
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Kladivo na fake news

Projekt byl navržen a proveden pro:

Cogniware

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

MaVe PR

Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.4 Technologie, IT

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Veronika Ostrá

Firma/organizace: MaVe PR

Stručné shrnutí projektu:

Úkol zněl jasně: zviditelnit jméno společnosti, jež se zabývá IT řešením v oblasti umělé inteligence. Konkrétně vývojem softwaru, který umí odhalit nepravdivé zprávy (fake news) a vizuální podvrhy (fake deep). V rámci PR kampaně jsme se pro větší názornost rozhodli jednu falešnou zprávu „na oko“ vypustit mezi novináře.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Software, který jsme představili, nebyl v době PR kampaně volně k dispozici, nebylo možné si jej vyzkoušet ani se jinak přesvědčit o tom, jak přesně funguje. Cílem PR komunikace bylo nejen zviditelnit jméno společnosti coby průkopníka v oblasti využití strojového učení a umělé inteligence, ale také přesvědčit veřejnost o potřebě softwaru na odhalování falešných zpráv a zaujmout potenciální uživatele (státní správa, ministerstvo vnitra).

Strategie:

Byli jsme si vědomi toho, že software na odhalování fake news bude zajímat především technicky zaměřená média. Chtěli jsme však oslovit i celostátní deníky, televize a rádia. Protože nebylo možné novinářům software v době přísných vládních opatření prezentovat například na tiskové konferenci, navrhli jsme vytvořit video, ve kterém simulujeme projev známého politika, a názorně tak představíme, jak software funguje. Složitě IT téma jsme tak zpřístupnili i široce zaměřeným médiím.

Pro simulaci jsme oslovili známého imitátora slavných osobností. O úpravu jeho tváře se pak postaral speciální software. Video bylo určeno především novinářům pro větší názornost, nikoli pro další šíření.

Celé téma jsme pak zasadili do kontextu současné situace a upozornili na možná nebezpečí, jež mohou fake news týkající se koronaviru způsobit ve společnosti. Spojili jsme se proto i s lékaři, kteří mají s dopady fake news osobní zkušenosti.

Nástroje a aktivity

Vydání tiskové zprávy.

Media relations – oslovení široce zaměřených i odborných médií (oblast IT, technika), zprostředkování rozhovorů, reportáží či vyjádření odborníků.

Video určené novinářům, které bylo ukázkou deep fake a zároveň demonstrací rozpoznávacího softwaru na falešné zprávy.

Výsledky:

Nové poptávky po softwaru, přetavené v konkrétní zakázky (B2B sektor).

Celkem 34 mediálních výstupů vč. TV Nova, TV Seznam, Forbes, Hospodářských novin, E15, MF Dnes, rádia Impuls a dalších.

Více než 1 200 zhlédnutí videa (video bylo určeno pouze novinářům, k jeho šíření jsme nepoužili žádnou reklamní podporu ani jsme se ho nesnažili virálně šířit mezi širokou veřejnost).

Weblinky:

<https://www.youtube.com/watch?v=zY-WYMwQnk4>