Ministerstvo průmyslu a obchodu

Ministerstvo kultury

Český telekomunikační úřad

Transparentnost podle čl. 50 AI Aktu

Co znamená pro média, muzea, galerie a kreativní odvětví

12.11. 2026

Praktické informace k jednání

- Jednání proběhne online.
- Pokud nemluvíte, ztlumte, prosím, mikrofon.
- Vypněte, prosím, kameru, pokud nevystupujete.
- Pro zapojení se do diskuse, prosím, avizujte zájem zvednutím ruky.
- Prezentace bude zaslána e-mailem po jednání; zveřejněna na webových stránkách.
- Pro potřeby zápisu z jednání (především FQ) bude nahráváno. Video sdíleno nebude.
- V rámci prezentace bude používáno Slido.

Program jednání

Úvodní slovo	**MPO** Daniel Všetečka **MK** Adéla Faladová	10:00 – 10:04 (4 minuty)
Článek 50 AI Aktu se zaměřením na povinnost označování a deep fake v kreativním sektoru	**MPO** Michaela Valtrová	10: 04 – 10:36 (32 minut)
Pohled orgánu dozoru	**ČTÚ** Anna Hroudová	10:36 – 10:43 (7 minut)

Program jednání

Perspektiva kulturních a kreativních odvětví	**Asociace online vydavatelů, CEO Drbna.cz** Libor Matoušek	10:43 – 10:47 (4 minuty)
Praktické příklady z českého prostředí	**Prima** Anna Leskotová	10:47 – 10:51 (4 minuty)
Praktické příklady z českého prostředí	**CZECH NEWS CENTER** Petr Tkadlec	10:51 – 10:55 (4 minuty)
Content Credentials	**MPO** Markéta Šilhavá	10:55 – 10:57 (2 minuty)
Moderovaná diskuse a dotazy	**MPO** Markéta Šilhavá	10:57 – 11:30 (33 minut)

Úvodní slovo

Ministerstvo průmyslu a obchodu

Daniel Všetečka

- cíl webináře
- aktuálnost tématu
- interpretační a praktický rámec
- zaměření na praxi

Úvodní slovo

Ministerstvo kultury

Adéla Faladová

Článek 50 AI Aktu: základní přehled se zaměřením na označování a deep fake v kreativním sektoru

Ministerstvo průmyslu a obchodu

Michaela Valtrová

MAPA ČLÁNKU 50 AI AKTU

Čl. 50: pět klíčových odstavců, 2 role

ODSTAVEC	CO	KDO	JÁDRO POVINNOSTI
50 (1)	Interaktivní systém AI	Poskytovatel	Říct člověku, že komunikuje s AI, není-li to zřejmé (informační povinnost)
50 (2)	Syntetický zvukový, obrazový, video nebo textový obsah	Poskytovatel	Strojové čitelné označení a zjistitelnost (technické označování obsahu)
50 (3)	Rozpoznávání emocí (ERS) a biometrická kategorizace	Zavádějící subjekt	Informovat osoby vystavené provozu systému (informační povinnost)
50 (4)	Deep fake (obraz, zvuk, video) a AI texty informující o záležitostech veřejného zájmu	Zavádějící subjekt	Zveřejnit, že obsah je uměle vytvořen (labeling) (informační povinnost)
50 (5)	Horizontální pravidlo	Podle odstavce	**Jasně**, rozlišitelně, nejpozději při první interakci či expozici (společné požadavky na informování)

POUŽITELNOST POVINNOSTÍ PODLE ČL. 50 AI AKTU

Od kdy?

2. 8. 2026

4 měsíce

2. 12. 2026

PŘECHODNÉ PRAVIDLO · ČL. 50 ODST. 2

Poskytovatelé musí splnit požadavky

- Systémy generující syntetický obsah
- Uvedené na trh před 2. 8. 2026

URČENÍ ROLE

Jste poskytovatel, nebo zavádějící subjekt?

Poskytovatel

Čl. 3 bod 3 AI Aktu

Vyvíjíte AI systém a uvádíte ho na trh nebo do provozu pod svým jménem.

- AI nástroj vyvíjíte vy, nebo někdo pro vás.
- Nabízíte ho pod svým jménem či značkou.

Příklad: *Společnost, která vyvinula vlastní AI generátor a nabízí jej pod svou ochrannou známkou.*

Zavádějící subjekt

Čl. 3 bod 4 AI Aktu

Používáte AI systém v profesním kontextu.

- Používáte hotový AI nástroj v práci nebo pro organizaci.
- Čistě soukromé používání se nepočítá.

Příklad: *Redakce, která s cizím nástrojem (systémem AI) tvoří obrazový obsah.*

Pro čl. 50 AI Aktu je důležité správně určit roli, protože povinnosti se liší podle toho, zda jste poskytovatel, nebo zavádějící subjekt. Můžete být v obojí roli.

ČLÁNEK 50 ODST. 4 A 5

Deep fake a AI text: povinnost informovat o použití AI

	50 (4) · Deep fake Obrazový, zvukový a video obsah	50 (4) · AI text Text o záležitostech veřejného zájmu
POVINNOST	**Informovat**, že obsah byl **uměle vytvořen nebo manipulován.**	**Informovat**, že text byl **uměle vytvořen nebo manipulován.**
VÝJIMKA	Použití povolené zákonem při **odhalování, předcházení, vyšetřování a stíhání trestných činů.**	Text prošel **lidským přezkumem** nebo **redakční kontrolou** a redakční odpovědnost nese fyzická či právnická osoba.
ZVLÁŠTNÍ REŽIM	U zjevně uměleckých a obdobných děl se vhodným způsobem informuje o použití AI, aniž by to bránilo vystavení nebo užívání díla.	*netýká se*

50 (5)

KDY	JAK	PŘÍSTUPNOST
Nejpozději při první interakci či expozici.	**Jasně a rozlišitelně.**	**V souladu s požadavky na přístupnost.**

PŘEHLED OBSAHU A HLAVNÍCH ZÁVAZKŮ

Kodex pro transparentnost

	Část 1 · Poskytovatelé Generativní AI systémy · čl. 50 odst. 2 a 5	Část 2 · Zavádějící subjekty Uvádění obsahu do praxe · čl. 50 odst. 4 a 5
CO ŘEŠÍ	• Strojově čitelné označování AI obsahu ***(marking)*** • Detekce AI generovaného a manipulovaného obsahu • Testování a ověřování souladu	• Informování o AI původu deep fake a vybraných textů ***(disclosure)*** • Vizuální a zvukové označování ***(labelling)*** • Vnitřní procesy, lidský přezkum a redakční kontrola

TYPY OBSAHU	Obraz	Video	Zvuk	Text
	fotografie	realistická videa, animace	reálný či syntetický hlas, hudba	články apod.

KREATIVNÍ SEKTOR

Zvláštní režim pro deep fake v uměleckých, tvůrčích, satirických, fiktivních a obdobných dílech či programech

Informace o použití AI musí být poskytnuta způsobem, který nenarušuje vystavení ani vnímání díla

Kodex je dobrovolný. Pro ty, kdo jej nepodepsali, je právně nezávazný.

Cíl: praktický rámec pro technické označování AI obsahu a informování o jeho umělém původu podle čl. 50.

PLNĚNÍ POVINNOSTI TRANSPARENTNOSTI

Jak splnit informační povinnost podle čl. 50 odst. 4 AI Aktu?

Zjednodušený orientační postup

1 Vztahuje se na mě povinnost podle čl. 50 odst. 4 AI Aktu?

- Používám systém AI v rámci profesní činnosti a pod svou odpovědností?
- Vytvářím nebo upravuji pomocí AI obrazový, zvukový či video obsah, který může představovat deep fake?

ano → **2 Jsem signatářem Kodexu pro transparentnost?**

ne → **Povinnost podle čl. 50 odst. 4 AI Aktu v tomto případě nevzniká**

ano → **Při plnění povinnosti podle čl. 50 odst. 4 a 5 AI Aktu postupuji primárně podle právní úpravy a podle části 2 Kodexu**

ne → **Povinnost podle čl. 50 odst. 4 a 5 AI Aktu plním i bez přistoupení ke Kodexu**

Kodex je dobrovolný. Povinnosti podle AI Aktu se uplatní bez ohledu na jeho podpis. Jeho doporučené postupy mohou využít i subjekty, které ke Kodexu nepřistoupily.

PRÁVNĚ NEZÁVAZNÝ VÝKLADOVÝ DOKUMENT EU

Pokyny Komise k čl. 50 AI Aktu

1. **Komentářový výklad**
   Čl. 50 odst. 1 až 5
2. **Výklad pojmů**
   „Zřejmé“ (čl. 50 odst. 1) · deep fake (čl. 50 odst. 4)
3. **Průřezová témata**
   Odpovědné subjekty · výjimky a zvláštní režimy · další předpisy EU
4. **Praktické příklady**
5. **Dozor**
   Vyjádření k dozoru

•POKYNY KOMISE · ČL. 50 ODST. 4

Umělecká a obdobná díla: vymezení pojmů

POJEM	CO TO JE
Umělecká díla	vytvořená za uměleckým účelem – hudba, film, výtvarné umění
Tvůrčí díla	založená na tvůrčích volbách, ne na funkčních či technických důvodech
Satirická díla	humorná kritika společnosti, politiky, podnikání či veřejných osob
Fiktivní díla	kulturní díla ve vymyšleném, ale věrohodném světě
Obdobná díla	díla s podobnými znaky, která do předchozích kategorií přesně nezapadají
Programy	položky programu či katalogu mediální služby, srovnatelné s televizním vysíláním

OBRAZ / AUDIO / VIDEO

Co označit?

1 **Je obsah deep fake?**
Splňuje čtyři znaky podle čl. 3 bodu 60 AI Aktu

ne → **Nevzniká povinnost označit**
čl. 50 odst. 4 AI Aktu

ano ↓

2 **Je součástí zjevně uměleckého, tvůrčího, satirického, fiktivního nebo obdobného díla či programu?**

ne → **Vzniká povinnost označit**
Označení musí být zřejmé: obsah je uměle vytvořen nebo manipulován

ano ↓

Zmírněný režim: označit se musí, ale vhodně a bez újmy pro zobrazení, užívání a běžné využití díla.

TEXT · ROZHODUJE ÚČEL ZVEŘEJNĚNÍ A REDAKČNÍ KONTROLA

Co označit?

1 Je text zveřejněn, aby informoval veřejnost o záležitostech veřejného zájmu?

ne → **Nevzniká povinnost označit**
čl. 50 odst. 4 AI Aktu

ano ↓

2 Prošel text lidským přezkumem či redakční kontrolou a je dána redakční odpovědnost?

ne → **Vzniká povinnost označit**
Označení musí být zřejmé: text je uměle vytvořen nebo manipulován

ano ↓

Povinnost označit nevzniká

Pokyny Komise

Příklady textu, který je publikován za účelem informování veřejnosti o záležitostech veřejného zájmu

1. AI generované shrnutí článku o rozhodnutí zastupitelstva Shrnutí článku napsaného člověkem, který pojednává o nedávném rozhodnutí městského zastupitelstva, vytvořené pomocí AI a zveřejněné na internetových stránkách novin.
2. AI upravený článek o zdravotních účincích různých diet Části článku na lifestylovém webu, které porovnávají účinky různých diet na konkrétní onemocnění u žen středního věku a byly upraveny pomocí AI.
3. AI generované varování před nepříznivým počasím Zpráva vytvořená pomocí AI a zveřejněná na profilu meteorologického ústavu na sociálních sítích, která varuje občany před bouřlivým počasím a informuje je o souvisejících preventivních opatřeních.

Pokyny Komise

Příklady textu, který není publikován za účelem informování veřejnosti o záležitostech veřejného zájmu

1. Fantasy román vytvořený pomocí AI Fantasy román vygenerovaný pomocí umělé inteligence.
2. AI upravený reklamní text nebo popis výrobku Text reklamy nebo popis výrobku upravený pomocí AI, který neobsahuje tvrzení týkající se například zdraví, bezpečnosti spotřebitelů nebo udržitelnosti.
3. AI generované shrnutí zpráv pro individuálního uživatele Shrnutí zpráv vytvořené chatbotem, které je dostupné pouze uživateli, jenž o jeho vytvoření požádal.

ČL. 50 ODST. 4 A 5

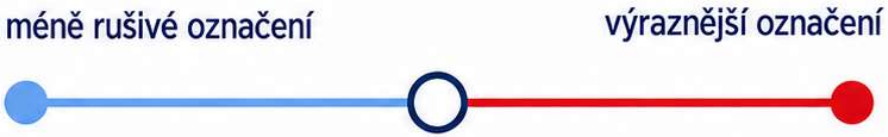
Jak označit

Co říká norma

Čl. 50 odst. 5 AI Aktu

1. jasným a rozlišitelným způsobem
2. nejpozději při první interakci či expozici
3. v souladu s použitelnými požadavky na přístupnost

Co zvážit v praxi



- přiměřenost označení
- riziko nadměrného označování
- riziko narušení důvěry
- volba typu označení
- možnost jednotného standardu

Praktický cíl: co nejméně zatěžující řešení pro zavádějící subjekty i publikum, které splní všechny právní požadavky.

MÍRNĚJŠÍ REŽIM · ČL. 50 ODST. 4 A 5

Jak označit umělecká, tvůrčí a další díla

Co říká norma

Čl. 50 odst. 4 a 5 AI Aktu

Označení musí být provedeno:

1. vhodným způsobem
2. tak, aby nenarušovalo vystavení ani vnímání díla
3. jasným a rozlišitelným způsobem
4. nejpozději při první interakci či expozici
5. v souladu s použitelnými požadavky na přístupnost

Co zvážit v praxi

méně rušivé označení — výraznější označení



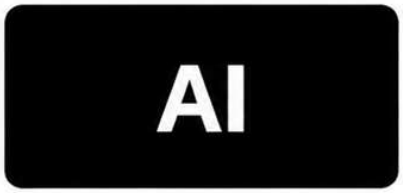
- přiměřenost označení
- riziko nadměrného označování
- riziko narušení důvěry
- volba typu označení
- možnost jednotného standardu

Praktický cíl: co nejméně zatěžující řešení pro zavádějící subjekty i publikum, které splní všechny právní požadavky.

VIZUÁLNÍ POMŮCKA · ČL. 50 ODST. 4 AI AKTU

Oficiální EU ikony označování AI obsahu

1 Základní ikona



Použití: při tvorbě deep fake nebo textu byl použit systém AI a označení je doplněno textovým štítkem či další informační vrstvou.

2 Plně vytvořeno pomocí AI



Použití: obsah je celý vytvořen pomocí AI, bez prvků vytvořených člověkem.

3 Částečně upraveno pomocí AI



Použití: existující obsah vytvořený člověkem byl následně upraven pomocí AI.

Co je důležité

- Ikony jsou dobrovolné
- Povinnost označit podle čl. 50 odst. 4 AI Aktu dobrovolná není
- Ikony jsou veřejně dostupné a lze je volně používat
- Varianty: černá, bílá a 50% průhledná

ZÁSADY OZNAČOVÁNÍ

jasně a rozlišitelně · nejpozději při první interakci či expozici · označení musí být dobře vnímatelné · v souladu s příslušnými požadavky na přístupnost

KODEX PRO TRANSPARENTNOST · ZÁVAZEK 3

Kam označení umístit?

Týká se deep fake, která jsou součástí zjevně uměleckých, kreativních, satirických, fiktivních nebo obdobných děl či programů.

Digitální nebo interaktivní

Webové stránky, aplikace a jiná uživatelská rozhraní

OZNAČENÍ LZE UMÍSTIT

- mimo obraz či video rámec, ale v jeho těsné blízkosti
- v blízkosti audio obsahu
- v uživatelském rozhraní nebo jako překryv (overlay) pod kontrolou **zavádějícího subjektu**

Nedigitální nebo neinteraktivní

Výstavy, galerie, kina, festivaly, audio či video na fyzickém nosiči

OZNAČENÍ LZE POSKYTNOUT

- v online nebo fyzickém místě vstupu či prodeje
- v úvodních či doprovodných informacích (např. výstavní leták nebo vstupenka)
- přímo na fyzickém nosiči (např. obal)

Pozor: Označení musí být jasné, rozlišitelné a přístupné. V digitálním prostředí musí být vnímatelné bez další aktivity uživatele.

ČL. 3 BOD 60 AI AKTU · BOD 6.1.1 POKYNŮ

Definice deep fake: 4 znaky

1. Obrazový, zvukový nebo video obsah (forma obsahu)
2. Vytvořený nebo upravený umělou inteligencí (původ obsahu)
3. Podobá se existujícím osobám, objektům, místům, subjektům či událostem (podobnost s realitou)
4. Může se člověku nepravdivě jevit jako autentický nebo pravdivý (klamný dojem autenticity či pravdivosti)

Deep fake je obsah, který splňuje **všechny čtyři znaky zároveň.**

BOD 114 POKYNŮ · ČTVRTÝ ZNAK DEEP FAKE

Čtvrtý znak: objektivní posouzení obsahu jako celku

CO SE POSUZUJE

- **míra podobnosti** (např. s reálnými osobami, místy či událostmi)
- **možné sdělení obsahu** (jeho podstatný význam a dopad)
- **kontext nasazení a prostředí** (např. druh díla, pořad, platforma, způsob prezentace)
- **publikum a jeho očekávání** (co lze v daném kontextu rozumně očekávat)

ÚMYSL

Úmysl klamat se nevyžaduje.

Posouzení je objektivní.



Pokud publikum v daném kontextu neočekává autentický či pravdivý obsah, **čtvrtý znak deep fake nemusí být naplněn.**

Spíše ne deep fake

- pozadí, speciální efekty a technické zpracování (např. před- a postprodukce) při běžné filmové produkci, které samy o sobě nevyvolávají dojem autenticity či pravdivosti

Spíše deep fake

- plně AI generovaní herci a digitální repliky skutečných či zemřelých herců,
- omlazování a simulované herecké výkony nebo jejich části,
- neautentické či nepravdivé zobrazení osob, objektů, míst nebo událostí v dokumentární tvorbě.



Fotorealismus zvyšuje pravděpodobnost deep fake, ale sám o sobě nerozhoduje.

Podstatné je, zda obsah může vyvolat mylný dojem pravosti či pravdivosti.

BOD 115 POKYNŮ

Čtvrtý znak: posouzení z pohledu publika



Ne hypotetický „průměrný“ člověk

Zohledňuje se **různorodé složení rozumně předvídatelného publika**, které může být obsahu vystaveno.



Děti, senioři a další skupiny

K naplnění čtvrtého znaku může postačovat klamný dojem autenticity či pravdivosti **u části předvídatelného publika**, zejména u osob s nižší digitální či AI gramotností nebo úrovní obecných znalostí.



Další šíření obsahu

Zavádějící subjekt nemusí zohledňovat případné další šíření obsahu třetími osobami nad rámec rozumně předvídatelného publika. Rozhodující jsou také zamýšlené distribuční kanály (např. uzavřená část webu pro předplatitele nebo firemní newsletter).

Pro naplnění čtvrtého znaku může postačovat klamný dojem u části rozumně předvídatelného publika.

BOD 116 POKYNŮ

Drobné úpravy

Kdy zpravidla nejde o deep fake

AI úpravy, které se týkají **nevýznamných obsahových nebo technických aspektů** stávajícího obsahu, obvykle nemají zásadní vliv na vnímání jeho autenticity či pravdivosti.

Rozhoduje kontext a dopad

Zda úprava spadá mezi drobné, závisí na **kontextu** a na jejím **dopadu** na vnímání autenticity či pravdivosti obsahu v konkrétním případě.

Pozor u novinářských snímků

Rozsáhlejší AI úpravy detailů v pozadí novinářských snímků nad rámec běžných technických či redakčních postupů mohou **negativně ovlivnit vnímání autenticity či pravdivosti obsahu**.

Příklady drobných úprav

- úprava detailů v pozadí (např. odstranění kolemjdoucího)
- úpravy osvětlení, barevná korekce
- úprava zvukových parametrů, redukce nebo odstranění šumu
- zlepšení přístupnosti (např. titulky) nebo komprese souboru
- kosmetické úpravy a jemné vylepšení

Pravděpodobně drobná úprava

Korekce barev, rozšíření pozadí nebo jeho výměna z čistě estetických důvodů, kompozice a aranžmá existujících produktů, změna velikosti obrázku v reklamě nebo na obalu.

Spíše nejde o drobnou úpravu

Významnější zásahy do pozadí novinářských snímků nad rámec běžných redakčních postupů (např. odstranění či doplnění relevantních prvků scény).

Rozhoduje dopad úpravy na vnímání autenticity či pravdivosti obsahu, nikoli samotné použití AI.

Pokyny Komise

Příklady deep fake podle čl. 3 bodu 60 AI Aktu

Klonování hlasů v podcastu Zvukový záznam vytvořený pomocí AI, v němž jsou naklonovány hlasy pravidelných moderátorů podcastu vydávaného novinami a jejich hosta, kteří diskutují o aktuálních událostech.
Virtuální generální ředitel Video vytvořené pomocí AI, v němž realistický syntetický avatar generálního ředitele společnosti blahopřeje zaměstnancům k jejich práci a hospodářským výsledkům společnosti za uplynulý rok.
Produkt v reklamě Obrázek produktu vytvořený pomocí AI, použitý v reklamě nebo na obalu výrobku, který může ovlivnit vnímání spotřebitelů a uvést je v omyl ohledně skutečného vzhledu, vlastností nebo použití produktu (například tím, že je produkt zobrazen odlišně od skutečnosti, atraktivněji nebo jako kvalitnější, než ve skutečnosti je).

Pokyny Komise

Příklady, **co není** deep fake podle čl. 3 bodu 60 AI Aktu

Dokumentární pořad o ústupu ledovců Video zachycující moderátora vědeckého televizního pořadu, který prochází horskou oblastí a hovoří o ústupu ledovců. Jeho výklad doprovází animace pozadí upravená pomocí AI, která znázorňuje ústup ledovců z jejich historického rozsahu do současného stavu.
Fiktivní prostředí ve videohrách Fiktivní prostředí vytvořená pomocí AI (například smyšlené lesy a hrady) ve videohrách.
Skutečný produkt v AI generovaném prostředí Reklama zobrazující skutečný produkt (například automobil) na pozadí a v prostředí vytvořeném pomocí AI, pokud není pravděpodobné, že by reklama uvedla diváky v omyl ohledně skutečné podoby, vlastností nebo použití produktu.

Pokyny Komise

Příklady deep fake v tvůrčích, satirických, fiktivních nebo obdobných dílech.

1. Umělecké/fiktivní dílo – film Filmy (nebo filmové upoutávky) obsahující deep fake vytvořené nebo upravené pomocí AI, například digitálně omlazené skutečné herce nebo digitální repliky zemřelých herců či jiných osob, dostupné v kinech nebo na streamovacích platformách.
2. Umělecké/tvůrčí dílo – hudba Hudba jakéhokoliv žánru vytvořená pomocí AI, která napodobuje individuální styl existujících umělců.
3. Satirické/fiktivní dílo – politická satira Obraz skutečného politika upravený pomocí AI, který jej zasazuje do scény zjevně určené k humorné kritice určitých politických rozhodnutí, která daný politik přijal nebo podporoval.
4. Obdobné tvůrčí/fiktivní dílo – videohra Herní obrazový obsah vytvořený pomocí AI, který zahrnuje simulace skutečných existujících osob představující deep fake.

Pokyny Komise

Příklady deep fake mimo tvůrčí, satirická, fiktivní nebo obdobná díla

1. Teleshoppingová reklama Video upravené pomocí AI ve stylu teleshoppingového pořadu, v němž synteticky simulované lidské postavy představující deep fake propagují výrobek. V prostředí vytvořeném pomocí AI simulovaní spotřebitelé předvádějí praktické použití výrobku s cílem přesvědčit diváky k jeho koupi.
2. Syntetický influencer propagující výrobek Video upravené pomocí AI, ve kterém realistický syntetický influencer testuje skutečný sponzorovaný výrobek, přičemž se video zaměřuje výhradně na předvedení jeho funkčních vlastností.
3. Realistické zobrazení holokaustu Video vytvořené pomocí AI, které realisticky zobrazuje scény holokaustu a je sdíleno na veřejně dostupných platformách sociálních médií.

Obsahuje modelový případ deep fake podle AI Aktu?

Anketa

1 Dokumentární film s prvky AI animace



Autorka dokumentárního filmu o tanci využije v některých pasážích animované sekvence vytvořené s pomocí AI. Jde o pohyb statických předmětů či artefaktů např. v krajině. Film tak kombinuje autentické záběry s vizuálně stylizovanými animacemi.

1. Dokumentární film s prvky AI animace. Představují AI animované sekvence v tomto dokumentárním filmu deep fake podle AI Aktu?

Multiple Choice Poll · 94 votes · 94 participants

A. Ano, protože jde o obsah vytvořený pomocí AI, který zobrazuje skutečné objekty a místa. - 6 votes



6%

B. Mohou představovat deep fake, protože jsou součástí dokumentárního filmu, u kterého diváci očekávají autenticitu nebo pravdivost. - 21 votes



22%

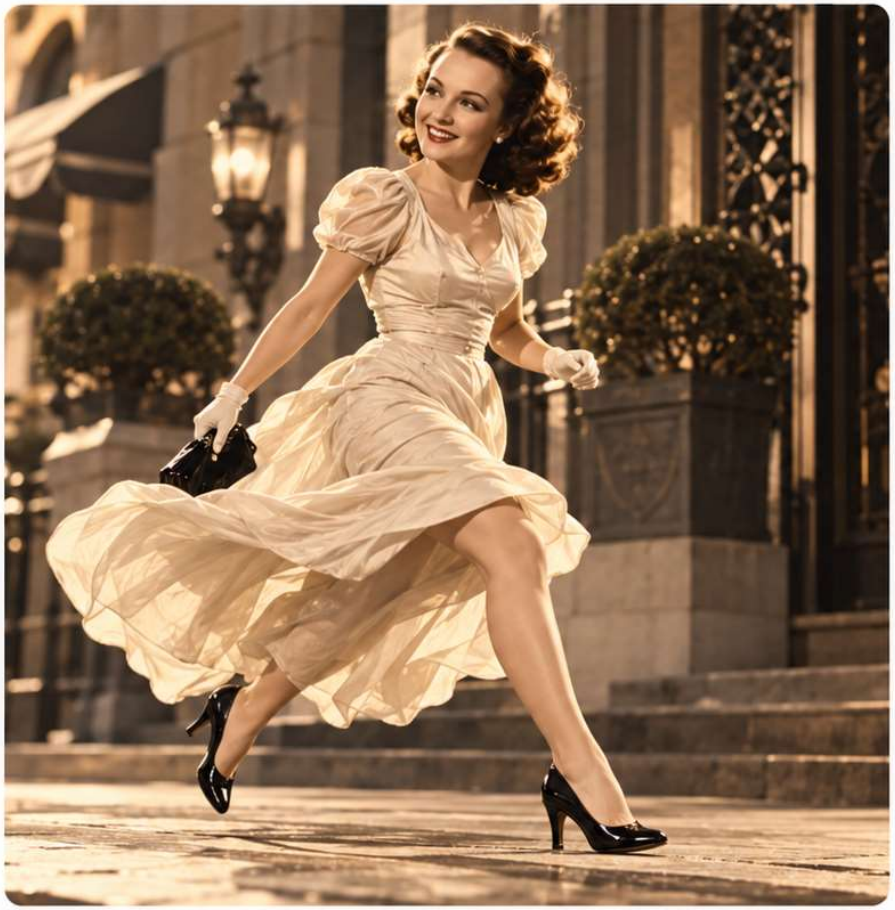
C. Spíše ne, protože jde o zjevně stylizované animace, které divák pravděpodobně nebude považovat za autentické či pravdivé zobrazení skutečnosti. - 67 votes



71%

slido

2. Adina Mandlová v reklamě na boty od Bati



Společnost Baťa se rozhodla, že bude propagovat svou jarní kolekci společenských bot pomocí Adiny Mandlové. Reklamní společnost vytvoří reklamní spot, v němž herečka propaguje lodičky této společnosti.

2. Adina Mandlová v reklamě na boty od Bati. Představuje reklamní spot s AI generovanou podobou Adiny Mandlové deep fake podle AI Aktu?

Multiple Choice Poll · 75 votes · 75 participants

A. Ne, protože diváci vědí, že herečka již nežije, a nemohou proto reklamu považovat za autentickou nebo pravdivou. - 3 votes

4%

B. Může jít o deep fake podle toho, zda diváci vnímají reklamu autentický výkon herečky. Kvůli komerčnímu charakteru reklamy se však neuplatní zmírněný režim označování. - 5 votes

7%

C. Spíše ano, protože realistická digitální replika zemřelé herečky může vyvolat mylný dojem skutečného výkonu herečky. Zmírněný režim označování přitom nelze u reklamy předem vyloučit. - 67 votes

89%

slido

3 Muzejní rekonstrukce lágru pomocí AI a interaktivní AI avatar vězně



Muzeum ve spolupráci s neziskovou organizací spravující rozsáhlý archiv (např. Post Bellum) uspořádá výstavu o osudu politických vězňů v 50. letech. V expozici je řada interaktivních prvků vytvořených pomocí AI – například edukační video vytvořené na základě dobových snímků a dalších archivních materiálů, realistický 3D model Jáchymovských „Schodů hrůzy“ či tábora Nikolaj. Součástí výstavy je také interaktivní AI avatar neznámého vězně, který na základě archivních dat odpovídá návštěvníkům na jejich otázky.

Z kontextu expozice je návštěvníkům zřejmé, že jde o současné rekonstrukce historických míst a událostí vytvořené na základě archivních materiálů.

3. Muzejní rekonstrukce lágru pomocí AI a interaktivní Avatar vězně. Představuje některá část muzejní expozice vytvořená pomocí systému AI deep fake podle AI Aktu?

Multiple Choice Poll · 90 votes · 90 participants

A. Ano, některé části mohou představovat deep fake, zejména pokud mohou vyvolat mylný dojem autenticity nebo pravdivosti historických záběrů. - 21 votes

23%

B. Ano, všechny prvky vytvořené pomocí systému AI představují deep fake, protože realisticky zobrazují historická místa a osoby. - 7 votes

8%

C. Spíše ne, protože z kontextu výstavy je zřejmé, že jde o současné rekonstrukce historických míst a událostí vytvořené na základě autentických archivních materiálů. - 62 votes

69%

slido

4 Galerie: portréty mezi realitou a AI



Umělkyně vytváří tradičními výtvarnými prostředky sérii portrétů včetně vlastního autoportrétu. Ty jsou v galerii vystaveny společně se syntetickými portréty stejných osob vygenerovaných pomocí AI.

4. Galerie: portréty mezi realitou a AI. Představují syntetické portréty reálně vypadajících existujících osob vystavené v galerii deep fake podle AI Aktu?

Multiple Choice Poll · 65 votes · 65 participants

A. Ano, protože zobrazují skutečné osoby a byly vytvořeny pomocí systému AI. - 3 votes

5%

B. Spíše ne, protože návštěvníci galerie zpravidla očekávají uměleckou interpretaci. - 46 votes

71%

C. Mohou představovat deep fake, pokud s ohledem na kontext výstavy vyvolávají u návštěvníků mylný dojem, že věrně zachycují skutečnou podobu zobrazovaných osob. - 16 votes

25%

slido

5 Audioprůvodce po výstavě: hlas kurátorky a AI



Galerie připraví audioprůvodce k výstavě. Část komentáře osobně namluví kurátorka výstavy. Zbývající části však nechá na základě svého textu vytvořit pomocí AI jako syntetickou repliku vlastního hlasu. Návštěvník tak poslouchá průvodce, který zní, jako by jej celý namluvila sama kurátorka.

5. Audioprůvodce po výstavě. Představují části audioprůvodce namluvené syntetickým hlasem kurátorky deep fake podle AI Aktu?

Multiple Choice Poll · 78 votes · 78 participants

A. Ne, protože kurátorka sama napsala text a souhlasila s použitím svého hlasu. - 42 votes

54%

B. Ne. Jde o galerii a tam se deep fake neřeší. - 3 votes

4%

C. Spíše ano, protože syntetická replika hlasu skutečné osoby může vyvolat mylný dojem, že celý komentář osobně namluvila kurátorka. - 33 votes

42%

slido

6 Hudební album: skutečný hlas, AI kytara a omlazená podoba



Hudebník zveřejní na streamovací platformě několik nových skladeb.

Zpěv ve všech skladbách je jeho skutečný hlas a ostatní nástrojové party jsou nahrány skutečnými hudebníky.

V některých skladbách však použije také kytarový part vytvořený pomocí generativní AI, který nenapodobuje výkon žádného konkrétního kytaristy.

Pro vizuální prezentaci alba zároveň pomocí AI upraví svou současnou podobu tak, aby vypadal výrazně mladší.

6. Hudební album: skutečný hlas, AI kytara a omlazená podoba. Představuje některá část hudebního alba deep fake podle AI Aktu?

Multiple Choice Poll · 75 votes · 75 participants

A. Deep fake může představovat omlazená podoba hudebníka i AI generovaná hudba, která se podobá individuálnímu stylu existujícího umělce. - 57 votes



76%

B. Spíše ne, protože jde o umělecké dílo a posluchači i diváci očekávají určitou míru stylizace. - 12 votes



16%

C. Ano, protože veškerý zvukový a obrazový obsah vytvořený pomocí systému AI automaticky představuje deep fake. - 6 votes



8%

slido

7 Historická videohra: kdy může fikce představovat deep fake?



Tvůrce videohry vytvoří realistickou historickou hru.

Některé digitální postavy vznikly tradičním 3D modelováním a technologií motion capture na základě podoby a pohybů skutečných herců.

Jiné, zcela fiktivní, ale realisticky působící lidské postavy byly vytvořeny pomocí generativní AI.

Herní prostředí tvoří pomocí AI rekonstruované skutečné hrady, například Trosky, vesnice, lesy a krajina.

7. Historická videohra: kdy může fikce představovat deep fake? Představuje některá část této historické viodeohry deep fake podle AI Aktu?

Multiple Choice Poll · 69 votes · 69 participants

A. Ano, protože realistické digitální postavy a rekonstrukce skutečných historických míst vytvořené pomocí systému AI představují automaticky deep fake. - 0 votes

0%

B. Některé prvky mohou představovat deep fake, pokud byly vytvořeny pomocí AI a mohou vyvolat mylný dojem autenticity nebo pravdivosti, přestože jsou součástí fiktivního herního světa. - 21 votes

30%

C. Spíše ne, protože hráči zpravidla vědí, že se pohybují ve fiktivním světě. - 48 votes

70%

slido

8 Kriminální seriál: kde končí postprodukce a začíná deep fake?



Produkční společnost natáčí hraný kriminální seriál se skutečnými herci. Většina scén vzniká běžným natáčením, v některých pasážích však produkce využije generativní AI. V retrospektivní scéně pomocí AI výrazně omladí jednoho z herců, v jiné scéně vytvoří syntetickou repliku jeho hlasu pro dodatečně doplněnou repliku a při natáčení nebezpečné akční scény krátce nahradí herce fotorealistickou digitální replikou. Ostatní části seriálu AI upraveny nejsou.

8. Kriminální seriál: kde končí postprodukce a začíná deep fake? Může některá část kriminálního seriálu představovat deep fake podle AI Aktu?

Multiple Choice Poll · 71 votes · 71 participants

A. Ano, všechny části seriálu upravené pomocí systému AI automaticky představují deep fake. - 3 votes

4%

B. Některé části mohou představovat deep fake, zejména omlazení herce, syntetická replika jeho hlasu nebo digitální dvojník, pokud vyvolávají mylný dojem, že jde o skutečnou podobu nebo autentický výkon herce. - 42 votes

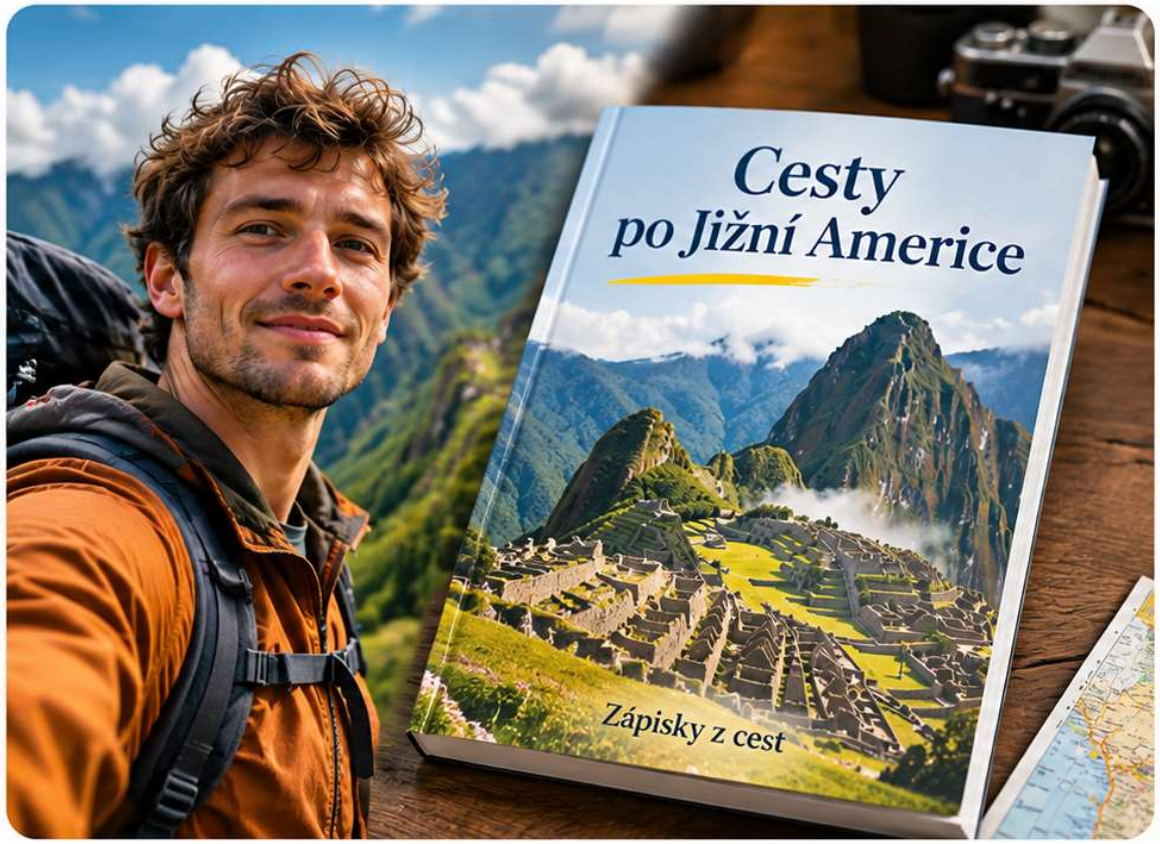
59%

C. Spíše ne, protože jde o hraný seriál a diváci vědí, že sledují fiktivní příběh, nikoliv skutečné události. - 26 votes

37%

slido

9 Fotorealistická obálka cestopisu: autentická fotografie, nebo AI?



Blogger chce vydat knihu s postřehy ze svých cest po Jižní Americe. Nakladatelství se rozhodne, že na obálku zvolí fotorealistické zobrazení místa, které se podobá existující lokalitě a které bylo kompletně vygenerováno pomocí AI.

9. Fotorealistická obálka knihy. Představuje fotorealistická obálka cestopisu vytvořená pomocí systému AI deep fake podle AI Aktu?

Multiple Choice Poll 75 votes 75 participants

A. Může představovat deep fake, pokud vyvolá mylný dojem, že jde o autentickou fotografii skutečného místa. - 59 votes



79%

B. Spíše ne, protože jde o grafické zpracování knižní obálky, u kterého čtenář může očekávat upravenou fotografii a je jedno, zda se tak stalo pomocí AI či jiným nástrojem. - 10 votes



13%

C. Ano, protože každé fotorealistické zobrazení skutečného místa vytvořené či upravené pomocí AI automaticky představuje deep fake. - 6 votes



8%

slido

10 Investigativní reportáž: skutečný svědek, syntetická podoba a hlas?



Redakce se kvůli ochraně identity svědka rozhodne odvysílat jeho autentické svědectví tak, že pomocí AI nahradí jeho skutečnou podobu realistickou, ale neutrální syntetickou tváří a současně pozmění jeho hlas. Obsah výpovědi zůstane nezměněn. Divák tak vidí a slyší realisticky působící osobu, která však ve skutečnosti takto nevypadá ani nemluví.

10. Investigativní reportáž. Představuje investigativní reportáž se syntetickou podobou a hlasem svědka deep fake podle AI Aktu?

Multiple Choice Poll · 77 votes · 77 participants

A. Ne, protože obsah svědectví je autentické a AI je jen technický nástroj, který slouží k ochraně identity svědka. - 17 votes

22%

B. Spíše ne, protože diváci mohou z kontextu investigativní reportáže rozpoznat, že podoba a hlas svědka byly upraveny za účelem ochrany jeho identity. - 13 votes

17%

C. Může jít o deep fake, pokud divák může syntetickou podobu a hlas mylně považovat za skutečnou podobu a hlas svědka, přestože obsah výpovědi zůstává nezměněn. - 47 votes

61%

slido

Užitečné odkazy:

1/ AI Akt: EUR-Lex - 02024R1689-20260727 - EN - EUR-Lex

2/ Kodex pro transparentnost: Code of Practice on Transparency of AI-generated Content | Shaping Europe's digital future

3/ Pokyny Komise: Guidelines on transparency obligations for providers and deployers of certain AI systems | Shaping Europe's digital future

4/ EU ikona: EU Icons for labelling AI-generated content | Shaping Europe's digital future

5/ reklama s Gretou Garbo - Bing Videa



Český telekomunikační úřad

Až přijde podnět… transparentnost obsahu z pohledu dozorového orgánu

Anna Hroudová

Role orgánu dozoru

Dnes radíme, sbíráme podněty a připravujeme se na výkon dozoru

Co děláme

Již první podněty, analýza a vyhodnocování

Nezávazné odpovědi na dotazy

Vedeme dialog se sektorem

Co zatím neděláme

Kontroly dle AI Aktu

Závazný dohled a výklad

Pokuty a sankce

Co připravujeme

Modelové situace

Manuály

Sběr hraničních případů

Až přijde podnět, budeme se ptát: Kdo o AI rozhodl? Jak jste situaci posoudili? Jak a kde jste označili?

Co doporučujeme připravit

3 kroky: od freelancera až po velkou mediální instituci

1

Určete roli

Kde AI používáte a kdo o ní rozhoduje: vy, dodavatel, nebo klient?

2

Najděte povinnosti

Který obsah může působit jako skutečný – hlas, tvář, událost, text k veřejným věcem?

3

Nastavte procesy

Kdo použití AI hlásí, kdo rozhoduje, jak se označuje a eviduje.

Platí pro média, nakladatele, knihovny, muzea, agentury i grafiky.
Výjimkou je jen čistě osobní užití.

Nastavení interních procesů a dokumentace

Evidujeme rozhodnutí, ne každý záběr

Procesy

- odpovědná osoba
- jeden kanál pro hlášení AI
- pravidlo a vzorová znění označení
- AI doložka ve smlouvách s dodavateli i klienty
- školení lidí, kteří s AI pracují

Dokumentace

- registr rozhodnutí: co, proč, kdo, jak označeno
- typové případy schválené jednou
- u AI textu odpovědná osoba a popis redakční kontroly

Rozsah podle velikosti: velké organizace potřebují registr v systému, freelancerovi stačí jedna tabulka

Prokázání souladu

Kodex Komise nebo vlastní cesta?

Podepsali jste Kodex?

Ukažte, jak ho plníte.

Kodex je posouzen jako přiměřený, ale nezakládá předpoklad shody. Ověřujeme skutečné plnění.

Nepodepsali jste

Ukažte, proč stačí vaše opatření.

Nejsilnější doklad: tabulka „naše opatření + kodex“. Kodex jako referenční rámec.

Most mezi oběma: společná odvětvová praxe

Jednotný slovník štítků a věta „pro publikum“. Pomůže signatářům i ostatním – a divák či čtenář dostane jeden jazyk.

Nejčastější otázky z praxe

Musíme označit vše, kde byla AI?

Ne. Jen obsah, který může působit jako skutečný, a AI text bez redakční kontroly.

Označuje vysílatel, agentura, nebo grafik?

Ten, kdo o AI rozhodl. Kdo jen šíří, převzaté označení zachová.

Herec souhlasil s klonem hlasu. Stačí to?

Ne. Souhlas chrání herce, označení chrání publikum.

Stačí označení v závěrečných titulcích?

U zjevné fikce možná, vždy ale nejpozději při první expozici.

Stačí metadata od dodavatele nástroje?

Ne. Označení musí vidět nebo slyšet člověk.

Retuš fotky nebo archivu?

Drobnost ne. Zásah, který mění výpověď obrazu, ano.

Checklist: na co si odpovědět

Kolik políček si dnes odškrtnete?

Role a povinnosti

- ☐ Víme, v jaké roli při dané činnosti vystupujeme a co z ní plyne?
- ☐ Byla AI použita tak, že je nutné označení?
- ☐ Jde o zpravodajství, nebo o zjevnou satiru či fikci?

Označení

- ☐ Je označení jasné, srozumitelné a včasné – při první expozici?
- ☐ Máme jednotnou podobu a umístění označení?
- ☐ U převzatého obsahu zachováváme označení tvůrce?
- ☐ Rozlišujeme generování obsahu od běžné editace?

Pravidla a smlouvy

- ☐ Máme pravidla pro syntetický obraz, zvuk a video?
- ☐ Máme postup pro texty k věcem veřejného zájmu – lidský přezkum a redakční kontrolu?
- ☐ Máme s dodavateli zajištěnou součinnost?

Evidence a kontrola

- ☐ Evidujeme rozhodnutí o AI, znění, umístění a odpovědnou osobu?
- ☐ Dá se zpětně doložit, že jsme povinnosti z AI Aktu splnili?
- ☐ Nezapomínáme na povinnosti z jiných předpisů (autorské právo, GDPR, reklama)?

Na kterou oblast přípravy se vaše organizace potřebuje nejvíce zaměřit?

Multiple Choice Poll · 67 votes · 67 participants

Zmapování způsobů používání AI. - 12 votes



Interní pravidla pro označování. - 30 votes



Právní posouzení konkrétních případů. - 11 votes



Technické nástroje. - 3 votes



Školení zaměstnanců. - 7 votes



Vedení dokumentace. - 4 votes





Český
telekomunikační
úřad

Děkuji
za pozornost

Anna Hroudová

anna.hroudova@ctu.gov.cz

ASOCIACE ONLINE VYDAVATELŮ

Transparentnost AI obsahu z pohledu vydavatelů

Samoregulace, praxe redakce a co potřebujeme od státu

Libor Matoušek

předseda AOV · CEO Drbna.cz

Webinář MPO k čl. 50 AI Aktu · 12. 11. 2026

SEKTOR UŽ JEDNÁ

Tři vrstvy samoregulace

TRH

Samoregulační desatero

Bod 3: vnitřní pravidla pro „práci s nástroji umělé inteligence“.

Spolutvůrci: AKTV, AOV, APSV, ČUV, SPIR, Syndikát novinářů, ČT, ČRo, ČTK

ASOCIACE

Etický kodex AOV

Člen transparentně uvádí, jak využívá generativní AI a jak AI obsah označuje.

Čl. II/5 · závazek členů AOV od roku 2025

REDAKCE

Směrnice Drbna.cz

AI je pomocník, ne autor. Každý AI obrázek nese viditelnou ikonu.

Interní předpis · říjen 2026



Takto to vypadá: ilustrační obrázek na Drbna.cz s ikonou AI vlevo dole.

PRAXE DRBNA.CZ

Kde jsme v praxi narazili

01

Co je podstatná úprava?

„V pochybnostech označte. Chybějící označení je porušení zákona, nadbytečné ne.“

Bez výkladu označujeme víc, než musíme.

02

Obrázky od třetích stran

„Nemůžeme označit obsah, o jehož původu nic nevíme.“

Strojové značení od poskytovatelů AI musí fungovat i pro nás.

03

Co je redakční kontrola?

„Zběžné přeletění očima kontrolou není.“

Je náš výklad výjimky v čl. 50(4) správný?

Náklady: úprava CMS, školení, evidence u PR zakázek. Malý vydavatel bez vývojáře to sám nepostaví.

DALŠÍ KROK

Co děláme a co potřebujeme

AOV
ASOCIACE ONLINE VYDAVATELŮ

AOV

- ✓ Dokončujeme doporučení pro členy: vzor směrnice a jednotné označení.
- ✓ Stavíme na kodexu AOV a zkušenostech redakcí.
- ✓ Doporučení předložíme MPO, MK a ČTÚ ke konzultaci.

Od MPO, MK a ČTÚ potřebujeme

1. Výklad šedých zón s příklady z médií.
2. Při dozoru přihlížet k zavedené samoregulaci.
3. Náběhová fáze: nejdřív metodika, potom sankce.

Rámec máme. Potřebujeme společný výklad.

TRANSPARENTNOST AI OBSAHU PODLE ČL. 50 AI AKTU

PŘÍKLADY

JUDr. Anna Leskotová, Ph. D., právník FTV Prima, spol. s r. o.



SKUTEČNÉ PŘÍPADY OZNAČOVÁNÍ

Skutečných případů označení je zatím velmi málo:

- regulace je velmi nová
- AI se často používá jen doplňkově
- kvalita výstupů z AI zatím omezuje rozsáhlé užití
- limity z odpovědnosti za výstup z AI

Obecný přístup k označování:

- označovat pouze případy požadované AI Actem
- přehnané označování má malou vypovídací hodnotu

Ilustrační fotografie nezkreslující realitu I

Muž v kapuci s fénem mířícím na teploměr

- Ilustrační fotografie k dokreslení situace
- Proč vznikla z AI: nepodařilo se vyhledání vhodné ilustrační fotografie ve fotobankách
- Proč neoznačovat dle AI Actu:
  - proveditelná situace
  - při užití nedošlo ke zkreslování reality

Ilustrační fotografie nezkreslující realitu II

Nová dopravní značka u dálnice

- Ilustrační fotografie nově zavedené dopravní značky stojící u silnice v nespecifickém místě
- Proč vznikla z AI: ve fotobankách nenalezena vhodná ilustrační fotografie
- Proč neoznačovat:
  - realistická situace
  - nedochází ke zkreslení reality

Další příklady

Grafické prvky, ruchy, zvuky, další úpravy

- neoznačují se: dílčí grafické prvky, zvuky, ruchy a podobné úpravy, které pouze realistickým způsobem dokreslují audiovizuální záznam, ale nezpůsobují nezkreslování reality

Případ, který vypadá, že je vytvořen AI, ale AI k jeho vytvoření použita nebyla – neoznačuje se dle AI Actu (nicméně může podléhat jiné regulaci)

Praktické příklady z českého prostředí

CZECH NEWS CENTER a.s.

Petr Tkadlec

vedoucí právního oddělení

- deep fakes ve smyslu čl. 3 odst. 60 AI Actu se v našich médiích nevyskytují
- generovaný text bez lidského přezkumu a redakční kontroly ve smyslu čl. 50 odst. 4 AI Actu se v našich médiích nevyskytuje
- označování AI obsahu upravuje vnitřní předpis

AI a texty

AI se používá pouze jako pomocník při psaní článků

- rešerše
- hrubý koncept
- korektura

Míra zapojení závisí na praxi v konkrétních redakcích a na osobě autora článku, případně na povaze článku a času pro jeho přípravu.

Finální znění článku je výsledkem tvůrčí činnosti jeho autora, který je pod ním podepsán, a který odpovídá za jeho obsah.

Důraz na zachování stylu psaní jednotlivých autorů.

Texty v souvislosti s AI nijak neoznačujeme s ohledem na míru a způsob jejího využití.

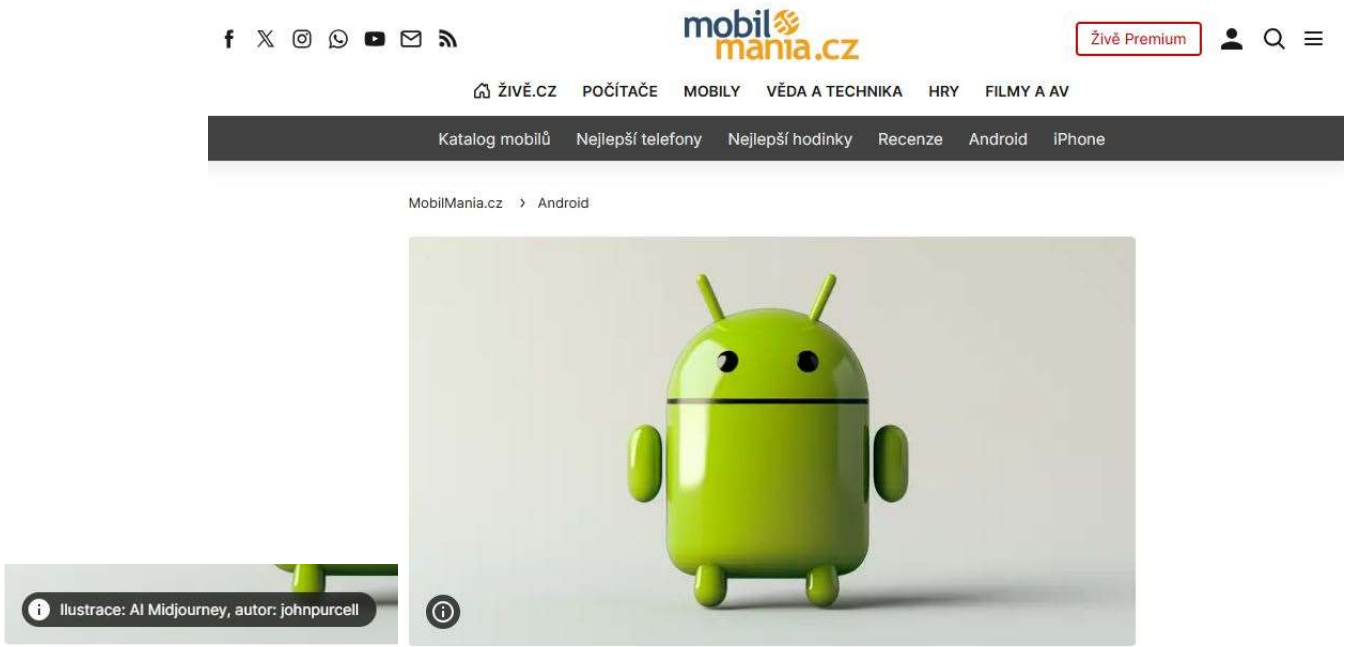
AI a obrázky

- praktický problém - co je to „deep fake“?
- praktické využití AI při tvorbě obrázků

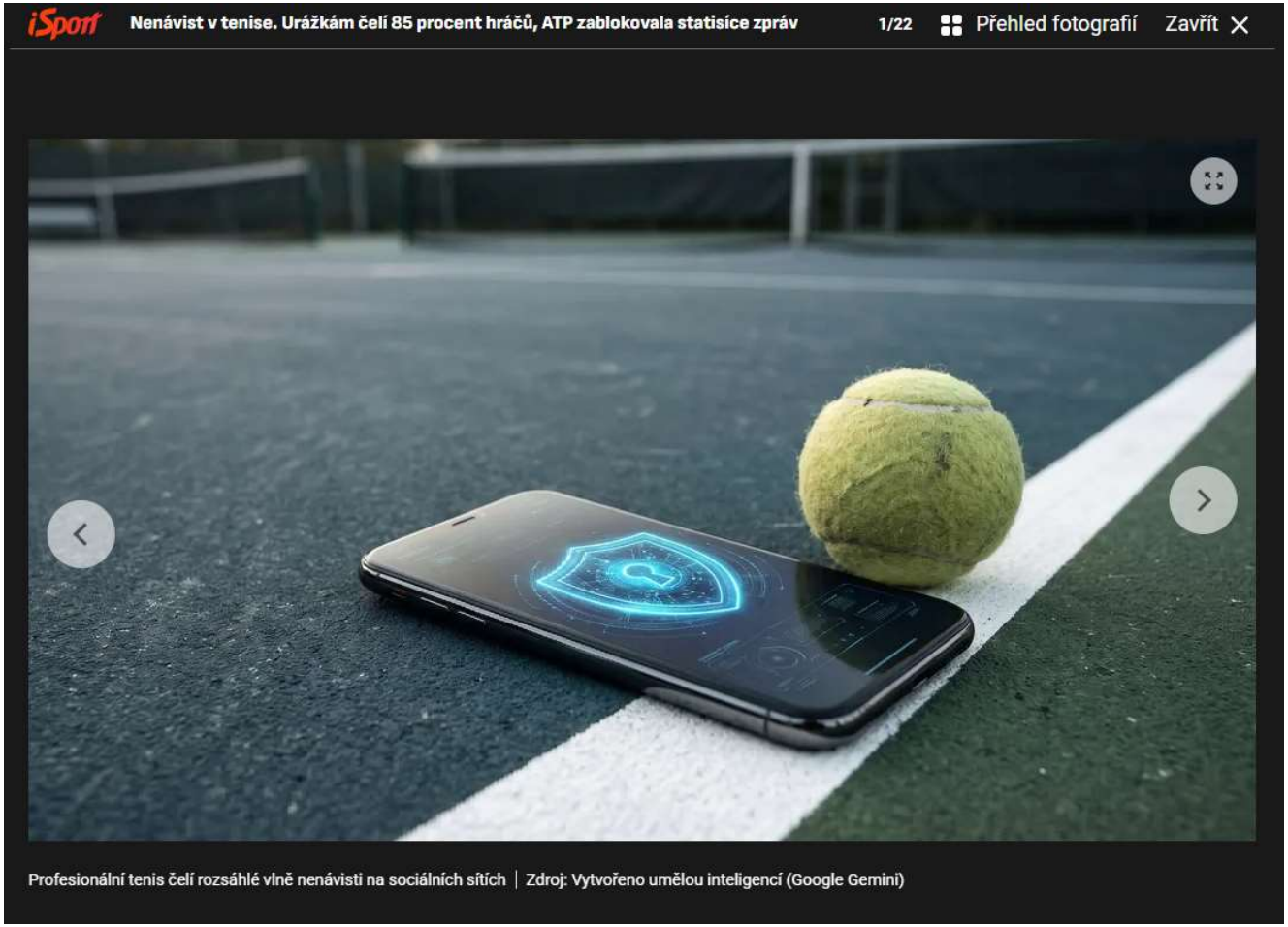
  zjevně ilustrační obrázky

  ilustrační obrázky podobné fotografii – jen v některých médiích
- AI pomáhá při tvorbě infografiky (obrazová složka)

AI - zjevně ilustrační obrázky



AI - zjevně ilustrační obrázky



AI - ilustrační obrázky podobné fotografii



AI – ilustrační obrázky v tisku

Čajové sušenky s pudinkovým krémem a marmeládou

POTŘEBUJETE:

- 400 g hladké mouky
- 160 g cukru moučky
- 1 vanilkový cukr
- 200 g studeného másla nakrájeného na kostky
- 1 vejce
- 1 žloutek

Na náplň:

- marmeládu

Na krém:

- ½ l mléka
- 2 sáčky vanilkového pudinku
- cukr
- 120 g másla
- rum
- čokoládu na ozdobu

Mouku prosejeme na vál, přidáme ostatní suroviny a propracujeme těsto. Bude chvíli trvat, než se vše spojí. Těsto zabalíme do fólie a dáme alespoň na hodinu do lednice.

Poté těsto na mírně pomoučněném vále rozválíme na plát silný asi 2 až 3 mm. Vykrájíme tvary a klademe na plech s pečicím papírem. Vložíme do předem vyhřáté trouby a pečeme na 180 °C asi 8 minut.

Z mléka, cukru a pudinkového prášku zatím uvaříme hustý pudink. Necháme ho trochu vychladnout a do vlažného vešleháme máslo a rum. Krém tak máme připravený.

Polovinu upečených sušenek potřeme marmeládou a naneseme na ně krém. Slepíme vždy druhým kolečkem a ozdobíme čokoládou. Sušenky necháme do druhého dne uležet.



Pečeme s Bleskem – Vánoční speciál
Vedoucí editorka: Miroslava Kundrát
miroslava.kundrat@cncenter.cz
Odborná poradkyně: Michaela Valentová
Grafický návrh: Michal Ondrášek
Fotografie: AI Gemini

Fotografie: AI Gemini

Šéfredaktor: Radek Lain
Artdirektor: Michal Ondrášek
Adresa redakce: Czech News Center a.s.
Blesk, náměstí Marie Schmolkové 3493/1, 100 00 Praha 10-Strašnice
tip@blesk.cz

Vydává CZECH NEWS CENTER a.s.
náměstí Marie Schmolkové 3493/1,
100 00 Praha 10-Strašnice
IČ 02346826, zapsaná v OR vedeném u Městského soudu v Praze dne 21. 11. 2013,
Oddíl B, vložka 19490
CEO Martina Říhová, **COO** Karel Žalud

Tisk: Triangl, a.s.
Beranových 65
199 00 Praha
Česká republika
Možno objednat na www.ikiosek.cz
Cena: 259 Kč
Publikování nebo jakékoli jiné formy dalšího šíření obsahu
Pečeme s Bleskem - Vánoční speciál
jsou bez písemného souhlasu vydavatele zakázány.

ISBN 978-80-7710-047-2

Vydání první, Praha 2026

Czech News Center

Redakce neručí za trvalou platnost uveřejněných QR kódů. Zasláním nevyžádané fotografie, kresby či příspěvku na adresu redakce (poštou či e-mailem) autor uděluje souhlas k tomu, aby jeho dílo bylo zveřejňováno, používáno, upravováno a uchovávánо redakcí podle potřeb. Autor příspěvku nese veškerou právní odpovědnost za obsah a původ svého díla. Příspěvky nejsou honorovány. Nároky honorování příspěvků podléhají výlučně případné smlouvě s autorem. Příspěvkové materiály podléhají souhlasu redakce. Souhlas je vydán jen těm příspěvkům, které neobsahují reklamu, vulgarismy, pornografii či jiné obdobně závadné materiály a jsou opatřeny jménem a příjmením autora, s přiloženým funkčním kontaktem na jeho osobu (adresa, mail, tel.). Redakce si vyhrazuje právo příspěvek odmítnout. Pro udělení souhlasu neexistuje tedy právní nárok, a jeho případné vymáhání je tak irelevantní. Nevyžádané příspěvky nevracíme a nevyjadřujeme se k nim. O přijatých autory vyrozumíme.

© CZECH NEWS CENTER a.s.

AI v marketingu

- asistence při tvorbě propagačních materiálů
  - úpravy textu - copywriting
  - storyboardy
  - úprava scén ve videu
  - rozhýbání statických obrázků
- čím „blíže“ k sociálním sítím, tím více se AI uplatní
- sociální sítě umožňují označit obsah generovaný AI
- vždy se uplatní lidská kontrola

Content Credentials: transparentní původ digitálního obsahu



Ministerstvo průmyslu a obchodu

Markéta Šilhavá

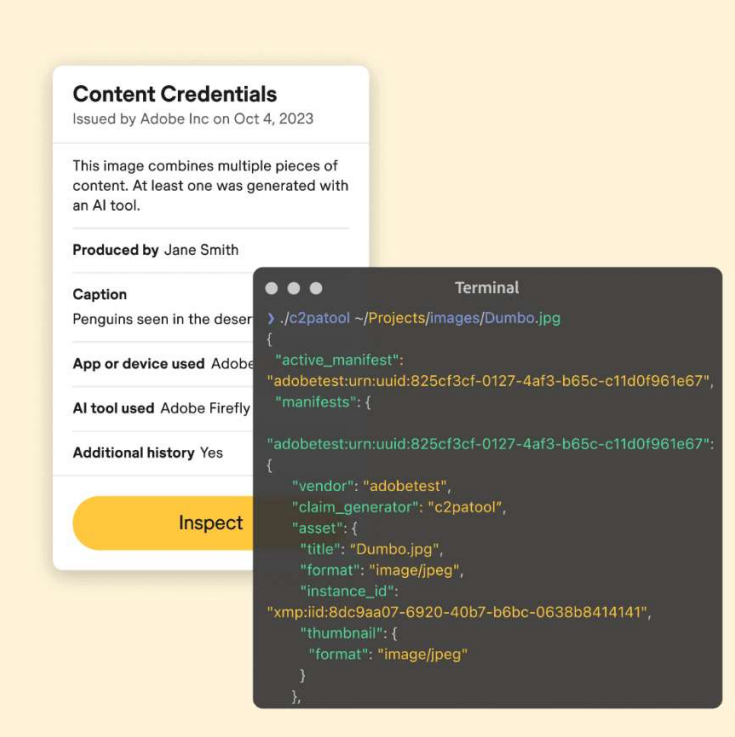
Content Credentials

- představují **ověřitelná metadata o provenienci obsahu**, která mohou být spojena s fotografií, videem, audiem nebo dokumentem;
- mohou zachycovat **vznik obsahu, použitý nástroj nebo zařízení**, provedené **úpravy či použití generativní AI**;
- informace jsou uloženy v **C2PA manifestu**, který je kryptograficky svázán s konkrétním obsahem a digitálně podepsán;
- při dalších úpravách lze vytvářet další údaje o provenienci a zachovat tak **historii životního cyklu obsahu**;
- **informace mohou být uživateli zpřístupněny** prostřednictvím standardizovaného rozhraní Content Credentials a oficiálního označení „**cr**“.
- **jak funguje**: Vznik obsahu → C2PA manifest → úpravy / AI → aktualizace provenance → publikace → ověření uživatelem

Content Credentials

Coalition for Content Provenance and Authenticity:

- Mezinárodní průmyslová koalice, která vytváří otevřený technický standard pro ověřování původu a historie digitálního obsahu.
- Mezi členy patří např.: Adobe • Amazon • BBC • Google • Meta • Microsoft • OpenAI • Sony • TikTok • Truepic
- Propojuje technologické společnosti, poskytovatele AI, média, online platformy a výrobce zařízení s cílem vytvořit interoperabilní infrastrukturu pro prokazování původu digitálního obsahu.
- Součástí **Content Authenticity Initiative**
- **Důležité odkazy:**
  - https://contentauthenticity.org/
  - https://contentcredentials.org/



Moderovaná diskuse

Otázky a odpovědi

Závěrečné hlasování. Co by vám nejvíce pomohlo při zavádění pravidel transparentnosti?

Multiple Choice Poll · 53 votes · 53 participants

Praktická metodika s příklady. - 27 votes



Rozhodovací strom "kdy obsah označit." - 19 votes



Vzor interních pravidel. - 6 votes



Technický návod. - 0 votes



Společné sektorové standardy. - 0 votes



Další odborný seminář. - 1 vote



Děkujeme za Vaši účast

V případě potřeby jsme k dispozici na ai@mpo.gov.cz