**Всемирный день защиты прав потребителей**

Ежегодно 15 марта, начиная с 1983 года, мировой общественностью отмечается Всемирный день защиты прав [потребителей](https://gai.bezformata.com/word/potrebitelej/8514/). В этот день, движение потребителей объединяется, чтобы привлечь внимание к насущной проблеме, с которой сталкиваются потребители во всем мире.

Международная Федерация потребительских организаций (Consumers International - CI) объявила тему Всемирного дня прав потребителей 2024 года - «**Fair and [responsible](https://gai.bezformata.com/word/responsible/1147155/%22%20%5Co%20%22responsible) Al for consumers**» – «**Справедливый и ответственный искусственный интеллект для потребителей**».

Развитие искусственного интеллекта имеет множество преимуществ, в то же время его применение может иметь серьезные последствия для безопасности потребителей, такие как распространение ложной информации, нарушение конфиденциальности, мошеннические действия (в частности взломы аккаунтов в социальных сетях и мессенджерах, использование видео и голосовых сообщений для создания видео и аудиозаписей якобы от лица владельца аккаунта).

В рамках проведения мероприятий, приуроченных к Всемирному дню защиты прав потребителей в 2024 году, основным ставится вопрос: «Насколько потребители могут доверять «чат-ботам» с генеративным искусственным интеллектом?», поскольку основная задача «чат-бота» - давать естественные, а не достоверные ответы, он может не отличать правду от неправды и выдавать вымышленные факты за реальные, в результате чего потребители могут получать недостоверную информацию и делать ошибочные выводы.

Для обеспечения эффективной защиты потребителей от рисков, связанных с использованием платформ, управляемых искусственным интеллектом, нужен глобальный, совместный и скоординированный подход. Быстро развивающийся сложный характер цифровых услуг демонстрирует потребность в инновационных подходах к их регулированию, в основе которых лежит защита и расширение прав возможностей потребителей, в том числе особое внимание должно быть ориентировано на потребности потребителей из уязвимых категорий.