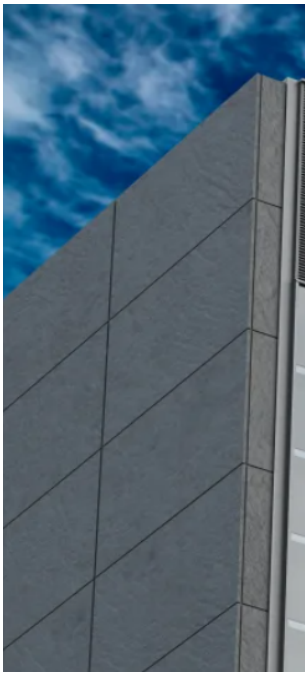
محادثات الذكاء الاصطناعي تدخل سوق الإعلانات في فيسبوك وانستغرام



أعلنت شركة ميتا، اليوم الأربعاء، أنها ستشرع في استخدام المحادثات الشخصية بين المستخدمين وأدوات الذكاء الاصطناعي التابعة لها، لتخصيص المحتوى والإعلانات المعروضة في "فيسبوك" و"إنستغرام".

وقالت الشركة، التي تملك العديد من تطبيقات التواصل الاجتماعي، مثل "فيسبوك" و"واتساب" و"إنستغرام": أن "هذا التغيير سيدخل حيز التنفيذ في 16 كانون الأول المقبل".

وتابعت، أن "المستخدمين ستصلهم إشعارات ابتداء من 7 تشرين الأول الجاري، ولن يكون لديهم خيار إلغاء الاشتراك، إلا أن هذا التحديث سينطبق فقط على مستخدمي أدوات ميتا إيه آي".

وستستخدم "ميتا" محادثات المستخدمين مع أدواتها الذكية المدمجة في مختلف تطبيقاتها، إلى جانب الإعجابات والمتابعات، لتخصيص المحتوى والإعلانات المعروضة.

وقالت مديرة سياسة الخصوصية في الشركة كريستين هاريس: إن "تفاعلات المستخدمين ستكون جزءاً من

العناصر التي تسهم في تخصيص المحتوى والإعلانات".

وفي حال حديث المستخدم مع "ميتا أيه آي" حول مواضيع حساسة، مثل المعتقدات الدينية والآراء السياسية، فلن تدخل هذه المحادثات في عملية تخصيص المحتوى والإعلانات، بحسب الشركة.

وسيتوفر هذا التحديث في معظم مناطق العالم، باستثناء بريطانيا والاتحاد الأوروبي وكوريا الجنوبية، ابتداء من 16 كانون الأول المقبل.