

УДК 004.8:32.019.51(470+571)
DOI: 10.36979/1694-500X-2026-26-7-190-196

ИНТЕГРАЦИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ПОЛИТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ РОССИИ

Э.Е. Усубалиев, Е.С. Пономарева

Аннотация. Анализируется влияние современных технологий искусственного интеллекта на трансформацию политического маркетинга в Российской Федерации. В исследовании также рассматривается проблема изменения принципов работы политических акторов в условиях стремительного развития цифровых инструментов и усложнения информационной среды. На основе изучения практики российских партий и государственных структур выявлены новые формы использования цифровых инструментов, включая интеллектуальных помощников, виртуальных политических образов и инструментов анализа общественных запросов. Авторы подчёркивают важность совершенствования системы регулирования искусственного интеллекта, которая обеспечит технологическое развитие при минимизации угроз манипуляции, дезинформации и социальной поляризации.

Ключевые слова: искусственный интеллект; политический маркетинг; Big Data; машинное обучение; большие языковые модели; обработка естественного языка; сегментация аудитории; политические коммуникации; генеративные технологии.

РОССИЯНЫН САЯСИЙ МАРКЕТИНГИНЕ ЖАСАЛМА ИНТЕЛЛЕКТТИ ИНТЕГРАЦИЯЛОО

Э.Е. Усубалиев, Е.С. Пономарева

Аннотация. Макала Россия Федерациясындагы саясий маркетингдин трансформациясына жасалма интеллекттин заманбап технологияларынын таасирин талдоого арналган. Изилдөө санариптик инструменттердин тез өнүгүшү жана маалыматтык чөйрөнүн татаалдашы шартында саясий актерлордун ишмердүүлүгүнүн принциптеринин өзгөрүшү көйгөйүнө багытталган. Россиялык партиялардын жана мамлекеттик структуралардын практикасын изилдөөнүн негизинде санариптик инструменттерди, анын ичинде интеллектуалдык жардамчыларды, виртуалдык саясий образдарды жана коомдук суроо-талаптарды талдоо инструменттерин колдонуунун жаңы формалары аныкталды. Автор манипуляция, дезинформация жана социалдык поляризация коркунучтарын минималдаштыруу менен технологиялык өнүгүүнү камсыз кыла турган жасалма интеллектти жөнгө салуу системасын өркүндөтүүнүн маанилүүлүгүн баса белгилейт.

Түйүндүү сөздөр: жасалма интеллект; саясий маркетинг; Big Data; машиналык окутуу; чоң тил моделдери; табигый тилди иштеп чыгуу; аудиторияны сегменттөө; саясий коммуникациялар; генеративдик технологиялар.

INTEGRATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE INTO POLITICAL MARKETING IN RUSSIA

E.E. Usubaliev, E.S. Ponomareva

Abstract. The article is devoted to analyzing the impact of modern artificial intelligence technologies on the transformation of political marketing in the Russian Federation. The study addresses the issue of changing the operating principles of political actors amid the rapid development of digital tools and the increasing complexity of the information environment. Based on an examination of the practices of Russian parties and government bodies, new forms of using digital tools have been identified, including intelligent assistants, virtual political images, and tools for analyzing public demands. The authors emphasize the importance of improving the regulatory system for artificial intelligence, which will ensure technological development while minimizing the risks of manipulation, disinformation, and social polarization.

Keywords: Artificial intelligence; political marketing; Big Data; machine learning; large language models; natural language processing; audience segmentation; political communications; generative technologies.

Политический маркетинг в Российской Федерации формировался на фоне демократических преобразований постсоветского периода и внедрения новых для отечественной практики политических процедур. Эти изменения затрагивали избирательное законодательство, механизмы агитации и пропаганды, а также формирование и управление общественным мнением. Появление технологий целенаправленного воздействия на массовое сознание после длительного периода однопартийной системы СССР стало принципиально новым явлением для политического процесса и зарождающейся политической культуры постсоветской России.

На протяжении трёх десятилетий происходило формирование и развитие собственной модели политической системы, основанной на накопленном опыте взаимодействия государственных, общественных и партийных институтов при доминирующей роли государственной власти как ключевого регулятора общественно-политических процессов. В этих условиях использование массовой печатной агитации, наружной рекламы и телевизионных кампаний оказывало существенное влияние на формирование политических предпочтений. Несмотря на определённое отставание от практик политического маркетинга, применяемых в ряде западных стран, трансформация российских политических технологий в целом происходила соразмерно социально-экономическому и технологическому развитию страны, а также степени открытости политического процесса и становления национальной модели демократии.

Стремительная цифровизация информационных и политических процессов, а также появление и активное внедрение технологий искусственного интеллекта в политический маркетинг в настоящее время становится главным технологическим вызовом и одновременно уникальной возможностью для политических акторов. Использование социальных сетей, больших данных и алгоритмических инструментов открывает новые перспективы повышения эффективности политических коммуникаций, смещая акцент

от массовых коммуникаций к персонализированным и предиктивным моделям взаимодействия с электоратом. В этом отношении не только Россия, но и весь мир переживает период серьезных трансформаций, которые в краткосрочной перспективе способны существенно изменить параметры политических коммуникаций, определяя конкурентные преимущества в условиях информационного превосходства.

В сложившихся условиях государство сталкивается с необходимостью формирования системы регулирования использования искусственного интеллекта в сфере политического маркетинга. Такая политика предполагает, с одной стороны, необходимость обеспечения технологического развития и прогресса в этой области, а с другой стороны – важность выработки инструментов, направленных на защиту общественно-политической стабильности и минимизацию угроз политических манипуляций, дезинформации, информационных диверсий внутреннего и внешнего происхождения. В этих условиях внедрение и выработка механизмов регулирования искусственного интеллекта (ИИ) в политическом маркетинге представляет собой неотложную, стратегически важную задачу для обеспечения устойчивости и предсказуемости политических процессов в Российской Федерации.

На современном этапе политический маркетинг представляет собой комплекс технологий продвижения политических акторов, ориентированный на цифровые платформы и персонализированную коммуникацию с аудиторией. Его развитие отражает закономерный переход от доминирования массовых коммуникационных кампаний к data-driven подходам. В их основе лежит анализ больших массивов данных, мониторинг активности в социальных сетях и применение механизмов таргетирования, обеспечивающих мобилизацию электората и формирование устойчивых моделей политической лояльности.

В рамках обозначенной трансформации интеграция технологий ИИ выступает структурным этапом дальнейшего развития

политического маркетинга. Экспоненциальный рост объёмов цифровых данных, усложнение медиасреды и усиление конкуренции в онлайн-пространстве объективно снижают эффективность традиционных методов анализа и управления коммуникациями, которые заметно уступают алгоритмическим решениям по параметрам скорости обработки информации, глубины сегментации и точности прогнозирования поведенческих паттернов. Одновременно внедрение ИИ-инструментов создаёт риски манипуляций, усиления политической поляризации и снижения транспарентности коммуникационных процессов. Взаимосвязь данных изменений с глобальными технологическими трендами и курсом на обеспечение технологического суверенитета придаёт значимость анализу воздействия ИИ на управляемость и предсказуемость политического развития в среднесрочной перспективе.

Технологии искусственного интеллекта непосредственно влияют на трансформацию политических процессов и систему государственного управления. В России внедрение ИИ приобретает стратегическое значение, поскольку связано с реализацией курса на построение цифровой экономики, укрепление технологического суверенитета и повышение конкурентоспособности страны на международной арене [1]. Эти направления закреплены в Национальной стратегии развития ИИ до 2030 года, утверждённой Указом Президента РФ от 10 октября 2019 г. № 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации».

В этих условиях нейросети активно интегрируются в политический маркетинг, а используемые инструменты подвергаются радикальным изменениям. Современная политическая коммуникация выходит за рамки электоральной мобилизации и концентрируется на поддержании длительного присутствия во всех значимых информационных пространствах, формировании устойчивых моделей восприятия политических акторов и обеспечении предсказуемости общественных реакций. Чтобы оценить масштабы и характер этой трансформации, важно проследить, какие функции ИИ уже закрепились в практике политического маркетинга.

Основополагающим направлением внедрения ИИ становится работа с большими массивами данных. Современные алгоритмы, обученные на репрезентативных выборках, обрабатывают информацию значительно быстрее человека и позволяют выявлять скрытые закономерности в поведении различных социально-демографических групп [2, с. 52]. Big Data и машинное обучение дают возможность моделировать вероятные реакции общества и прогнозировать изменение общественного фона как в ходе избирательных кампаний, так и в повседневной деятельности политических акторов, например, при оценке последствий законодательных инициатив.

Значимую роль в этой системе занимают большие языковые модели. В отличие от традиционных алгоритмов машинного обучения, они работают не только с количественными характеристиками данных, но и с их смысловой нагрузкой. Большие языковые модели (LLM) анализируют дискурс, выявляют ключевые темы и риторические сдвиги. Этот метод дополняет анализ настроений в реальном времени. Инструменты обработки естественного языка (NLP) отслеживают тональность сообщений в социальных сетях и медиа, демонстрируя, как меняется общественная реакция на актуальные инициативы, информационные поводы и происходящие события [3]. Такая интеграция делает возможным прогнозирование динамики общественной дискуссии в целом, что усиливает стратегическую управляемость коммуникационных процессов.

На основе рассмотренных выше технологий формируется новая архитектура инструментов политической мобилизации. Одним из наиболее наглядных проявлений таких преобразований выступает новая логика сегментации, которая рассматривает аудиторию как совокупность микросегментов с уникальными паттернами интересов, тревог и политических ожиданий. Так как политическая среда в России характеризуется высокой фрагментированностью и разнообразием цифровых платформ, ИИ позволяет политтехнологам обрабатывать данные из социальных сетей, поисковых запросов, региональных баз и результатов прошлых голосований. Алгоритмы кластеризации распределяют

пользователей по полу, возрасту, региону, а также по стилю коммуникации, типологии интересов, уровню политизации и эмоциональным реакциям на ключевые темы [4]. NLP-модели анализируют комментарии и посты, выявляя, какие темы вызывают доверие или раздражение [5]. Эти данные позволяют политическим штабам формировать дифференцированные линии коммуникации, чтобы сообщения максимально резонировали с конкретными целевыми группами. Такая работа с аудиторией повышает результативность коммуникации и способствует рациональному использованию ресурсов, обеспечивая охват максимально значимых сегментов при минимальных затратах.

Практическое применение таких подходов уже демонстрирует свою эффективность. Так, в избирательной кампании 2021 года партии «Единая Россия» и «Новые люди» активно использовали технологии микросегментирования для эффективного взаимодействия с электоратом. Анализ больших данных позволил разделить избирателей на группы по социально-демографическим и психологическим характеристикам. В результате были разработаны персонализированные коммуникационные стратегии для каждого сегмента, что повысило качество целевого воздействия и обеспечило оптимальное распределение ресурсов кампании [6, с. 187]. Применение подобных инструментов выходит за рамки отдельных политических циклов. Показательным примером является использование российской LLM для анализа более двух миллионов сообщений, направленных на прямую линию Президента. Благодаря разделению обращений по темам, эмоциональной окраске и региональным различиям были выявлены группы с выраженными запросами, такими как вопросы жилищно-коммунального хозяйства, ценовая динамика и доступность социальных услуг. В совокупности эти примеры демонстрируют, что интеграция ИИ приводит к более тонкому пониманию общественных настроений и позволяет политическим структурам выстраивать коммуникацию на основе конкретных запросов граждан.

Следующим направлением, усиливающим возможности политического маркетинга,

становятся генеративные технологии, которые уже заняли устойчивое место в практике и применяются для решения прикладных задач. ИИ создаёт тексты, изображения, видеоматериалы и речевые фрагменты, адаптированные под параметры конкретных сегментов аудитории [7]. В то время как системы анализа данных определяют состав адресных групп, их ценностные приоритеты и чувствительные темы, генеративные системы формируют соответствующие этим характеристикам коммуникативные решения, адаптированные под потребности каждого сегмента. Это приводит к тому, что политический контент становится гибким и вариативным.

Реальная практика российских политических акторов демонстрирует, что генеративные модели уже стали частью системы политического взаимодействия. Наиболее показателен опыт партии «Единая Россия», так как ее деятельность по внедрению ИИ охватывает аналитику, прогнозирование, генерацию контента и организацию коммуникации. Этот подход особенно заметен в ходе губернаторских выборов 2023 года, когда цифровые алгоритмы использовались для оперативного анализа данных и уточнения электоральных прогнозов, что позволило партии быстро корректировать кампании в реальном времени. Одновременно партия использовала визуальные модели для производства агитационного контента, которые затем публиковались на площадках Высшей партийной школы и применялись в медиакоммуникациях как элемент визуального сопровождения кампаний. Отдельного внимания заслуживает региональная практика. В Удмуртии и Карелии партия экспериментировала с использованием цифровых аватаров, адаптированных под локальную культурную специфику, чтобы повысить узнаваемость и включённость местной аудитории [8, с. 25]. Однако, руководство партии осознает как преимущества, так и риски, отмечая возможность «демонизации и сатиризации» образа партии и угрозу дискредитации через нейросети. В связи с этим «Единая Россия» также проявляет заинтересованность в законодательном регулировании ИИ.

Ещё одним показателем интеграции генеративных технологий в партийную деятельность

стал проект ЛДПР, представленный на Петербургском международном экономическом форуме в 2023 году. Партия продемонстрировала нейросеть «Жириновский», обученную на оцифрованном наследии покойного лидера партии, включая его публичные выступления, высказывания и интервью [9]. Это позволило системе воспроизводить характерную манеру выражения и интонационные особенности, присущие бывшему лидеру партии. Демонстрация нейросети в формате интерактивной сессии вопросов и ответов вызвала широкий общественный интерес [10, с. 68]. Несмотря на то, что проект позиционировался как публичный эксперимент, он подчёркивает стремление политических акторов использовать генеративные технологии для поддержания символической преемственности, усиления партийного бренда и работы с аудиторией, знакомой с определённым политическим стилем.

В России параллельно развивается применение цифровых помощников, выполняющих функции первичного взаимодействия между государством и обществом. Эти системы выступают инструментом институционализированного сбора больших массивов данных, которые затем используются для формирования управленческих и политически релевантных решений. В отличие от традиционных каналов обратной связи, чат-боты позволяют поддерживать непрерывный поток обращений, фиксируя как фактические запросы пользователей, так и структурные закономерности в общественных настроениях. Именно поэтому они становятся одним из способов укрепления публичного образа власти.

В ряде регионов России инструменты ИИ уже интегрированы в политико-административные процессы. Например, в Хабаровске нейросетевой помощник «Медведь Ерофей» классифицирует обращения горожан и формирует аналитику по проблемным вопросам, что впоследствии позволяет корректировать содержание коммуникационных кампаний [11]. Показательно, что на федеральном уровне также формируется инфраструктура электронного правительства. Использование цифрового помощника «Робот Макс» на портале «Госуслуги» выходит за рамки простой поддержки пользователей.

ИИ-консультант отвечает на вопросы по социальным и правовым темам, фиксирует обращения и передает агрегированные данные в ведомства [12, с. 196]. Хотя формально его функция заключается в обслуживании пользователей, с точки зрения политического маркетинга такие системы становятся механизмом формирования повестки. Через анализ обращений выявляются ключевые темы, требующие быстрой реакции, а также определяются социальные группы, особенно восприимчивые к конкретным государственным решениям.

Несмотря на очевидные возможности, активное проникновение ИИ в политическую сферу сопряжено с рисками, угрожающими легитимности политического режима [13, с. 11]. Ключевым вызовом является использование генеративных моделей для создания дезинформации и дипфейков. Сочетание текстовых, визуальных и аудиомоделей делает такие материалы практически неотличимыми от подлинных, что создает угрозу подмены политических сообщений, искажения образов публичных акторов и подрыва доверия к традиционным СМИ и государственным институтам [14]. Политтехнологам также следует учитывать ещё один риск, который возникает при построении дифференцированных коммуникационных стратегий. Алгоритмы микротаргетинга формируют узкосегментированные сообщения, рассчитанные на эмоциональные и ценностные уязвимости конкретных групп [15, с. 624]. В результате чего снижается прозрачность политической коммуникации и усиливаются процессы социальной поляризации.

С точки зрения политической технологии, ИИ становится триггером электоральных новаций, обеспечивая информационное превосходство и возможность персонализированной коммуникации. Нейросети предоставляют политическим технологам, аналитикам и государственным структурам новые возможности для прогнозирования реакций аудитории и моделирования политического поведения. Это позволяет оптимизировать принятие решений и выстраивать долгосрочные отношения между властью и обществом на основе данных и предиктивных алгоритмов. Развитие ИИ в сфере политического

маркетинга представляет собой амбивалентный процесс. С одной стороны, технологии позволяют точнее настраивать коммуникацию и повышают эффективность взаимодействия с различными социальными группами. А с другой, они создают угрозы манипуляции, подмены политических сообщений и подрыва доверия [16, с. 138]. При этом успешное использование этих возможностей напрямую зависит от способности политического режима преодолевать стратегические вызовы.

Выводы. Учитывая обозначенные угрозы, представляется возможным формирование такой системы регулирования ИИ, которая одновременно обеспечивала бы технологическое развитие и минимизировала риски для политической стабильности. Российская нормативная база уже включает ряд механизмов, направленных на снижение потенциально опасных эффектов использования нейросетей. Наиболее значимыми среди них выступают Национальная стратегия развития ИИ, риск-ориентированная классификация систем, требующая регистрации высокорисковых решений. Дополняют эту конструкцию положения об экспериментальных правовых режимах, позволяющие тестировать новые инструменты при контролируемом уровне рисков, и действующие этические нормы в сфере ИИ [17, с. 48]. Эти меры формируют базовый контур регулирования, однако их действие охватывает лишь наиболее критические зоны технологического развития и требует дальнейшего уточнения в политическом контексте.

Один из путей решения проблемы повышения устойчивости политической сферы к последствиям внедрения ИИ может быть расширение институциональных механизмов, направленных на контроль за качеством алгоритмов и их воздействием на электоральные процессы. Развитие системы регулярного мониторинга и независимой экспертизы решений, применяемых в политическом маркетинге, также можно рассматривать в качестве важного направления работы в этой области. Такая экспертиза должна включать оценку предвзятости, корректности сегментации и потенциальных рисков манипуляции содержанием. Прозрачность алгоритмических процедур позволит снизить вероятность

неконтролируемого воздействия на электоральные предпочтения.

На этом этапе также важно формировать культуру взаимодействия с нейросетями у всех участников политического процесса. Целесообразно расширять принятые этические принципы, конкретизируя требования к работе с генеративными моделями и обозначая границы допустимых практик. Это позволит выстроить предсказуемую модель поведения политических акторов и уменьшить риск использования технологий в манипулятивных целях.

В условиях активного распространения дипфейков и синтетического медиаконтента ключевую роль приобретает укрепление медиаграмотности аудитории. Развитие образовательных программ в области критического восприятия цифровой информации поможет гражданам лучше ориентироваться в информационном пространстве и снизит уязвимость перед технологически сложными формами дезинформации.

Тем самым формируется институциональная среда, в которой регулирование ИИ не ограничивается минимальными требованиями безопасности, а становится элементом стратегического обеспечения политической стабильности. Внедрение таких подходов позволит использовать интеллектуальные технологии как ресурс развития политической коммуникации, не повышая рисков информационных манипуляций и усиления социальной фрагментации.

Поступила: 29.12.2025;

рецензирована: 16.01.2026; принята: 19.01.2026.

Литература

1. Указ Президента Российской Федерации «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» (вместе с «Национальной стратегией развития искусственного интеллекта на период до 2030 года») от 10 октября 2019 года № 490 // Юридическая информационная система «Легалакт». URL: <https://legalacts.ru/doc/ukaz-prezidenta-rf-ot-10102019-n-490-o-razvitii/> (дата обращения: 01.11.2025).
2. Yakov and Partners x Yandex Artificial Intelligence in Russia – 2023: Trends and Outlook. 2023. 84 с.
3. AI in political marketing: Strategies, impact, and ethics. URL: <https://yourstory.com/2024/04/>

- ai-political-marketing-strategies (дата обращения: 07.11.2025).
4. Политика в эпоху ИИ: чем она будет отличаться от политики прошлого? URL: https://ava.md/ru/stati/analitika_i_kommentarii/politika_v_epohu_ii_chem_ona_budet_otlichatsya_ot_politiki_proshlogo/ (дата обращения: 07.11.2025).
5. Политическая реклама с ИИ: ИИ-управляемые политические кампании уже здесь и набирают обороты // speechify.com. URL: <https://yourstory.com/2024/04/ai-political-marketing-strategies> (дата обращения: 03.11.2025).
6. Меренков А.В. Использование социальных сетей партиями «Новые люди» и «Единая Россия» в предвыборной кампании 2021 г. / А.В. Меренков, А.Д. Спиридонова // В фокусах эмпирической социологии. 2021. Т. 2. № 3.
7. Томарович А. Искусственный интеллект идет в политику / А. Томарович, А. Алмаматов. URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/columns/cybercolumn/iskusstvennyy-intellekt-idet-v-politiku/> (дата обращения: 01.11.2025).
8. Новая политическая реальность: возможности и вызовы: сборник тезисов XIV Международной молодежной научной конференции (18 ноября 2023 года, г. Санкт-Петербург) / отв. ред. Д.А. Мальцева. СПб: Издательство Скифия-принт, 2024. 124 с. ISBN 978-5-00197-127-6
9. Нейросеть «Жириновский»: «Надо верить в свою страну» // ЛДПР. URL: <https://ldpr.ru/event/300679/> (дата обращения: 07.11.2025).
10. Джибилова Е.Г. Анализ российского и зарубежного опыта применения ChatGPT и искусственного интеллекта в политике и социальной сфере / Е.Г. Джибилова, Н.С. Побываев // Социально-гуманитарные знания. 2024. № 1.
11. Как компьютерный разум служит государству // РБК Отрасли. URL: <https://www.rbc.ru/industries/news/680f4a1b9a7947f3fd62bb99/> (дата обращения: 07.11.2025).
12. Черкасова Т.П. Использование искусственного интеллекта в политических процессах: опыт Российской Федерации / Т.П. Черкасова, О.В. Позднякова // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2025. № 2.
13. Серавин А.И. Искусственный интеллект и политический процесс. Задачи на перспективу / А.И. Серавин // Власть. 2025. Т. 33. № 2.
14. AI in Political Campaigns: How it's being used and the ethical considerations it raises // Media Relations. URL: <https://mediarelations.gwu.edu/ai-political-campaigns-how-its-being-used-and-ethical-considerations-it-raises> (дата обращения: 11.11.2025).
15. Соколов А.В. Применение технологий искусственного интеллекта в политике: угрозы и возможности / А.В. Соколов, А.А. Фролов, П.А. Бабаджанян // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2025. № 3.
16. Изияева Л.О. Возможности и риски применения искусственного интеллекта в сфере политических отношений Российской Федерации / Л.О. Изияева, Я.К. Васильев, К.С. Мирокьянц, А.И. Ясавиева // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2024. № 1 (175).
17. Федорченко С.Н. Значение искусственного интеллекта для политического режима России: проблемы легитимности, информационной безопасности и «мягкой силы» / С.Н. Федорченко // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: История и политические науки. 2020. № 1.