


<b>Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK</b> <b>Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce</b>	
<b>TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:</b>	
<b>Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:</b> Štěpán Sukdol	<b>Razítko podatelny:</b>  
<b>Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:</b> 2018/2019	
<b>E-mail diplomantky/diplomanta:</b> 44951758@fsv.cuni.cz	
<b>Studijní obor/forma studia:</b> Marketingová komunikace a PR / prezenční	
<b>Název práce v češtině:</b> Vliv umělé inteligence na digitální komunikaci a média a jejich budoucí vývoj	
<b>Název práce v angličtině:</b> The influence of artificial intelligence on digital communication and media and their future development	
<b>Předpokládaný termín dokončení</b> (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013): (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve po dvou semestrech</u> od schválení tezí) <b>ZS 2020/2021</b>	
<b>Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce</b> (max. 1000 znaků): Umělá inteligence neboli AI prostupuje, v posledních letech, čím dál tím více odvětví a zasahuje již i do mnoha oblastí každodenního života. Ve své práci se pokusím na základě odborné literatury zmapovat vliv umělé inteligence na oblast digitální komunikace a médií, a to od jejich začátků, přes současné využití až do prognóz využití v budoucnosti. V práci také hodlám zkoumat různé formy kreativního obsahu vytvořeného umělou inteligencí, s nimiž budu následně pracovat v kvantitativním dotazníku.	

**Předpokládaná struktura práce** (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

- 1. Úvod**
  - 1.1. Předmět, obsah a cíl práce**
- 2. Teoretická část**
  - 2.1. Umělá inteligence a její využití
  - 2.2. teorie umělé inteligence
  - 2.3. současné objevy v umělé inteligenci
- 3. umělá inteligence a marketing**
  - 3.1. Současné trendy digitálního marketingu
  - 3.2. Příklady využití umělé inteligence v digitálním marketingu
- 4. Praktická část**
  - 4.1. Kvantitativní průzkum porovnávací vygenerovaný a vytvořený obsah
  - 4.2. Interpretace výsledků
- 5. Závěr**
- 6. Přílohy**
- 7. Seznam literatury, zdroje**

**Vymezení zpracovávaného materiálu** (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy):  
Odborná literatura zabývající se vymezeným tématem, softwary používající umělou inteligenci, obsah generovaný umělou inteligencí

**Postup (technika) při zpracování materiálu:**

Rešerše literatury  
Výběr a analýza článků, záběrů a dat z médií  
Kvantitativní dotazování  
Testování příslušných volně dostupných softwarů  
Interpretace dat  
Identifikace výsledků analýzy

**Základní literatura** (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

**LEV MANOVICH. The Language of the New Media, (2001)** - Tato publikace představuje jeden z nejsystematičtějších pokusů o teoretické ukotvení počítačové technologie a její dopad na současnou kulturu. Manovich se snaží nová média zasadit do širšího kontextu dějin technologií a kulturních forem, analyzuje základní principy, operace i formy; některá zjednodušení ale také problematizuje, například mýtus interaktivity nebo polarizaci digitálních a analogových médií.

**JIM STERNE. Artificial Intelligence for Marketing** – Kniha popisuje využití umělé inteligence a strojového učení pro potřeby marketingu. Nastiňuje současné využití umělé inteligence v tomto odvětví a pouští se i do předpovědí jejího využití v budoucnu.

**NILLSON, NILS J. Principles of Artificial Intelligence** – Kniha je obsáhlým úvodem do problematiky umělé inteligence a to jak v teoretickém tak v praktickém rámci.

**YUVAL NOAH HARARI. Homo Deus: A Brief History of Tomorrow** – Publikace vyobrazuje vizi dopadů technologického rozvoje lidstva na společnost. Autor se zde také výrazně soustředí na odhad dopadu vývoje reinforcement algoritmů a jiných nástrojů na odhad a práci s člověkem – uživatelem internetu.

**NICK BOSTROM. Superintelligence: Paths, Dangers, Strategies** – Kniha si klade otázku, co nastane v případě, že se umělá inteligence stane srovnatelná či dokonalejší než inteligence lidská. Na základě toho předkládá publikace množství scénářů dopadů takové události na společnost.

**ROB SHAPIRO, MAX TEGMARK. Life 3.0** – Prof Max Tegmark se zamýšlí nad dopady rozšíření umělé inteligence na množství oblastí lidského života od rodiny, práce, nakupování až po dopad AI na budoucnost zločinu, války či justice.

**KAI-FU LEE, MIKAEL NARAMORE. AI Superpowers: China, Silicon Valley and the New World Order** – Kniha se zaměřuje na současný technologický závod mezi dvěma světovými velmocemi v technologii umělé inteligence, USA a Čínou, autor zde také popisuje dopad kulturních rozdílů obou zemí na vývoj umělé inteligence.

**MARIYA YAO, ADELYN ZHOU. Applied Artificial Intelligence: A Handbook Form Business Leaders** – Publikace je příručkou využití umělé inteligence pro zefektivnění firemního prostředí a získání konkurenční výhody. Publikace je primárně určena pro manažery či vlastníky firem a zaměřuje se převážně na praktické využití v současnosti dostupných technologií.

**NOBERT YOUNG. DeepFake Technology: Complete Guide to Deepfakes, Politics and Social Media** – Publikace popisuje možnosti využití technologie DeepFake a naznačuje dopad takového užívání na budoucnost vnímání médií, tyto myšlenky pak ukazuje v perspektivě nastávajících prezidentských voleb v USA v roce 2020.

**JURY TECH. DEEPFAKES, SOCIAL MEDIA AND CELEBRITIES: A TECHNOLOGY FOR THE COMBINATION OF FAKE AND DEEP LEARNING USED FOR SWAPPING FACES OF PEOPLE IN VIDEO** – Publikace se zaměřuje na detailní popis využití umělé inteligence při tvorbě digitálního obsahu, největší zřetel pak publikace klade na popis technologie DeepFake, kterou popisuje od jejího vzniku až po nedávný zákaz.

**Diplomové práce k tématu** (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

**Datum / Podpis studenta/ky**

.....

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:**

**Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:**

Téma je velice zajímavé. Studentovi doporučuji nevěnovat se příliš teorii a soustředit se, v souladu s bakalářským typem studia a především s ohledem na modernost tématu, na praxi a dopad umělé inteligence, který se ve světě marketingu již projevuje, např. problematiku deep fakes. Kvituji tedy s povděkem úpravu literatury dle mých instrukcí. Práci budeme společně směřovat k marketingovému použití technologií ve světovém kontextu, s primárním zaměřením na komunikaci člověk-stroj a fake/deepfake news.

**Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:**

Mé připomínky již byly zapracovány.

**Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.**

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.



Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga



Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

**TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTISTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.**

**TEZE SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO OBORU.**