

Etický kodex pro využívání AI v influencer marketingu

1. Transparentnost využití AI

Uživatel (konzument obsahu) musí mít vždy možnost jasně rozlišit, zda je původcem sdělení člověk nebo technologie vytvořená AI, např. pokud se jedná o virtuální postavu, influencera, chatbota, agenta, avatara. Způsob označení závisí na možnostech jednotlivých platform.

2. Omezení při využívání AI generovaných entit

Virtuální influenceři, chatboti a další AI generované entity nesmí uvádět zkušenosti, které jsou vlastní pouze lidem.

3. Respektování autorských práv a zdrojů

Influencer a zadavatel jsou povinni dodržovat autorská práva a licenční podmínky AI nástrojů, případně uvádět jejich zdroj.

4. Zákaz klamavého a manipulativního obsahu

Influencer nesmí vytvářet nebo šířit deepfake obsah, který klame publikum, manipuluje realitou nebo poškozují důvěryhodnost sdělení. Influencer se zvláště zaměří na ochranu soukromí a bezpečnost tím, že nebude vytvářet falešný pornografický obsah ani šířit vojenské dezinformace.

5. Odpovědnost za obsah generovaný AI

Za pravdivost a důvěryhodnost obsahu generovaného pomocí AI vždy nese odpovědnost jeho autor. Před zveřejněním musí být takový obsah podroben lidské kontrole. Pokud si autor není jistý pravdivostí sdělení, neměl by jej sdílet.

6. Dodržování právních předpisů

Influencer i zadavatel musí zajistit, že využívání AI odpovídá platným právním předpisům, včetně GDPR, autorského zákona a zákona o regulaci reklamy. Více informací o pravidlech influencer marketingu naleznete na www.ferovyinfluencer.cz.