

ЗІНЧЕНКО АЛЛА ГРИГОРІВНА

кандидат історичних наук, доцент кафедри зв'язків з громадськістю
Національного університету «Києво-Могилянська академія»

Принципи використання штучного інтелекту у сфері зв'язків з громадськістю

Розвиток технологій та інструментів штучного інтелекту, активне використання їх в багатьох сферах суспільного та професійного життя, привело не тільки до автоматизації багатьох робочих процесів, а і до поширення дезінформації, маніпулювання, порушення авторських прав, порушення конфіденційності і безпеки даних. Дослідження «Штучний інтелект в індустрії комунікацій 2023: можливості та ризики» засвідчило, що 85% фахівців з комунікацій стурбовані потенційними правовими та етичними проблемами, які технології штучного інтелекту можуть спричинити в галузі комунікацій у майбутньому [1, с.14]. Попри це, тільки 11% із них мають політику чи інструкції щодо використання технологій та інструментів штучного інтелекту, а 35% планують зробити це протягом 12 місяців [1, с.14].

Використання технологій та інструментів штучного інтелекту намагаються регулювати як на рівні Європейського Союзу (AI Act, 2024 р.) [2], на рівні країн (Дорожня карта з регулювання штучного інтелекту в Україні, 2023 р.) [3] і на рівні професійних об'єднань (ICCO Principles for Ethical Use of AI in Public Relations, 2023 р. [4], Guiding Principles for Ethical and Responsible Artificial Intelligence Global Alliance for Public Relations and Communication Management, 2024 р. [5], The IPRA AI and PR Guidelines [6]). В Україні у січні 2024 року були також прийняті Рекомендації з відповідального використання штучного інтелекту в медіа, які є секторальними рекомендаціями щодо відповідального впровадження систем штучного інтелекту в журналістиці [7].

Міжнародні асоціації зв'язків з громадськістю, які розробили та прийняли рекомендації з використання технологій та інструментів штучного інтелекту (ICCO, Global Alliance for Public Relations and Communication Management, IPRA) пропонують фахівцям із зв'язків з громадськістю дотримуватися наступних принципів:

Відкритість і прозорість. Маркування контенту, який створений штучним інтелектом. Як зазначається у Варшавських принципах ICCO «PR-фахівці повинні прозоро повідомляти, коли генеративний штучний інтелект використовується для створення штучного контенту, який може становити загрозу спотворення сприйняття громадськістю реальності. Розкриття використання контенту, створеного штучним інтелектом, є життєво важливим, особливо в епоху фейків» [4].

Відповідальність. Фахівці у сфері зв'язків з громадськістю несуть відповідальність за контент, який створив штучний інтелект. Ця відповідальність вимагає належної обачності, перевірки фактів та їх верифікації та критичного мислення [5].

Людський контроль. Контент, який був створений штучним інтелектом повинен бути обов'язково перевірений фахівцями. Контент, що був створений штучним інтелектом, фахівець повинен перевірити для уникнення плагіату, порушення авторських прав, поширення дезінформації, порушення конфіденційності інформації. «Використання штучного інтелекту у сфері зв'язків з громадськістю та комунікації потребує людського контролю та управління для забезпечення етичного та відповідального використання. Професіонали завжди повинні діяти в інтересах суспільства» [5]. А ICCO зазначає, що PR-фахівці повинні переконатися, що створений за допомогою штучного інтелекту контент є точним і перевіреним перед поширенням [4].

Конфіденційність і захист даних. Використання технологій та інструментів штучного інтелекту досить часто пов'язано з використанням даних клієнтів. Конфіденційність інформації клієнтів є одним із головних етичних принципів фахівців із зв'язків із громадськістю. Наприклад, у Варшавських принципах ICCO зазначається, що «фахівці з питань зв'язків із громадськістю повинні дуже обережно поводитися з клієнтськими даними та конфіденційною інформацією і дотримуватись правил захисту даних» [4]. А IPRA закликає фахівців зі зв'язків з громадськістю «уникати введення конфіденційної інформації в інструменти штучного інтелекту та уникати використання вмісту штучного інтелекту з інформації, захищеної авторським правом» [6].

Слід підкреслити, що всі міжнародні PR асоціації, рекомендації з використання штучного інтелекту яких аналізуються, мають намір інтегрувати їх до власних Кодексів етики та

професійної поведінки та, враховуючи стрімкий розвиток технологій штучного інтелекту, постійно доповнювати.

Для українських фахівців із зв'язків з громадськістю корисними є і підходи до використання штучного інтелекту в медіа. Наприклад, Рекомендації з відповідального використання штучного інтелекту в медіа, розроблені Мінцифри у співпраці з ГО «Лабораторія цифрової безпеки», Національною радою з питань телебачення та радіомовлення, Міністерство культури та інформаційної політики та Центром демократії та верховенства права містять перелік основних засад використанні штучного інтелекту в медіа, а саме:

- відповідальне редакційне рішення та відповідальність особи, яка використовує в професійній діяльності штучний інтелект, відповідає за наслідки використання результатів роботи цих інструментів;
- законність (наявність необхідних прав для використання систем штучного інтелекту та публікації результатів його роботи);
- регулярне проведення оцінки ризиків, пов'язаних з використанням систем штучного інтелекту;
- прозорість і зрозумілість (розкриття інформації про використання штучного інтелекту та пояснення цілей і способів такого використання; розуміння джерел інформації, на базі якої працює штучний інтелект);
- поінформованість аудиторії про використання систем штучного інтелекту та про природу поширеного контенту (чітке розмежування автентичного та згенерованого штучним інтелектом контенту тощо);
- конфіденційність і захист даних (недопущення витоку персональних даних чи іншої конфіденційної інформації через використовувані штучного інтелекту);
- різноманітність (забезпечення доступу аудиторії до різностороннього контенту при застосуванні інструментів персоналізації) та недискримінаційність;
- фаховий людський контроль;

- адаптивність (постійне покращення принципів відповідального використання відповідно до технологічного розвитку штучного інтелекту та змін правового регулювання) [7].

Підсумовуючи слід підкреслити, що поширення технологій та інструментів штучного інтелекту посилює вимоги дотримання етичних принципів фахівця зв'язків з громадськістю, насамперед - збереження конфіденційної інформації, об'єктивність та правдивість інформації.

Список використаних джерел:

1. AI in the communications industry 2023. Opportunities and risks. PRovoke Media. [URL](#) (дата звернення: 2.05.2024)
2. Artificial Intelligence Act. [URL](#) (дата звернення: 2.05.2024)
3. Дорожня карта з регулювання штучного інтелекту в Україні. Міністерство цифрової трансформації. [URL](#) (дата звернення: 23.04.2024)
4. ICCO Principles for Ethical Use of AI in Public Relations. [URL](#) (дата звернення: 29.04.2024)
5. Guiding Principles for Ethical and Responsible Artificial Intelligence. Global Alliance for Public Relations and Communication Management. [URL](#) (дата звернення: 29.04.2024)
6. The IPRA AI and PR Guidelines. [URL](#) (дата звернення 20.04.2024)
7. Рекомендації з відповідального використання штучного інтелекту у сфері медіа. [URL](#) (дата звернення: 2.05.2024).