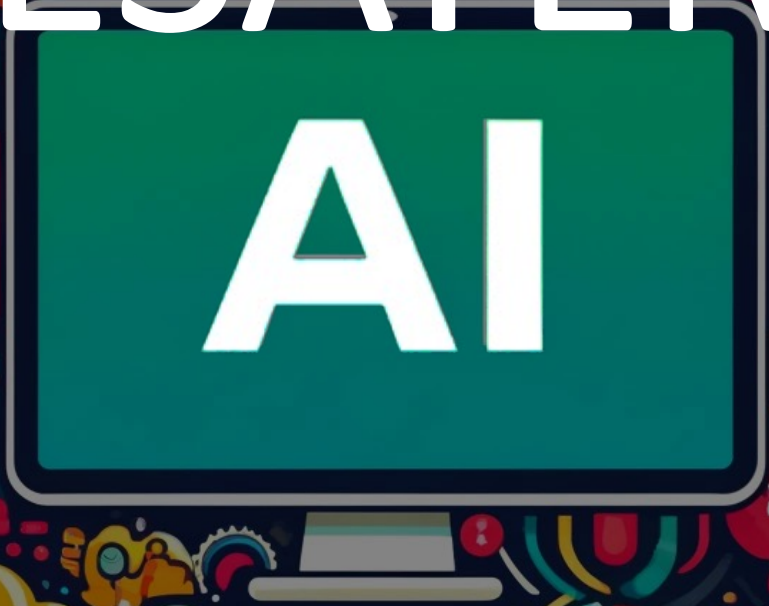




DESATERO



AI

HOSPODÁROVÁ, LAINKOVÁ, KOCMANOVÁ, KRAMLOVÁ, ŽEŽULKA

OBSAH

1. Nástroje

2. Prompting

3. Kontrola

4. Trendy

5. Soukromí

6. Detekce

7. Transparentnost

8. Autorství

9. Odpovědnost

10. Etika

NÁSTROJE

Vizuální obsah: DALL-E 2

- Generuje jedinečnou grafiku na základě vstupních textů a parametrů.

Video: 1. [Descript.com](#), 2. [Synthesia.io](#)

1. Nástroj pro úpravu zvuku a videa.
2. Vytváření personalizovaných a realistických videí s digitálními avatary a deepfake technologií.

Zvuk: [Cleanvoice.ai](#)

- Umožňuje generovat přirozeně znějící hlasové nahrávky.

Zdroje: [Perplexity.ai](#)

- Generování relevantních zdrojů.

Prezentace: [Decktopus AI](#)

- Nástroj pro tvorbu profesionálních prezentací.

Textová tvorba: [OpenAI GPT-4o](#)

- Nejnovější model OpenAI - nástroj pro textové výstupy na základě textových či vstupů.

Analýza dat: [IBM Watson](#)

- Analýza feedbacku, segmentace, prediktivní analýzy.

SEO a strategie obsahu: [SEMrush](#)

- Nástroj pro analýzu konkurence a klíčových slov.

PROMPTING

Cíl:

Správné formulování dotazů (prompting) je pro získání relevantních a přesných odpovědí od AI klíčové. Profesionálové by by měli následovat tyto kroky:

- Správná definice požadavků:

Před tím, než novinář položí AI otázku, měl by si jasně definovat, co chce zjistit. Vymezením cíle a vytvořením přesných dotazů pomůže vytvořit relevantnější odpovědi.

- Jasná a strukturovaná komunikace směrem k AI:

Otázky by měly být formulovány jasně a přímočaře, aby se minimalizovaly případy nedorozumění. Je dobré se vyhnout dvojsmyslům, vlastním předpokladům a naopak specifikovat požadavky.

- Prompting je iterativní proces:

Prompting často vyžaduje opakování. Pokud první odpověď neodpovídá vašim očekáváním, je vhodné otázku upravit nebo ji specifikovat detailněji.

- Strojové učení neznamená myšlení:

Důležité je mít na paměti, že AI nemusí správně interpretovat složité, náznakové nebo přenesené významy a může se zaměřit na doslovnou interpretaci. AI nepřemýšlí a nezná kontext

KONTROLA

Manuální revize a úpravy:

1. Detailní analýza vygenerovaného textu
2. Gramatika, stylistika a srozumitelnost: Důkladná kontrola gramatické správnosti, správnosti interpunkce a stylistiky.
3. Úpravy textu: Identifikace chyb nebo nedostatků v textu. Opravy gramatických chyb, úpravy stylu nebo přidání dodatečných informací k lepšímu porozumění.

Kontrola relevance a přesnosti:

1. Účel a relevance textu: Kontrola relevance vygenerovaného obsahu.
2. Ověření přesnosti informací v textu: Důkladné ověření přesnosti informací obsažených ve vygenerovaném textu. Kontrola faktických údajů apod.

TRENDY

Cíl:

Zůstat v obraze ohledně nejnovějších trendů a technologií v oblasti AI, což vám pomůže využít tyto nástroje k inovaci v kampaních a zlepšení personalizace zákaznické zkušenosti.

Jak?

1. Online zdroje a samovzdělávání: Sledujte odborné blogy a platformy zaměřené na marketingové technologie a využívejte online kurzy na platformách jako Coursera nebo Udacity k získání nových znalostí o AI v marketingu.
2. Odborné newslettery a časopisy: Předplaťte si specifické publikace jako Marketing AI Institute nebo Adweek's AI section pro aktuální informace o AI v marketingu.
3. Účast na školeních a konferencích: Aktivně se účastněte školení, webinářů, konferencí a workshopů zaměřených na praktické využití AI v marketingových kampaních.
4. Spolupráce s akademickými institucemi: Navazujte spolupráce s univerzitami na výzkumných projektech zaměřených na aplikaci AI v marketingu.

SOUKROMÍ

AI může velmi pomoci se zpracováním velkých objemů dat. Ta mohou například pomoci se získáním lepšího povědomí o cílových skupinách, vylepšit personalizaci obsahu nebo monitorovat úspěšnost kampaní.

- Informování o sběru dat:

Pokud dochází ke sběru informací o jednotlivých uživateli, měli by o tom vědět a udělit k tomu souhlas. Nikdy by tento monitoring neměl překročit hranice dané zákonem, hlavně normou GDPR.

- Využívání jen potřebných dat:

Objem a druh získaných dat by měl být předem jasně určen a odůvodněn. Žádná data nad rámec deklarovaných by shromažďována být neměla.

- Opatrování citlivých dat:

Zpracování dat pomocí AI může přinášet riziko ztráty dat nebo jejich zneužití. Pokud jsou ke zpracování dat jakékoliv takové nástroje využity, musí být zajištěno, že únik dat nehrozí.

DETEKCE

Proč?

S rostoucím využíváním AI k generování textů, obrazů, audio a video materiálů je pro vás klíčové umět rozlišovat mezi obsahem vytvořeným člověkem a strojem. Toto rozlišení je zásadní v boji proti dezinformacím a pro udržení důvěryhodnosti vaší značky.

Jak?

1. Software pro detekci textu: Využijte nástroje jako GLTR, OpenAI's Text Classifier nebo Grover pro analýzu textů a odhalení znaků typických pro AI. Tato nástroje vám pomohou zjistit, zda text nebyl generován AI, což je užitečné pro zajištění autenticity vašich marketingových sdělení.
2. Analýza obrazu a videa: Implementujte technologie založené na neuronových sítích pro identifikaci manipulací v obrazovém a video materiálu. Tyto technologie jsou efektivní ve vyhledávání deepfake a jiných falšovaných obsahů, což je nezbytné pro ochranu reputace vaší značky.
3. Kombinované systémy: Integrujte multimodální nástroje pro komplexní analýzu obsahu napříč různými médii. Taková integrace zvyšuje vaši schopnost detekovat a reagovat na potenciálně zkreslený nebo falšovaný obsah.

Speciální softwary:

- Factmata - navržen pro detekci škodlivého obsahu a dezinformací generovaných AI
- Reality Defender 2020 - platforma využívající AI k zabezpečení digitálního obsahu proti manipulacím

TRANSPARENTNOST

Pomocí AI lze rychle a levně vytvořit velmi kvalitní textový, vizuální i audiovizuální obsah. Je ale potřeba pamatovat na to, aby adresáty nemátl, nebudil v nich obavy ani nesplnitelná očekávání.

- **Označování obsahu:**

Jednoduše je možné se těmto nepříjemným situacím vyhnout tím, že generovaný obsah jakýmkoliv způsobem označíme. Pokud je zřejmé, že je uměle vytvořený, nebudou vznikat zbytečná nedorozumění.

- **Podání vysvětlení:**

Pokud nedorozumění nebo zmatení vzniknou, je potřeba vše uvést na pravou míru a vyhnout se tak ztrátě důvěry zákazníků, poškození reputace společnosti nebo dokonce soudnímu řízení.

- **Vyvarování se manipulace a lži:**

Díky AI lze vytvářet nebo upravovat videa nebo obrázky s cílem publikum manipulovat nebo záměrně uvést v omyl. Toho je potřeba se vyvarovat za každou cenu a nástroje AI nezneužívat, hlavně například v politickém marketingu.

AUTORSTVÍ

- **Právní aspekt**

V případě používání AI generovaných dat a informací je důležité vždy kontrolovat, zda nespádají pod určitá autorská práva, což může být v rozporu s právními normami. Novináři by měli být obezřetní, aby se nedopouštěli chyb v oblasti citací nebo zneužití autorského materiálu. Autorský zákon chrání tvůrce děl před neoprávněným užíváním jejich díla. V případě obsahu generovaného AI je nutné transparentně deklarovat, že výsledný materiál byl generován. Tím se předejde možným komplikacím spojeným s autorstvím a copyrightem.

- **Verifikace informací:**

Veškeré informace získané od AI by měly být ověřeny skrze nezávislé zdroje. AI může interpretovat data chybně nebo poskytnout nepřesné údaje.

- **Transparentnost autorství:**

Pokud jsou informace generované AI použity ve zprávách, článcích, (audio)vizuálním obsahu, mělo by být jasně uvedeno, že byly generovány strojem a nejlépe i jakým způsobem byly ověřeny.

ODPOVĚDNOST

- **Odpovědnost za konečný produkt:**

I když AI může výrazně usnadnit tvorbu obsahu, konečnou odpovědnost za jakýkoli produkt generovaný AI vždy nesou profesionálové, kteří tento obsah publikují, nebo firma, pro kterou pracují. To znamená, že by obsah vytvořený AI měl projít revizí a schválením odpovědným zaměstnancem nebo týmem, než bude komunikován směrem k veřejnosti.

I přes neustálé inovace, je to stále lidský faktor, který rozhoduje o finální publikaci a je proto i jeho povinností zajistit, aby byl obsah eticky odpovědný a právně bezchybný. Nesmí nejasně interpretovat nežádoucí stereotypy, diskriminovat apod.

- **Brandová identita jako jeden z faktorů, na které si dávat pozor:**

Kromě etických a legislativních norem by měl výt generovaný obsah v souladu i s brandovou identitou, kterou značka specificky definuje ve svém manuálu. I v tomto případě je nutné dbát na nevhodný, zavádějící nebo v případě reklamy na kompetitivní obsah.

- **Etické používání AI:**

(Marketingoví) profesionálové by měli dbát na etické aspekty používání AI, včetně potenciálních zkreslení nebo biasů (předpojatostí), které mohou AI systémy obsahovat a tím pádem propisovat do finálního produktu. Ten může obsahovat implicitní zkreslení.

ETIKA

Účel: Nasměřovat k odpovědnému používání AI, zajišťující účinnost a etiku marketingových aktivit. Chránit zúčastněné strany před potenciálními škodami a podporovat transparentnost a odpovědnost práce s AI.

Základní principy:

- **Transparentnost**

Jasně vysvětlení role AI v tvorbě obsahu a analýze dat.

Otevřená komunikace a dokumentace využití AI.

- **Odpovědnost**

Převzetí zodpovědnosti za výstupy AI, soulad s etickými standardy.

Pravidelné přezkoumávání a auditování nástrojů AI.

- **Spravedlnost a nediskriminace**

Aktivní monitorování a náprava případných zkreslení v AI generovaném obsahu.

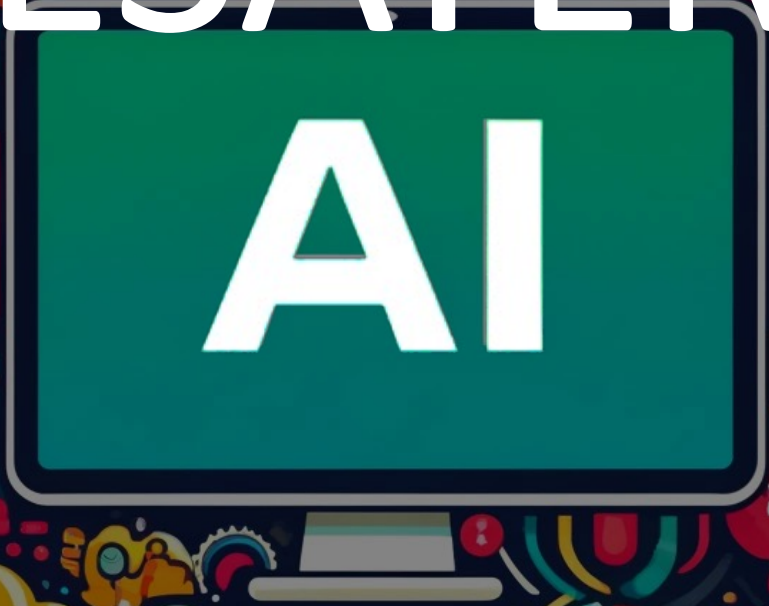
Zajistit, aby nástroje AI nepodporovaly vylučovací praktiky.

- **Ochrana soukromí a bezpečnost**

Ochrana dat zpracovávaných AI, dodržování zákonů o ochraně osobních údajů.



DESATERO



AI

HOSPODÁROVÁ, LAINKOVÁ, KOCMANOVÁ, KRAMLOVÁ, ŽEŽULKA