

OTIM

Организација на потрошувачите
на Македонија



Ministria e Ekonomisë dhe Punës

INTELIGJENCA ARTIFICIALE (IA ose AI)

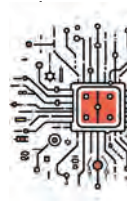


dhe të **DREJTAT**
E KONSUMATORËVE

INTELIJENCA ARTIFICIALE (IA ose AI)

dhe të DREJTAT
E KONSUMATORËVE

SHKUP
DHJETOR /2024



Përmbajtja

I. HYRJE	3
1. A është bërë IA jeta jonë e përditshme?	3
2. Ku mund ta takojmë IA si konsumatorë?	4
3. Një historik i shkurtër i inteligjencës artificiale	6
4. Si përcaktohet inteligjenca artificiale dhe si funksionon?	7
5. IA pa pagesë dhe në format me pagesë	10
6. Inteligjenca artificiale dhe të drejtat e konsumatorit	10
7. Rregulloret e reja ligjore të BE-së për tregjet digjitale dhe rregullorja e parë e inteligjencës artificiale	12
8. IA dhe të drejtat e konsumatorit	13
9. Cilat janë rekomandimet më të shpeshta për konsumatorët kur përdorin inteligjencën artificiale?	18



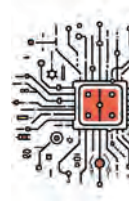
I. HYRJE

Ka shumë pyetje që na vijnë në mendje kur mendojmë për IA? Për shembull: A është përdorur inteligjenca artificiale në shkrimin e kësaj broshure? A është e verifikueshme kjo? Çfarë është inteligjenca artificiale? A po e përdorim inteligjencën artificiale pa e ditur këtë?

Shumë prej nesh konsumatorët nuk mund ta kuptojnë përdorimin dhe kuptimin e inteligjencës artificiale (IA). Mediat shkruan se Simfonia e dhjetë e Bethovenit u përfundua me ndihmën e inteligjencës artificiale në vitin 2020, 250 vjet pas vdekjes së kompozitorit (Dashamirët e muzikës klasike duhet të falënderojnë "Dojçe telekom" për këtë, që nisi këtë projekt. Për këtë, u punësua një ekip ndërkombëtar muzikologësh, pianisti Robert Levin dhe një grup ekspertësh kompjuterikë, që përfshinte IA). Ne lexojmë se në Shtetet e Bashkuara, automjeti Tesla shpëtoi një shofer i cili i dha koordinatat për ta çuar atë në spital dhe nuk e drejtoi automjetin sepse humbi vetëdijen. Ka hetime penale të përfunduara me sukses duke njohur kryerësit me ndihmën e inteligjencës artificiale, por ka edhe të dënuar në mënyrë të paarsyeshme për shkak të gabimeve të inteligjencës artificiale. IA zgjedh punëtorët për punësim, megjithatë, është e mundur të përjashtohet në mënyrë të paarsyetuar një grup i tërë punëtorësh, të diskriminohet, për shkak të të dhënave me të cilat "ushqehet". IA përdoret në mjekësi për diagnostikim dhe terapi duke përpunuar të dhëna mbi pacientin dhe terapitë e mundshme, ky është një fenomen që e dëgjojmë gjithnjë e më shpesh. Marrja me qira dhe blerja e shtëpive dhe banesave po kalon gjithnjë e më shumë përmes kërkimeve me IA. Inteligjenca artificiale bën përzgjedhjen sipas nevojave të konsumatorit: numri i dhomave, kati, vendndodhja, cilësia e ndërtimit. AI pritet të zëvendësojë një pjesë të profesionit ligjor në të ardhmen, do të vendosë bazuar në përpunimin e një numri të madh të aktgjykimesh në një situatë të ngjashme, do të shkruajë një kontratë në bazë të analizës të një numri të madh të të njëjtave kontrata dhe norma kontraktuale që kanë shkaktuar mosmarrëveshje te palët kontraktuese. Sa larg do të shkojë e gjithë kjo?

1. A është bërë IA jeta jonë e përditshme?

Si duket mëngjesi yt i zakonshëm? Ndërsa burri ose gruaja juaj ju çon për në punë, ju hapni rrjetet tuaja të preferuara sociale në FB (Facebook) ju ofrojnë bluza me mëngë të shkurtra me numrin e viteve që do të mbushni këtë muaj, ka reklama ushqimore për kafshët tuaja shtëpiake (ai e di saktësisht se janë qen), ata ju tregojnë se çfarë komentuan miqtë tuaj më të mirë në një



postim. Kaloni në Instagram dhe përmbajtja atje është e shkëlqyer, sikur dikush t'i ketë zgjedhur vetëm për ty. Në veturë, ju dëgjoni muzikë dhe lista e dëgjimit të Spotify është pikërisht ajo që dëshironi këtë mëngjes. Aplikacionet janë në anën tënde. Për shkak se është një kolonë komunikacion, Google Maps propozon të ecësh në pjesën tjetër të rrugës, përndryshe do të jesh i bllokuar dhe nervoz me bashkëshortin/bashkëshorten tënd/e, në komunikacion për më shumë se 45 minuta. Ju e pranoni sugjerimin dhe jeni në vendin e punës për dhjetë minuta!

Zhvillimi i shpejtë i inteligjencës artificiale (IA) dhe përdorimi i IA nga konsumatorët në baza ditore është arsyeja për krijimin e kësaj broshure.

2. Ku mund ta takojmë IA si konsumatorë?

Shumë konsumatorë komunikojnë me teknologjitë e inteligjencës artificiale (AI) çdo ditë, megjithëse shpesh nuk janë plotësisht të vetëdijshëm për këto të dhëna. AI është integruar në një spektër të gjerë të pajisjeve dhe shërbimeve që janë pjesë e jetës së përditshme. Ja disa shembuj të zakonshëm: Google Search përdor teknika IA për të ofruar rezultate më të zgjuara kërkimi, duke përfshirë tekstin parashikues dhe rezultatet e personalizuara. Google Translate dhe DeepL përdorin modele të avancuara IA për të siguruar përkthim në kohë reale për shumë gjuhë, duke mbështetur komunikimin personal dhe afarist. Pajisjet si Amazon Echo (Alexa), Google Home (Google Assistant) dhe Apple HomePod (Siri) përdorin inteligjencën artificiale për të kuptuar komandat zanore, për të kontrolluar pajisjet inteligjente të shtëpisë dhe për të siguruar informacione. Shumica e telefonëve të mençur kanë funksione të integruara të AI, të tilla si njohja e zërit, përmirësimet e kamerës (të tilla si modaliteti i zbulimit të portreteve dhe skenave) dhe asistentët personalë (Siri, Google Assistant). Platformat si Facebook, Instagram, Tik Tok dhe Twitter përdorin algoritme të inteligjencës artificiale për të personalizuar përmbajtjen që shohin përdoruesit, gjë që ndikon në shfaqjen e postimeve, reklamave dhe njoftimeve. Shërbimet si Netflix, Spotify dhe YouTube përdorin IA për të rekomanduar shfaqje, filma dhe muzikë duke bazuar në atë që përdoruesit pëlqejnë më shumë në historinë e tyre të shikimit. Aplikacionet si Google Maps dhe Waze përdorin inteligjencën artificiale për të analizuar të dhënat e komunikacionit, duke ofruar navigacion në kohë reale dhe optimizim të rrugës. Shërbimet e vozitjes si Uber dhe Lyft mbështeten gjithashtu në AI për çmimet dinamike dhe përputhjen nga shoferi te udhëtarët. Platformat e tregtisë elektronike si Amazon përdorin inteligjencën artificiale për të analizuar sjelljen e konsumatorit, duke ofruar rekomandime të personalizuara dhe reklama të synuara. Shumë faqe interneti dhe shërbime përdorin çat-bote të mundësuar nga inteligjenca artificiale për të trajtuar kërkesat e klientëve, duke siguruar përgjigje dhe mbështetje të menjëhershme. Shërbimet e postës elektronike si Gmail përdorin inteligjencën artificiale për të filtruar spam, për të kategorizuar emailin dhe për të sugjeruar përgjigje bazuar në kontekstin e mesazhit. Produkte të tilla si termostatat e mençura (p.sh. Nest) dhe sistemet e mençura të sigurisë përdorin inteligjencën artificiale për të mësuar zakonet e përdoruesve dhe për të optimizuar përdorimin e energjisë ose për të përmirësuar sigurinë në shtëpi. Produktet si Ring dhe Nest përdorin inteligjencën artificiale për njohjen e fytyrës dhe paralajmërimet inteligjente, duke

ofruar veçori të përmirësuar të sigurisë në shtëpi. Inteligjenca artificiale përdoret në shërbimet e ruajtjes së fotografive si Google Photos, të cilat mund të organizojnë dhe etiketojnë automatikisht imazhet në bazë të përmbajtjes dhe të njohin fytyrat. Mjete si Adobe Photoshop me funksione të drejtuara nga inteligjenca artificiale (p.sh., mbushje me vetëdije të përmbajtjes) dhe aplikacione si Canva përfshijnë AI për të përmirësuar aftësitë e dizajnit. Shumë aplikacione të monitorimit të shëndetit dhe pajisje që mund të mbahen përdorin inteligjencën artificiale për të analizuar të dhënat e përdoruesve dhe për të ofruar rekomandime ose paralajmërime të personalizuar shëndetësore. Për shembull, aplikacione si MyFitnessPal dhe Sleep Cycle përdorin inteligjencën artificiale për të ofruar njohuri të personalizuar për shëndetin dhe mirëqenien. Video-lojërat që përdorin inteligjencën artificiale për të krijuar karaktere dhe mjedise më realiste, siç janë ato nga Electronic Arts dhe kompani të tjera të mëdha lojërash. Përdorim Booking.com për të planifikuar udhëtimin tënd. Ai ka një mision për ta bërë më të lehtë për të gjithë të përjetojnë botën dhe përmes mjetit AI Trip Planner, të vendosur direkt në aplikacionin celular Booking.com, të fillojë procesin e planifikimit të udhëtimit. Mund të kërkoni një listë specifike të vilave malore për një familje prej katër personash, me ajër të kondicionuar dhe pishinë, AI Tip Planner bën rekomandime në një mënyrë të shpejtë dhe në formë të bisedës.

Të gjitha këto produkte dhe shërbime të IA pasqyrojnë një spektër të gjerë aplikimesh, duke rritur përvojën e përdoruesit në aspekte të ndryshme të jetës së përditshme, nga komunikimi dhe argëtimi te automatizimi i shtëpisë dhe menaxhimi i shëndetit deri te mësimi i gjuhëve të reja dhe aftësive të tjera. IA, siç e shohim, përdoret për shembull në shëndetësi, bujqësi, siguri ushqimore, arsim dhe trajnim, media, sport, kulturë, menaxhim të infrastrukturës, energji, transport dhe logjistikë, shërbime publike, siguri, drejtësi, resurse dhe efikasitet energjetik, monitorim i mjedisit jetësor, ruajtje dhe ripërtëritje të biodiversitetit dhe ekosistemeve dhe zbutje dhe përshtatje ndaj ndryshimeve klimatike.

Inteligjenca artificiale është një teknologji që po evoluon me shpejtësi dhe po përdoret gjithnjë e më shumë. Statistikat nga disa hulumtime tregojnë se Chat GP-T, një nga chatbotët më të njohur në botë, pati 153 milionë klikime në muajin e parë pas fillimit të tij në nëntor 2022 dhe arriti kulmin në dy miliardë klikime në prill të vitit 2024.





3. Një historik i shkurtër i inteligjencës artificiale

Themeluesi i inteligjencës artificiale është shkencëtari britanik i kompjuterave Alan Turing. Në vitin 1950, ai shtroi pyetjen "nëse makinat mund të mendojnë" në punimin e tij "Makinat kompjuterike dhe inteligjenca". Kjo përpjekje fillimisht tërhoqi një numër të madh investitorësh. Megjithatë, për shkak se ideja nuk lindi shumë shpejt dhe financiarisht, projektet dhe investimet në inteligjencën artificiale u ndaluan. Vitet 1990 panë më shumë përparim me zhvillimin e agentëve inteligjentë, fillimet e mësimin makinerik, njohjen e zërit dhe videos dhe zhvillimin e teknologjive të kërkimit. Ndoshta një nga zhvillimet më të njohura të kësaj periudhe ishte kompjuteri shahist IBM Deep Blue që mundi kampionin aktual botëror të shahut Garry Kasparov në 1996. Sukseset e mëdha në zhvillimin e inteligjencës artificiale nga kjo periudhë erdhën nga përqendrimi në probleme më specifike, të tilla si njohja e të folurit, grafikët e domenit për njohuri specifike (të tilla si shahu) dhe krijimi i motorëve të kërkimit. Gjithashtu, sukseset e kësaj periudhe ishin të mjaftueshme për të siguruar vazhdimin e financimit, si publik ashtu edhe privat. Në vitin 2011, kompjuteri kognitiv i IBM Watson mundi qeniet njerëzore në shfaqjen e kuizit televiziv amerikan "Rrezikueshmëri"! Google demonstroi automjete pa shofer vetëm në vitin 2012. Google demonstroi një hap tjetër drejt kuptimit të gjuhës natyrore, rrjeteve të para nervore dhe një qasje më të përgjithshme për zgjidhjen e problemeve. Por diçka më themelore ndodhi në këtë periudhë: rritja e të dhënave të mëdha dhe qasjet e reja ndaj inteligjencës artificiale të frymëzuara më shumë nga mënyra se si funksionon truri. Ky kombinim lindi një familje të re teknikash të quajtura deep learning respektivisht mësim i thellë, e cila fshihet pas shumë prej "mrekullive" që shohim sot. Ndryshe nga periudhat e mëparshme të investimeve në inteligjencën artificiale, sot subjektet e mëdha tregtare investojnë në inteligjencën artificiale, të cilat gjithashtu kanë qasje në të dhëna - Google, Facebook, Instagram, LinkedIn.





4. Si përcaktohet inteligjenca artificiale dhe si funksionon?

Inteligjenca artificiale është një grup teknologjish që evoluojnë me shpejtësi dhe që kontribuojnë në një spektër të gjerë përfitimesh ekonomike, ekologjike dhe sociale në një sërë industrish dhe aktiviteteve sociale. Duke **parashikuar më mirë**,

optimizuar operacionet dhe shpërndarjen e burimeve dhe duke personalizuar zgjidhjet digjitale në dispozicion të individëve dhe organizatave, përdorimi i inteligjencës artificiale mund t'u sigurojë bizneseve përparësi kryesore konkurruese dhe të mbështesë rezultatet e dobishme sociale dhe ekologjike.

Shpesh pyesni veten se si funksionon IA? Disa prej nesh menjëherë imagjinojnë një kompjuter, robot ose kode të tjera kompjuterike në produktet digjitale, të cilat lejojnë që inteligjenca artificiale të funksionojë dhe të marrë vendime pa pjesëmarrjen e njeriut. Të gjithë kemi të drejtë! Me fjalën **inteligjencë artificiale nënkuptohet një lloj kodi kompjuterik që shoqërohet me një sasi të madhe të të dhënave dhe që kryen veprime në një mënyrë të ngjashme me atë që njerëzit bëjnë duke mësuar nga këto të dhëna**. Për t'u mësuar fëmijëve të vegjël se çfarë është një shtëpi, ne u tregojmë atyre fotografi të një shtëpie dhe përsërisim fjalën, kur i shëtisim, u tregojmë shtëpi dhe ndërtesa banimi dhe u themi se kjo është një shtëpi, atëherë ata që shohin një shtëpi e dinë se për çfarë bëhet fjalë. Me të njëjtin parim, kur duam t'i mësojmë se çfarë janë shtëpitë, ne japim fotografi të një numri të madh shtëpish, në mënyrë që ajo të mësojë se cilat janë modelet që përsëriten gjithmonë, muret, dyert, dritaret, çatia, dhomat e gjumit, kuzhina, dhomat e ndenjes, banjat, mobiljet që i bëjnë ato të ndryshme nga ndërtesat e tjera të ngjashme (hapësirat afariste, etj.) . Ashtu ngjajshëm si mëson një qenie njerëzore. Dhe pas kësaj dhe kur t'i shfaqet një fotografi e re, inteligjenca artificiale do të njohë një shtëpi për banim. Ky quhet mësim makinerik! **Kompania teknologjike IBM, e cila ka ekzistuar për më shumë se 100 vjet, e përcakton inteligjencën artificiale si**



● "inteligjencë artificiale [që] përdor kompjuterë dhe makina për të imituar aftësitë e mendjes njerëzore për të zgjidhur probleme dhe për të marrë vendime".

Kjo ndodh kur ju ofrohen të dhënat e nevojshme në rrjetet sociale ose muzika e preferuar, duke u bazuar në analizën e të dhënave që keni kërkuar tashmë, dhe përmbajtjen që keni shfletuar, muzikën që keni dëgjuar. Inteligjenca artificiale ju ofron atë që doni ose dëshironi. Prandaj sipas kësaj, të **mësuarit respektivisht mësimi makinerik** është një nënkategori e inteligjencës artificiale që përdor të dhënat e mësuar për të parashikuar rezultatet, e cila në të vërtetë është shumë e ngjashme me të mësuarit eksperimental respektivisht nga përvoja e njeriut.

Inteligjenca artificiale gjeneruese (IA) është një degë e inteligjencës artificiale që merret me krijimin e përmbajtjes origjinale si imazhe, muzikë, tekst apo edhe video. Në vend që të mbështetet në rregulla të para-programuara ose të dhëna standarde, inteligjenca artificiale gjeneruese përdor algoritme të të mësuarit të thellë dhe rrjete nervore për të mësuar nga modelet dhe për të gjeneruar rezultate të reja, autentike.

Algoritmet janë pjesë e çdo sistemi kompjuterik, ato janë elementet themelore të pothuajse çdo artefakti digjital – nga sistemet e referimit të mediave sociale, shërbimet e mediave audiovizive (AVM) deri te një mori aplikimesh shëndetësore, fitnesi dhe mbështetjeje psikologjike. Për shembull, ndërfaqja e përdoruesit ndonjëherë kërkon metoda më të sofistikuar dhe komplekse algoritmike që përdoren aktualisht në teknologji të tilla si çatbot - një "agjent bisedor që dialogon me përdoruesin e tij" (Fjalori UI VE), siç është Tay i Microsoft që mund të krijojë cicërima respektivisht tuite si adoleshent. Përpunimi i gjuhëve dhe operacionet komplekse të përkthimit - Google Perspektiva, e cila mund të zbulojë komente toksike (gjuha e urrejtjes), gjithashtu kërkon algoritme më të sofistikuar. Kjo ndodh edhe me teknologjitë e shumta të mbikëqyrjes (shih: Reclaim your face, ECI), si dhe teknologjitë biometrike që përdoren aktualisht për të kontrolluar dhe çrrënjësor fluksin e refugjatëve në kufijtë e Bashkimit Evropian (Molnar).

Mos u shqetësoni nëse nuk e dini ose nëse nuk e kuptoni se si funksionon IA, ne i përkasim shumicës së popullsisë njerëzore, të cilët nuk mund ta kuptojnë ose nuk e kuptojnë plotësisht teknologjinë themelore të AI. Megjithatë, të gjithë e kuptojmë dhe jemi çdo ditë e më të vetëdijshëm se IA është bërë një pjesë integrale e jetës moderne, duke përmirësuar rehatinë dhe duke personalizuar përvojat në shumë fusha. Inteligjenca artificiale (IA) ka revolucionarizuar sektorë të ndryshëm, nga shëndetësia te financat, kriminalistika që ajo çon në drejtim të përmirësimit të efikasitetit dhe në drejtim të transformimit të përvojave më pozitive të konsumatorit (e drejta më e lehtë e zgjedhjes përmes mjeteve të kërkimit të produkteve dhe shërbimeve). Megjithatë, me zhvillimin e IA, vijnë sfida dhe shqetësime të rëndësishme për sa i përket të drejtave të konsumatorit. Meqenëse teknologjitë për inteligjencën artificiale po integrohen gjithnjë e më shumë në jetën e përditshme, është e domosdoshme të shqyrtohen implikimet për të drejtat e konsumatorit në mënyrë që të sigurohet një trajtim i drejtë dhe i barabartë në treg.

A e njohim se cilat produkte dhe shërbime përfshijnë IA? A ndihemi ndonjëherë se jemi pjesë e kompletit të madh? Flasim për diçka dhe pastaj marrim një ofertë në celularin tonë!

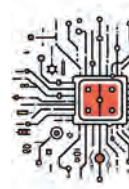
IA përdoret nga institucionet publike dhe kompanitë private. IA mund të ndikojë seriozisht në liritë dhe të drejtat e njeriut. Aktet e shumta ligjore ndërkombëtare dhe kombëtare zgjerojnë

vazhdimisht listën e të drejtave të mbrojtura të njeriut. Një shembull tipik i zgjerimit të listës së të drejtave dhe lirive të njeriut janë dokumentet ligjore të Bashkimit Evropian. Ato kanë zgjeruar ndjeshëm të drejtat dhe liritë e njeriut në fushat e mbrojtjes së konsumatorit, mbrojtjes së pronësisë intelektuale, mbrojtjes së mjedisit natyror, mbrojtjes së të dhënave, mbrojtjes së të drejtave të punëtorëve, dhe tashmë po përgatiten akte të reja ligjore që do të zgjerojnë listën e të drejtave dhe lirive të njeriut në fushat e mbrojtjes kundër inteligjencës artificiale dhe diskriminimit algoritmik. Megjithatë, tema e broshurës sonë është IA dhe të drejtat e konsumatorit, dhe ne nuk do të ndalemi në këtë temë më të gjerë dhe më domethënëse: për të gjitha të drejtat e njeriut dhe inteligjencën artificiale të përgjegjshme. Megjithatë, autonomia e vullnetit si e drejtë e njeriut ndikohet edhe në marrëdhëniet me konsumatorin (ato ku kemi një konsumator nga njëra anë dhe një tregtar nga ana tjetër). Siç u tha më parë, struktura e shoqërisë sonë digjitale varet nga ndërfaqja e përdoruesit dhe algoritmet. Këto sisteme përpunojnë të dhëna tona personale dhe modelet e sjelljes në internet për të siguruar vlerësime dhe për të gjeneruar rezultate. Nga planifikimi i regjimit të humbjes së peshës, te gjetja e produkteve më të lira dhe softueri kompleks i njohjes së fytyrës, ndërfaqja dhe proceset e drejtuara nga të dhënat ndikojnë shumë në vendimet dhe zgjedhjet tona, dhe kështu autonomia jonë personale - shkalla e pjesëmarrjes aktive në marrjen e vendimeve tona. Edhe pse hapësira për ushtrimin e autonomisë personale ka qenë gjithmonë e ndikuar nga faktorë të ndryshëm politikë, ekonomikë dhe shoqërorë, sot kjo "hapësirë" është e ngopur me "faktorë të automatizuar që kanë fuqinë për të formësuar kontekstet në të cilat njerëzit marrin vendime". Ta themi thjesht, kur vendimet e IA ndikojnë në procesin e vendimmarrjes së një individi, autonomia e atij individi zhvendoset te kompanitë e mëdha të teknologjisë.

Pyetja është nëse dhe si konsumatorë jemi plotësisht të vetëdijshëm për fuqinë e IA? A mund të dallojmë kur jemi objekt i marketingut dhe mundësinë që ky marketing i personalizuar do të na çojë në një vendim ekonomik që ne si konsumatorë nuk do ta bënim ndryshe? (Praktika agresive tregtare në FB nga një rekomandim i montuar i mjekëve të famshëm për mjete ndihmëse për pikat që pastrojnë enët e gjakut bën që njerëzit me kolesterol të blejnë në internet nga ky produkt - statistikat mbi vdekjet dhe përvojat pozitive të përdoruesve në dukje të vërtetë, tiktaku i një ore për zbritje ndikojnë në vendimin për të blerë).

Kur jemi nën marketingun e vetëm disa kompanive, ne si konsumatorë humbasim të drejtën për t'u informuar dhe të drejtën për të zgjedhur. Është si dikush që ju mban nën një zile të errët në të cilën vetëm disa ofertues janë në dispozicion për ju! Lajmet e rrejshme mund të shkaktojnë sjellje të gabuar dhe vendime të gabuara në lidhje me blerjen, financimin, përdorimin e shërbimeve financiare!

A ndikon kjo në privatësinë tonë personale dhe privatësinë e shtëpisë? Kur kemi një pajisje të re, biem lehtësisht dakord që fytyra jonë të bëhet një çelës për të hapur telefonin, laptopin ose pajisje të tjera elektronike, megjithatë, duhet të lexojmë rregullat me kujdes, nëse nuk kemi lexuar rregullat, fytyra jonë mund të bëhet pjesë e bazës së madhe të të dhënave që analizon AI. Kamera e përparme e dyqanit ose mbikëqyrja me video mund të na ndihmojnë të vërtetojmë se kush e mori telefonin e harruar në vendin ku provuam këpucët, por personazhet tanë gjithashtu mund t'i nënshtrohen përpunimit të të dhënave. Qytetet e mençura, kamerat e komunikacionit



rrugor kapin imazhin e shoferëve. Ato janë të dobishme për të zvogëluar shkeljet e trafikut dhe aksidentet, për të zbuluar kriminelët, por në të njëjtën kohë mbartin rrezikun e mbrojtjes së privatësisë. Kukulla e mençur për fëmijët që flet me fëmijën, por gjithashtu regjistron shtëpinë dhe zakonet e familjes, përdoret gjithashtu për rekomandimin e produktit me zë. Ky ishte rasti, me shoqen interaktive të kukullës Kajla e cila kishte një sistem të dobët mbrojtës dhe lejonte të huajt të komunikonin me fëmijët, dhe me dijeninë e të huajve kur nuk kishte njeri në shtëpi në mënyrë që ata të mund të kryenin vjedhje.

5. IA pa pagesë dhe në format me pagesë

Shumë nga produktet dhe shërbimet në të cilat është ndërtuar IA na ofrohen falas dhe ne nuk e vërejmë se si jemi bërë pjesë e lojës. Kur paguajmë për një pajisje ose shërbim, zakonisht shohim se për çfarë i japim paratë tona të fituara me vështirësi!



Inteligjenca artificiale (AI) e ofruar për konsumatorët mund të jetë e disponueshme në formate të paguara dhe falas, në varësi të shërbimit ose produktit specifik.

Kur një shërbim shënohet si "pa pagesë", kjo zakonisht do të thotë që përdoruesit mund të hyjnë në shërbim pa shpenzime direkte. Sidoqoftë, shërbimet "pa pagesë" mund të fitojnë përmes mjeteve alternative, të tilla si shfaqja e reklamave, mbledhja e të dhënave të përdoruesit për kërkime ose marketing, ose ofrimi i blerjeve brenda aplikacionit. Shembujt përfshijnë versionet bazë të aplikacioneve të mundësuar nga inteligjenca artificiale, të tilla si chatbots, asistentë virtualë ose disa mjete për redaktimin e imazheve në internet dhe krijimin e përmbajtjes që ofrojnë funksionalitete themelore pa shpenzime.

Disa shërbime të inteligjencës artificiale arkëtojnë para nga përdoruesit për qasje. Kjo mund të përfshijë abonimet respektivisht parapagesat në versionet premium të aplikacioneve me inteligjencë artificiale, modelet e pagesës për përdorim ose shpenzimet e njëhershme për të blerë pajisje që përdorin teknologjinë e inteligjencës artificiale. Për shembull, shërbimet e inteligjencës artificiale të bazuara në cloud (icloud), modelet e përparuara të mësimin makinerik, mund të kërkojnë një abonim respektivisht parapagesë, ndërsa disa aplikacione softuerike (të tilla si asistentët e avancuar të zërit ose mjetet e përpunimit të gjuhës) mund të ofrojnë versione bazë falas, por tarifojnë për veçori më të përparuara.

6. Inteligjenca artificiale dhe të drejtat e konsumatorit

Kjo broshurë kryqëzon inteligjencën artificiale me të drejtat e konsumatorit. Inteligjenca artificiale rregullohet gradualisht nga rregulloret e reja ligjore, megjithatë, derisa të miratohen rregullore specifike, në shumë fusha, rregulloret e përgjithshme ligjore zbatohen për inteligjencën artificiale, të tilla si pronësia intelektuale, si dhe vetë ligji i konsumatorit. Si dhe rregullat speci-

fike të sektorit për shembull për sigurinë e lodrave. Të drejtat e konsumatorit garantoohen në rregulloret ligjore që përbëjnë të drejtën e konsumatorit. **E drejta e konsumatorit** është një disiplinë e veçantë ligjore që rregullon marrëdhëniet në të cilat njëra palë është gjithmonë një konsumator dhe tjetra është një tregtar (ratione personae). Një konsumator është një person fizik që blen mallra ose përdor një shërbim që nuk është për veprimtarinë e tij tregtare, afariste, zatinin ose veprimtarinë e tij profesionale. Konsumatori konsiderohet të jetë një palë e painformuar në lidhje me tregtarët. Ligji njohu nevojën

në mënyrë të veçantë për të rregulluar mbrojtjen ligjore të personave fizikë kundrejt tregtarëve dhe për të vendosur detyrime më të mëdha ndaj tregtarëve kur ata ofrojnë ose shesin produkte dhe shërbime për personat fizikë konsumatorë. Në nivel ndërkombëtar, është e rëndësishme që më 9 prill të vitit 1985, Asambleja gjenerale e Kombeve të Bashkuara miratoi Rezolutën 39/248, e cila përfshinte Udhëzuesin e Kombeve të Bashkuara për Mbrojtjen e Konsumatorit (UNGCP).



Udhëzuesi përcakton të drejtat themelore të konsumatorëve: **1) edrejta për sigurinë e mallrave dhe shërbimeve, 2) e drejta për informacion të plotë, të vërtetë dhe në kohë, 3) e drejta për të zgjedhur mallrat dhe shërbimet, 4) e drejta e konsumatorëve për të dëgjuar zërin e tyre, 5) e drejta për realizimin e kushteve dhe nevojave themelore të jetesës, 6) e drejta për kompensim, 7) e drejta për arsim dhe 8) e drejta për një mjedis jetësor të shëndetshëm.**

Politikat për mbrojtjen efikase dhe efektive të të drejtave të konsumatorit po ndërtohen vazhdimisht në kuadër të Bashkimit Evropian dhe korniza ligjore për mbrojtjen e të drejtave të konsumatorit po përmirësohet. Risitë në rregulloret ligjore të Bashkimit Evropian, i cili ka sistemin më të zhvilluar të mbrojtjes së të drejtave të konsumatorit, zbatohen gjithashtu në **Ligjin për mbrojtjen e konsumatorëve nga nëntori i vitit 2022 (LMK)**

Cilat janë ato rregulla që përmbahen në rregulloret e reja ligjore të BE-së për mbrojtjen e konsumatorëve dhe që zbatohen në LMK-në tonë? Këto rregulla çuan në një sërë risish që synojnë mbrojtjen më të mirë të konsumatorit, të tilla si: rritja e transparencës së hapësirës së shitjeve në internet; shfaqja e një motori kërkimi bazuar në pozicionimin e paguar (të sponsorizuar); ndalimi i fshirjes së komenteve negative; prova se konsumatorët që komentojnë në të vërtetë kanë blerë një produkt të caktuar ose kanë përdorur një shërbim; të njëjtat të drejta për konsumatorët që paguajnë një çmim dhe për ata që marrin të ashtuquajturat "shërbime falas", ose për një zëvendësim të të dhënave personale marrin shërbime digjitale; njohja e konsumatorëve me kriteret për ofertat e renditjes; transparenca e rishikimit të konsumatorit; rregullat për njoftimin e çmimeve të personalizuar; ndalimi i rishitjes së biletave për ngjarjet e blera përmes botëve; të dhënat e sakta për uljen aktuale të çmimit; kompensimi për dëmet për viktimat e praktikave të padrejta tregtare; dënimet më efektive për shkeljet ndërkufitare; lufta kundër cilësisë së dyfishtë të mallrave të konsumit; mbrojtja më e mirë kundër praktikave të padrejta



tregtare gjatë shitjes jashtë ambienteve të tregtarit; rritja e kohës së garancisë ligjore për vetitë materiale dhe ligjore të mallrave dhe shërbimeve, rregullat e veçanta për konformitetin dhe garancitë komerciale/tregtare; rregullimi i furnizimit për konsumatorët me përmbajtje dhe shërbime digjitale; përgjegjësia e rojeve në platforma të mëdha për ofertat e produkteve dhe shërbimeve brenda tregjeve digjitale; etj.

7. Rregulloret e reja ligjore të BE-së për tregjet digjitale dhe rregullorja e parë e inteligjencës artificiale

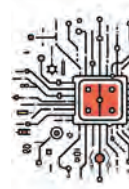
Hulumtimi dhe debatet e BE-së mbi "modelet e errëta" "vrimat e lepujve", reklamat e personalizuara dhe praktikatat e tjera të përdorimit të të dhënave, të cilat konsiderohen se ndikojnë në të drejtat e konsumatorit, si pasojë e përpunimit të skedarëve të mëdhenj dixhitalë rezultuan në miratimin e Rregullores (BE) 2022/1925 të Parlamentit Evropian dhe të Këshillit të 14 shtatorit 2022 mbi **tregjet konkurruese dhe të ndershme në sektorin dixhital** dhe ndryshimet në Direktivat (BE) 2019/1937 dhe (BE) 2020/1828 - Akti i Tregjeve Digjitale (DMA) dhe Rregullorja (BE) 2022/2065 të Parlamentit Evropian dhe të Këshillit të 19 tetorit 2022 mbi një **treg të vetëm për shërbimet dixhitale** dhe ndryshimin e Direktivës 2000/31/KE - Akti i Shërbimeve Digjitale (DSA). Këto rregulla u pasuan nga miratimi i të ashtuquajturit Akti i Inteligjencës Artificiale ose **Rregullorja e Parlamentit Evropian dhe Këshillit 2024/1689EU për Inteligjencën Artificiale të 13 qershorit të vitit 2024** (Rregullorja (BE) 2024/1689 e Parlamentit Evropian dhe e Këshillit të 13 qershorit të vitit 2024 që përcakton rregullat e harmonizuara për inteligjencën artificiale dhe që ndryshon Rregulloret (KE) Nr 300/2008, (BE) Nr 167/2013, (BE) Nr 168/2013, (BE) 2018/858, (BE) 2018/1139 dhe (BE) 2019/2144 dhe Direktivat 2014/90/BE, (BE) 2016/797 dhe (BE) 2020/1828 (**Akti i Inteligjencës Artificiale**) është kuadri i parë ligjor për inteligjencën artificiale, i cili adreson rreziqet e inteligjencës artificiale dhe pozicionon Evropën si udhëheqëse në këtë plan në nivel global. Rregullorja e Inteligjencës Artificiale 2024/1689 e BE-së që përcakton rregullat e harmonizuara për inteligjencën artificiale u siguron zhvilluesve dhe shpërndarësve të IA-së kërkesa dhe detyrime të qarta në lidhje me përdorimet specifike të inteligjencës artificiale. Në të njëjtën kohë, Rregullorja synon të zvogëlojë barrën administrative dhe financiare për biznesin, veçanërisht për ndërmarrjet e vogla të mesme. Rregullorja e Inteligjencës Artificiale 2024/1689 e BE-së është pjesë e një pakete më të gjerë politikash për të mbështetur zhvillimin e Inteligjencës Artificiale të besueshme, e cila gjithashtu përfshin Paketën e Inovacionit të Inteligjencës Artificiale dhe Planin e Koordinuar të Inteligjencës Artificiale. **Së bashku, këto masa garantojnë sigurinë dhe të drejtat themelore të njerëzve dhe bizneseve kur bëhet fjalë për inteligjencën artificiale.** Ato gjithashtu rrisin pranimin, investimet dhe inovacionin në inteligjencën artificiale në të gjithë BE-në. Rregullorja e Inteligjencës Artificiale 2024/1689 e BE-së është korniza e parë ligjore gjithëpërfshirëse për inteligjencën artificiale në mbarë botën. Qëllimi i rregullave të reja është të nxisin inteligjencën artificiale të përgjegjshme dhe të besueshme në Evropë dhe më gjerë, duke siguruar që sistemet e e inteligjencës artificiale të respektojnë të drejtat themelore, parimet e sigurisë dhe etikës, dhe duke adresuar rreziqet e paraqitura nga modele shumë të fuqishme dhe me ndikim të inteligjencës artificiale. Një rregullore është një rregullore ligjore që zbatohet drejtpërdrejt në sistemet ligjore kombëtare të shteteve anëtare të BE-së, megjithatë, vendet candidate do t'i zbatojnë këto rregulla pas hyrjes në BE. Këto rreg-

ullore ligjore nuk janë zbatuar ende në legjislacionin tonë të brendshëm. Në vendin tonë, nuk ka rregullore specifike ligjore për IA, as një strategji për përdorimin e inteligjencës artificiale.

Ekzistojnë gjithashtu parime etike për IA. **Shtatë parimet etike** të përcaktuara nga Komisioni Evropian në Udhëzimet etike të vitit 2019 për Inteligjencë Artificiale të Sigurt dhe të Besueshme përfshijnë: **1. Veprimin dhe mbikëqyrjen njerëzore:** duke përfshirë mbikëqyrjen njerëzore të respektimit të vlerës themelore dhe të drejtave themelore të njeriut, veprimin njerëzor dhe mbikëqyrjen njerëzore të funksionimit të inteligjencës artificiale; **2. Barrierat teknike dhe siguria:** duke përfshirë barrierat dhe masat e sigurisë kundër sulmit, planin rezervë për ruajtjen e sigurisë së përgjithshme, saktësisë, konfidencialitetit dhe përsëritshmërisë; **3. Mbrojtja e privatësisë dhe menaxhimi i të dhënave:** duke përfshirë respektimin e privatësisë, cilësisë dhe integritetit të të dhënave dhe qasjen në të dhëna; **4. Transparenca:** duke përfshirë aftësinë për të monitoruar, shpjeguar dhe komunikuar; **5. Diversiteti, mosdiskriminimi dhe drejtësia:** duke përfshirë shmangien e paragjyqimeve të padrejta, qasjes, dizajnit universal dhe pjesëmarrjes së palëve të interesuara; **6. Mirëqenia e shoqërisë dhe mjedisit jetësor:** duke përfshirë qëndrueshmërinë dhe përshtatshmërinë për mjedisin jetësor, efektet sociale, shoqërinë dhe demokracinë; **7. Përgjegjësia** duke përfshirë aftësinë për të verifikuar, zvogëluar efektet negative dhe për të raportuar mbi to, për të arritur kompromise dhe për të përballuar mbrojtjen ligjore.

8. IA dhe të drejtat e konsumatorit

Cila është marrëdhënia e IA dhe të drejtave të konsumatorit? Kjo marrëdhënie nuk është e thjeshtë, inteligjenca mund të ketë efekte pozitive dhe negative për konsumatorët dhe bizneset, në varësi të mënyrës se si është projektuar, vendosur dhe rregulluar. IA përmirëson përvojën e konsumatorit duke paraqitur produkte që janë në përputhje me shijet dhe preferencat e tyre. Sistemet e inteligjencës artificiale mund të vlerësojnë cilësinë e produkteve duke u bazuar në reagimet e konsumatorëve. Kjo i ndihmon kompanitë të identifikojnë shpejt problemet e cilësisë dhe të bëjnë përmirësime. Inteligjenca artificiale kursen kohën dhe burimet financiare të konsumatorëve dhe siguron vendimarrje të përshpejtuar përmes automatizimit (për shembull, duke përdorur programe të krahasimit të çmimeve, afërsinë e cilësisë me pikat e shitjes.) Identifikimi i shpejtë i problemeve dhe tendencat e mëposhtme i lejojnë kompanitë të reagojnë më shpejt ndaj ndryshimeve në treg dhe konsumatorët të marrin produkte më të sigurta, cilësore dhe moderne. Kompanitë mund të përdorin informacione nga reagimet kthyesë të konsumatorëve për të përmirësuar vazhdimisht cilësinë e produktit. Inteligjenca artificiale ofron njohuri të bazuara në një sasi të madhe të të dhënave për të ndihmuar konsumatorët të marrin vendime të informuara në lidhje me produktet dhe shërbimet. Duke përparuar me një ritëm të jashtëzakonshëm, inteligjenca artificiale e drejtuar nga të dhënat mban një premtim të jashtëzakonshëm për mirëqenien e konsumatorit, duke personalizuar produktet dhe shërbimet, duke optimizuar mbështetjen e klientit dhe duke zgjidhur mosmarrëveshjet në internet. Për shembull, nëse të duhej të udhëtoje në një destinacion para inteligjencës artificiale, mund të merrje informacion vetëm për akomodimin tënd, restorantet, vendet kulturore dhe historike, ngjarjet e artit nga miqtë që kanë udhëtuar ose udhëzuesit e udhëtimit të shtypura në disa gjuhë. Sot, inteligjenca artificiale bën të mundur që të fitosh njohuri shumë shpejt para se të udhëtosh, ose të reko-



mandosh në kohë reale një restorant, dyqan ose atë që dëshiron të vizitosh në një gjuhë që e kupton më mirë.

Inteligjenca artificiale ka ende potencialin, në kushte të caktuara, të dëmtojë konsumatorët, të marrë vendime të pamatura nën ndikimin e praktikave të pandershme tregtare të krijuara nga IA. Inteligjenca artificiale, mund të përdoret për të bërë modele të errëta (manipulimi i konsumatorit kur merr vendime që përndryshe nuk mund të kenë marrë). Kur këtë e bën inteligjenca artificiale, e cila ka një bazë të dhënash të madhe, më efektive dhe të sofistikuar, që do të thotë se konsumatorët mund ta kenë më të vështirë të kuptojnë se po manipulohen, i nënshtrohen praktikave të padrejta tregtare. Për shembull, inteligjenca artificiale mund të përdoret për të gjeneruar më shumë kritika të rreme, më shpejt, të cilat janë më bindëse se kurrë. Inteligjenca artificiale mund të krijojë një botë virtuale të rreme me imazhe, tinguj, përvoja respektivisht përjetime që prekin të gjitha shqisat e konsumatorëve. Praktika tregtare e padrejtë e mundësuar nga inteligjenca artificiale mund të përdoret për të nxitur konsumatorët të përfshihen në sjellje të padëshiruara ose t'i mashtrorjnë ata duke i inkurajuar ata të marrin vendime në një mënyrë që minon dhe dëmton autonominë, vendimmarrjen dhe zgjedhjen e tyre të lirë. Vendosja në treg, vënia në shërbim ose përdorimi i sistemeve të caktuara të ndërfaqes së përdoruesit me qëllim ose efekt të ndërprerjes së konsiderueshme të sjelljes njerëzore, ku ka të ngjarë të rezultojë dëm i konsiderueshëm, në veçanti ai që ka efekte negative mjaft të mëdha në shëndetin fizik ose psikologjik ose interesat financiare, janë veçanërisht të rrezikshme dhe për këtë arsye duhet të ndalohen. Për shembull, ekspozimi i vazhdueshëm ndaj reklamave të videolojërave që synojnë fëmijët si një grup i prekshëm mund të shkaktojë një lloj varësie nga bota virtuale dhe jo aftësinë për t'u angazhuar në mësim të vërteta, mësimi dhe përgatitja e mësimëve të shoqërimin me bashkëmoshatarët. Personat e moshuar, si një grup i cënueshëm, nëse, për shembull, janë të ekspozuar ndaj një praktike tregtare agresive për produktet mjekësore ndihmëse, mund të vendosin ta blejnë atë pa pasur nevojë për këtë produkt mjekësor ndihmës ose pa qenë fare i dobishëm. Reklamata e synuara përmes videove të rreme të mjekëve të famshëm, duke shënuar orën për zbritje, videot për sëmundjet dhe vdekjen nëse "ilaçi" nuk merret, kanë një efekt të keq në psikikën e kësaj kategorie të cënueshme.

Rritja e teknologjive të inteligjencës artificiale, të tilla si chatbot, falsifikime dhe klonime zanore, foto ose video lojëra që duken mjaft reale, e ka bërë më të lehtë se kurrë përhapjen e dezinformatave. Këto teknologji për typin vëmendjen dhe krijojnë besim të rremë në informacionin e paraqitur, duke e bërë të vështirë për konsumatorët të njohin të vërtetën.

Mund ta imagjinoni se sa e dëmshme do të ishte përdorimi i inteligjencës artificiale për qëllime politike ose ushtarake!

Komisioni Evropian në maj 2024 filloi procedurat kundër Meta, kompanisë që qëndron pas Facebook, Instagram për dyshimin e veprimit kundër rregullave ligjore të BE-së. Deklarata e Komisionit Evropian shpjegon se procedurat kundër Metës kanë të bëjnë me përcaktimin nëse kompania ka përmbushur detyrimet e saj sipas Aktit të Shërbimeve Digjitale (DSA) në drejtim të vlerësimit dhe zvogëlimit të rreziqeve të shkaktuara nga hartimi i ndërfaqes në internet të Facebook dhe Instagram, të cilat mund të shfrytëzojnë dobësitë dhe papërvojën e të miturve dhe të shkaktojnë sjellje problematike dhe/ose të amplifikojnë "efektin e vrimës së lepurit". Siç

thuhet në deklaratën e Këshillit të BE-së, KE është e shqetësuar se sistemet e Facebook dhe Instagram, duke përfshirë algoritmet e tyre, mund të inkurajojnë varësinë e sjelljes të fëmijët, si dhe të zhvillojnë të ashtuquajturin "efekti i vrimës së lepurit", respektivisht fenomenin që aplikacioni përmblyt përdoruesit me përmbajtje të ngjashme nëse tregojnë interes për një temë të caktuar. Një vlerësim i tillë, theksohet, është i domosdoshëm për shtypjen e rreziqeve të mundshme për realizimin e të drejtës themelore të mirëqenies fizike dhe mendore të fëmijëve, si dhe për respektimin e të drejtave të tyre. Procedura gjithashtu



ka të bëjë me pajtueshmërinë e shoqërisë Meta me kërkesat e Aktit të Shërbimeve Digjitale në lidhje me masat zbutëse për të parandaluar të miturit nga qasja në përmbajtje të papërshtatshme, në veçanti mjetet e verifikimit të moshës të përdorura nga Meta, të cilat "mund të mos jenë të arsyeshme, proporcionale dhe efektive". Procedura gjithashtu trajton nëse Meta ka përmbyshur detyrimet sipas Aktit të Shërbimeve Digjitale për të vendosur masa të përshtatshme dhe proporcionale për të siguruar një nivel të lartë të privatësisë, sigurisë dhe mbrojtjes së të miturve, veçanërisht në lidhje me cilësimet standarde të privatësisë së të miturve në kuadër të projektimit dhe funksionimit të sistemit të tyre të referimit respektivisht rekomandimeve.

Gjithashtu interesante është procedura e ngritur në Shtetet e Bashkuara nga Komisioni Federal i Tregtisë (FTC) kundër kompanisë Rite Aid. Gjigandi i farmacisë Rite Aid kontraktoi dy kompani jo aq të famshme për të ndërtuar bazën e të dhënave të saj të njohjes së fytyrës të përbërë nga të ashtuquajturit persona me interes - klientë që besojnë se kishin kryer ose kishin tentuar të kryenin një krim në dyqanet e Rite Aid - dhe e mbushën atë jo vetëm me fotografitë e tyre, por edhe emrat e tyre dhe informacione të tjera të tilla si të dhënat e vitit të lindjes dhe historisë penale. Komisioni federal i tregtisë ndaloi Rite Aid të përdorë teknologjinë e njohjes së fytyrës

për pesë vjet për shkak të përdorimit të një sistemi të njëanshëm që akuzoi në mënyrë të rreme shumë njerëz me gjyryrë për vjedhje dyqanesh. FTC-ja ka udhëzuar Rite Aid të ndalojë përdorimin e njohjes së fytyrës dhe teknologjive të tjera të ndjekjes biometrike dhe të fshijë të gjitha të dhënat, imazhet, algoritmet dhe produktet e mbledhura të zhvilluara nga ato të dhëna. Kjo nuk është aq e lehtë sa fshirja e të dhënave nga një kompjuter. Pasi një model me inteligjencë artificiale, siç është njohja e fytyrës, të trajnohet mbi të dhënat, ata informacione kodohen për-



gjithmonë në kuadër të modelit në një mënyrë të errët. Meqenëse fshirja ose heqja e të gjithë modelit është aktualisht mënyra e vetme e besueshme për të hequr të dhënat, Rite Aid ka humbur një investim të shtrenjtë. Modele si ato zakonisht kushtojnë miliona për t'u zhvilluar. Kjo duhet të shërbejë si një shembull, për kompanitë e tjera që përdorin inteligjencën artificiale për të vendosur parimet e menaxhimit të përgjegjshëm dhe praktikat inxhinierike paraprakisht.

Në përgjithësi pranohet që ata që krijojnë inteligjencën artificiale duhet t'i bëjnë vetes dy pyetje kryesore: "A mund ta bëj këtë?" dhe "A duhet ta bëj këtë?" sepse këto janë dy çështje shumë të ndryshme, ku kjo e fundit është vendimtare. Dhe një rregull tjetër shumë i rëndësishëm për kompanitë që krijojnë inteligjencën artificiale: "Thuaj atë që bën dhe bëj atë që thua." Shumica e formave të të mësuarit makinerik që hasen në biznes janë "të mbikëqyrura". Kjo do të thotë që ju duhet të tregoni shembuj të algoritmeve të asaj që duket si e mirë ose e keqe (këto të dhëna kanë etiketuar veçori që përcaktojnë kuptimin e të dhënave), dhe sistemi pastaj mund të riaplikojë atë që ka mësuar në grupet e reja të të dhënave. Një shembull mund të jetë identifikimi i segmenteve të konsumatorëve duke bazuar në një mostër të mediave të tyre sociale dhe të dhëna për blerje, ose kërkimi i gabimeve në të dhënat kryesore të përdorura për planifikim. Nëse ka shumë të dhëna në dispozicion, atëherë ka algoritme, të cilat mund të mësojnë pa mbikëqyrje ose shembuj të etiketuar. Ato zakonisht përdoren për të gjetur struktura ose veçori në grupet e të dhënave që asnjë qenie njerëzore nuk mund të depërtojë. Për shembull, kërkimi i imazheve në mediat sociale dhe analizimi i të dhënave të sensorëve nga zinxhiri i furnizimit i mundësuar nga IoT.

Ajo që duhet të jetë e qartë për të dy kompanitë - tregtarët dhe konsumatorët - është se edhe kur flasim për produkte dhe shërbime që kanë inteligjencë artificiale në to ose bazohen në inteligjencë artificiale, rregullat e vjetra nga rregulloret ekzistuese ligjore dhe zbatimi i zakoneve të mira, sjellja bona fide zbatohet përsëri. Për këto marrëdhënie në të cilat përfshihet inteligjenca artificiale, zbatohen të njëjtat rregullore ligjore: në lidhje me mbrojtjen e të dhënave; ligji i konsumatorit në tërësinë e tij dhe horizontale dhe sektoriale; veçanërisht rregullat e praktikës së padrejtë tregtare që ndalojnë sjelljet mashtruese dhe agresive; pavlefshmëria e dispozitave të padrejta kontraktuale; rregulloret që lejojnë që konsumatorët të kompensohen; pavlefshmëria dhe anulimi i kontratave; rregullat e mbrojtjes kundër konkurrencës së padrejtë; e drejta kundër monopoleve.

Rregullat për dhënien e informacioneve bazë, transparencës ose konformitetit duhet të përshkruajnë me inteligjencën artificiale sepse tregtarët nuk mund të japin të gjitha të dhënat, duke përditësuar, produkti ose shërbimi po fiton vazhdimisht në cilësi dhe modalitete!

Le të hedhim një vështrim në të drejtat e konsumatorit përmes prizmit të inteligjencës artificiale!

- 1. E drejta për sigurinë e mallrave dhe shërbimeve dhe inteligjencës artificiale:** Kjo e drejtë nënkupton që produktet e destinuara për konsumatorët duhet të jenë të sigurta kur vendosen në treg, futen në përdorim ose përdoren, veçanërisht me qëllim të ushtrimit dhe mbrojtjes së interesit publik, mbrojtjes së shëndetit të konsumatorit, kafshëve dhe bimëve, dhe mbrojtjes së mjedisit jetësor dhe natyrës. Inteligjenca artificiale mund të përmirësojë

sigurinë e produkteve të konsumit të gjërë, siç janë makinat me drejtim të automatizuar ose pajisjet e mençura në shtëpi. Programuesit e inteligjencës artificiale janë përgjegjës për sigurinë e të dhënave të tyre dhe modeleve të tyre. **Si të qëndroni të sigurt kur përdorni inteligjencën artificiale:** Zbatoni mekanizma kompleksë për të verifikuar nëse jeni duke përdorur pajisjen ose shërbimin (fjalëkalimet e hyrjes), verifikoni identitetin me faktorë të shumtë (fjalëkalimi i shkronjave dhe karaktereve të numrave, plus gishtin tuaj, bebëzën e syrit, nëse jepni të dhëna të ndjeshme) dhe përcaktoni rolet e përdoruesit me leje dhe kufizime specifike. Gjithashtu, përditësoni rregullisht këto kontrole dhe monitoroni ndryshimet për t'u përshatur me kërcënimet në zhvillim të sigurisë. Qasja e paautorizuar, shkeljet e të dhënave dhe keqpërdorimi janë edhe më të rrezikshme për konsumatorët kur përfshihet inteligjenca artificiale. Dhe për informacione të ndjeshme që bëhen të pasigurta, kompanitë duhet të mbajnë përgjegjësi. Të dhëna të ndjeshme, për shembull, janë zërat e fëmijëve, video dhe biometria e fytyrës dhe ADN-ja. Të dhënat e ndjeshme paraqesin një rrezik të lartë për individët dhe çidentifikimi ose nivelet e anonimizimit nuk i zgjidhin të gjitha problemet. Kompanitë e inteligjencës artificiale kanë nevojë për qasje të personalizuar për të çidentifikuar kur një sistem i inteligjencës artificiale dështon ose çon në dëmtim, përcaktimi i përgjegjesisë mund të jetë kompleks. **Konsumatorët duhet të jenë të sigurt se produktet që përdorin janë të sigurt dhe kompanitë duhet të jenë përgjegjëse për funksionimin dhe konfidencialitetin e sistemeve të inteligjencës artificiale.**

- 2. E drejta për t'u informuar:** Kjo e drejtë është e drejta e konsumatorit për të marrë informacion të vërtetë dhe të plotë në kohë. Me aftësinë e inteligjencës artificiale për të analizuar sjelljen dhe preferencat e konsumatorëve, bizneset shpesh mbajnë sasi të mëdha të të dhënave për klientët e tyre. Ky kapacitet mund të çojë në strategji të personalizuar të marketingut që, megjithëse të dobishme, gjithashtu mund të manipulojnë zgjedhjen e konsumatorit. **Transparenca në lidhje me mënyrën se si funksionojnë algoritmet e inteligjencës artificiale dhe se si përdoren të dhënat e konsumatorit është thelbësore.** Kompanitë duhet të publikojnë informacion se si merren vendimet dhe të sigurojnë që konsumatorët të informohen për algoritmet që ndikojnë në zgjedhjet e tyre (etiketë për renditjen e sponsorizuar ose të paguar, recensione). Në reklamim dhe brendim, kompanitë që prodhojnë inteligjencë artificiale nuk duhet të ekzagjerojnë kur pretendojnë se çfarë mund të bëjë modeli i tyre. Tregtarët nuk duhet të pretendojnë se produktet mbështeten në inteligjencën artificiale nëse nuk mbështeten në inteligjencën artificiale. Tregtarët nuk duhet të pretendojnë se inteligjenca artificiale ka aftësi që nuk i ka ose se produkti i tyre i inteligjencës artificiale është më i mirë se një produkt që nuk është me inteligjencë artificiale nëse nuk kanë hulumtime të besueshme të pavarura për të mbështetur pretendimin. Në treg ofrohen shërbime që bëjnë pretendime të rreme, duke përfshirë ato që pretendojnë të jenë në gjendje të zbulojnë me besueshmëri përmbajtjen e gjeneruar nga inteligjenca artificiale. Kompanitë që përdorin inteligjencën artificiale duhet të shqyrtojnë me kujdes pretendimet e tyre publike në lidhje me inteligjencën artificiale - ato pretendime duhet të jenë të sinqerta dhe të sakta.
- 3. E drejta për të zgjedhur:** Kjo e drejtë e konsumatorëve është një mundësi për të zgjedhur midis mallrave dhe shërbimeve të shumta me çmime të përballueshme dhe me cilësi të përshatshme. Tregjet e hapura, konkurrenca e lirë si dhe rregulloret kundër sjelljeve monopo-



liste shkojnë në favor të sigurimit të së drejtës së konsumatorëve për të zgjedhur. Rritja e inteligjencës artificiale mund të çojë në një përqendrim të fuqisë, midis disa gjigantëve të teknologjisë, duke kufizuar potencialisht zgjedhjet e konsumatorëve. Algoritmet mund të krijojnë dhoma jehonë, duke u treguar konsumatorëve vetëm një rreth të ngushtë produktesh ose shërbimesh duke u bazuar në sjelljen e tyre të mëparshme. Për të ruajtur të drejtën për të zgjedhur, kornizat rregullatore duhet të nxisin konkurrencën dhe të parandalojnë praktikatat e monopolit, duke siguruar që konsumatorët të kenë qasje në një sërë opsionesh të ndryshme.

4. E drejta e konsumatorit për t'u dëgjuar dhe e drejta për kompensim: Meqenëse sistemet e inteligjencës artificiale shpesh marrin vendime pa ndërhyrje njerëzore, bëhet thelbësore që konsumatorët të kenë mjetet për të zgjidhur ankesat dhe mosmarrëveshjet. Rregullat ligjore duhet të sigurojnë mbrojtje efektive dhe efikase të të drejtave të konsumatorit dhe mundësi që konsumatorët të jenë në gjendje të vënë në dukje problemet që lindin në lidhje me vendimet e drejtuara nga inteligjenca artificiale. Kjo është jetike për të ruajtur besimin e konsumatorëve. Konsumatorët gjithashtu duhet të kenë mundësinë të fillojnë procedurat e kompensimit nëse produktet që përfshijnë inteligjencën artificiale ose shërbimet përmes të cilave ata kanë përdorur inteligjencën artificiale u kanë shkaktuar atyre dëm.

Ndoshta shqetësimi më i madh që lidhet me përdorimin e inteligjencës artificiale është çështja e **privatësisë së konsumatorit**. Mbledhja e madhe e të dhënave (big data) është e nevojshme për të funksionuar inteligjenca artificiale. Kjo ngre një numër pyetjesh dhe shkakton shqetësime rreth mënyrës së trajtimit të informacioneve personale. Konsumatorët kanë të drejtë të dinë se cilat të dhëna mbledhen, si përdoren dhe me kë ndahen. Rregulloret më të rrepta dhe ligjet e përmirësuara për mbrojtjen e të dhënave janë thelbësore për mbrojtjen e privatësisë së konsumatorit në epokën moderne, e cila dominohet gjithnjë e më shumë nga teknologjitë e inteligjencës artificiale.

9. Cilat janë rekomandimet më të shpeshta për konsumatorët kur përdorin inteligjencën artificiale?

Si në botën reale, lexoni shkronjat e vogla! Mos klikoni menjëherë "pajtohem" pa lexuar tekstin!

Mbani në mend se inteligjenca artificiale nuk është gjithmonë neutrale dhe e paanshme, mund të bazohet në të dhëna të gabuara ose të dhëna të njëanshme! Kini kujdes ! A qëndron se është e paguar ose sponsorizuar kur bëhet fjalë për renditjen e postimeve ose recensioneve të një konsumatori?

- **Mundohuni të kuptoni mjetin për inteligjencë artificiale:** Sa mision i pamundur që mund të duket, para se të përdorni ndonjë sistem të inteligjencës artificiale, merrni kohë për të kuptuar se si funksionon. Lexoni dokumentacionin dhe të gjitha të dhënat e disponueshme, të cilat shpjegojnë qëllimin, aftësitë dhe kufizimet e inteligjencës artificiale.
- **Lexo rregulloret e privatësisë:** Lexo gjithmonë rregulloren e privatësisë së mjetit ose platformës të inteligjencës artificiale që po përdor. Ky dokument duhet të shpjegojë se **çfarë të dhënash mbledhen, si përdoren dhe si ndahen ato.**

- **Vlerësoni praktikat e mbledhjes së të dhënave:** Jini të vetëdijshëm se çfarë informacione personale kërkon inteligjenca artificiale. Nëse kërkon më shumë të dhëna sesa është e nevojshme, konsideroni të angazhoheni me të.
- **Kontrolloni nëse inteligjenca artificiale karakterizohet nga transparencja:** Disa sisteme të inteligjenca artificiale ofrojnë veçori transparence që ju lejojnë të kuptoni se si merren vendimet. Kërkoni mjete që shpjegojnë të menduarit dhe të dhënat për të informuar vendim-marrjen tuaj.
- **Kërkoni pëlqimin dhe kontrollin:** Sigurohuni që të jepni pëlqimin e informuar për të gjitha të dhënat që inteligjenca artificiale mbledh. Nëse është e aplikueshme, kërkoni opsione për të kontrolluar të dhënat e tua, të tilla si modifikimi ose fshirja e tyre.
- **Përdor opsionet e anonimitetit:** Kur është e mundur, përdor mjete të inteligjencës artificiale që të lejojnë të mbetesh anonim ose që nuk kërkojnë informacione personale rreth veçorive të tyre.
- **Jini të vetëdijshëm për gabimet dhe paragjykimet e mundshme:** Kuptoni se sistemet e inteligjencës artificiale mund të jenë të njëanshme. Informohuni për gabimet e mundshme në mjetin specifik të inteligjencës artificiale që përdorni dhe se si ato mund të ndikojnë në rezultate.
- **Kërkoni standarde etike:** Hulumtoni nëse organizata që qëndron pas inteligjencës artificiale mbështet praktikat etike të inteligjencës artificiale. Disa organizata i përmbahen kornizave etike që mund të ofrojnë mbrojtje shtesë për përdoruesit.
- **Monitorimi i përdorimit të paautorizuar:** Shikoni se si sistemi i inteligjencës artificiale përdor të dhënat tuaja dhe rezultatet që prodhon. Jini i vetëdijshëm për çdo përdorim të papritur ose të paautorizuar të informacionit tënd.
- **Mësoni rreth të drejtave tuaja ligjore:** Mësoni rreth të drejtave tuaja në lidhje me mbrojtjen e të dhënave dhe privatësinë, duke përfshirë ligje të tilla si Ligji i Mbrojtjes së të Dhënave Personale ose CPA i Rregullores së Përgjithshme të Mbrojtjes së të Dhënave (GDPR) të vendit tonë.
- **Angazhohuni në mekanizmat për informata kthyese:** Nëse platforma për inteligjencë artificiale ofron kanale informata kthyese, përdorini ato për të raportuar çështjet ose shqetësimet e privatësisë ose përdorimit të të dhënave.
- **Qëndro i informuar për rregulloret e inteligjencës artificiale:** Qëndro i përditësuar për çdo rregullore ose udhëzim të ri në lidhje me inteligjencës artificiale dhe privatësinë e të dhënave që mund të ndikojnë në të drejtat e tua si konsumator.
- **Kërkoni këshilla ligjore kur është e nevojshme:** Nëse mendoni se të drejtat tuaja janë shkelur, merrni parasysh të kërkoni këshilla ligjore për të kuptuar opsionet tuaja për ndërmarrjen e veprimeve ligjore, kundërshtimin e konsumatorit ose padinë. Kërkoni këshilla në Agjencinë për Mbrojtjen e të Dhënave Personale, në Ministrinë e Ekonomisë ose në Organizatën e Konsumatorëve të Maqedonisë (OPM).



- **Të gjithë duhet të jemi të vetëdijshëm për konsumatorët, tregtarët, mbikëqyrësit dhe rregullatorët:** Fantashkenca mund të bëhet një realitet, mbikëqyrja njerëzore, etika dhe kujdesi duhet të jenë në nivelin më të lartë. Të drejtat e njeriut në kuptimin më të gjerë të fjalës duhet të respektohen.

Kompanitë duhet të miratojnë parime etike dhe kode sjelljeje për inteligjencë artificiale që do t'i japin përparësi transparencës, drejtësisë, llogaridhënies dhe respektimit të të drejtave të njeriut dhe të konsumatorit. Revizionet e rregullta të algoritmeve të inteligjencës artificiale mund të ndihmojnë në sigurimin e pajtueshmërisë me këto parime, duke nxitur përfundimisht besimin e konsumatorit në teknologjitë e inteligjencës artificiale.

Në vendin tonë nuk ka rregullore të veçanta ligjore për inteligjencën artificiale. Miratimi i një Strategjie të inteligjencës artificiale është në proces. Si konsumatorë, duhet të dimë se LMK dhe Ligji për mbrojtjen e të dhënave personale gjithashtu ofrojnë mbrojtje në botën e teknologjive ku përdoret inteligjenca artificiale. Tregtarët duhet të marrin parasysh të drejtat e konsumatorit dhe t'i sigurojnë ato vazhdimisht. Informimi sigurohet përmes transparencës dhe disponueshmërisë së të gjithë informacioneve. E drejta për të zgjedhur do të thotë që inteligjenca artificiale nuk duhet të përdoret për marketing, e cila mund të llogaritet si një praktikë tregtare mashtruese ose agresive. Përputhshmëria vlen edhe për produktet dhe shërbimet që përdor inteligjenca artificiale. Qasja në drejtësi dhe aftësia për të mbrojtur konsumatorin nga shkelja e të drejtave të konsumatorit duhet të sigurohen gjithmonë.

Dhe në fund, le të përfundojmë ashtu siç bëmë në fillim! A do të jetë jeta jonë në dhjetor e vitit të ardhshëm kështu?:

Siri, Aleksa, unë po shkoj në punë ! Fikni ngrohjen , ndizeni në orën 15:00, ndizni fshesën me korrent robot në orën 14:00 dhe sigurisht makinën larëse! Mbyllni dhe ndizni sistemin e alarmit dhe sigurisë së shtëpisë dhe kamerave. Vetëm ju programoni gatimin e bukës për të përfunduar në orën 16:30. Hyni në një makinë të re Tesla, zgjidh koordinatat dhe lëre të lëvizë vetë! Po shqyrton se cilat takime janë planifikuar për ty përmes pajisjes tënde celulare. Ju kontrolloni përmes një aplikacioni për biletat për koncertin që dëshironi të shkoni muajin tjetër jashtë vendit, merrni një rekomandim për të marrë me qera një makinë, akomodim dhe restorantet më të mira, zgjidhni opsionin për të më zgjedhur mua dhe paguani nga llogaria e burrit. Në punë me një algoritëm, ju zgjidhni zgjidhjen më të mirë për problemin tuaj të përditshëm! Në kufjet tuaja, muzika është pikërisht ajo që dëshironi! Kontrolli i gjendjes shëndetësore të bërë përmes inteligjencës artificiale në telefonin tuaj ju referon vetëm te një dentist për pastrimin e gurit të dhëmbit! Algoritmet zgjedhin ngjarjet në përputhje me rrethanat, të cilat i konsiderojnë prioritet për pasditen tënde. Për mbrëmjen, keni një sugjerim për një film për të kapërcyer një ditë stresse! Në mbrëmje, i lodhur para shtëpisë suaj, ju i drejtoheni Aleksa për të hapur derën dhe për të fikur alarmin! Po sikur ajo të mos e njohë zërin tënd pasi të bërtasë me zë të lartë në takime dhe të këndojë në festën afterwork? Duhet të ketë gjithashtu një opsion rezervë! A është e gjithë kjo e listuar ajo që dëshiron me të vërtetë?

VEGËZA TË DOBISHME:

<https://azlp.mk/gragjani/nasoki/>

<https://www.economy.gov.mk/>

<https://opm.org.mk/>

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/regulatory-framework-ai>

<https://unctad.org/meeting/webinar-ai-and-consumer-protection-harnessing-tech-better-enforce-consumer>

<https://dig.watch/topics/consumer-protection>

<https://www.eccnet.eu/news/artificial-intelligence-how-do-we-protect-consumer-rights-ai-applications>

<https://www.consumersinternational.org/news-resources/news/releases/three-consumer-protection-priorities-in-the-time-of-ai/>

<https://unctad.org/news/making-artificial-intelligence-work-better-consumers-and-societies>



