

شركة "ميتا" تحظر استخدام الذكاء الاصطناعي للحماية من الدعاية السياسية المغلوطة



أعلنت شركة "ميتا"، مالكة فيسبوك، اليوم الثلاثاء، عن منع المعلنين السياسيين من استخدام منتجاتها الإعلانية الجديدة التي تعمل بالذكاء الاصطناعي، ما سيعيق وصول الحملات إلى أدواتٍ يُحذر المشرعون من أنها قد تزيد من سرعة انتشار المعلومات المغلوطة عن الانتخابات.

ولم تكشف "ميتا" بعد عن القرار في أي تحديث لمعاييرها الإعلانية، والتي تحظر الإعلانات ذات محتوى يكشف شركائها في مجال تقصي الحقائق زيفه.

و"ميتا" ليس لديها على ما يبدو أي قواعد خاصة بالذكاء الاصطناعي.

وتأتي هذه السياسة بعد شهر من إعلان "ميتا"، ثاني أكبر منصة للإعلانات الرقمية في العالم، أنها بدأت في توسيع نطاق وصول المعلنين إلى أدوات الإعلان المدعومة بالذكاء الاصطناعي والتي يمكنها إنشاء خلفيات وتعديلات للصور وأشكال مختلفة من الإعلان بمجرد طلب ذلك كتابة.

ولم تتج الشركة هذه الأدوات في البداية إلا لمجموعة صغيرة من المعلنين اعتباراً من فصل الربيع.

وقالت الشركة في ذلك الوقت إنها في طريقها لطرحها لجميع المعلنين على مستوى العالم بحلول العام المقبل.

وتتسابق ميتا وشركات أخرى للتكنولوجيا على إطلاق منتجات إعلانية مبتكرة تعمل بالذكاء الاصطناعي

التوليدي وبرامج المساعد الافتراضي في الأشهر القليلة الماضية.

جاء ذلك في أعقاب الضجة التي صاحبت إطلاق شركة "أوبن إيه.آي" الناشئة المدعومة من مايكروسوفت العام الماضي روبوت الدردشة "تشات جي بي تي"، والذي يمكنه تقديم ردود مكتوبة تشبه ردود الإنسان على الأسئلة وطلبات أخرى.

مساع لتحديث القواعد

ولم تصدر الشركات سوى النزر اليسير من المعلومات حتى الآن عن قيود السلامة التي تخطط لفرضها على تلك الأنظمة، ما يجعل قرار "ميتا" بشأن الإعلانات السياسية أحد أهم خيارات السياسة المتعلقة بالذكاء الاصطناعي في الصناعة التي ظهرت حتى الآن.

والأسبوع الماضي، أعلنت غوغل التابعة لشركة ألفابت، وهي أكبر شركة إعلانات رقمية في العالم، عن إطلاق أدوات ذكاء اصطناعي توليدي مماثلة لتعديل الصور حسب الطلب.

وقال المتحدث باسم غوغل لـ"رويترز"، إن الشركة تخطط لإبعاد السياسة عن منتجاتها عن طريق منع استخدام قائمة "كلمات سياسية رئيسية" لإصدار أمر أو طلب ما من محركها البحثي الذي يعمل بالذكاء الاصطناعي. وتخطط غوغل أيضا لتحديث سياستها بحلول منتصف نوفمبر، والتي تشترط فيها أن تتضمن الإعلانات المتعلقة بالانتخابات الإفصاح عما إذا كانت تحتوي على "محتوى اصطناعي يصور بشكل غير صحيح أشخاصا أو أحداثا حقيقية أو يبدو مظهرها واقعيًا".

وتحظر شركة سناب، مالكة تطبيق سناب شات، وموقع تيك توك الإعلانات السياسية، في حين أن موقع إكس، تويتر سابقا، لم يطرح أي أدوات إعلانية تعمل بالذكاء الاصطناعي التوليدي.

والشهر الماضي، قال نيك كليج، كبير المسؤولين التنفيذيين للسياسات في شركة "ميتا"، إن استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي في الإعلانات السياسية "هو مجال من الواضح أننا نحتاج إلى تحديث قواعدها فيه".

ونبه كليج الحكومات وشركات التكنولوجيا على حد سواء بأن تستعد لاحتمال استخدام هذه التكنولوجيا للتدخل في انتخابات الرئاسة الأميركية المقبلة في 2024، داعيا إلى التركيز بشكل خاص على المحتوى المتعلق بالانتخابات "الذي ينتقل من منصة إلى أخرى".