

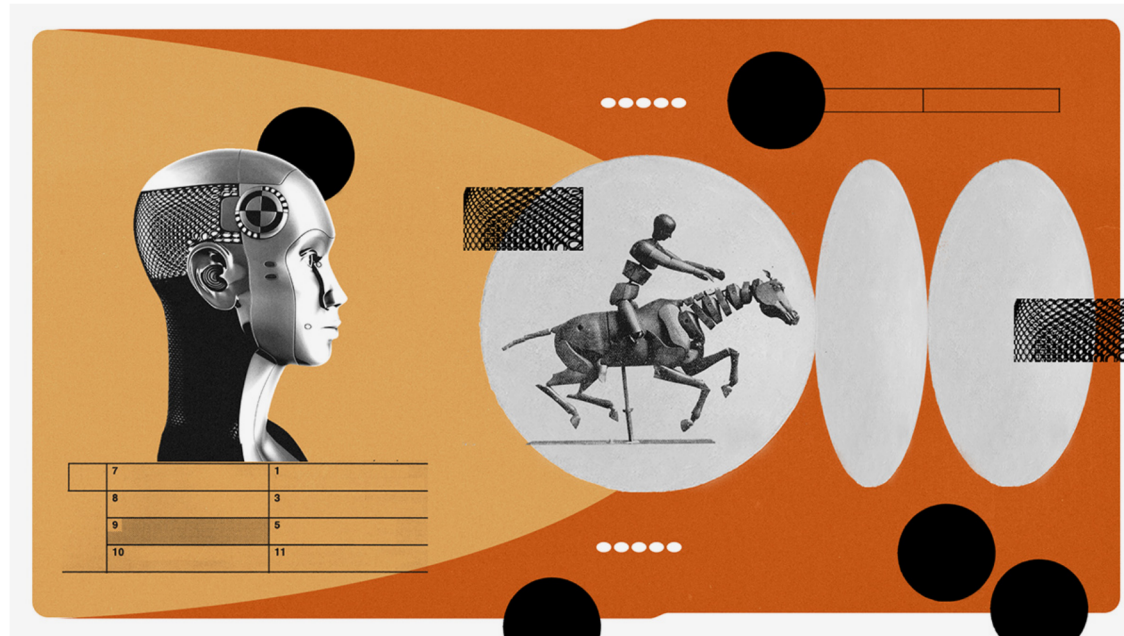
**Harvard
Business
Review**

人工智能和机器学习

挑选正确的生成性人工智能项目的 框架

由 Marc Zao-Sanders 和 马克-拉莫斯

2023年3月29日



插图：马克-哈里斯

摘要。生成式人工智能已经抓住了公众的想象力。它能够产生初稿，并几乎瞬间产生想法，但它也可能在准确性和其他道德问题上挣扎。公司应该如何追求其回报的过程中驾驭风险？在挑选使用案例时，他们需要平衡风险（产生和传播不真实和不准确的可能性有多大，破坏性有多大？）和需求（除了目前的热闹，对这种产出的真正和可持续的需求是什么？）作者建议使用一个2×2矩阵来确定风险最低、需求最高的用例。

在过去的几个月里，人们对大型语言模型（LLM）的影响进行了大量的炒作和猜测，如OpenAI的ChatGPT、谷歌的Bard、Anthropic的Claude、Meta的LLaMA，以及最近的GPT4。特别是ChatGPT，在两个月内达到了1亿用户，使其成为有史以来增长最快的消费者应用程序。

目前还不清楚LLMs会产生什么样的影响，而且意见也大不相同。许多专家认为，LLMs根本不会有什么影响（早期的学术研究表明，LLMs的能力仅限于形式上的语言能力），或者说，即使是接近无限量的基于文本的训练数据，仍然有严重的限制。其他人，如Ethan Mollick，则持相反观点："了解这一变化的意义--并首先采取行动--的企业将具有相当大的优势"。

我们现在所知道的是，生成性人工智能已经吸引了更多公众的想象力，它能够产生初稿，并几乎瞬间产生想法。我们也知道，它可能在准确性方面有困难。

尽管对这项新技术还存在一些问题，但公司正在寻找应用它的方法--现在。是否有一种方法可以穿过两极分化的争论、炒作和夸张，清楚地思考该技术将首先击中家庭？我们相信是有的。

风险与需求

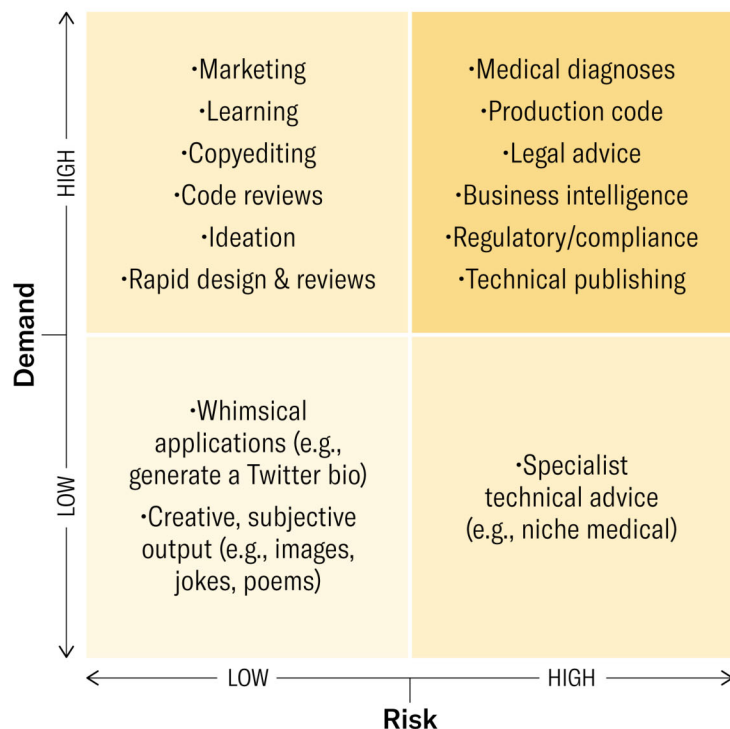
在风险方面，产生和传播不真实和不准确信息的可能性有多大，破坏性有多大？在需求方面，除了目前的喧嚣之外，对这种产出的真正和可持续的需求是什么？

把这些变量放在一起考虑是有用的。把它们放在一个2×2的矩阵中思考，可以提供一个更细微的、一刀切的、不适合所有可能出现的情况的分析。事实上，不同行业和商业活动的风险和需求确实不同。我们将一些常见的跨行业使用案例放在下面的表格中。

想一想你的业务功能或行业可能处于什么位置。对于你的用例，引入一个人工验证的步骤可以减少多少风险？这可能会在多大程度上减慢流程并减少需求？

Picking a Generative AI Project

As your company decides where to start exploring generative AI, it's important to balance risk and demand. One way to think about that is to ask two questions: "How damaging would it be if untruths and inaccuracies were generated and disseminated?" (risk) and "What is the real and sustainable need for this kind of output, beyond the current buzz?" (demand). Consider using this matrix — populated with common, cross-industry use cases — to identify the most valuable, least-risky applications for your company.



左上角的方框--错误的后果相对较低，市场需求较高--将不可避免地发展得更快更远。对于这些用例，公司有现成的动力去寻找解决方案，而且成功的障碍也较少。我们应该期待看到原始的、直接的技术利用以及第三方工具的结合，这些工具利用生成性人工智能及其API为其特定领域服务。

这种情况已经在营销领域发生了，一些初创公司已经找到了创新的方法，应用LLM来产生内容营销的文案和创意，并取得了独角兽地位。市场营销需要大量的创意生成和迭代，需要针对特定受众的信息传递，需要制作能够吸引和影响受众的富含文字的信息。换句话说，有明确的用途和证明的需求。重要的是，也有大量的例子可以用来指导人工智能来匹配风格和内容。另一方面，大多数营销文案并不重于事实，那些重要的事实可以在编辑中得到纠正。

看看这个矩阵，你可以发现，还有一些机会受到的关注较少。例如，学习。像市场营销一样，为学习创造内容--为了我们的目的，让我们以企业内部学习工具为例--需要清楚地了解其受众的兴趣，以及吸引人的有效文本。也有可能是可以用来指导生成性人工智能工具的内容。用现有的文件给它打底，你可以要求它重写、综合和更新你拥有的材料，以便更好地与不同的受众对话，或者使学习材料更适应不同的环境。

生成性人工智能的能力也可以让学习材料以不同的方式提供--融入日常工作的流程，或取代笨重的FAQ、庞大的知识中心和售票系统。（微软是OpenAI的49%的股东，已经在进行这方面的工作，并计划在今年发布一系列的公告）。

上述高需求/低风险框中的其他用途也遵循类似的逻辑：它们用于经常有人参与的任务，而人工智能对事实玩忽职守的风险很低。以要求人工智能审查文本为例：你可以给它一个草稿，给它一些指示（你想要一个更详细的版本，一个更柔和的语气，一个五点总结，或者建议如何使文本更简洁），然后审查它的建议。作为第二双眼睛，这项技术现在就可以使用了。如果你想要一些想法来喂养一场头脑风暴--在雇用现代多媒体设计师时要采取的步骤，或者给一个喜欢火车的四岁孩子买什么生日礼物--生成性人工智能将是一个快速、可靠和安全的选项，因为这些想法很可能不在最终产品中。

在上面的2×2矩阵中填写属于你公司或团队工作的任务，可以帮助得出类似的相似之处。通过评估风险和需求，并考虑特定任务的共享要素，它可以给你一个有用的起点，帮助你建立联系并看到机会。它还可以帮助你看到在哪些方面投入时间和资源是没有意义的。

其他三个象限并不是你应该急于为生成性人工智能工具寻找用途的地方。当需求不高时，人们利用或开发该技术的动力就不大。以莎士比亚海盗的风格制作俳句，今天可能会让我们大笑和瞠目结舌，但这样的聚会把戏不会让我们的注意力持续太久。而在有需求但有高风险的情况下，普遍的惶恐和监管将减缓进展的步伐。考虑到你自己的2×2矩阵，你可以把那里列出的用途暂时放在一边。

低风险仍然是风险

温馨提示：即使在企业学习中，正如我们所论证的那样，风险很低，也存在风险。生成式人工智能仍然容易受到偏见和错误的影响，就像人类一样。如果你认为生成性人工智能系统的输出是好的，并立即将

其分发给你的整个员工，就会有很多风险。你在速度和质量之间取得正确平衡的能力将受到考验。

因此，把最初的输出作为第一个迭代。用一两个更详细的提示来改进它。然后自己调整输出，增加现实世界的知识、细微差别，甚至艺术性和幽默感，再过一段时间，只有人类才拥有这些。

Marc Zao-Sanders是filtered.com的首席执行官和联合创始人，该公司开发了算法技术来理解企业技能和学习内容。 [请点击](#)在LinkedIn上找到马克。

MR

Marc Ramos是Cornerstone的首席学习官，该公司是学习和人才管理技术的领导者。马克作为学习领导者的职业生涯延伸了25年的经验，在谷歌、微软、埃森哲、甲骨文和更多的见解可以在这里找到。