

Чтобы решить данные проблемы, требуется государственное регулирование. Для создания системы регулирования ИИ нужно: обеспечить получение и подтверждение согласия на использование персональных данных аудитории; создать контролируемые программы обучения работе с ИИ; ввести четкий уровень цензуры; обеспечивать деятельность регулятора применения нейросетей (государства, разработчиков или специальных организаций).

В России споры об ограничении действия ИИ в чувствительных сферах идут не первый год [3]. Так, в августе 2021 г. партия «Единая Россия» приняла «Цифровой манифест», где были обозначены риски использования ИИ (в основном в таких сферах, как образование, медицина, юриспруденция, собственность, право на труд) [4].

В целом Россия стремится сочетать как западные подходы в желании создать определенные регуляторные нормы для ИИ, так и китайские практики.

Однозначно, когда необходимые условия будут выполнены, ИИ сможет начать создание политического контента в России. Однако стоит отметить, что полное замещение человеческого участия в политике с помощью нейросети вряд ли возможно, поскольку политические процессы всегда будут требовать человеческих способностей к коммуникации и интуиции.

ЛИТЕРАТУРА

1 Амелин, В. Н. Технология избирательной кампании / В. Н. Амелин, С. В. Устименко. – М. : Союз, 2013. – 164 с.

2 Искусственный интеллект идет в политику [Электронный ресурс] // Российский совет по международным делам. – Режим доступа: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/columns/cybercolumn/iskusstvennyy-intellekt-idet-v-politiku/?ysclid=m67htp9v5e697603904> (дата обращения: 21.01.2025).

3 Ликофский, С. Ф. Избирательные технологии : история, теория, практика / С. Ф. Ликофский, В. А. Евстафьев. – М. : Внешторгиздат, 2012. – 320 с.

4 Феофанов, О. Реклама. Новые технологии в России / О. Феофанов. – СПб. : Питер, 2002. – 384 с.

«Новые люди», напротив, поддержало использование ИИ как технологии будущего.

Среди основных направлений применения технологий нейросетей в политической рекламе можно выделить:

- создание агитационного контента (текстов, изображений, видео). ИИ может проводить анализ информационного поля и формулировать различные лозунги и агитационные материалы, релевантные текущей ситуации. Но сегодня сгенерированные материалы не учитывают социально-культурный контекст и зачастую похожи на работы студента, которые требуют дальнейшей редакции;

- рассылку таргетированных сообщений. В дальнейшем тексты, которые были персонализированы на основе истории запросов и предпочтений пользователя, станут более детализированными;

- использование чат-ботов для ответов на вопросы избирателей. Обученный чат-бот сможет экономить время телефонных операторов и отвечать на наиболее частые вопросы избирателей. Для эффективного воздействия на разные группы избирателей сложность ответов может варьироваться от эмоциональных лозунгов до статистики, опыта правоприменительной практики и мирового опыта [2];

- моделирование политических предпочтений. Нейросеть способна проанализировать большие объемы данных, чтобы сформировать политическую повестку;

- совершенствование предсказательных моделей. ИИ может предсказывать результаты выборов, дополняя уже известные прогнозные технологии;

- проведение социологических опросов. Но пока роботы недостаточно хорошо распознают человеческую речь, плохо реагируют на изменения поведения респондента и допускают много ошибок;

- анализ фейков. Проверка достоверности контента может стать одним из самых востребованных направлений использования нейросетей.

Этот список не закрыт. Любой вопрос, связанный с анализом большого количества данных и рутинными процедурами, в перспективе может быть отдан ИИ – будь то анализ результатов голосования, работа с массивом юридических документов, например проверка подписей, проверка сданных кандидатами документов и пр. Однако существует ряд проблем, которые на сегодняшний момент не подвластны ИИ.

Масштабное проникновение нейросетей в политическую сферу общества несет в себе слишком чувствительные и плохо прогнозируемые риски.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЙРОСЕТЕЙ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ

Политическая реклама в современных условиях представляет собой коммуникатор идей и играет роль распространителя образов, символов и даже мифов. Сегодня данный вид рекламы реализует информационную функцию, так как одна из основных задач политической рекламы – оповещение, ознакомление аудитории с партией, кандидатом, их программами, гарантиями, предложениями, их преимуществами перед конкурентами.

Политическая реклама использует различные средства воздействия на потенциальный электорат: вербальные, звуковые и изобразительные. Система определенных факторов, которые формируют политический выбор, – сложный и многоуровневый организм, но при этом достаточно гибкий. Поэтому и существуют различные варианты рекламного воздействия на аудиторию.

Сегодня с каждым годом мы видим все большее проникновение нейросетей во все процессы политической коммуникации, и отличить рекламный продукт, созданный за счет автоматизации, от результата деятельности человека становится всё сложнее. Такое масштабное проникновение искусственного интеллекта (ИИ) в сферу политики вызывает уже сегодня попытки упорядочить данные процессы.

Исследования Оксфордского университета показали, что в 2023 году цифровые технологии все чаще использовались для манипулирования общественным мнением и распространения вводящей в заблуждение информации примерно в 89 странах. К инструментам такого воздействия можно отнести: чат-боты, таргетинг, алгоритмы формирования контента, клонированные человеческие голоса и образы.

Российские политические лидеры мнений, партии и различные политические течения также начинают изучать возможности нейросетей. Политическая партия ЛДПР презентовала нейросеть «Жириновский», которая имитирует слова и речи бывшего лидера партии [1].

«Единая Россия» применяет возможности использования искусственного интеллекта для аналитики, прогнозирования, генерации видеоматериалов и изображений.

Партия КПРФ изучает возможности нейросети для применения в политической пропаганде.

Справедливороссы выдвинули в СМИ предложение запретить отечественную нейросеть «Кандинский», а политическое движение