

Андрієнко Олена
заступник директора з правових питань Publicis GroupeUkraine,
членкиня Експертного комітету з питань розвитку
сфери штучного інтелекту в Україні
при Міністерстві цифрової трансформації України,
членкиня Наглядової ради Всеукраїнської Рекламної Коаліції

III У МАРКЕТИНГУ: ПРАВОВІ ОРІЄНТИРИ ПРИ ВИКОРИСТАННІ

Актуальність дослідження правових засад використання штучного інтелекту (ШІ) в маркетингу визначається низкою факторів, які мають суттєвий вплив на різні аспекти суспільного та економічного життя. Серед них науковці виокремлюють стрімкий розвиток технологій ШІ, захист персональних даних, етичні виклики, економічні та конкурентні переваги, гармонізація з міжнародними стандартами, відповідальність та підзвітність.

Система ШІ — машинна система, яка на основі отриманих вхідних даних робить висновок щодо того, як генерувати результати (як-от прогнозування, створення контенту, надання рекомендацій або рішень), які можуть впливати на фізичне або віртуальне середовище. Різні системи ШІ відрізняються за рівнем автономності (можливості працювати без втручання людини) та адаптивності (можливості бути гнучким і підлаштовуватися під середовище) після застосування. Генеративний ШІ — система ШІ, яка, використовуючи генеративні моделі, здатна створювати новий, оригінальний контент (тексти, зображення, аудіо- та відеоматеріали). Прикладами систем генеративного ШІ є ChatGPT, Copilot, Gemini, Midjourney, DALL-E, Stable Diffusion та інші.

Аналіз міжнародного досвіду та напрацювання вітчизняних операторів медіаринку [1-2] виявив, що для того, щоб обрати систему ШІ для роботи маркетолога, слід дотримуватись такої послідовності дій:

1. Читати ліцензійні умови та вивчати юрисдикцію країна реєстрації (кінцеві бенефіціарні власники; місце провадження діяльності; місцезнаходження серверів / хмарних сховищ; застосовне право; суд, у якому розглядають спори);

2. Вивчати умови оплати (модель оплати або ліцензія open source; конкурентність ціни; наявність додаткових витрат чи прихованих платежів; можливість оплати в гривні; надання податкових документів: договір, акт тощо);

3. Права інтелектуальної власності (який обсяг прав отримує користувач; чи можна використовувати контент у комерційних цілях; чи можна передавати права іншим особам; чи гарантує розробник, що контент не порушує права ІВ третіх осіб; чи залишаються права на контент у розробника; чи декларує розробник, що він дотримався прав ІВ на датасети; чи гарантує розробник користувачу права ІВ на датасети та промпти користувача);

4. Конфіденційність та захист персональних даних (можливість видалити ПД/конфіденційну інформацію, опубліковані в промпті; де зберігаються промпти; хто має доступ до промптів; чи гарантує розробник, що згенерований

контент не містить зображень, імен, прізвищ, голосів, інших ідентифікувальних ознак дійсних фізичних осіб; чи гарантує розробник дотримання законодавства щодо захисту ПД; чи має користувач можливість видалити промпт; які ще особи мають доступ до промптів користувача; яким законодавством керується розробник щодо захисту ПД; право перейти до іншого розробника і перенести датасет; право розробника змінювати, модифікувати або припиняти надання доступу користувача до ШІ);

5. Вимоги до команди, інфраструктури й обладнання (необхідні навички; можливість й умови навчання: тривалість, оплатність, регулярність; вимоги до інфраструктури та обладнання; коротко- і довгострокові витрати; технічна підтримка та її умови: графік, обсяг, вартість);

6. Контроль з боку людини (які навички потрібні від команди медіа; хто в команді відповідає за перевірку контенту на відповідність юридичним та етичним нормам; в якому документі медіа закріплена така відповідальна особа та обов'язковість перевірки);

7. Відповідальний розвиток (чи ШІ розроблено як журналістський ШІ, для української мови, потреб української аудиторії; чи розробник гарантує, що система ШІ розроблена відповідно до суспільних цінностей та прав людини);

8. Відповідальність (хто за що відповідає; гарантії розробника у разі відповідальності через фактори поза контролем користувача, у разі порушення прав ІВ, прав людини, захисту ПД тощо внаслідок добросовісного використання системи ШІ; заходи розробника з безпеки системи ШІ та безперервної відповідності вимогам законодавства та етичним вимогам).

Згідно Рекомендацій Комісії з журналістської етики щодо використання штучного інтелекту для створення журналістських матеріалів відповідальність за журналістський матеріал лежить на авторі й на редакції, навіть якщо під час підготовки цього матеріалу автор звертався за допомогою до ШІ. Таким чином, дослідження правових засад використання ШІ в маркетингу є актуальним і важливим для забезпечення збалансованого розвитку технологій, захисту прав і свобод громадян, а також підтримки конкурентоспроможності та інноваційного розвитку бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Рекомендації з відповідального використання ШІ в медіа (Мінцифра, Нацрада з ТБ та радіомовлення, МКІП, січень 2024). URL: https://dslua.org/wp-content/uploads/2024/01/Rekomendatsii_SHI_media.docx.pdf (дата звернення: 01.05.2024)

2. Рекомендації щодо використання ШІ для створення журналістських матеріалів (Комісія з журналістської етики, жовтень 2023) URL: <https://cje.org.ua/statements/rekomendatsii-komisii-z-zhurnalistskoi-etyky-shchodovykorystannia-shtuchoho-intelektu-dlia-stvorennia-zhurnalistskykh-materialiv/> (дата звернення: 01.05.2024)