

Варшавски принципи за използването на изкуствен интелект в PR

*Приети от асоциациите – членове на ICCO
Варшава, октомври 2023*

Въведение

Специалистите по PR и комуникации в агенциите все повече използват техники и технологии, свързани с изкуствен интелект (AI) с цел да подобрят работата си и да постигнат по-въздействащи резултати. Именно поради факта, че изкуственият интелект получава все по-широко разпространение в PR индустрията, е важно да се установят правила и насоки, които да гарантират етичното и отговорно му използване.

Тези насоки дават на професионалистите в PR необходимите познания за ориентация в сложната област на изкуствения интелект, като същевременно продължават да спазват етичните стандарти, да зачитат поверителността на данните, авторските права и да пазят конфиденциалността в отношенията с клиентите.

Придържайки се към принципите, PR агенциите могат ефективно да използват изкуствения интелект за предоставяне на стратегически консултации, създаване на разнообразно съдържание, управление на комуникации при кризи и усъвършенстване на добрите и базирани на доверие отношения с журналисти и други заинтересовани страни.

За целите на настоящите принципи, създаденото от изкуствен интелект (AI) съдържание се отнася до съдържание или резултати, които са генерирани изцяло от платформи без пряка човешка намеса в процеса.

Асистираното от изкуствен интелект (AI) съдържание се отнася до процеси, решения или съдържание, при което той играе поддържаща или допълваща роля, като често подобрява или информира човешките решения или усилия, но не ги замества изцяло.

Базирано на изкуствен интелект (AI) съдържание се отнася до всяко използване на такъв, включително и на генеративен изкуствен интелект.

Варшавските принципи

1. Прозрачност, разкриване и автентичност

Професионалистите в PR трябва да действат прозрачно и да обявяват, когато е използван генеративен изкуствен интелект за създаване на съдържание, което може да представлява заплаха от изкривяване на възприятията на обществото за реалността. Разкриването на подобна информация е от съществена важност, особено във време на фалшиви новини и дезинформация.

Примери:

- Обявете недвусмислено кога се използва генеративен изкуствен интелект за създаване на реалистично съдържание, за да се избегне погрешно разбиране и да се поддържа прозрачността като етична ценност.
- Уведомявайте ясно потребителите кога си взаимодействат с чатбот, а не с човек.
- Информирайте клиентите кога и как изкуственият интелект ще бъде използван в PR кампания.
- Разбирайте ограниченията и субективността на технологията и как те биха могли да повлияят върху взимането на решения.
- Сътрудничете с асоциации, управителни органи и изследователски организации, които работят в сферата на изкуствения интелект, за да гарантирате, че технологията се използва по начини, които са в съответствие с етичните и професионални стандарти.

2. Точност, проверка на фактите и борба с дезинформацията

Професионалистите в PR трябва да гарантират, че базираното на изкуствен интелект съдържание е точно, надеждно и е направена проверка на фактите преди неговото разпространение. Използването на инструменти за проверка на факти и разкриване на дезинформация и неточна информация се насърчава, като при това е важно да се има предвид, че много публично достъпни инструменти за генеративен изкуствен интелект достатъчно често предоставят неточна информация, поради което трябва да се проверяват фактите и в източници извън тях. Предвид потенциала на тази технология да създава и разпръсква дезинформация бързо, PR специалистите трябва да бъдат особено внимателни и да не допускат нейното непреднамерено или умишлено разпространение.

Примери:

- Потвърдете точността на информацията, данните и анализа, преди да ги включите в материали за клиентите, медиите и социалните мрежи.
- Сверявайте информацията с навременни и достоверни източници за потвърждаване на автентичността и прецизността.
- Уверете се, че платформите за превод, базирани на изкуствен интелект, предават точно предвиденото значение, правейки проверка с хора, владеещи езика на високо ниво.
- Уверете се, че инструментите за изкуствен интелект, предназначени да разширят обхвата на съдържанието, не увеличават по невнимание дезинформацията или насърчават разпространението на подвеждащи наративи.

3. Поверителност, защита на данните и отговорно споделяне

Професионалистите в PR трябва да боравят с потребителски данни и предназначена за клиенти информация изключително внимателно и да спазват разпоредбите за защита на тези данни. Те носят отговорността да споделят проверено и неподвеждащо съдържание.

Примери:

- Уверете се, че платформите и алгоритмите за медиен мониторинг зачитат правата за поверителност и се въздържат от достъп или съхраняване на лична информация.
- При работата по стратегически PR кампании, агрегирайте информацията от клиента и я правете анонимна. Не използвайте лична, защитена или чувствителна клиентска информация за обучение на публични платформи, базирани на изкуствен интелект.
- Защищавайте поверителността на отделни личности, чиито поведение и нагласи биват анализирани, като гарантирате, че техните данни не са свързани с тяхната самоличност.

4. Разкриване на пристрастия, ограничаване и приобщаване

Професионалистите в PR трябва активно да идентифицират и адресират възможни пристрастия, които могат да възникнат от базирано на изкуствен интелект съдържание и да работят за използването му за повече приобщаващи кампании. Важно е да се използват и разнообразни възможности за обучение на изкуствения интелект, за да се осигури приобщаване.

Примери:

- Оценявайте асистиранияте от изкуствен интелект материали за медиите, така че да се идентифицират и коригират всички потенциални пристрастия в текста или в езика.
- Редовно проверявайте алгоритмите, за да сте сигурни, че няма стереотипи и политически или идеологически предразсъдъци в създаваното съдържание.
- Използвайте човешка преценка, за да изберете изображения, думи и видеоклипове от съдържанието, създадено генеративен изкуствен интелект.
- Постоянно наблюдавайте и оценявайте алгоритмите на изкуствения интелект, за да сведете до минимум пристрастията при избора на инфлуенсъри, като така гарантирате справедливо представяне и разнообразие.

5. Интелектуална собственост, авторски права и медийна грамотност

Професионалистите в PR трябва да спазват законите за авторското право и правата върху интелектуалната собственост, когато използват изкуствен интелект във всичките му форми. Те трябва да насърчават повишаването на медийната грамотност по отношение на базираното на изкуствен интелект съдържание и на фалшивите новини.

Примери:

- Прочетете правилата и условията на използваните платформи за изкуствен интелект, за да разберете кои са изходните им обучителни материали, IP адреси, ангажиментите за спазване на авторските права и други политики.

- Потвърдете, че създадените от изкуствен интелект изображения или видеоклипове не нарушават защитени с авторски права материали и осигурете необходимите разрешения за използването им.
- Проверявайте създаденото от изкуствен интелект съдържание, за да се уверите, че то не представлява плагиатство и не нарушава законите на авторското право.
- Гарантирайте, че алгоритмите за управление на съдържание отговарят на правилата за честна употреба и не нарушават авторските права.

6. Контрол от човек, намеса и сътрудничество

Професионалистите в PR винаги трябва да предвиждат контрол от специалист и специализирана намеса в процеса на създаване на съдържание, базирано на изкуствен интелект, а също и да си сътрудничат с експерти в областта за по-добри прозрения и управление на процеса.

Примери:

- Ангажирайте специалисти да прегледат и валидират стратегическите решения, позиции и послания преди разпространението им – особено в кризисна ситуация.
- Споделяйте позиции на професионалисти, техните експертни познания в мнения, за да гарантирате точност и релевантност в работата.
- Включвайте специалисти да прегледат и адаптират всички материали, предназначени за медиите, които са базирани на изкуствен интелект.

7. Съответствие с контекста, адаптация и персонализация

Професионалистите в PR трябва да са наясно с контекста и да преценяват доколко създаденото от изкуствен интелект съдържание е уместно за различните канали и целеви аудитории, а също и да изследват и развиват потенциала на изкуствения интелект за повече и по-добра персонализация.

Примери:

- Персонализирайте всяко съдържание, създадено от изкуствен интелект, за да съответства на тоналността, стилистиката и специфичните изисквания на различните социални медии и други канали.
- Преглеждайте и адаптирайте съдържанието, базирано на изкуствен интелект, за да посрещнете предпочитанията и очакванията на различните аудитории.
- Приспособявайте съдържанието, базирано на изкуствен интелект, така че да бъдат зачетени културните и социални нюанси и специфична чувствителност, когато става въпрос за комуникация на международните пазари.

8. Отговорна автоматизация и ефективност

Професионалистите в PR трябва да използват изкуствения интелект, за да автоматизират повтарящи се задачи и да подобрят ефективността, без да правят компромис с етичните стандарти и професионалния опит.

Примери:

- Използвайте платформи и инструменти за изкуствен интелект, за да автоматизирате медийните мониторинги и анализи, като така дадете възможност на PR специалистите да се концентрират върху разработването на стратегии и взимането на решения.
- Използвайте алгоритми за създаване на календари със съдържание и времеви планове, като оптимизирате работния процес и разпределението на ресурсите.
- Включвайте изкуствен интелект за създаване на варианти на съдържание от одобрени изходни материали, стига конфиденциалната информация да не се въвежда в платформата.

9. Постоянен мониторинг, оценка и обратна връзка

Професионалистите в PR трябва редовно да наблюдават и оценяват представянето и ефекта на базираното на изкуствен интелект съдържание и да дават възможности за обратна връзка, където заинтересованите страни могат да изявяват евентуални свои притеснения.

Примери:

- Оценявайте непрекъснато прецизността и ефективността на базирания на изкуствен интелект анализ на настроенятия, за да се уверите, че са в пълно съответствие с интерпретацията, дадена от човек.
- Наблюдавайте ангажираността и реакцията към асистираните от изкуствен интелект материали за медиите, за да измерите тяхната ефективност и да прецизирате бъдещите си стратегии.
- Непрекъснато оценявайте асистираното от изкуствен интелект визуално и текстово съдържание за обратна връзка от публиката.

10. Етично професионално развитие, образование и подкрепа за изкуствения интелект

Професионалистите в PR трябва да поддържат непрекъснато учене и професионално развитие, да бъдат информирани за развитието на изкуствения интелект и за етичните съображения, свързани с него. Те са отговорни за осигуряването на подкрепа за етичното използване на изкуствения интелект в съществуващата информационна среда.

Примери:

- Създавайте образователни и дискуссионни форуми във вашите агенции и екипи, така че специалистите във всички етапи от кариерното им развитие да разбират и да могат да използват възможностите на изкуствения интелект.
- Участвайте в тренинг програми и уъркшопи, фокусирани върху етичната употреба на изкуствения интелект, разбирайте предубежденията и смекчавайте етичните трудности.
- Участвайте в браншови форуми, конференции и дискусии за обмен на знания, споделяйте добрите практики и насърчавайте етичното използване на изкуствения интелект в PR сектора.

Заклучение

Настоящите принципи подчертават значението на прозрачността, точността, защитата на конфиденциалността, разкриването на предубеждения, спазването на правилата на интелектуалната собственост, контрол от хората, разбирането на контекста, отговорната автоматизация, непрекъснатото наблюдение и професионалното развитие, като предоставят и рамка за разбиране на предизвикателствата и възможностите на изкуствения интелект.

Спазването на тези принципи гарантира, че PR агенциите ще използват изкуствения интелект ефективно, без да причинява вреда или да се нарушават права на човека, авторски права, конфиденциалност или дейности по отношение на търговските марки. От съществена важност е и професионалистите да осигуряват силна защита срещу дезинформацията, запазвайки интегритета и доверието към комуникациите и PR в дигиталната ера.

Колкото и мощен инструмент да е изкуствения интелект, той трябва да допълва, а не да замества PR специалистите и техния опит, преценка и креативност. Той ще продължи да се разраства, така че адаптивността и бдителността са жизненоважни при взаимодействието с бързо развиващите се технологии.