. *Journal forDigital Cultures*, 2020. 5. P. 1-18.

20. Harbisson N. Hearing colors: My life experience as a cyborg. In X. Pavie (Ed.), *Creativity, imagina-tion and innovation: Perspectives and inspirational stories,* 2019. P. 117–126. World Scientific. doi.org/ 10.1142/9789813273009_0015I

21. Janjanam L., Saha S. K., Kar R. & D. Mandal. Wiener model-based system identification using moth flame optimised Kalman filter algorithm. *SIViP,* 2022. 16, P. 1425-1433.

22. Kliatchko J., & Uttamchandani R. A new framework for IMC planning. *Journal of Marketing Communications*, 2024. 30 (2). P. 201–220.

23. Köbis, N., & Mossink, L. D. Artificial intelligence versus Maya Angelou: Experimental evidence that people cannot differentiate *AI-generated from human-written poetry. Computers in Human Behavior*, 2021. 114. https:// doi.org/ 10.1016/j.chb.2020.106553

24. Kwon H., & Morrill K. (2022). Virtual reality: Immersive and situated art education with 360-degree cam-eras, and augmented and virtual reality technology. *Art Education*, 2022. 75 (4). P. 27–32. doi.org/ 10.1080/00043125.2022.2053458

25. Ligon S. AI Can Create Art, but Can It Own Copyright in It, or Infringe? *LEXIS*, 2019. 51. https:// plus.lexis.com/api/permalink/921f2d6f-b054-41cf-b07f-8e3724a08702/?context=1530671

26. Litman J. Digital Copyright, 3 th ed. Amherst, N.Y. : Prometheus Books, 2006.

27. Lopez de Mantaras, R., & Arcos, J. L. AI and music: From composition to expressive performance. *AI Magazine,* 2002. 23 (3). P. 43–57.

28. Modliński, A., & Moreira Pinto, L. Managing substitutive and complementary technologies in cul-tural institutions: *Market/mission perspectives. Journal of Contemporary Management Issues*, 2020. 25 (Special Issue). P. 1–10. https:// doi.org/10.30924/mjcmi.25.s.2

29. Pavlik J. V. Collaborating with ChatGPT: Considering the implications of generative artificial in- telligence for journalism and media education. *Journalism and Mass Communication Educator*, 2023. 78 (1). P. 84–93. https://doi.org/10.1177/10776958221149577

30. Ragheb M. S., Qureshi A., & Zeki A. M. Intelligence projects: Analyzing and reviewing AI capabilities in IT project management. In *5th International Conference on Communication Engineering and Computer Science (CIC-COCOS'24). Cihan University-Erbil Conferences,* 2024. conferences.cihanuniversity.edu.iq /index.php/COCOS/ COCOS24/paper/view/1560

31. Roselli D., Matthews J., & Talagala N. (2019, 13–17 May). Managing bias in AI. In L. Liu & R. White (Eds.), WWW *'19: Companion Proceedings of the 2019 World Wide Web Conference* (P. 539–544), San Fran-cisco, United States. Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/3308560.3317590

32. Sovhyra T. Technology Singularity in Culture: the Urgency of the Problem in the COVID-19 Pandemic. *Journal of Urban Culture Research*, 2021. 22. P. 37–49.

33. Szostak M., & Sułkowski Ł. Manager as an artist: Creative endeavour in crossing the borders of art and

organizational discourse. *Creativity Studies*, 2020. 13 (2). P. 351–368. DOI: 10.3846/cs.2020.11373.

34. Szostak M. Reflexivity in Aesthetic Situation Management. *Discourses on Culture*, 2023. 20 (1). P. 161-198. https://doi.org/10.2478/doc-2023-0015

35. Veiga A. P. Generative ominous dataset: Testing the current public perception of generative art. In Proceedings of the 20 th international conference on culture and computer science: Code and materiality, 2023. P. 1–10.

36. Wu Zh., Ji D., Yu K., Zeng X., Wu D., & Shidujaman M. (2021). AI creativity and the human–AI co-cre-ation model. In M. Kurosu (Ed.), *Human–Computer Interaction: Theory*, *Methods and Tools*, *HCII 2021*, *Lecture Notes in Computer Science.* P. 171–190. Springer Nature. https://doi.org/10.1007/978-3-030-78462-1_13

References

1. Bushuiev S., Bushuiev D., Bushuieva V., Bushuieva N., & Tykhonovych Yu. Rozrobka stratehichnoho upravlinnia proiektamy pid vplyvom shtuchnoho intelektu. Visnyk Nats. tekhnichn. un-tu «KhPI». Seriia: Stratehichne upravlinnia, upravlinnia portfeliamy, prohramamy ta proektamy, 2024. 1 (8). doi.org/10.20998/2413-3000.2024.8.1 4.

2. Voroniuk A. Tvii AI marketoloh. Yak vyvilnyty 15,5 hodyn shchotyzhnia z marketynhovoi rutyny. ArtHuss, 2025. 212 c.

3. Sadzhyd S. Uperedzhennia ShI ta kulturni stereotypy: naslidky, obmezhennia ta pomiakshennia. Unite. 2023. https://www.unite.ai/uk/ai-bias-cultural-stereotypes-effects-limitations-mitigation/

4. Svintsytska O. M., Suhoniak I. I., & Puleko I. V. Optymizatsiia biznes-protsesu na osnovi informatsiinoi tekhnolohii v komunikatsiiakh IT-proiektiv. Tekhnichna inzheneriia, 2021. 1 (87) R. 59–65. doi.org/10.26642/ten-2021-1 (87)-59-65

5. Skliarenko O. V., Fedik O. I., & Kolodinska Ya. O. Digital rishennia dlia upravlinnia proektamy ta biznes-protsesamy v umovakh suchasnykh vyklykiv. Ekonomika i upravlinnia, 2021. 2. S. 85–90.

6. Sovhyra T. I. Tekhnolohiia u stvorenni khudozhnoho tvoru ta orhanizatsii tvorchoho protsesu. Pytannia kulturolohii, 2021. 38. S. 187–195.

7. Akerkar R. Springer briefs in businees. Artificial intelligence for business. Springer, 2019. https:// doi.org/10.1007/978-3-319-97436-1

8. Am Echoborg. (2024). About. https://echoborg.com/about.html

9. Ingarden R. (1970). Studia z estetyki (T. 3) [Studies in aesthetics (Vol. 3)]. Państwowe Wydawnictwo Naukowe.

10. Bainey K. AI-Driven Project Management: Harnessing the Power of Artificial Intelligence and ChatGPT to Achieve Peak Productivity and Success. John Wiley and Sons Ltd. 2024. 384 p.

11. Breakthrough Technology for the Brain [site]. URL : https://neuralink.com/ (data zvernennia: 15.08.2022).

12. Chen X., & Ibrahim Z. A comprehensive study of emotional responses in AI-enhanced interactive installation art. Sustainability, 2023. 15 (22). https:// doi.org/10.3390/su152215830.

13. Cetinic E., & She J. Understanding and creating art with AI: Review and outlook. ACM Transactions on Multimedia Computing, Communications, and Applications, 2022. 18 (2). R. 1–22. https://doi.org/10.1145/3475799

14. Doshi A. R., & Hauser O. P. Generative artificial intelligence enhances creativity but reduces the diversity of novel content. Science Advances, 2024. 10 (28). https://doi.org/10.1126/sciadv.adn5290

15. Flowers J. Ch. (2019, 25–27 March). Strong and weak AI: Deweyan considerations. In A. Chella, D. Gamez, P. Lincoln, R. Manzotti, & J. Pfautz (Eds.), TOCAIS 2019: Towards Conscious AI Systems. Papers of the 2019 Towards Conscious AI Systems Symposium Co-Located with the Association for the Advancement of Artificial Intelligence 2019 Spring Symposium Series (AAAI SSS-19), Stanford, California, United States. ceur-ws.org/Vol-2287/paper34.pdf

16. Gatys L. A., Ecker A. S., Bethge M. A. Neural Algorithm of Artistic Style. Journal of Vision, 2016. 16 (12), 326 s. doi: 10.1167/16.12.326

17. European Commission: Directorate-General for Research and Innovation (2024). Horizon Europe strategic plan 2025-2027. Publications Office of the European Union. https://data.europa.eu/doi/10.2777/092911

18. Haase J., & Hanel P. H. P. Artificial muses: Generative artificial intelligence chatbots have risen to human-level creativity. Journal of Creativity, 2023. 33 (3). https://doi.org/10.1016/j.yjoc.2023.100066

19. Hadzi A. & Roio D. Restorative justice in artificial intelligence crimes. Journal forDigital Cultures, 2020. 5. R. 1-18.

20. Harbisson N. Hearing colors: My life experience as a cyborg. In X. Pavie (Ed.), Creativity, imagina-tion and innovation: Perspectives and inspirational stories, 2019. R. 117–126. World Scientific. doi.org/ 10.1142/9789813273009_0015I

21. Janjanam L., Saha S. K., Kar R. & D. Mandal. Wiener model-based system identification using moth flame optimised Kalman filter algorithm. SIViP, 2022. 16, R. 1425-1433.

22. Kliatchko J., & Uttamchandani R. A new framework for IMC planning. Journal of Marketing Communications, 2024. 30 (2). R. 201–220.

23. Köbis, N., & Mossink, L. D. Artificial intelligence versus Maya Angelou: Experimental evidence that people cannot differentiate AI-generated from human-written poetry. Computers in Human Behavior, 2021. 114. https:// doi.org/ 10.1016/j.chb.2020.106553

24. Kwon H., & Morrill K. (2022). Virtual reality: Immersive and situated art education with 360-degree cam-eras, and augmented and virtual reality technology. Art Education, 2022. 75 (4). R. 27–32. https://doi.org/ 10.1080/00043125.2022.2053458

25. Ligon S. AI Can Create Art, but Can It Own Copyright in It, or Infringe? LEXIS, 2019. 51. https:// plus.lexis.com/api/permalink/921f2d6f-b054-41cf-b07f-8e3724a08702/?context=1530671

26. Litman J. Digital Copyright, 3 th ed. Amherst, N.Y. : Prometheus Books, 2006.

27. Lopez de Mantaras, R., & Arcos, J. L. AI and music: From composition to expressive performance. AI Magazine, 2002. 23 (3). R. 43–57.

28. Modliński, A., & Moreira Pinto, L. Managing substitutive and complementary technologies in cul-tural institutions: Market/mission perspectives. Journal of Contemporary Management Issues, 2020. 25 (Special Issue). R. 1–10. https:// doi.org/10.30924/mjcmi.25.s.2

29. Pavlik J. V. Collaborating with ChatGPT: Considering the implications of generative artificial in- telligence for journalism and media education. Journalism and Mass Communication Educator, 2023. 78 (1). R. 84–93. https://doi.org/10.1177/10776958221149577

30. Ragheb M. S., Qureshi A., & Zeki A. M. Intelligence projects: Analyzing and reviewing AI capabilities in IT project management. In 5th International Conference on Communication Engineering and Computer Science (CIC-COCOS24). Cihan University-Erbil Conferences, 2024. conferences.cihanuniversity.edu.iq/index.php/COCOS/COCOS24/paper/view/1560

31. Roselli D., Matthews J., & Talagala N. (2019, 13–17 May). Managing bias in AI. In L. Liu & R. White (Eds.), WWW 19: Companion Proceedings of the 2019 World Wide Web Conference (R. 539–544), San Fran-cisco, United States. Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/3308560.3317590

32. Sovhyra T. Technology Singularity in Culture: the Urgency of the Problem in the COVID-19 Pandemic. Journal of Urban Culture Research, 2021. 22. R. 37–49.

33. Szostak M., & Sułkowski Ł. Manager as an artist: Creative endeavour in crossing the borders of art and organizational discourse. Creativity Studies, 2020. 13 (2). R. 351–368. DOI: 10.3846/cs.2020.11373.

34. Szostak M. Reflexivity in Aesthetic Situation Management. Discourses on Culture, 2023. 20 (1). R. 161-198. https://doi.org/10.2478/doc-2023-0015

35. Veiga A. P. Generative ominous dataset: Testing the current public perception of generative art. In Proceedings of the 20 th international conference on culture and computer science: Code and materiality, 2023. R. 1–10.

36. Wu Zh., Ji D., Yu K., Zeng X., Wu D., & Shidujaman M. (2021). AI creativity and the human–AI co-cre-ation model. In M. Kurosu (Ed.), Human–Computer Interaction: Theory, Methods and Tools, HCII 2021, Lecture Notes in Computer Science. R. 171–190. Springer Nature. doi.org/10.1007/978-3-030-78462-1_13

UDC 792.028:004.896

THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN PROJECT ACTIVITIES

Natalia MOGILEVSKA – Associate Professor, Department of Fashion and Show Business,
Kyiv National University of Culture and Arts
Oleksandr DAROVANETS – Assistant, Department of Fashion and Show Business,
Kyiv National University of Culture and Arts
Andriy KYRYCHENKO – Assistant, Department of Fashion and Show Business,
Kyiv National University of Culture and Arts, Assistant

The relevance of the problem is determined by the problems caused by the dynamic digitalisation of methods for organising socio-cultural activities. In particular, with the advent of widely available artificial intelligence tools, most practitioners have changed their organisational methodology.

The purpose of the article is to identify and describe potential areas of project activity in which artificial intelligence can be used to support or replace roles.

Methodological basis of the research. The definition of the role of AI is based on the theoretical foundations of Michal Shostak's management approach concept (the concept of 'The Art of Management – Management of Art'), which allows not only to identify specific universal areas of AI implementation, but also to differentiate the concept of subjectivity in relevant models of project activity.

Results and conclusions confirm two possible roles of artificial intelligence in project activities: 'assistance' (as a supporting tool) and 'replacement' (self-generation). The scientific novelty of the research results lies in revealing the socio-cultural importance of introducing AI into project management processes. This article highlights the authors' experience in generating creative content for the implementation of project activities within the educational process, and also illustrates the results of an analytical review of current practices of replacing the role of the 'creator' through the introduction of machine self-learning. However, the continuous development of this technology within the framework of the brain-computer interface may transform it into a substitute for the creative subject. After all, modern practices of prosthetics using chips and mechanised parts demonstrate the ability of artificial intelligence to self-learn, improve and self-generate.

Key words: machine learning, project activities, creative AI, stylistic representation, subjectivity.

Стаття отримана 5.08.2025
Стаття прийнята 16.09.2025
Стаття опублікована 22.12.2025.