

УДК: 070

DOI: 10.18413/2408-932X-2026-12-2-2-1

Подзолкова И. Ю.¹,
Карпенко И. И.²

Использование генеративного искусственного интеллекта
в политической коммуникации

¹ Мультимедийный информационный центр «Известия»,
Партийный переулок, д. 1, корп. 57, стр. 3, г. Москва, 115093, Россия;
i.podzolkova@iz.ru

² Белгородский государственный национальный исследовательский университет,
ул. Победы, д. 85, г. Белгород, 308015, Россия;
KarpenkoIrina@bsuedu.ru

Аннотация. В статье анализируется трансформация политической коммуникации под влиянием генеративного ИИ. Рассматриваются новые методы создания контента: дипфейки, чат-боты, AI-аватары, таргетированные рассылки. На примерах выборов в США и кризисов 2025 года показаны риски дезинформации, манипуляции сознанием и роста политической напряженности. Отмечаются позитивные аспекты (персонализация, экономия ресурсов) и серьезные вызовы (утрата доверия, этические проблемы). Авторы приходят к выводу о необходимости комплексного регулирования и сохранения человеческого контроля над политическими нарративами.

Ключевые слова: политическая коммуникация; генеративный ИИ; контент; сюжетность; национальная безопасность

Для цитирования: Подзолкова, И. Ю. и Карпенко, И. И. (2026), «Использование генеративного искусственного интеллекта в политической коммуникации», *Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования*, 12(2), 217-226. DOI: 10.18413/2408-932X-2026-12-2-2-1

I. Yu. Podzolkova ¹,
I. I. Karpenko ²

Using generative artificial intelligence in political communication

¹ Izvestia Multimedia Information Center,
Bld. 57/3, 1 Partiyny Ln., Moscow, 115093, Russia;
i.podzolkova@iz.ru

² Belgorod State National Research University,
85 Pobedy St., Belgorod, 308015, Russia; *KarpenkoIrina@bsuedu.ru*

Abstract. This article analyzes the transformation of political communication under the influence of generative AI. New content creation methods are considered, including deepfakes, chatbots, AI avatars, and targeted emails. Using examples from the US elections and the 2025 crises, the article illustrates the risks of disinformation, mind manipulation, and rising political tensions. Positive aspects (personalization, resource conservation) and serious challenges (loss of trust, ethical issues) are highlighted. The

authors conclude that comprehensive regulation and the preservation of human control over political narratives are essential.

Keywords: political communication; generative AI; content; storytelling; national security

For citation: Podzolkova, I. Yu. and Karpenko, I. I. (2026), “Using Generative Artificial Intelligence in Political Communication”, *Research Result. Social Studies and Humanities*, 12(2), 217-226. DOI: 10.18413/2408-932X-2026-12-2-2-1

Введение

Современные технологии генеративного искусственного интеллекта (ИИ) существенно трансформируют политическую коммуникацию, порождая новые методы создания и распространения политического контента. Эти технологии меняют традиционные механизмы политического воздействия, позволяя не только формировать политические нарративы, но и проводить тонкие манипуляции восприятием и поведением граждан.

Тренд на использование генеративного ИИ в политике набирает обороты, особенно в демократических странах, где цифровые платформы играют ключевую роль в формировании общественного мнения. Согласно отчету Center for Media Engagement о роли ИИ в выборах в США 2024 года¹, технология уже широко применяется для ускорения анализа данных, сбора информации и генерации контента. Это позволяет кампаниям проводить А/В-тестирование² сообщений в реальном времени, выявляя наиболее убедительные формулировки для целевых аудиторий. В глобальном масштабе, как указано в брифинге Европейского парламента от декабря 2025 года³, генеративный ИИ ускоряет манипуляцию информацией, делая ее дешевле и эффективнее. Например, доля AI-генерированного контента в Интернете достигла 52 % к маю 2025 года⁴, что привело к росту дезинформации, особенно в предвыборных кампаниях в Молдове, Словакии и США.

Основная часть

В современных условиях развития искусственного интеллекта проблема распространения не соответствующего реальности контента становится особенно острой: появляется широкий спектр проблем, связанных с разного рода манипуляцией, созданием фейковых новостей, дезинформацией. Это стало причиной появления нового понятия – «постправды», как своего рода механизма «изобличения всего, что претендует быть правдой, поскольку правда невозможна в мире тотального изобретения образов» (Якимов, 2020: 2). В контексте развития понятия «постправды» исследователи выделяют проблему «доверия к сообщениям в медиа, и проблему достоверности той реальности, которая оформляется в данных сообщениях» (Там же).

Теоретиками и практиками исследования медиа установлено, что возможности быстрого создания правдоподобного, но ложного контента усложняют мониторинг и реагирование на

¹ “Generative Artificial Intelligence and Elections”, *The University of Texas at Austin. Center for Media Engagement*. URL: <https://mediaengagement.org/research/generative-artificial-intelligence-and-elections/> (дата обращения: 12.03.2026).

² Сплит-тестирование, метод маркетингового исследования, при котором текущая версия сайта/приложения (А) сравнивается с версией (В), содержащей одно или несколько изменений.

³ “Information manipulation in the age of generative artificial intelligence”, *European Parliament*, URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2025/779259/EPRS_BRI\(2025\)779259_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2025/779259/EPRS_BRI(2025)779259_EN.pdf) (дата обращения: 06.04.2026).

⁴ “Искусственный интеллект поравнялся с людьми в генерации статей в интернете”, *Газета.ru*, 14 октября 2025. URL: https://www.gazeta.ru/tech/news/2025/10/14/26955794.shtml?utm_auth=true (дата обращения 07.05.2026).

инфосреду, а также способствуют появлению новых форм цифровой агрессии и психологического воздействия⁵. В апреле 2023 года, сразу после объявления Джо Байденом о его выдвижении на второй срок, Национальный комитет Республиканской партии (RNC) выпустил тридцатисекундное сгенерированное ИИ видео⁶, в котором было показано гипотетическое антиутопическое будущее в случае победы Байдена. В ролике демонстрировались сводки о ряде возможных кризисов: вторжение Китая на Тайвань, обвал мировых финансовых рынков, закрытие Сан-Франциско из-за преступности и переполнение южной границы США за счет наплыва беженцев. Ролик вызвал широкие дискуссии о допустимости таких методов⁷.

ИИ-ролики, как показывает практика, становятся триггерами серьезной политической напряженности. В качестве примера можно привести индо-пакистанский кризис мая 2025 года: «одно сфабрикованное видео о потере двух истребителей способно за часы накалить общественные настроения, подстегнуть военную риторику и создать эффект эскалации, опережающий официальные опровержения»⁸.

Важную роль в политической коммуникации играют *чат-боты, работающие на базе ИИ*, которые обеспечивают двустороннюю коммуникацию с избирателями. Они могут отвечать на вопросы, собирать обратную связь и формировать персонализированные рекомендации, что усиливает вовлеченность и доверие к политическим субъектам. Это позволяет повысить качество взаимодействия при масштабных кампаниях с большим числом участников.

В числе основных функций автоматизированных чат-ботов на основе ИИ:

– автоматизация ответов на часто задаваемые вопросы. Чат-боты круглосуточно отвечают на вопросы о программах кандидатов, датах выборов, порядке голосования, адресах избирательных участков и т. д.;

– персонализация коммуникации. Боты анализируют профиль пользователя по набору параметров (возраст, пол, регион, интересы) и подбирают релевантную информацию: например, для молодежи – о молодежной политике, для пенсионеров – о социальных льготах и пенсионных выплатах;

– сбор обратной связи и мнений. Через опросы и диалоги чат-боты выявляют ключевые проблемы избирателей, что помогает кандидатам корректировать предвыборную кампанию;

– организация и информирование. Боты напоминают о важных событиях, отправляют приглашения на встречи, информируют о результатах голосования;

– аналитика и мониторинг. Собранные через чат-боты данные позволяют анализировать настроения, выявлять актуальные темы и реагировать на них в реальном времени.

К примеру, в ходе президентских выборов 2020 и 2024 годов в США штабы активно использовали чат-ботов для взаимодействия с избирателями. Бот штаба Джо Байдена отвечал на вопросы о политике партии, помогал зарегистрироваться для голосования и отправлял напоминания о важных датах. В 2024 году чат-боты интегрировались с мессенджерами (WhatsApp, Telegram) и соцсетями, что позволило охватить миллионы молодых избирателей. По данным Center for Media Engagement, использование чат-ботов повысило вовлеченность аудитории на 25–30 % по сравнению с традиционными формами коммуникации.

⁵ Никифорова, А. «Как ИИ «становится злым»: ученые научились это пресекать», *Хайтек*, 02.08.2025. URL: <https://hightech.fm/2025/08/02/ai-angry> (дата обращения: 02.03.2026).

⁶ Stepansky, J. “‘Wild West’: Republican video shows AI future in US elections”, *AL Jazeera*, 28.04.2023 (дата обращения: 10.05.2026).

⁷ Gingiatano, A. “RNC counters Biden 2024 campaign launch with AI-generated fake news disasters”, *The Hill*, 04.05.2025. URL: <https://thehill.com/homenews/campaign/3970062-rnc-counters-biden-2024-campaign-launch-with-ai-generated-fake-news-disasters/> (дата обращения: 30.04.2026).

⁸ ««Подлинная политика» в цифровую эпоху», *Коммерсантъ*, 21.01.2026. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/8363969> (дата обращения: 03.03.2026).

По данным, которые получили американские исследователи, «чат-боты с искусственным интеллектом оказывают на мнение избирателей большее влияние, чем традиционные предвыборные кампании на телевидении»⁹. В ходе проведенного эксперимента чат-боту удалось привлечь одного из 21 участника в группу, поддерживающую Камалу Харрис и одного из 35 избирателей убедить голосовать за Дональда Трампа. Исследователями было доказано, что «влияние традиционной телевизионной рекламы оказалось менее значимым»¹⁰.

Автоматизация таргетированной рассылки – еще один ключевой прием, которым сообщения адаптируются под интересы и мотивы пользователей на основе данных из публичных источников. «Возросли возможности микротаргетинга, то есть возможности доставлять персонализированные сообщения конкретным группам пользователей – избирателей» (Тризно, 2025: 98). Такой подход делает коммуникацию более точной и повышает ее результативность, однако одновременно увеличивает риск манипуляций и усиления политической поляризации (Устинович, 2024).

Среди наиболее эффективных приемов можно также выделить *создание цифровых AI-аватаров и дипфейков* – виртуальных персонажей, создаваемых и управляемых частично или полностью посредством технологий генеративного искусственного интеллекта. Виртуальные аватары «могут выступать в роли бренд-амбассадоров, дипфейк-технологии дают возможность задействовать образы известных личностей без их участия» (Потаскуева, 2025: 60). Создание AI-аватаров сегодня рассматривается специалистами в области GenAI как перспективное в экономическом плане направление. «Глобальный рынок виртуальных инфлюенсеров, оценивавшийся в 2024 г. в \$6 млрд по прогнозам, достигнет \$46 млрд к 2030 г., демонстрируя среднегодовой рост на уровне 40,8 %» (Цит. по: Парфун, 2025: 216).

Виртуальные аватары являются средством, усиливающим эмоциональное воздействие на аудиторию, и делают политические кампании более выразительными и запоминающимися. Несмотря на высокий уровень влияния, использование таких материалов порождает острые этические вопросы, связанные с манипуляцией и возможным подрывом доверия общества. Законодательные инициативы в разных странах пытаются регулировать подобные практики, вводя требования к правдивости и ответственности за создаваемый контент [Paget, 2024]. Одна из основных угроз подобной коммуникации – утрата «субъектности традиционными акторами политической коммуникации в результате их замены ИИ, незаметной для получателя политической информации» (Уртаева, 2024: 46).

К наиболее распространенным приемам генерации политического контента с применением технологий искусственного интеллекта также можно отнести *создание мемов/карикатур*, а также автоматизированное составление программных манифестов и агитационной документации. Высокая убедительность и запоминаемость таких сообщений достигается благодаря эффективному сочетанию эмоционального воздействия и аргументированного содержательного компонента. Данный феномен широко проявился в ходе предвыборных кампаний 2024-2025 гг., характеризующихся массированным внедрением указанных методик в политический дискурс различных стран мира, включая США, страны Европы, Латинской Америки и частично Россию. Наблюдения показывают, что именно перечисленные приемы преобладают среди прочего контента, созданного средствами генеративного ИИ, обеспечивая быстрый отклик аудитории. «Интернет-мемы стали инструментом влияния на общественное мнение за счет широкого охвата аудитории, быстрого (вирусного) распространения, высокой эмоциональной нагрузки, точного попадания в актуальную тематику» (Напалкова, Семенов 2022: 66).

⁹ “WP сообщила о сильном влиянии чат-ботов на избирателей предвыборных компаний”, *Известия*, 07.12.2025. URL: <https://iz.ru/2003734/wp-soobshchila-o-silnom-vliianii-chat-botov-na-izbiratelei-predvybornykh-kampanii-izi> (дата обращения: 01.04.2026).

¹⁰ Там же.

Эффективная реализация приемов обеспечивается использованием популярных платформ для генерации мультимедийного контента. Их спектр на сегодняшний день довольно широк, однако можно выделить тройку наиболее популярных: ChatGPT, DALL-E и Midjourney. Эти инструменты позволяют проводить кампании с высокой степенью персонализации и масштабируемости, а также экономят время и минимизируют финансовые затраты «заказчика». При этом гибкость и доступность позволяют политическим аналитикам формировать качественные запросы для генерации релевантных материалов, существенно снижающих порог технической подготовки пользователей¹¹.

Специализированные программные продукты (SMM-системы и платформы автоматизации маркетинга) ориентированы на автоматизацию управления кампаниями в соцсетях и на цифровых платформах. С их помощью происходит персонализация сообщений, мониторинг эффективности и корректировка контента с учетом реакции аудитории. Часто эти системы объединяют генеративные модули с аналитическими панелями (SMMplanner, Jasper AI, BotHub / GPTunnel и др.), что позволяет отслеживать контекст и выявлять тренды в режиме реального времени.

В государственном секторе ведется внедрение генеративного ИИ для оптимизации внутренних коммуникаций и поддержки принятия решений. В России, например, Минцифры реализует проекты по развитию компетенций госслужащих и созданию ИИ-систем стратегического планирования с элементами самообучения¹². Эти решения служат основой для формирования новых стандартов взаимодействия и повышения эффективности управления. Такая стратегия «поможет сохранить определенный уровень доверия к политическим процессам в условиях внедрения ИИ, а также здраво оценивать эффекты, риски и последствия использования алгоритмов» (Себекин, 2023: 15).

Генеративный искусственный интеллект выступает одновременно и мощным инструментом модернизации политических процессов, и фактором значительных вызовов для общества и государственных институтов. Его применение позволяет совершенствовать методы анализа общественного мнения, прогнозирования электоральных настроений и автоматизации управленческих решений, что открывает новые горизонты эффективности в государственном управлении. Вместе с тем, эта технология трансформирует способы формирования политических нарративов, усиливая эмоциональную вовлеченность и персонализацию сообщений, но при этом повышая риски искажения информации и манипуляций.

Международное сообщество осознает двойкую природу подобных изменений: потенциал ИИ для решения глобальных проблем соседствует с угрозами дезинформации, подрыва доверия к фактам и безопасности, влиянием на легитимность выборных процессов и демократические институты, так как «...развитие ИИ-сервисов несет опасность появления огромных массивов не только никем не проверенных текстов, но и даже полностью выдуманных фактов, цифр и данных»¹³. Активизация генеративного ИИ в политической коммуникации способствует усилению эмоционального давления на избирателей, что вызывает обеспокоенность по поводу прозрачности выбора, а также создает новые вызовы для защиты прав человека и политического плюрализма. По мнению исследователей, «среди рисков, которые исходят от искусственного интеллекта в электоральном процессе, чаще всего

¹¹ “Топ ИИ-инструментов для политических аналитиков”, *Actualcomment.ru*, 04.06.2024. URL: <https://actualcomment.ru/top-ii-instrumentov-dlya-politicheskikh-analitikov-2406041412.html> (дата обращения: 05.04.2026).

¹² “Чиновников избавляют от рутины”, *Коммерсантъ*, 28.08.2025. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7923065> (дата обращения 05.04.2026).

¹³ “Метки ставить негде”, *Коммерсантъ*, 29.05.2024. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6729928?ysclid=m1qd85zerz859126906> (дата обращения: 01.07.2025).

отмечаю производство дезинформации, дипфейков, таргетированной политической рекламы, создание поддельных видео, бюллетеней, фабрикации аудиозаписей и даже создание кандидатов, сгенерированных искусственным интеллектом» (Баранов, 2025: 618).

Внедрение генеративных технологий сопровождается сложностями для национальной безопасности и рисками манипулятивного вмешательства в политические процессы, требующими согласованных международных мер и механизмов контроля. На фоне стремительного развития ИИ возрастает необходимость комплексного подхода, сочетающего технологические инновации, правовое регулирование и этические стандарты для обеспечения справедливого и устойчивого функционирования политической системы.

Таким образом, инструментарий генеративного искусственного интеллекта в политике представляет собой комплекс современных технологий, объединяющих генерацию, анализ и управление контентом для достижения максимальной эффективности коммуникации. Одним из ее ключевых аспектов является сюжетность созданных сообщений. Она подразумевает создание логичных, эмоционально насыщенных и персонализированных нарративов, направленных на формирование и поддержание убеждений аудитории. Используя методы анализа больших данных и обработку естественного языка, ИИ адаптирует сообщения под уникальные характеристики каждой группы избирателей, обеспечивая их максимальную убедительность и привлекательность.

Процесс создания таких нарративов включает этапы анализа аудитории, подбора подходящей стилистики и эмоционального наполнения, а также последующей адаптации сообщений на основе обратной связи. Генеративные технологии усиливают классические методы политической пропаганды, повышая их эффективность и экономя ресурсы. Однако существует риск появления недостоверной информации и манипулирования сознанием, что выдвигает необходимость строгого контроля и осторожного использования этих инструментов. Также за счет того, что ИИ генерирует шаблонный контекст, снижается разнообразие нарративов и как следствие атрофируется критическое мышление у избирателей.

В условиях динамичного информационного поля политический контент с помощью искусственного интеллекта формируется не просто как совокупность фактов или лозунгов, но как эмоционально насыщенный нарратив, способный вызывать у аудитории сильные чувства и создавать устойчивые ассоциации с политическими фигурами и идеями. Такие сюжеты строятся на глубоком анализе социальных настроений и предпочтений, выявленных с помощью ИИ, что позволяет адаптировать нарративы к конкретным сегментам избирателей, повышая степень их вовлеченности и доверия (Уртаева, 2024).

Искусственный интеллект интегрирует возможности анализа больших данных и семантического моделирования, что облегчает выбор не только темы, но и эмоционального фона сообщения. Сюжет становится инструментом, позволяющим выстроить логическую цепочку и эмоциональное путешествие, где критические события, герои и антагонисты создают эффект сопереживания и мотивации к действию. Такой подход обеспечивает более глубокое запоминание и устойчивость политической информации в сознании аудитории, укрепляя политическую лояльность и усиливая поддержку. Контент PR-кампаний «становится динамическим, так как сообщения могут автоматически адаптироваться под конкретного пользователя, учитывая его интересы, предыдущие взаимодействия и предпочтения. ИИ позволяет доставлять политическую рекламу и контент наиболее релевантным группам избирателей, повышая эффективность PR-воздействия» (Тризно, 2025: 101-102).

Кроме того, с помощью ИИ возможно создание вариативных нарративов, которые трансформируются в режиме реального времени под воздействием обратной связи и изменения общественного мнения. Эти адаптивные сюжеты позволяют оперативно корректировать стратегию коммуникации, что особенно важно в условиях кризисных ситуаций или острых общественных дискуссий. В результате политические кампании

становятся более гибкими и целенаправленными за счет избегания шаблонности и алгоритмизированного потенциала, «формирующего воздействия на массовое сознание в автоматическом режиме со стороны нейросетевых комплексов и систем, базирующихся на технологиях ИИ» (Володенков, Федорченко, Печенкин, 2024: 421).

Однако усиление сюжетности посредством автоматизации и глубокой персонализации не только увеличивает эффективность, но и порождает серьезные этические и социальные вызовы. Во-первых, использование ИИ для формирования нарративов может привести к манипулятивным практикам, когда ключевые факты и контексты искажаются ради создания желаемого эмоционального эффекта. Это снижает информационную прозрачность и подрывает качество политического диалога, способствуя росту недоверия в обществе. «Использование ИИ в политической коммуникации чревато появлением еще более изощренных методов информационного воздействия на граждан. Уже сейчас нейросети могут создавать массовый поток контента (флуд), выдавая его за человека (армии ботов с “человеческим лицом”» (Черкасова, Позднякова, 2025: 199).

Во-вторых, появление дипфейков и схожих технологий усложняет восприятие реальности, так как создаются искусственные, но правдоподобные истории, способные дестабилизировать политическую обстановку и дискредитировать легитимные институты власти. Это ставит перед обществом сложную задачу распознавания реального и поддельного, а также вынуждает политические структуры применять новые методы контроля и противодействия дезинформации. Исследователи рисков использования ИИ в политической коммуникации выделяют ряд мер для снижения угроз использования ИИ: «регулирование использования ИИ в политических кампаниях, включая выработку единых правил и ограничений на использование ИИ в политических кампаниях, <...> развитие технологий борьбы с дезинформацией и фейковыми новостями, <...> создание независимых организаций для проверки информации; – обеспечение систематического мониторинга политических коммуникаций на предмет распространения дипфейков и использования деструктивных ИИ-алгоритмов; – разработка механизмов усиления прозрачности при использовании ИИ в политических кампаниях...» (Уртаева, 2024: 49).

Наконец, распространение сюжетов, созданных ИИ, оказывает влияние на формирование общественного мнения в долгосрочной перспективе, что требует повышения внимания к вопросам ответственности, соблюдения этических норм и регуляции использования подобных технологий. «Алгоритмы могут сохранять скрытое смещение (предвзятость), заложенные в данные или код. Например, система определения может хуже распознавать лица определенных этнических групп. Или алгоритм отбора резюме может отсеивать кандидатов по признаку возраста, пола и т. п. – что недопустимо. <...> Этические стандарты требуют периодической проверки алгоритмов на предмет справедливости, но пока это на совести разработчиков» (Черкасова, 2025: 199).

Отсюда следует, что сюжетность занимает центральное место в создании убедительных политических сообщений с привлечением генеративных ИИ – она улучшает коммуникацию, делая ее эмоционально насыщенной, адаптивной и персонализированной. Вместе с тем такие возможности порождают многогранные угрозы, влияющие на качество демократических процессов и доверие к публичной информации.

Заключение

Подводя итог, отметим, что анализ приемов создания контента выявил разнообразие методов, от генерации персонализированных текстов и визуальных образов до использования интерактивных чат-ботов, что кардинально меняет традиционные способы взаимодействия с избирателями и расширяет возможности масштабного воздействия.

Выделение инструментальных средств, включая современные языковые модели и платформы интеграции контента с аналитическими системами, показало, что эффективность политических кампаний во многом определяется синтезом технологий генерации, анализа и адаптации сообщений под конкретные аудитории. Это способствует не только повышению релевантности и эмоциональной насыщенности материалов, но и формированию сюжетности как ключевого элемента убедительной политической нарративности.

Особое внимание уделялось функции сюжетности, ведь именно структурированное эмоциональное повествование усиливает восприятие и запоминание политических сообщений, формируя устойчивые связи между избирателями и политическими субъектами. Вместе с тем автоматика и персонализация сюжета создают новые вызовы в виде возможных манипуляций, искажения фактов и усложнения распознавания подлинной информации.

Риски для национальной безопасности, тесно связанные с генеративным ИИ, выявили угрозы информационной дестабилизации через распространение дезинформации и дипфейков, а также концентрацию цифровой власти в руках ограниченного числа технологических гигантов. Государственные инициативы и международные дискуссии свидетельствуют о необходимости комплексных мер, включая технические, нормативные и этические механизмы противодействия таким вызовам.

Перспективы дальнейших исследований ориентированы на междисциплинарный подход, совмещающий технические, социологические и этические методы, что необходимо для оценки комплексных последствий внедрения ИИ в политическую коммуникацию и формирования сбалансированных стратегий развития. Также подчеркнута важность сохранения творческого и стратегического участия человека в управлении политическими нарративами.

Генеративный искусственный интеллект в политической коммуникации является одновременно мощным средством повышения эффективности взаимодействия с обществом и источником новых вызовов для безопасности и этичности политического процесса. Осознание этих двояких эффектов и выработка адекватных инструментов мониторинга, регулирования и просвещения становятся ключевыми задачами для устойчивого развития демократических институтов в условиях цифровой революции.

Литература

Баранов, Н. А. (2025), «Искусственный интеллект в избирательном процессе: возможности и новации», *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология*, 27(3), 606-621. EDN: LRZUBZ

Володенков, С. В., Федорченко, С. Н. и Печенкин, Н. М. (2024), «Риски, угрозы и вызовы внедрения искусственного интеллекта и нейросетевых алгоритмов в современную систему социально-политических коммуникаций: по материалам экспертного исследования», *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология*, 26(2), 406-424. DOI: 10.22363/2313-1438-2024-26-2-406-424; EDN: LWSYCV

Напалкова, И. Г. и Семенов, А. С. (2022), «Интернет-мем как метод политической коммуникации», *Гуманитарные и политико-правовые исследования*, 2, 55-72. DOI: 10.24411/2618-8120-2022-2-55-72; EDN: KJOMBL

Парфун, А. В. (2025), «Генеративный аватар как инструмент брендинга в цифровой среде: анализ коммуникационной стратегии на примере кейса “Мира” для ритейл-сети “Магнит”», *Коммуникации в условиях цифровой трансформации: Сб. мат-лов IX Междунар. науч.-практич. конф.*, Санкт-Петербург, 24-25 ноября 2025 года, Санкт-Петербургский гос. экономич. университет, Санкт-Петербург, 216-219. EDN: LJKLBC

Потаскуева, У. А. и Соколова, Е. А. (2025), «Развлекательные ИИ-видео как инструмент формирования лояльности к чайному бренду в digital-среде», *Коммуникации в условиях цифровой трансформации: Сб. мат-лов IX Междунар. науч.-практич. конф.*, Санкт-Петербург, 24-25 ноября 2025 года, Санкт-Петербургский гос. экономич. университет, Санкт-Петербург, 58-61. EDN: FNZOMS

Себекин, С. А. (2023), «Искусственный интеллект в политических процессах: перспективы и вызовы», *Известия Иркутского государственного университета. Серия: Политология. Религиоведение*, 46, 7-18. DOI: 10.26516/2073-3380.2023.46.7; EDN: RLEPOU

Тризно, Т. А. (2025), «Трансформация политической коммуникации и роль ИИ в PR-стратегиях при формировании образа политических элит», *Вопросы элитологии*, 6(3), 94-113.

Уртаева, Э. Б. (2024), «Возможности и угрозы применения искусственного интеллекта (ИИ) в политических коммуникациях», *Общество: политика, экономика, право*, 2, 44-51. DOI: 10.24158/rep.2024.2.3; EDN UALQLW

Устинович, Е. С. (2024), «Генеративный искусственный интеллект в избирательных процессах 2024 года в мире: дезинформационные кампании и онлайн-тролли», *Социальная политика и социальное партнерство*, 3, 197-204. DOI: 10.33920/pol-01-2403-03; EDN: QUINRG

Черкасова, Т. П., и Позднякова, О. В. (2025), «Использование искусственного интеллекта в политических процессах: опыт Российской Федерации», *Государственное и муниципальное управление. Ученые записки*, 2, 191-203. EDN: UTDUDE

Якимов, А. Е. (2020), «Постправда и повседневность. К проблеме определения понятия “постправда”», *Философия и культура*, 9, 1-8. DOI: 10.7256/2454-0757.2020.9.33801; EDN: LCIEJB

Paget, A. (2024), “(Synthetic) stump speech: crafting generative AI disclosure regulations for political advertisements”, *Fordham Law Review*, 93(1), 321–358.

References

Baranov, N. A. (2025), "Harnessing Artificial Intelligence in Electoral Processes: Emerging Opportunities and Innovations", *RUDN Journal of Political Science*, 27(3), 606–621 (in Russ). EDN: LRZUBZ

Cherkasova, T. P. and Pozdnyakova, O. V. (2025), "The Use of Artificial Intelligence in Political Processes: Experience of the Russian Federation", *State and Municipal Management. Scholar Notes*, 2, 191-203 (in Russ). EDN: UTDUDE

Napalkova, I. G. and Semenov, A. S. (2022), "The Internet Meme as a Method of Political Communication", *Humanitarian and Political-Law Studies*, 2(17), 55-72 (in Russ). DOI: 10.24411/2618-8120-2022-2-55-72; EDN: KJOMBL

Paget, A. (2024). (Synthetic) Stump Speech: Crafting Generative AI Disclosure Regulations for Political Advertisements, *Fordham Law Review*, 93(1), 321–358.

Parfun, A. V. (2025). "Generative Avatar as a Branding Tool in the Digital Environment: Analysis of a Communication Strategy Using the Case of the "Mir" for the Magnit Retail Chain", *Communications in the Context of Digital Transformation: Collection of Materials of the 9th International Scientific and Practical Conference*, St. Petersburg, November 24–25, 2025, Saint Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, 216–219 (in Russ). EDN: LJKLBC

Potaskueva, U. A., Sokolova, E. A. (2025), "Entertaining AI Videos as a Tool for Building Loyalty to a Tea Brand in the Digital Environment," *Communications in the Context of Digital Transformation: Collection of Materials of the 9th International Scientific and Practical Conference*, St. Petersburg, November 24–25, 2025, Saint Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, 58–61 (in Russ). EDN: FNZOMS

Sebekin, S. A. (2023), "Artificial Intelligence in Political Processes: Prospects and Challenges," *Bulletin of Irkutsk State University. Series: Political Science and Religion Studies*, 46, 7–18 (in Russ). DOI: 10.26516/2073-3380.2023.46.7; EDN: RLEPOU

Trizno, T. A. (2025), "Transformation of Political Communication and the Role of AI in PR Strategies in Shaping the Image of Political Elites", *Issues in Elitology*, 6(3), 94-113 (in Russ).

Urtaeva, E. B. (2024), “Opportunities and Threats of Using Artificial Intelligence (AI) in Political Communications”, *Society: Politics, Economics, Law*, 2, 44-51 (in Russ). DOI: 10.24158/rep.2024.2.3; EDN UALQLW

Ustinovich, E. S. (2024), "Generative Artificial Intelligence in the Electoral Processes of 2024 in the World: Disinformation Campaigns and Online Trolls", *Sotsialnaya politika i sotsialnoye partnerstvo* [Social Policy and Social Partnership], 3, 197-204 (in Russ). DOI: 10.33920/pol-01-2403-03; EDN: QUINRG

Volodenkov, S. V., Fedorchenko, S. N. and Pechenkin, N. M. (2024), " Risks, Threats, And Challenges of Introducing Artificial Intelligence and Neural Network Algorithms into The Contemporary System of

Socio-Political Communications: The Results of Expert Study", *RUDN Journal of Political Science*. 26(2), 406–424 (in Russ). DOI: 10.22363/2313-1438-2024-26-2-406-424; EDN: LWSYCV

Yakimov, A. E. (2020). " Post-Truth and Daily Routine. To The Problem of Definition of the Concept of "Post-Truth"", *Philosophy and Culture*, 9, 1-8(in Russ). DOI: 10.7256/2454-0757.2020.9.33801; EDN: LCIEJB

*Информация о конфликте интересов: авторы не имеют конфликта интересов для деклараций.
Conflict of Interests: the authors have no conflict of interests to declare.*

ОБ АВТОРАХ:

Подзолкова Ирина Юрьевна, продюсер группы продюсеров итоговых программ, ООО «Мультимедийный информационный центр «Изнестия», Партийный переулк, д. 1, корп. 57, стр. 3, г. Москва, 115093, Россия; *i.podzolkova@iz.ru*

ORCID ID: 0009-0000-4167-5475

Карпенко Ирина Ивановна, доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики, институт общественных наук и массовых коммуникаций, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, ул. Победы, д. 85, г. Белгород, 308015, Россия; *KarpenkoIrina@bsuedu.ru*

ORCID ID: 0000-0003-0964-6679

ABOUT THE AUTHORS:

Irina Yu. Podzolkova, Producer of the Group of Producers of Final Programs, Izvestia Multimedia Information Center, Bld. 57/3, 1 Partiny Ln., Moscow, 115093, Russia; *i.podzolkova@iz.ru*

ORCID ID: 0009-0000-4167-5475

Irina I. Karpenko, Doctor of Philology, Professor at the Department of Journalism, Institute of Social Sciences and Mass Communications, Belgorod State National Research University, 85 Pobedy St., Belgorod, 308015, Russia; *KarpenkoIrina@bsuedu.ru*

ORCID ID: 0000-0003-0964-6679