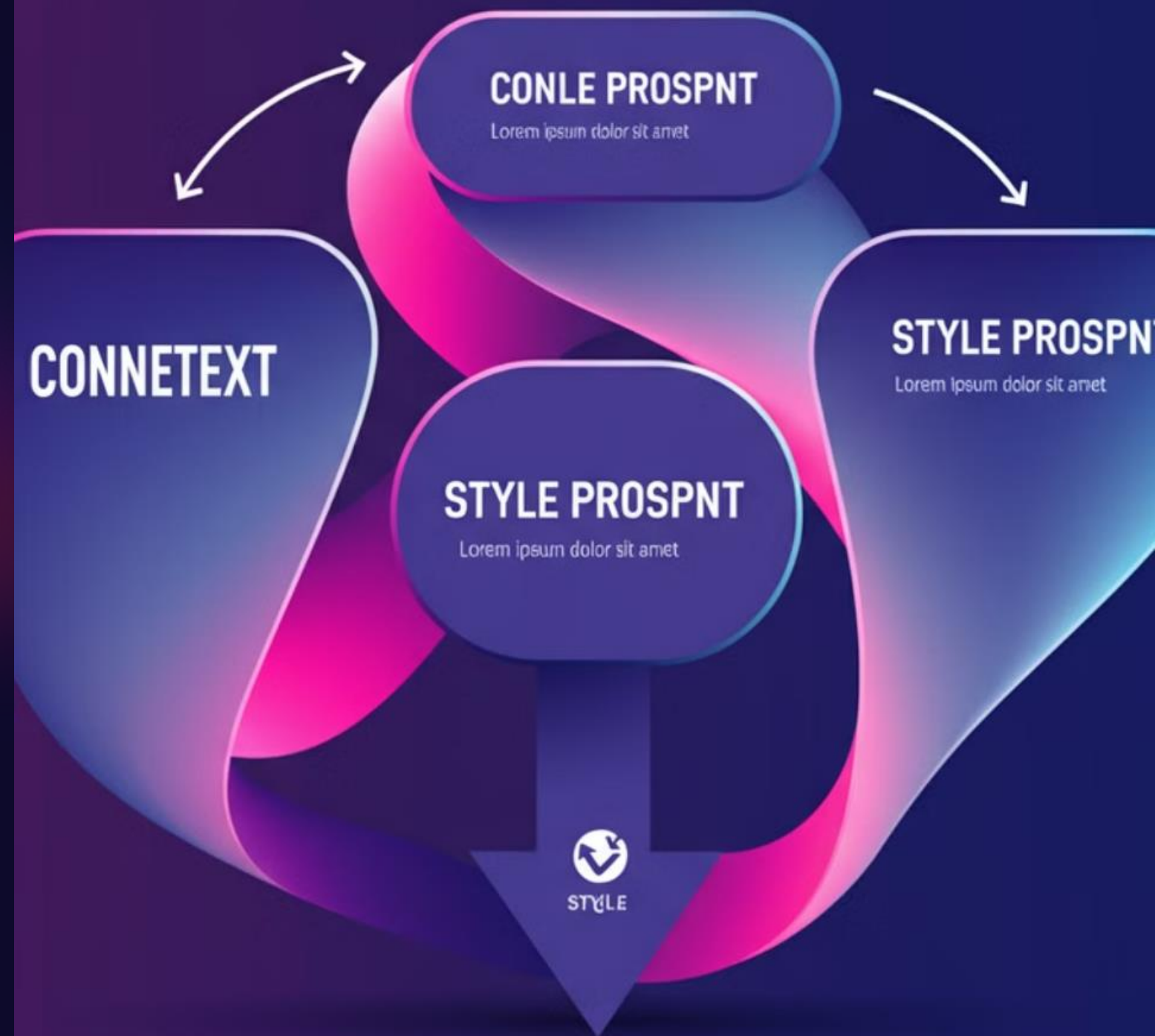


# Uzvednes veidošanās nosacījumi

Uzvednes veidošana ir būtiska prasme, lai efektīvi  
komunicētu ar mākslīgā intelekta valodas modeļiem.

Autors Ruta Oša





# Vienkāršā Promta formula

## Pamata struktūra

Write a [length] [writing result] on  
[topic]

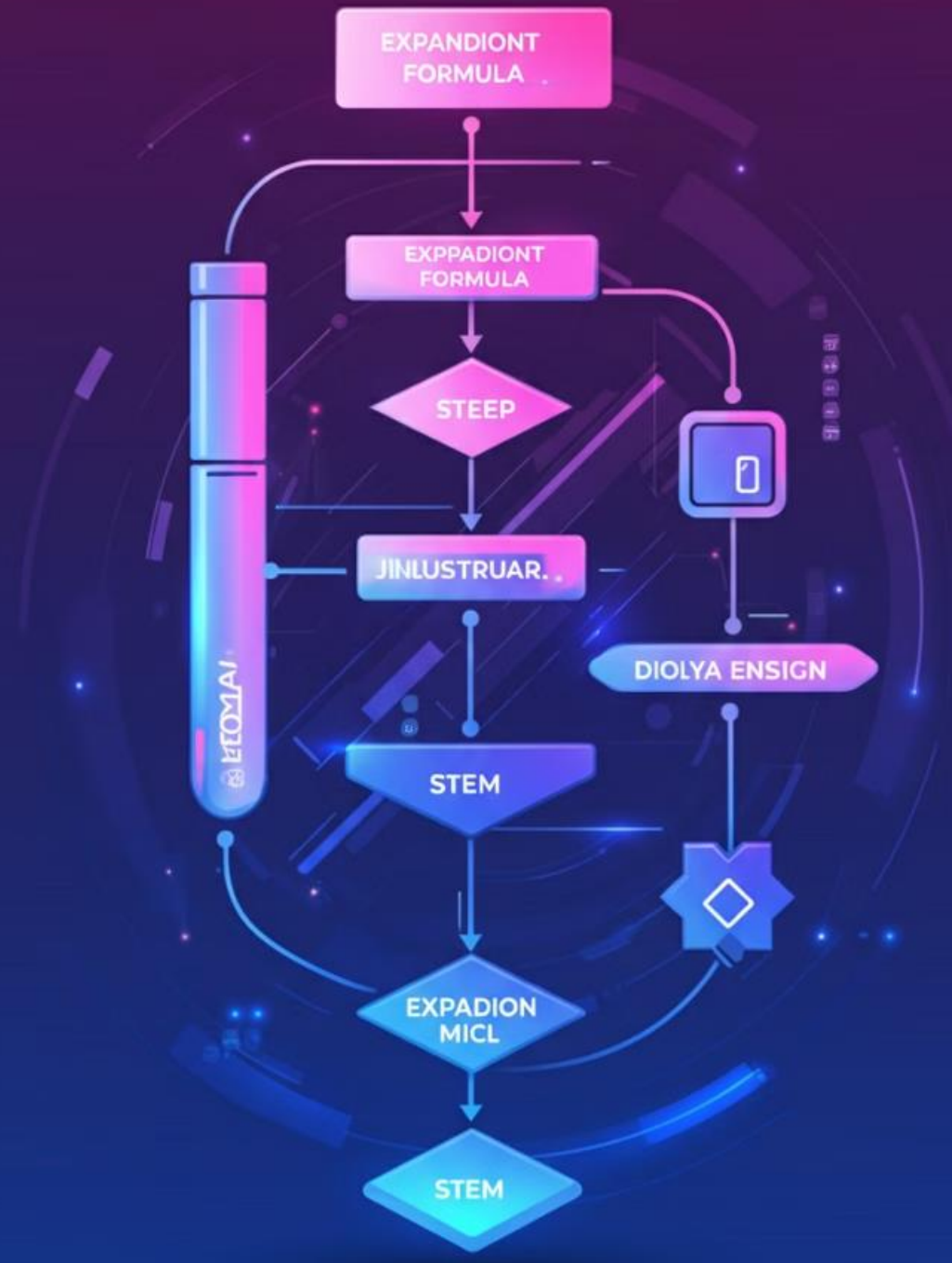
## Latviskā versija

Uzraksti [garums] [rezultāts] par  
[tēma]

## Piemērs

Uzraksti 5 teikumus rakstam par  
to "Kā iegādāties datoru?"

# Paplašināta Promta formula



1

Solis 1: Noskaņa

Write a [positive/negative/neutral] [essay/article/story] on topic

2

Solis 2: Atslēgvārdi

using keywords: [keywords]

3

Solis 3: Tonalitāte

The tone should be [formal/informal/humorous/sad]

# Paplašinātas Promta formulas piemērs

## 1 Tēma un noskaņa

Uzraksti neitrālu rakstu par to "Kā iegādāties datoru?"

## 2 Atslēgvārdi

Izmanto atslēgvārdus: Intel, AMD, Nvidia.

## 3 Tonalitāte un garums

Izmanto informatīvu rakstības tonalitāti. Kopējais raksta garums 5 rindkopas.



# Tonalitātes nozīme

Tonalitāte ir viens no būtiskākajiem aspektiem, veidojot teksta ģenerēšanas uzvedni. Tā tieši ietekmē to, kādu rezultātu mēs saņemsim. Pareizi izvēlēta tonalitāte palīdz radīt vēlamo iespaidu un efektīvāk sasniegt mērķauditoriju.



## Noskaņa

Nosaka teksta emocionālo fonu. Piemēram, ja mēs vēlamies, lai mākslīgais intelekts ģenerē optimistisku tekstu, mūsu uzvednei jābūt pozitīvai un uzmundrinošai. Savukārt, ja mēs vēlamies drāmu, tad tonalitātei jābūt dramatiskai un intriģējošai.



## Auditorija

Pielāgo saturu mērķa lasītājiem. Ja uzvednes mērķis ir skolēni, tonalitātei jābūt vienkāršai un saprotamai. Ja mērķauditorija ir profesionāļi, tad tonalitātei jābūt precīzai un detalizētai.



## Stils

Ietekmē teksta formāluma līmeni. Formālā tonalitāte ir piemērota akadēmiskajiem rakstiem, oficiāliem dokumentiem un vēstulēm. Ikdienišķā tonalitāte derēs sociālo mediju ierakstiem, draudzīgām e-pastām un sarunām.



## Konteksts

Tonalitātei jāatspoguļo konteksts, kurā uzvedne tiek sniegta. Piemēram, ja mēs vēlamies ģenerēt reklāmas tekstu, tad tonalitātei jābūt pārliecinošai un iedvesmojošai.

# Emocijas un noskaņas

## Pozitīvas

- Jautrs
- Optimistisks
- Entuziastisks
- Draudzīgs
- Sirsnīgs
- Aizrautīgs

## Neitrālas

- Formāls
- Profesionāls
- Objektīvs
- Neitrāls
- Informējošs

## Negatīvas

- Sarkastisks
- Kritisks
- Pesimistisks
- Dusmīgs
- Ironisks
- Nihilistisks

# Stils un reģistrs

Formāls

Oficiāls, respektabls,  
diplomātisks, akadēmisks

Neformāls

Sarunvalodas, draudzīgs,  
ikdienišķs, slengs

Literatūrisks

Poētisks, māksliniecisks,  
metaforisks, alegorisks



# Auditorijas pielāgošana

1

Bērniem

Vienkāršs, rotaļīgs, pasakains

2

Jauniešiem

Moderns, aktuāls, hipsters

3

Pieaugušajiem

Nopietns, profesionāls, sarežģīts

4

Speciālistiem

Tehnisks, terminoloģisks, precīzs





# Konteksta nozīme



## Reklāma

Pārliecinošs, uzrunājošs,  
emocionāls



## Ziņas

Objektīvs, precīzs, neitrāls



## Izklaide

Jautrs, interesants,  
aizraujošs



## Izglītība

Skaidrojošs, strukturēts,  
loģisks



# Papildu padomi uzvedņu veidošanai

1

## Tonalitāšu kombinēšana

Var apvienot vairākas tonalitātes, lai iegūtu unikālu stilu. Piemēram, "Uzraksti formālu, bet draudzīgu e-pastu klientam, informējot par jaunā produkta izlaišanu."

2

## Kontekstualizācija

Izvēlies tonalitāti, kas atbilst konkrētajam uzdevumam un auditorijai.

3

## Ekspērimētēšana

Nebaidies izmēģināt dažādas tonalitātes, lai atrastu to, kas vislabāk darbojas.