

preferences of voters. The main conclusion of the paper is the assertion that there are risks of covert manipulation of public opinion and promotion of the interests of the creators of electronic assistants associated with the spread of new digital technologies in the political sphere of society.

Keywords: elections, artificial intelligence, neural networks, VAA, LLM, socio-political communication

КОЗИН Антон Сергеевич — аспирант Финансового университета при Правительстве РФ (125167, Россия, г. Москва, Ленинградский пр-кт, 49/2; antonkozinx@gmail.com)

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БОЛЬШИХ ДАННЫХ В ПОЛИТИЧЕСКИХ КАМПАНИЯХ: СРАВНЕНИЕ ОПЫТА США, ЕС И РОССИИ

Аннотация. В статье анализируется использование технологий больших данных в политических кампаниях США, стран Европейского союза и России. Автор рассматривает уникальные подходы и методы каждого региона, их законодательные и культурные особенности, а также влияние больших данных на результаты выборов, приводит примеры законодательных актов и решений, регулирующих использование данных в разных странах. В статье рассматриваются перспективы и вызовы современных технологий анализа данных.

Ключевые слова: большие данные, политические кампании, США, Европейский союз, Россия, законодательство, аналитические технологии

Использование больших данных существенно изменило подходы к проведению избирательных кампаний в США, ЕС и России. В США политические штабы активно используют данные из социальных сетей, регистрации избирателей, демографические и экономические показатели. Эти данные позволяют разрабатывать стратегии, становящиеся все более сложными и эффективными за счет применения алгоритмов машинного обучения и других аналитических инструментов. Одним из ярких примеров является кампания 2012 г., в рамках которой были разработаны сложные алгоритмы для микротаргетинга избирателей. Это позволило значительно повысить явку среди молодежи и меньшинств. Политические партии использовали приложения, позволявшие добровольцам собирать информацию о предпочтениях избирателей и передавать ее в централизованную базу данных для дальнейшего анализа. Такой подход позволил штабам точно нацеливать свои рекламные кампании и предвыборные материалы на конкретные группы избирателей, значительно повышая их эффективность. Дополнительно использование больших данных в США включает анализ текстов из социальных сетей, что позволяет глубже понять настроения и предпочтения избирателей. Применение больших данных способствует более точному прогнозированию результатов выборов. Например, данные о прошлых выборах, демографические и экономические показатели используются для создания моделей, предсказывающих поведение избирателей с высокой точностью. Это позволяет кампаниям эффективно нацеливать

свои ресурсы и сосредоточиваться на наиболее критических районах и группах избирателей.

В странах Европейского союза использование больших данных также активно развивается, хотя подход к ним значительно отличается из-за строгого регулирования и высоких стандартов защиты данных. Германия является ярким примером страны, где законодательство о защите данных — одно из самых строгих в мире и регулируется федеральным законом о защите данных (*Bundesdatenschutzgesetz, BDSG*). Федеральное агентство по защите данных строго контролирует сбор и использование персональных данных, что ограничивает возможности для политического таргетинга [Greffet, Geasson 2018]. Тем не менее в ЕС продолжают активно развивать использование больших данных за счет применения социальных сетей и онлайн-платформ для взаимодействия с избирателями. Политические партии используют данные для анализа общественных настроений и разработки стратегий, ориентированных на конкретные группы населения.

В Великобритании важную роль в использовании больших данных сыграл референдум по *Brexit* в 2016 г. Кампании *Leave* и *Remain* активно применяли данные из социальных сетей, аналитические инструменты и маркетинговые техники для создания персонализированных сообщений, что способствовало мобилизации сторонников. Данные из социальных сетей использовались для создания семейных профилей и определения наиболее эффективных каналов доставки сообщений, что значительно повысило участие избирателей.

Во Франции во время президентских выборов 2017 г. был применен комплексный подход к использованию аналитических инструментов. Команда Эммануэля Макрона использовала современные аналитические инструменты для мониторинга общественных настроений, анализа данных из социальных сетей и онлайн-опросов. Это помогло более эффективно сегментировать электорат и адаптировать стратегические сообщения, улучшая их релевантность и непосредственно влияя на результаты выборов. Европейское законодательство, в частности Общий регламент по защите данных (*GDPR*), введенный в 2018 г., устанавливает жесткие правила и стандарты для всех компаний, работающих с данными граждан ЕС. Этот регламент накладывает значительные ограничения на сбор, хранение и обработку персональных данных, что усложняет использование персонализированных данных в политических кампаниях. Вопросы защиты данных подчеркнуты в исследованиях, которые указывают на необходимость соблюдения строгих стандартов для предотвращения злоупотреблений и обеспечения доверия общества.

В европейских странах активно применяются цифровые платформы для мониторинга общественных настроений и анализа данных. Используются методы машинного обучения для сегментации электората и прогнозирования поведения избирателей. Социальный медиамониторинг является важной частью этих стратегий, что позволяет анализировать настроения различных демографических групп в реальном времени. Эта информация помогает кампаниям адаптировать свои сообщения и стратегические подходы на основе изменяющихся настроений и предпочтений избирателей.

Применение больших данных в России также набирает обороты, демонстрируя высокий уровень внедрения аналитических инструментов и инноваций. Это способствует повышению эффективности политических кампаний. Российские кампании активно адаптируют международные достижения и создают собственные решения, подходящие к условиям локального рынка. Российское законодательство включает строгие правила защиты персональ-

ных данных, такие как федеральные законы «О персональных данных» и «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». Однако по сравнению с законодательством ЕС здесь наблюдается больше гибкости. Организации вынуждены находить новые способы работы с данными, включая использование анонимизированных данных и агрегированных аналитических моделей. В условиях ограниченного доступа к персонализированной информации российские кампании демонстрируют высокий уровень адаптации и инноваций, что становится особенно заметно при проведении крупномасштабных выборов. Россия активно использует данные социальных сетей и демографические данные для определения активных групп населения и их привлечения к участию в выборах. Особое внимание уделяется мониторингу общественных настроений в социальных сетях, что позволяет адаптировать предвыборные сообщения и быстро реагировать на изменения в общественном мнении. В результате российские политические стратегии становятся более гибкими и эффективными, что положительно сказывается на результатах выборов. Используются методы анализа текстов из социальных сетей для выявления ключевых проблем и вопросов, волнующих избирателей. Это позволяет создавать более целенаправленные и эффективные кампании. Российские политические партии и кандидаты также используют данные для мониторинга своих конкурентов и анализа их стратегий. Это помогает разрабатывать более конкурентоспособные и эффективные планы действий.

Основное различие между подходами США, стран ЕС и России заключается в уровне регулирования и доступности данных. В США законодательство более либеральное, что позволяет собирать и анализировать большие объемы данных без значительных ограничений. Большинство данных, используемых в политических кампаниях в США, являются открытыми или доступны на коммерческой основе. Это позволяет разрабатывать сложные аналитические модели и эффективно использовать персонализированные данные для таргетинга избирателей. В странах ЕС и России контроль за сбором и использованием данных более строгий. Европейские законодательства, такие как *GDPR*, накладывают значительные ограничения, направленные на защиту прав и приватности избирателей, но также снижают возможности для глубокого анализа и микротаргетинга. В России также существуют строгие регуляции, такие как федеральный закон «О персональных данных», но в российских кампаниях находят оптимальные способы использования доступных данных, демонстрируя высокий уровень адаптации и инноваций.

Влияние использования больших данных на результаты выборов также различается. В США широкое применение больших данных позволяет более точно прогнозировать результаты выборов и увеличивать электоральную активность. Кампании эффективно мобилизуют сторонников, направляют ресурсы в наиболее нужные районы и адаптируют свои сообщения к интересам конкретных аудиторий, что повышает их эффективность и увеличивает явку на выборы. В Великобритании результаты референдума по *Brexit* показали, как данные могут использоваться для точного предсказания поведения избирателей и создания персонализированных сообщений, что значительно повысило участие избирателей. В странах ЕС влияние больших данных оказывается менее значительным в связи с законодательными ограничениями и культурными особенностями. Во Франции данные используются для сегментации электората и адаптации сообщений, что способствует созданию целе-

вых кампаний, направленных на конкретные группы населения, такие как молодежь или пенсионеры [Hersh 2019]. В Германии анкетирование и анализ данных позволяют политическим партиям и кандидатам разрабатывать стратегии, учитывающие демографические и социальные характеристики избирателей, хотя строгие нормы защиты данных ограничивают использование персонализированных данных и могут влиять на точность таргетинга.

В России наблюдается значительный успех в мобилизации избирателей и таргетинге кампаний, что выделяет российский опыт среди других стран. Активное использование данных социальных сетей позволяет в российских кампаниях точнее определять предпочтения избирателей и быстрее адаптировать свои стратегии. Например, анализ комментариев и реакций пользователей в социальных сетях помогает выявлять ключевые вопросы, волнующие избирателей, и оперативно реагировать на них. Это способствует проведению более эффективных и целенаправленных кампаний.

С развитием технологий и увеличением доступности данных можно ожидать, что степень использования больших данных в электоральных процессах будет продолжать расти как в США, так и в странах ЕС и России. В будущем появятся новые методы анализа данных, такие как глубокое обучение и нейронные сети, которые позволят еще точнее прогнозировать результаты выборов и адаптировать стратегии кампаний. Эти технологии способны значительно улучшить качество анализа данных, что позволит точнее определять предпочтения избирателей и создавать более эффективные стратегии политических кампаний. Перспективной технологией является применение блокчейна для обеспечения надежности и прозрачности данных. Блокчейн может помочь в борьбе с фальсификацией данных и обеспечении их целостности. Использование искусственного интеллекта для анализа данных позволяет выявлять скрытые закономерности и тенденции, которые сложно обнаружить традиционными методами. Например, ИИ может анализировать большие объемы данных из различных источников, таких как социальные сети, онлайн-опросы и регистрационные базы данных, и использовать эти данные для создания более точных предсказательных моделей [Issenberg 2020].

Анализ текстов и данных из социальных сетей становится важным инструментом для понимания качественных аспектов избирательного поведения. Такой анализ помогает выявить ключевые темы и настроения, что способствует созданию более целенаправленных и эффективных кампаний. Важно учитывать культурные и социальные особенности каждой страны, чтобы создавать более точные и эффективные модели анализа. Применение больших данных в политических кампаниях требует внимательного отношения к этическим вопросам. Важно обеспечивать прозрачность использования данных и информированное согласие избирателей на их сбор и анализ. В условиях строгого регулирования в странах ЕС и растущего внимания к защите данных в России можно ожидать появления методов, сочетающих высокую эффективность с защитой прав избирателей.

Использование больших данных в электоральных процессах является важным элементом современного политического планирования как в США, так и в странах ЕС и России. Влияние больших данных на политические результаты невозможно отрицать. В будущем можно ожидать дальнейшего развития технологий анализа данных и их интеграции в политические стратегии. Это потребует усиления мер по защите данных и прав избирателей, внедрения новых методологий и технологий, а также постоянного

мониторинга и адаптации существующих практик [Thierry 2021]. Развитие методов анализа больших данных открывает новые возможности для проведения политических кампаний. Технологии позволят точнее прогнозировать результаты, адаптировать стратегии и улучшать взаимодействие с избирателями. В условиях роста технологических возможностей и важности этических стандартов будущее анализа данных в политике обещает быть масштабным и требующим регулярного обновления знаний. Комплексный сравнительный подход к использованию больших данных в электоральных процессах в США, ЕС и России выявляет законодательные, культурные и технологические особенности этих регионов и их влияние на эффективность электоральных стратегий. Методы и инструменты, использованные в политических кампаниях этих регионов, помогают понять, как большие данные могут успешно применяться для повышения эффективности и мобилизации избирателей. Развитие технологий анализа данных, таких как глубокое обучение и нейронные сети, а также использование блокчейна и искусственного интеллекта улучшат качество анализа данных и повысят прозрачность электоральных процессов.

Список литературы

Greffet F., Geasson T. 2018. In politics.com: Strategists, Communicators and Internet Users in Online Election Campaigns in France and Quebec. — *Politics and Society*. Vol. 37. No. 2. P. 3-17.

Hersh E.D. 2019. *Hacking the Electorate: How Campaigns Perceive Voters*. Cambridge University Press. 270 p.

Issenberg S. 2020. How the OBU President's Campaign Used Big Data to Rally Individual Voters. — *Massachusetts Institute of Technology Review*. Vol. 116. No. 1. P. 38-49.

Thierry G. 2021. Political Parties and the 2011 Elections in Nigeria. — *Modern Africa*. Vol. 3. P. 89-103.

KOZIN Anton Sergeevich, postgraduate student at the Financial University under the Government of the Russian Federation (49/2 Leningradsky Ave, Moscow, Russia, 125167; antonkozinx@gmail.com)

EFFECTIVENESS OF BIG DATA IN POLITICAL CAMPAIGNS: A COMPARISON OF THE EXPERIENCE OF THE USA, THE EU, AND RUSSIA

Abstract. The article examines the use of big data technologies in political campaigns in the USA, European Union countries, and Russia. The author analyzes the unique approaches and methods of each region, their legislative and cultural characteristics, the impact of big data on election outcomes and provides the examples of legislative acts and decisions regulating the use of data in different countries. The article discusses the prospects and challenges of modern data analysis technologies.

Keywords: big data, political campaigns, USA, European Union, Russia, legislation, analytical technologies
