

**А. Ю. Деменович**  
(ГрГУ им. Я. Купалы, Гродно)

## **ВЛИЯНИЕ АЛГОРИТМОВ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ НА ТАРГЕТИРОВАННУЮ РЕКЛАМУ**

По алгоритму нейронных сетей работает таргетированная реклама. Таргетированная реклама – это направленное воздействие на целевую аудиторию, которая с высокой степенью вероятности интересуется товаром или услугой [1]. Когда пользователи регистрируются на электронной платформе (социальные сети, E-commerce), они добровольно заполняют анкетные данные (имя, пол, возраст, место учебы/работы, адрес, интересы и т.д.) и дают согласие на их обработку. Становясь материалом для обучения нейронной сети, эти данные помогают составить наиболее точный образ потребителей.

Механизм рекомендаций обеспечивает Amazon 35% продаж. Алгоритм Brain, используемый YouTube для рекомендации видеоконтента, сделал так, что практически 70% видео, которые пользователи смотрят на сайте, они нашли благодаря рекомендациям нейронной се-

Материалы XXIII Республиканской научной конференции студентов и аспирантов «Новые математические методы и компьютерные технологии в проектировании, производстве и научных исследованиях», Гомель, 23–25 марта 2020 г.

---

ти (а не по ссылкам или подпискам). То есть пользователи включают первое видео и потом, посредством автовоспроизведения смотрят о том, что их интересует. И почти в 70% случаях, как мы сказали выше, нейронная сеть попала в цель.

Специалисты из Gartner уверены, что в 2020 году более 40% всех взаимодействий с искусственным интеллектом будут базироваться на данных, обработанных нейронными сетями.

### Литература

1 Calltouch.ru [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа : <https://www.calltouch.ru/glossary/targetirovannaya-reklama/>. – Дата доступа : 01.02.2020.

2 THE WALL STREET JOURNAL [Электронный ресурс]. – 1996. – Режим доступа : <https://www.wsj.com/articles/tech-media-telecom-roundup-market-talk-11581355748?mod=searchresults&page=1&pos=7>. – Дата доступа : 08.02.2020.