Несмотря на некоторые первые заминки, такие как появление «нерелевантных объявлений» в результатах поиска, Microsoft сообщает о более высоком уровне вовлеченности в рекламу, управляемую ИИ.

У Google же будут отдельные «плитки», которые будут показывать рекламные объявления. Пользователям это не нравится, потому что сразу поднимаются вопросы об «этичности» использования ИИ в попытке заработать денег.

Однако эксперты отмечают, что по мере развития технологии рекламодатели и пользователи вступят в «новую эру» поисковой рекламы, в которой контент, созданный искусственным интеллектом, и размещение рекламы будут тесно связаны между собой.

Все права защищены