

Abstrakt

Tato diplomová práce zkoumá vliv generativní umělé inteligence (GenAI) na politický marketing v České republice, zejména její potenciál, rizika a regulaci. Cíl výzkumu se zaměřuje na identifikaci příležitostí a hrozeb spojených s implementací GenAI do politických kampaní, včetně dopadů na pracovní trh, etických a společenských aspektů a budoucího vývoje. Teoretická část se věnuje specifikům umělé inteligence (AI), konkrétním případům využití GenAI v politickém marketingu, jako je syntetický zvukový, audiovizuální, vizuální a textový obsah, a souvisejícím regulačním mechanismům. Výzkum je založen na polostrukturovaných rozhovorech s odborníky na politický marketing, experty na AI a zástupci regulačních a legislativních institucí. Výsledky naznačují, že GenAI může pomoci s tvorbou textového a vizuálního obsahu, brainstormingem, mediálním tréninkem, personalizací komunikace nebo analýzou dat pro optimalizaci kampaní. Přesto respondenti spíše zdůrazňují obavy spojené s deepfakes, manipulovaným obsahem a negativními kampaněmi, které mohou ovlivnit veřejné mínění ve prospěch nedemokratických aktérů. Nástroje GenAI mohou zvýšit produktivitu díky schopnosti rychleji, levněji a sofistikovaněji produkovat větší množství výstupů, což je dvousečnou zbraní. GenAI automatizuje úkony méně kvalifikovaných pracovních pozic, zatímco strategičtější role by měly zůstat na lidech kvůli autenticitě a emocionálnímu vnímání. Respondenti zdůrazňují nutnost označování výstupů GenAI, aby voliči nebyli klamáni zavádějícími sděleními a zároveň apelují na dodržování kodexů a zákonů. Potenciál zajistit etické využívání může například AI Akt, avšak jeho implementace v ČR a podoba dozorového mechanismu je zatím v procesu.