



Н.И. ИЛЬИН  
М.В. ЧЕРНЕНКОВ

## ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ПРИ МОДЕЛИРОВАНИИ ЭЛЕКТОРАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ (возможности, риски и этические вызовы)

**Аннотация.** В статье рассматривается трансформация методологии прогнозирования и анализа электоральных процессов под влиянием технологий искусственного интеллекта (ИИ). Традиционные методы (опросы, экспертные оценки) сталкиваются с ограничениями в условиях фрагментированного информационного поля, динамичных изменений общественного мнения и больших данных. Систематизируются основные области применения ИИ: от анализа больших данных социальных сетей и микротаргетинга до создания сложных агент-ориентированных моделей и прогнозирования результатов выборов. Особое внимание уделяется когнитивным искажениям в алгоритмах, проблемам «фильтрующих пузырей», манипуляциям общественным мнением и вопросам цифровой этики. Делается вывод о том, что ИИ является мощным инструментом, требующим правового регулирования и междисциплинарного подхода для минимизации рисков в интересах демократических институтов.

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, электоральные процессы, моделирование, большие данные, прогнозирование выборов, микротаргетинг, цифровая этика, общественное мнение.

## USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN ELECTORAL MODELING (opportunities, risks and ethical challenges)

**Abstract.** This article examines the transformation of electoral forecasting and analysis methodology under the influence of artificial intelligence (AI) technologies. Traditional methods (surveys, expert assessments) face limitations in the context of fragmented information, dynamic changes in public opinion, and big data. The main areas of AI application are systematized: from the analysis of big social media data and microtargeting to the creation of complex agent-based models and election outcome forecasting. Particular attention is paid to cognitive biases in algorithms, the problem of «filter bubbles», the

---

ИЛЬИН Николай Иванович — доктор технических наук, профессор, член-корреспондент Академии криптографии Российской Федерации, главный научный сотрудник Центрального экономико-математического института Российской академии наук, заслуженный деятель науки Российской Федерации, г. Москва

ЧЕРНЕНКОВ Михаил Владимирович — кандидат экономических наук, старший научный сотрудник Центрального экономико-математического института Российской академии наук, г. Москва

*manipulation of public opinion, and issues of digital ethics. It is concluded that AI is a powerful tool that requires robust legal regulation and an interdisciplinary approach to minimize risks to democratic institutions.*

**Keywords:** *artificial intelligence, electoral processes, modeling, big data, election forecasting, microtargeting, digital ethics, public opinion.*

Актуальность темы обусловлена цифровизацией общества и проникновением алгоритмов искусственного интеллекта во все сферы социально-политической жизни. Электоральные процессы, как квинтэссенция политической коммуникации, становятся объектом интенсивного анализа и моделирования с помощью новых инструментов. Актуальность также подтверждается планируемой в 2026 году масштабной избирательной кампанией, связанной с предстоящими выборами в Государственную Думу по партийным спискам и одномандатным округам, а также глав 7 субъектов Российской Федерации и в Законодательные собрания 39 регионов.

Целью статьи является проведение комплексного анализа применения методов искусственного интеллекта в моделировании электоральных процессов, с учетом оценки их потенциала и ключевых рисков.

В процессе исследования предполагается решение следующих задач:

- анализ эволюции методов изучения электорального поведения;
- анализ практик применения инструментов и алгоритмов ИИ при прогнозировании и моделировании электоральных процессов;
- выявление рисков, технических и этических проблем, связанных с применением ИИ в электоральном анализе.

Объектом исследования являются электоральные процессы в цифровую эпоху. Предмет исследования — методы и алгоритмы искусственного интеллекта для их моделирования и анализа.

### **Эволюция методов изучения электорального поведения**

*Классические социологические опросы и экзитполы.* Эволюция методов изучения электорального поведения связана с последовательным переходом от простых наблюдений к высокотехнологичным комплексным моделям, отражающим развитие не только социологии и политологии, но и статистики, и научных данных.

За короткий период состоялся переход замеров общественного мнения в межвыборный период или во время кампании от «face-to-face интервью» к телефонным опросам, а затем к онлайн-опросам (CAWI, панели респондентов).

Метод компьютеризированного веб-интервьюирования (Computer-assisted web interviewing) позволяет респондентам заполнять анкеты через веб-браузер или мобильное приложение в удобное для них время. Анкеты запрограммированы на веб-платформе, и их заполнение не требует участия интервьюера.

В результате скорости получения данных резко возросли, а затраты существенно сократились. В то же время усложнились проблемы

с репрезентативностью. В известной мере это связано с так называемым «цифровым разрывом» — неравенством между демографическими группами и регионами, связанным с возможностью доступа к современным информационно-коммуникационным технологиям, а также «эффектом самоотбора» при формировании онлайн-панелей, что потребовало сложных процедур постстратификации (корректировки весов прогнозных оценок на основе известных характеристик населения: пол, возраст, занятость и др.) и взвешивания данных (корректировки оценок применяемых моделей).

Одновременно широкое применение приобрели панельные исследования. Длительное изучение одних и тех же респондентов позволяет улавливать динамику, изменение намерений и причинно-следственные связи. Стало возможным изучать не просто «за кого», а «почему и как меняется мнение» под влиянием событий, кампаний и медиа, которые становятся главным инструментом для анализа *устойчивости* электоральных предпочтений.

Изменения затронули и экзитполы (опросы на выходе из избирательных участков). «Моментальный социологический снимок» проголосовавших граждан позволяет дать быстрый и точный прогноз до подсчета официальных результатов и проанализировать социальный портрет голосовавших за разных кандидатов. Методология стала строже. Стали применяться случайная выборка избирательных участков и систематический отбор респондентов внутри участка. Вместе с тем рост масштабов досрочного и дистанционного голосования размывает классическую модель экзитпола. Возникает необходимость дополнять его опросами голосовавших досрочно.

Из чисто медийного «прогнозного» инструмента экзитполы превратились в важнейший источник для верификации официальных результатов и выявления аномалий.

*Интеграция больших данных и цифровых следов.* Применение неопросных данных, в частности, активность в социальных сетях, поисковые запросы, информация о мобильной геолокации, спутниковые снимки позволило перейти от деклараций «за кого вы планируете голосовать?» к анализу реального поведения и интересов избирателей. Они создаются пассивно, как «цифровой след» человеческой активности, или собираются автоматически с помощью датчиков и устройств.

Исследование активности потенциальных избирателей в социальных сетях первоначально было ориентировано на количественную оценку упоминаний о кандидате, баланс позитивных, негативных и нейтральных сообщений (анализ тональности и упоминаемости), а также изучение тем (тематическое моделирование), ассоциирующихся с кандидатом, что позволило выявить повестку, которую подхватывает аудитория.

Развитие алгоритмов данного инструмента дает возможность оперативно отслеживать реакцию на каждое выступление, скандал, дебаты в реальном масштабе времени; выявлять «инфлюенсеров», формирующих текущую повестку; формировать и анализировать графы репостов для поиска

неочевидных лидеров мнений (местных блогеров, активных граждан); строить карты информационных потоков; определять сети фейковых аккаунтов, занимающихся накруткой позитивных комментариев или агрессивным троллингом оппонентов, что способствует обнаружению координированных действий оппонентов, ботов и так далее [1, с. 606–631; 2, с. 27–30].

Развитие алгоритмов анализа поисковых запросов в ходе выборных кампаний ориентировано на обнаружение и оценку индикаторов спонтанного интереса избирателей к происходящим событиям, а также проблем, волнующих избирателей. Например, динамика запросов имен и программ кандидатов, названий и лозунгов партий и тому подобное может свидетельствовать об интересе к конкретным кандидатам на выборные должности и партиям. При этом особое внимание уделяется не абсолютным значениям, а внезапным всплескам, географическому распределению запросов и оценке их трендов. Выявление и анализ запросов проблемного поля (ЖКХ, пенсии, дороги и др.) в конкретном регионе позволяет строить программу и коммуникацию вокруг реальных, выбранных избирателями проблем.

Данные учета мобильной геолокации в контексте электоральных процессов могут использоваться для верификации социально-демографического портрета избирателя и анализа публичных мероприятий, а также при составлении социально-экономического портрета избирательного округа для последующего учета в предвыборных программах кандидатов.

Они собираются из нескольких источников:

- от операторов сотовой связи (самые массовые данные в виде уникального случайного ID продаются или передаются аналитическим компаниям в форме огромных наборов данных);
- с GPS-модулей смартфонов; приложения с разрешенным (согласие пользователя) доступом к геолокации (карты, навигаторы, погода, социальные сети) собирают точные координаты через спутники GPS/ГЛОНАСС);
- с Wi-Fi и Bluetooth-маячков;
- с операционных систем (Google Location History, Apple Significant Locations).

С учетом анонимизации могут верифицироваться место проживания и работы, социальный статус возможного избирателя, анализ маятниковой миграции (определение реальных связей между территориями — где живут, где работают), оцениваться посещаемость различных мероприятий; анализ поведенческих паттернов — посещаемость торговых центров премиум-класса, бюджетных магазинов, культурных учреждений и так далее для тонкого сегментирования аудитории.

Спутниковые снимки и геопространственные данные используются как вспомогательный инструмент для анализа социально-экономического контекста. Например, спутниковые снимки о ночной иллюминации в населенном пункте могут косвенно свидетельствовать о благосостоянии и депрессивности территории. Тип и плотность застройки через классификацию

снимков характеризуют разный тип жилья (многоэтажная застройка, частный сектор, дачные поселки) — разный электоральный поведенческий паттерн избирателей и региональные проблемы. Инфраструктурные изменения (появление новых дорог, строительство объектов, состояние сельхозугодий), как правило, коррелируют с рейтингами власти на местах.

В ходе избирательных кампаний эти данные могут быть использованы при составлении социально-экономического портрета избирательного округа для последующего учета в предвыборных программах кандидатов.

В обработке неопрошенных данных произошел переход от пилотных экспериментов к коммерческому применению, что позволяет оценивать интерес и вовлеченность избирателей в режиме реального времени, выявлять скрытые тренды и микротаргетировать аудиторию.

*Гибридные модели и машинное обучение.* Гибридные модели и машинное обучение составляют комбинацию традиционных опросов с большими данными и сложными статистическими моделями, в частности путем комбинирования данных социологических опросов с демографической ситуацией с использованием многоуровневых регрессионных моделей. Этот метод особенно эффективен для оценки малых территорий и коррекции искажений в нерепрезентативных опросах [3, с. 7–18; 4].

Традиционные социологические исследования в России столкнулись с системным кризисом. Новые поколения отказываются участвовать в опросах, постоянно растет стоимость сбора данных, а репрезентативность выборки не всегда соответствует классическим требованиям.

Для имитации поведения и мнений реальных людей с помощью ИИ создаются виртуальные аудитории в виде синтетических панелей.

Синтетический респондент — это цифровая копия человека по многим параметрам. В отличие от простой генерации случайных ответов, синтетические респонденты представляют собой сложные цифровые личности как минимум с многочисленными параметрами профиля. Каждый респондент обладает уникальной психографикой — системой ценностей, убеждений, мотиваций и страхов, которые определяют его поведение. Это не просто шаблонные ответы из базы данных, а реалистичные поведенческие модели, основанные на научных психологических теориях [5, 6].

Синтетические респонденты проходят постоянное обучение на реальных опросах, что позволяет им не только давать статистически достоверные ответы, но и демонстрировать естественную вариативность поведения. В отличие от статичной генерации они эволюционируют вместе с изменениями в обществе, — корректируют взгляды, предпочтения и поведенческие паттерны в соответствии с актуальными социальными трендами.

При проведении социологических опросов с использованием онлайн-панели неслучайность полученной выборки приводит к ее социально-демографическому перекосу, что влияет на смещение оценок. Для коррекции смещений в опросах используются методы машинного обучения (ML).

Степень смещения оценок в онлайн-панели определяется в том числе и путем сравнения данных респондентов из онлайн-панели с данными вероятностных эталонных значений, полученных офлайн.

Ключевыми трендами эволюции остаются слияние в единые аналитические платформы данных опросов, панелей, экзитполов и цифровых следов, переход от статических оценок и корреляционных связей к динамическим представлениям и причинно-следственным связям, использование пассивных измерений и верификационных методов.

Эволюция привела не к отказу от старых методов, а к их усложнению и взаимодополнению. Классический опрос остается ядром для понимания мотивов, но теперь он окружен «сателлитами» из больших данных, экспериментов и сложных статистических моделей, которые вместе пытаются представить более полную, быструю и точную картину электорального поведения в стремительно меняющемся мире. При этом фундаментальные вызовы — репрезентативность, искренность респондентов и принципиальная непредсказуемость человека — остаются.

### **Особенности применения ИИ в условиях российской медиасреды и электоральной системы**

Анализ применения ИИ в российской медиасреде и электоральной системе затрагивает технологические, правовые и социальные аспекты.

В медиасреде для персонализации контента крупные медиаплатформы активно используют ИИ для анализа пользовательского поведения и выдачи персонализированных лент новостей, рекомендаций видео и статей. Это повышает вовлеченность граждан в выборный процесс, но одновременно создает риск формирования «информационных пузырей».

В процессе модерации контента ИИ-алгоритмы (включая компьютерное зрение и NLP) применяются для автоматического выискивания и блокировки материалов, которые сочтены нарушающими законодательство (связанных с экстремизмом, незаконными массовыми акциями, ЛГБТ-пропагандой и др.), что, по мнению специалистов, может вести к избыточной цензуре и затруднять работу независимых СМИ.

Искусственный интеллект начинает активно использоваться для формирования медиаконтента: создания разнообразных тематических новостных текстов (спортивные сводки, финансовые отчеты), подбора иллюстраций, а также генерации простых видео. Это существенно снижает затраты на подготовку рекламных материалов, но ставит вполне обоснованные вопросы о доверии и аутентичности.

Государственные и коммерческие структуры используют ИИ для мониторинга общественных настроений в социальных сетях и медиа, определения трендов и потенциальных точек социальной напряженности.

Правовой контекст состоит в том, что ИИ становится ключевым инструментом для выполнения требований действующего законодательства

о «суверенном Интернете», а также законов, обязывающих платформы удалять запрещенную информацию.

При анализе электоральных данных и моделирования выборных кампаний политтехнологи используют ИИ для сегментации избирателей, прогнозирования явки, оптимизации агитационных ресурсов, мониторинга нарушений на избирательных участках путем изучения потокового видео и противодействия незаконной агитации.

Развитие и внедрение ИИ происходит в условиях сильной роли государства. Властные структуры являются основным заказчиком и регулятором, что определяет приоритеты: безопасность, контроль, стабильность, управляемость. Основной вектор использования ИИ в публичной сфере направлен на фильтрацию информации, выявление угроз и оптимизацию управления.

Курс на импортозамещение и развитие отечественных ИИ-решений (например, на базе Yandex, Sber, отечественных NLP-моделей) направлен на снижение зависимости от зарубежных технологий в чувствительных сферах.

Независимый аудит алгоритмов, используемых государством или окологосударственными структурами в медиапространстве и на выборах, практически невозможен. Это создает риски непрозрачности и потенциальных слепых зон в их работе.

В России ИИ в медиасреде и электоральной системе применяется как инструмент масштабируемого управления, контроля и оптимизации в рамках существующей политико-правовой модели. Его развитие усиливает тенденции к персонализации, автоматизации и мониторингу в специфическом правовом и институциональном контексте, где вопросы информационной безопасности и суверенитета часто доминируют над вопросами открытости и публичной конкуренции. Это создает уникальный синтез передовых технологий и централизованной системы управления.

*Когнитивные искажения в алгоритмах искусственного интеллекта.* Проблема использования ИИ в электоральных процессах заключается не только в создании новых инструментов для агитации, но и в фундаментальном изменении самой информационной среды.

Специалисты всё чаще обращают внимание на когнитивные искажения в алгоритмах искусственного интеллекта. Когнитивные искажения — это систематические ошибки в нашем мышлении, которые помогают мозгу быстро обрабатывать информацию, но часто уводят нас от рациональности (например, мы склонны искать подтверждение своей точке зрения и игнорировать противоречащие факты). Проблема с ИИ заключается в том, что он не исправляет эти ошибки, а, напротив, усиливает их [7, р. 125–142; 8].

Во-первых, алгоритмы обучаются на огромных массивах данных, созданных людьми, которые уже содержат в себе наши стереотипы, предубеждения и искажения. Поскольку ИИ, по мнению специалистов, не обладает критическим мышлением, он просто выявляет и воспроизводит эти паттерны,

часто даже усиливая их, так как он «видит» статистические закономерности там, где человек, возможно, мог бы заметить исключение.

Во-вторых, в последнее время отмечается излишняя склонность доверять решениям, полученным от автоматизированных систем, считая их объективными и «стерильными», что неизбежно приводит к тому, что специалисты перестают критически оценивать выводы ИИ, даже если они явно ошибочны или предвзяты (эффект автоматизации).

Алгоритмы анализируют поведение в Интернете и автоматически выстраивают контент, исходя из предпочтений индивида. Они учитывают регион проживания, пол и возраст пользователя. Таким образом, человек постепенно оказывается в интеллектуальной изоляции и лишается возможности выбирать альтернативный взгляд на вещи. Поэтому этот эффект еще называют «ловушкой» [9].

Одновременно следует учитывать так называемую алгоритмическую предвзятость — тенденцию в компьютеризированной социотехнической системе создавать такие «несправедливые» результаты, как «привилегирование» одной категории по сравнению с другой, что может совпадать или не совпадать с предполагаемой функцией алгоритма.

*Проблема «фильтрующих пузырей».* Термин «пузырь фильтров» ввел Илай Парайзер, описав ситуацию, когда алгоритмы персонализируют контент настолько сильно, что изолируют пользователя от информации, не соответствующей его прошлым предпочтениям. Это создает иллюзию, что наша узкая точка зрения и есть вся объективная реальность [10, 11].

Современные исследования подчеркивают, что «пузырь фильтров» — это результат не только работы алгоритмов, но и сложного взаимодействия трех факторов. *На когнитивном уровне* — это наше собственное стремление к подтверждению своих взглядов (подтверждающее искажение); *на социальном* — тенденция объединяться в группы с единомышленниками, что создает «эхо-камеры», где мнения постоянно повторяются и усиливаются; *на алгоритмическом* — платформы, стремясь удержать внимание пользователей, учатся на их поведении и начинают рекомендовать им всё больше контента, похожего на тот, с которым они уже взаимодействовали.

*Манипуляция общественным мнением.* Искусственный интеллект открыл новые горизонты для целенаправленной манипуляции. Эксперименты, проводимые специалистами IT, показывают, что даже небольшие группы, управляющие ИИ-ботами, способны исказить ход дискуссий и создавать ложные тренды в социальных сетях. В одной из симуляций выборов боты сгенерировали миллионы сообщений, после удаления которых виртуальные результаты голосования изменились. Ученые предупреждают о возможности появления целых «роев» ИИ-агентов, способных имитировать поведение тысяч реальных людей, создавая иллюзию массовой поддержки.

Создание реалистичных, но фальшивых видео и аудиозаписей с участием политиков (дипфейков) может быть использовано для дискредитации

кандидатов или распространения ложной информации накануне выборов. Однако есть и более тонкий эффект, получивший название «дивиденд лжеца», — когда в информационном пространстве становится так много фейков, что люди начинают сомневаться в достоверности любых новостей, даже настоящих. Это подрывает саму основу свободного диалога и доверия к институтам власти.

*Практики применения ИИ в электоральном цикле.* В предвыборный период в ходе анализа общественных настроений для сегментации аудитории с учетом данных о поведении, интересах, демографических характеристиках пользователей, выявления болевых точек, оценки популярности тем и кандидатов в реальном масштабе времени и адресной подачи политической рекламы используются алгоритмы анализа цифровых следов в социальных сетях (микротаргетинг и персонализация коммуникации).

В последнее время искусственный интеллект активно используется также для оптимизации выборных кампаний и рационального распределения ресурсов. В частности, применение метода А/В-тестирования применительно к лозунгам и агитационным материалам дает возможность понять, какие из них работают лучше. Для этого создаются версии материалов А и В; они предлагаются разным группам пользователей, а после этого результаты их восприятия сравниваются в социальных сетях [12].

Комбинирование результатов социологических опросов, экономических индикаторов, активности в социальных сетях и исторических данных становится постоянной практикой при прогнозировании итогов выборов. В качестве альтернативы традиционным опросам всё чаще используются модели, предсказывающие явку и распределение голосов с меньшей погрешностью за счет учета непредсказуемых факторов.

Посредством агент-ориентированного моделирования осуществляется имитация взаимодействия тысяч агентов-избирателей с разными характеристиками для изучения эффектов информационных кампаний, влияния лидеров мнений, распространения фейковых новостей, оценки последствий тех или иных политических решений или медиасобытий на электоральные предпочтения.

Алгоритмы искусственного интеллекта активно применяются в электоральных процессах многих стран. Политическая консалтинговая фирма Cambridge Analytica была замечена в незаконном сборе данных миллионов пользователей в социальных сетях без их согласия. Эти данные использовались для таргетирования избирателей во время президентских выборов в США в 2016 году и в ряде других кампаний. Кампания Дональда Трампа сделала ставку на прямую коммуникацию через Twitter (ныне X), агрессивные нарративы («Drain the Swamp» — «Осушим болото», «Lock Her Up» — «Закройте ее») и таргетированную рекламу в социальных сетях [13].

Кампания по выборам президента США в 2020 году проходила в условиях пандемии COVID-19, что резко усилило роль цифровых митингов и онлайн-сборов средств. Кампания Джо Байдена сделала акцент на традиционной организации и работе с ключевыми группами. Социальные сети

активно маркировали ложные заявления, особенно от команды оппонента, о пандемии и процедуре голосования по почте. Это вызвало в стране ожесточенные споры о цензуре и свободе слова.

В отличие от США, где доминировали Facebook\*/Twitter, в Бразилии в ходе проведения кампании по выборам президента в 2018 году главной платформой стал WhatsApp\*. Сторонники Ж. Болсонару использовали массовые рассылки в тысячах групп для распространения мемов, упрощенных лозунгов и часто — недостоверной информации о его сопернике Фернанду Аддаде (обвинения в связях с наркоторговцами, поддержке легализации педофилии и т.д.). Болсонару позиционировал себя как «антисистемного» кандидата, борца с коррупцией и политической корректностью. Его риторика была резкой, направленной против ЛГБТК+, защитников окружающей среды и левых партий. Огромную роль сыграли неформальные сети активистов и блогеров («цифровые ополченцы» — *cabos digitais*), которые координировали атаки в социальных сетях и массовые рассылки, часто финансируемые неясными источниками [14].

*Вызовы, риски и этические дилеммы.* Искусственный интеллект в электоральных процессах — это «усилитель реальности». Он берет наши когнитивные слабости (тяга к подтверждению, эмоциональность), социальные привычки (объединение в группы) и, будучи настроенным на извлечение выгоды из нашего внимания, возвращает нам искаженную и гипертрофированную картину мира. Это делает избирателей уязвимыми для целенаправленных манипуляций (боты, дипфейки) и подрывает общее доверие к демократическим институтам. Решение видится не только в технологическом регулировании, но и в повышении цифровой грамотности и укреплении реальных социальных связей.

Применение искусственного интеллекта в электоральных процессах приводит к существенным техническим ограничениям и искажениям, связанным с качеством и репрезентативностью данных (смещение выборки в социальных сетях), невозможностью интерпретации сложных нейросетевых моделей, а также с манипуляцией и дезинформацией (генерация дипфейков), усилением «фильтрующих пузырей и политической поляризации, возможностью деанонимизации избирателей по их цифровым следам» [15, с. 27–40].

При этом преимущество в использовании искусственного интеллекта имеют силы, обладающие большими бюджетами и технической экспертизой. Одновременно возникают проблемы этического регулирования, связанные с необходимостью прозрачности и аудита алгоритмов ИИ, а также персонализации ответственности за решения, принимаемые на основе искусственного интеллекта.

Использование ИИ в электоральных циклах может провоцировать возникновение следующих рисков:

---

\* Принадлежит компании Meta, признанной экстремистской и запрещенной на территории Российской Федерации.

- прямая коммуникация через социальные сети в обход традиционных медиа дает возможность популистским лидерам обходить критику и создавать собственную реальность;
- сбор данных о пользователях (микротаргетинг и психометрия) позволяет настраивать сообщения для узких групп, часто играя на их страхах и предрассудках;
- распространение упрощенных, эмоциональных и часто ложных сообщений (дезинформация) используется для радикализации сторонников и углубления социальных расколов (поляризация общества);
- онлайн-пространство становится полем для скоординированных атак, травли и угроз в адрес оппонентов, что подрывает основы публичных дебатов.

### Заключение

Все перечисленные риски ставят острые этические вопросы и требуют реакции со стороны государства и общества.

Одним из ключевых этических требований становится обязательная маркировка контента, созданного с помощью искусственного интеллекта. Это позволит избирателям понимать, что перед ними — реальное высказывание политика или результат генерации нейросети. Избирательные комиссии, как правило, не имеют доступа к цифровым платформам нейросетей и не могут отследить, как именно распространяется (или подавляется) тот или иной политический контент, что делает невозможным эффективное реагирование на дезинформацию.

Законодателям необходимо найти баланс между защитой избирателей от манипуляций и созданием условий для развития технологий. Законы должны быть направлены на борьбу с противоправным использованием искусственного интеллекта (например, для создания дипфейков с целью клеветы), не ограничивая при этом свободу коммуникации. В качестве противоядия от массированных ИИ-атак эксперты предлагают укреплять реальные социальные связи. Доверие к информации от местных авторитетных СМИ, основанное на личном общении, гораздо труднее подорвать с помощью анонимных ботов.

Применение искусственного интеллекта открывает путь к новой, более сложной и детализированной парадигме моделирования электоральных процессов. Технологии ИИ предлагают беспрецедентные возможности для анализа, прогнозирования и микроуправления, но одновременно порождают серьезные системные риски. Они могут как повысить эффективность политического управления и учета мнений, так и стать инструментом для тотальной манипуляции, подрывающей основы конкурентных выборов. Наш основной вывод заключается в том, что дальнейшее развитие этой области невозможно без опережающего правового регулирования, основанного на междисциплинарном диалоге между политологами, Data-учеными, юристами и этиками.

## Список литературы

1. Баранов Н.А. Искусственный интеллект в избирательном процессе: возможности и новации // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2025. Т. 27. № 3. DOI: 10.22363/2313-1438-2025-27-3-606-621 EDN: LRZUBZ.
2. Ниточкин Ф.В. Искусственный интеллект и будущее электоральной демократии // Избирательное законодательство и практика. 2025. № 2. DOI: 10.18572/2500-0306-2025-2-27-30 EDN: IWIOEL.
3. Себекин С.А. Искусственный интеллект в политических процессах: перспективы и вызовы // Известия Иркутского государственного университета. Серия Политология. Религиоведение. 2023. Т. 46. DOI: 10.26516/2073-3380.2023.46.7
4. O'Neil C. Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy. New York: Crown Publ. Sep 6, 2016. Political Science.
5. Tufekci Z. Engineering the Public: Big Data, Surveillance and Computational Politics // First Monday. July 2014. Vol. 19, No. 7. DOI: <https://doi.org/10.5210/fm.v19i7.4901>
6. Rahwan I. et al. Machine behavior // Nature. April 2019. Vol. 568, Is. 7753. pp. 477–486. DOI: 10.1038/s41586-019-1138-y
7. Hardebolle C., Héder M., Ramachandran V. Engineering ethics education and artificial intelligence // The Routledge International Handbook of Engineering Ethics Education (1 ed.), London: Routledge, November 25, 2024. ISBN 978-1-003-46425-9. DOI: 10.4324/9781003464259-9
8. Van Eyghen H. AI Algorithms as (Un)virtuous Knowers // Discover Artificial Intelligence. 2025. Vol. 5(2). DOI: 10.1007/s44163-024-00219-z
9. Викулов К. Когнитивные искажения при работе с ИИ: чего стоит опасаться // РБК. 2025, 20 марта. URL: <https://companies.rbc.ru/news/nyePcx1V2m/kognitivnyie-iskazheniya-pri-rabote-s-ii-chego-stoit-opasatsya/> (дата обращения: 23.02.2026).
10. Pariser E. The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. New York: Penguin Press, 2011. ISBN 978-1594203008.
11. Артемова Д. «Пузырь фильтров» знает о вас всё: что это такое и как он формирует медиапотребление // Системный Блокъ. 2022, 8 дек. URL: <https://sysblok.ru/society/puzyr-filtrov-znaet-o-vas-vsjo-cto-jeto-takoe-i-kak-on-formiruuet-mediapotreblenie/> (дата обращения: 24.02.2026).
12. Что такое А/В-тестирование, как правильно его проводить и анализировать результаты // Яндекс Директ. 2025, 17 дек. URL: <https://direct.yandex.ru/base/articles/a-b-testirovanie-cto-eto-i-kak-ego-provodit> (дата обращения: 24.02.2026).
13. Wylie C. Mindf\*ck: Cambridge Analytica and the plot to break America. New York: Random House, Publishing Group, Oct 8, 2019. Political Science.
14. Cesarino L. On Digital Populism in Brazil // PoLAR: Political and Legal Anthropology Review, 2019. URL: [https://www.academia.edu/38926162/On\\_Digital\\_Populism\\_in\\_Brazil\\_PoLAR\\_Political\\_and\\_Legal\\_Anthropology\\_Review\\_2019](https://www.academia.edu/38926162/On_Digital_Populism_in_Brazil_PoLAR_Political_and_Legal_Anthropology_Review_2019) (дата обращения: 23.02.2026).
15. Бахтизин А.Р., Ильин Н.И., Черненко М.В. Аналитический инструментарий в исследованиях электоральных процессов // Гражданин. Выборы. Власть. 2025. № 3(37). EDN: FRRGBA.

## References

1. Baranov NA. Harnessing artificial intelligence in electoral processes: Emerging opportunities and innovations. 2025;27(3). *RUDN Journal of Political Science*. (In Russ.). DOI: 10.22363/2313-1438-2025-27-3-606-621 EDN: LRZUBZ.
2. Nitochkin FV. Artificial Intelligence and the Future of Electoral Democracy. *Electoral legislation and practice*. 2025;(2). (In Russ.). DOI: 10.18572/2500-0306-2025-2-27-30 EDN: IWIOEL.
3. Sebekin SA. Artificial Intelligence and Prospects of its Application in Political Processes. *The Bulletin of Irkutsk State University. Series Political Science and Religion Studies*. 2023;(46). (In Russ.). DOI: <https://doi.org/10.26516/2073-3380.2023.46.7>
4. O'Neil C. *Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy*. Crown Publishing Group. Crown, Sep 6, 2016. Political Science. 288 p.
5. Tufekci Z. Engineering the Public: Big Data, Surveillance and Computational Politics. *First Monday*. 2014;19(7). DOI: <https://doi.org/10.5210/fm.v19i7.4901>
6. Rahwan I. et al. Machine behavior. *Nature*. 2019; 568(7753): pp. 477–486. DOI: 10.1038/s41586-019-1138-y
7. Hardebolle C., Héder M., Ramachandran V. Engineering ethics education and artificial intelligence. *The Routledge International Handbook of Engineering Ethics Education*. In: 1 ed., London: Routledge, November 25, 2024. ISBN 978-1-003-46425-9. DOI: 10.4324/9781003464259-9
8. Van Eyghen H. AI Algorithms as (Un)virtuous Knowers. *Discover Artificial Intelligence*. 2025;5(2). DOI: 10.1007/s44163-024-00219-z
9. Vikulov K. Kognitivnye iskazheniya pri rabote s II: chego stoit opasat'sya. *RBK*. 2025, March 20. Available from: <https://companies.rbc.ru/news/nyePcx1V2m/kognitivnyie-iskazheniya-pri-rabote-s-ii-chego-stoit-opasatsya/> (accessed: 23 February 2026). (In Russ.).
10. Pariser E. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York: Penguin Press; 2011. ISBN 978-1594203008.
11. Artemova D. «Puzyr' fil'trov» znaet o vas vse: chto eto takoe i kak on formiruet mediapotreblenie. *Sistemnyi Blok*. 2022, 8 December. Available from: <https://sysblok.ru/society/puzyr-filtrov-znaet-o-vas-vsjo-cto-jeto-takoe-i-kak-on-formiruet-mediapotreblenie/> (accessed: 24 February 2026). (In Russ.).
12. Chto takoe A/B-testirovanie, kak pravil'no ego provodit' i analizirovat' rezul'taty. *Yandex Direct*. 2025, 17 December. Available from: <https://direct.yandex.ru/base/articles/a-b-testirovanie-cto-eto-i-kak-ego-provodit> (accessed: 24 February 2026). (In Russ.).
13. Wylie C. *Mindf\*ck: Cambridge Analytica and the Plot to Break America*. New York: Random House Publishing Group, Oct 8, 2019. Political Science. 288 p.
14. Cesarino L. On Digital Populism in Brazil. *PoLAR: Political and Legal Anthropology Review*; 2019. Available from: [https://www.academia.edu/38926162/On\\_Digital\\_Populism\\_in\\_Brazil\\_PoLAR\\_Political\\_and\\_Legal\\_Anthropology\\_Review\\_2019](https://www.academia.edu/38926162/On_Digital_Populism_in_Brazil_PoLAR_Political_and_Legal_Anthropology_Review_2019) (accessed: 23 February 2026).
15. Bakhtizin AR., Ilyin NI., Chernenkov MV. Analytical Tools in the Research of Electoral Processes. *Grazhdanin. Vyborny. Vlast*. 2025;(3). (In Russ.). EDN: FRRGBA.