

Задуманная как демонстрация универсальности iPad, реклама потерпела грандиозное фиаско. Появившись всего за несколько недель до мероприятия Apple WWDC, на котором, как ожидается, основное внимание будет уделено генеративному искусственному интеллекту, реклама задела за живое.

Генеративный ИИ, который создает контент на основе существующих произведений, в значительной степени опирается на работу людей — художников, музыкантов и других творцов. Критики опасаются, что эта технология может вытеснить этих людей, сделав их навыки «устаревшими».

Реклама Apple, в которой изображены уничтожаемые творческие инструменты, стала тревожной метафорой этого потенциального будущего. «Контекст — это все», — говорится в статье Engadget, — «и здесь Apple потерпела поразительную неудачу».

В ответ на возмущение Apple принесла извинения. Тор Михрен, вице-президент Apple по маркетинговым коммуникациям, утверждает, что реклама «не зашла», и подчеркивает стремление компании расширять возможности творческих людей.