

## ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА СУЧАСНІ ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ: ПЕРСПЕКТИВИ ТА ВИКЛИКИ

### THE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES ON MODERN POLITICAL COMMUNICATIONS: PROSPECTS AND CHALLENGES

Кухоцька Т.Г.,

*аспірантка кафедри політології та міжнародних відносин  
Маріупольського державного університету*

Стаття присвячена аналізу впливу технологій штучного інтелекту на сучасні політичні комунікації. Відзначено, що розвиток інформаційних технологій безпосередньо впливає на трансформації у сфері політичної комунікації: поступово відходить на задній план традиційна політична комунікація, та збільшується роль цифрових технологій у політичному процесі. На початку XXI століття зростає роль соціальних медіа, сьогодні на перший план виходять технології штучного інтелекту (ШІ). Аналіз особливостей використання ШІ в політичних комунікаціях дозволив виокремити найбільш розповсюджені способи: автоматичне надсилання політичних повідомлень; моніторинг та аналіз соціальних медіа; прогностична аналітика; політичні чат-боти; дипфейки; подальший розвиток технологій мікротаргетування; написання політичних промов та повідомлень. Виокремлено основні негативні впливи технологій ШІ на політичну комунікацію: використання ШІ під час написання промов політичними діячами знижує рівень довіри виборців; персоналізована реклама робить виборців менш поінформованими в політичних питаннях (бо на очі користувачів потрапляє лише те, що на думку ШІ відповідає їх уподобанням); високоякісні дипфейки не лише завдають шкоди іміджу та впливають на рівень підтримки політичних акторів, але й взагалі знижують довіру громадян до політичної інформації. Досліджено особливості застосування технологій дипфейк в політичній комунікації та в політичних кампаніях, роль ШІ в роботі політичних ботів, проаналізовано приклади застосування ботів в політичних кампаніях, зокрема, розглянуто російську мережу Doppelganger та особливості її функціонування. Відзначено, що занепокоєність щодо впливу штучного інтелекту на всі сфери суспільного життя, зокрема і на політичну, сприяє розвитку громадських ініціатив протидії дипфейкам, удосконаленню технологій, які дають змогу їх виявити, розробці нормативно-правової бази, яка б регулювала використання ШІ та його продуктів.

**Ключові слова:** політичні комунікації, соціальні медіа, штучний інтелект, дипфейк, політичні боти, політична реклама, мікротаргетинг.

The article analyses the impact of artificial intelligence technologies on modern political communication. It is noted that the development of information technologies directly affects transformations in the field of political communication: traditional political communication is gradually fading into the background, and the role of digital technologies in the political process is increasing. At the beginning of the twenty-first century, the role of social media grew, and today artificial intelligence (AI) technologies are coming to the fore. An analysis of the peculiarities of AI use in political communications has allowed the author to identify the most common methods: automatic sending of political messages; monitoring and analysis of social media; predictive analytics; political chatbots; dipfakes; further development of microtargeting technologies; writing political speeches and messages. The main negative impacts of AI technologies on political communication are highlighted: the use of AI in writing speeches by political figures reduces the level of voter confidence; personalised advertising makes voters less informed about political issues (because users see only what the AI thinks is relevant to their preferences); high-quality dipshots not only damage the image and affect the level of support for political actors, but also generally reduce public confidence in political information. The article examines the peculiarities of using the dipfake technology in political communication and political campaigns, the role of AI in the work of political bots, and analyses examples of the use of bots in political campaigns, in particular, the Russian Doppelganger network and the peculiarities of its functioning. It is noted that the concern about the impact of artificial intelligence on all spheres of public life, including political life, contributes to the development of public initiatives to counter doppelgangers, improvement of technologies that allow them to be detected, and development of a regulatory framework that would regulate the use of AI and its products.

**Key words:** political communications, social media, artificial intelligence, deepfake, political bots, political advertising, microtargeting.

**Постановка проблеми.** Розвиток інформаційних технологій безпосередньо впливає на трансформацію у сфері політичної комунікації. Поступово відходить на задній план традиційна політична комунікація, яка передбачала провідну роль в конструванні політичного порядку денного таких політичних інститутів як держава та політичні партії, тісну взаємодію між політичними силами та аналоговими медіа, переважним чином вертикальні потоки інформації, досить обмежений вплив гро-

мадськості, недіалоговий характер. Водночас збільшується роль цифрових технологій у політичному процесі. І якщо початок XXI століття характеризувався надзвичайним зростанням ролі соціальних медіа в політичних комунікаціях, то вже сьогодні ми говоримо про актуалізацію впливу на політичну сферу з боку технологій штучного інтелекту, який розвивається величезними кроками.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питання впливу цифрових технологій на полі-

тичні комунікації на сьогодні активно досліджуються науковцями: сутність політичної комунікації в умовах розвитку цифрових технологій розглядали Е. Чедвік, Д. Брайант, С. Томпсон; особливості мережевого політичного активізму аналізували Є. Морозов, Г. Кірстен; роль соціальних медіа в політичній комунікації вивчали А. Янченко, О. Горошко, Ю. Чевордов, Т. Янніс, Ю. Андреас; застосування штучного інтелекту в політичній сфері досліджували Онг Кіан Мін, К. де Врезе, Ф. Вотта, І. Сабов, Е. Доусон, Дж. Болл, А. Реммеле, Ф. Даріус; нюанси дезінформації із застосуванням штучного інтелекту характеризували Н. Шиа, Л. Гесвік, Д. Баттіста.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Перспективи розвитку політичних комунікацій в умовах зростання подальшого впливу технологій штучного інтелекту на політичну сферу на сьогодні не знайшло достатнього висвітлення в науковій літературі.

**Формулювання цілей статті.** Проаналізувати основні перспективи та ризики, пов'язані з впливом технологій штучного інтелекту на розвиток сучасної політичної комунікації.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У ХХІ столітті на перший план в політичних комунікаціях вийшли соціальні медіа (соціальні мережі, блоги, мікроблоги тощо), які базувалися на технології Веб 2.0. Політичні комунікації, які використовують сервіси Веб 2.0. для досягнення політичних задач, отримали назву «політика 2.0.» [1]. Вона відзначається широким застосуванням цифрових платформ, зокрема для мобілізації електорату, новими механізмами політичної участі, інтерактивністю спілкування, діалогічністю, наявністю у користувачів можливостей не лише споживати, але й створювати контент.

Можна виокремити наступні особливості впливу соціальних медіа на розвиток політичної комунікації. По-перше, неважливою стає відстань, що дозволяє швидко охопити більшу аудиторію. По-друге, контроль за соціальними медіа є набагато меншим, ніж за традиційними ЗМІ, що спрощує налагодження прямої комунікації, яка, зокрема, може бути використана для поширення неправдивих або непідтверджених новин. По-третє, анонімність та можливість приховати свою справжню особу створює середовище «безвідповідальності», що сприяє зростанню екстремістських ідей, поляризації, полегшує ворожим акторам завоювання довіри серед користувачів. По-четверте, соціальні медіа являються благодатним середовищем для «тролів» (учасників дискусії зі злими намірами) та ботів (автономних облікових записів, спрямовані на агресивне розповсюдження повідомлень певної інформаційної спрямованості). По-п'яте, наявність алгоритму, який дозволяє автоматично визначати контент, з яким взаємодіють користу-

вачі, та розвиток на його основі мікротаргетингу (повідомлень, які націлені на конкретну людину): у цих умовах політична сила може обіцяти у власній політичній рекламі протилежні речі різним людям. Прикладом мікротаргетингу може бути новинна стрічка в Facebook, яка формується відповідно до уподобань певного користувача та є недоступною іншим користувачам [11].

В умовах політики 2.0. формуються нові виклики для політичної комунікації – дуже значна диверсифікація джерел інформації; фрагментація медіасередовища; легкий доступ споживачів до найрізноманітнішої інформації, що сприяє, зокрема, витісненню політичної інформації розважальною; проблеми вимірювання інформаційних захоплень людей, перешкоджання загублення політичної інформації в інформаційному потоці та відстежування її впливу на потенційний електорат [12]. І подальший розвиток технологій сприяє їх посиленню та трансформації.

На сьогодні відзначається поширення впливу на всі сфери суспільного життя, у тому числі й на політичні комунікації, технологій штучного інтелекту, які протягом останніх двох років стали активно впроваджуватися на масовому рівні.

Під штучним інтелектом розуміється здатність виконувати процеси та завдання, які знаходяться у сфері людської компетентності, за допомогою комп'ютерної техніки та мереж; створення математичних та інженерних моделей, які спрямовані на відтворення та імітація когнітивної й поведінкової діяльності людини, яка раніше вважалася виключно сферою людського інтелекту. Штучний інтелект пройшов у своєму розвитку основні три етапи: технологічне удосконалення та збільшення обчислювальної потужності; розвиток штучних нейронних мереж, спрямованих на імітацію функціонування людського мозку; поява здатності вчитися та застосовувати отримані знання в реальному світі [7].

Аналізуючи особливості використання технологій штучного інтелекту в політичній комунікації, нідерландські дослідники Клаес де Врезе та Фабіо Вотта виокремили наступні найрозповсюдженіші способи:

- автоматичне надсилання політичних повідомлень (на основі аналізу даних про виборців – демографічних, історії голосувань та поведінки в інтернеті тощо – та створення персональних повідомлень, які резонують з їх уподобаннями);
- моніторинг та аналіз соціальних медіа (відстеження активності та настроїв електорату в соціальних мережах, визначення тем, важливих для виборців, та корегування на цій основі своїх повідомлень);
- прогностична аналітика (прогнозування майбутньої поведінки виборців на основі аналізу їх попередньої поведінки);

– політичні чат-боти (надання виборцям персоналізованої інформації про кандидатів та проблеми, що їх хвилюють, підтримка особистого спілкування з виборцями);

– діпфейки (створення реалістичного продукту (відео, аудіо, фото тощо) для поширення дезінформації та пропаганди, наприклад, щоб завдати шкоди репутації супротивника, маніпулювати громадською думкою) [13].

Крім цього штучний інтелект використовують у мікротаргетуванні з метою орієнтації повідомлень на найбільш релевантну аудиторію. Наприклад, Meta та Google використовують штучний інтелект для визначення ціни та особливостей доставлення політичної реклами за допомогою алгоритмів чорної скриньки [13]. Штучний інтелект може зробити політичну рекламу більш персоналізованою, дати змогу з'ясувати виборцям, які позиції мають різні політичні сили щодо того питання, яке хвилює (наприклад екологічна чи енергетична політика) [4]. У політичній журналістиці штучний інтелект застосовується як на етапі дослідження (генерація ідей, аналіз даних), так і для пошуку ракурсів історії, перевірки фактів. Також штучний інтелект може надавати чернетки тексту (статті, політичної промови, повідомлення для соціальної мережі), які потім удосконалюють та редагуються [13].

Водночас використання штучного інтелекту має ряд негативних моментів. Мікротаргетування обмежує інформацію, яка надається виборцям, робить їх менш поінформованими в загальних політичних питаннях, і таким чином негативно впливає на демократичність їх вибору під час голосування. Контент, створений штучним інтелектом, негативним чином впливає на сприйняття політики загалом. Наприклад, опитування, проведене в Великобританії, показало, що більшість виборців негативно сприймає використання штучного інтелекту для написання промов парламентаріями: бо такі повідомлення не є автентичними, не викликають довіри, не справляють враження, що політик вірить у те, що говорить [9].

Надзвичайну занепокоєність викликають можливості поширення дезінформації та маніпулювання політичними процесами за допомогою штучного інтелекту. В контексті цього треба розглянути більш детально таке поняття як діпфейк (deepfake), яке ми вже згадували вище – візуальний продукт, створений штучним інтелектом. Однією з перших спроб використання технології діпфейк вважають демонстрацію можливостей змінювати обличчя знаменитостей, яку продемонстрував в інтернеті у 2017 році користувач Reddit. З того часу технологія значно розвинулася, в результаті чого відрізнити штучні зображення від справжніх стало зовсім не просто. Технологія діпфейк активно застосовується в політичній

сфері. Наприклад, у 2019 році було розповсюджене оброблене відео спікера палати представників США демократки Ненсі Пелосі, на якому вона здавалася п'яною під час свого виступу (це відео стало вірусним, зокрема, через репост Д. Трампа). У грудні 2020 року в мережі поширилося діпфейкове відео з королевою Великобританії Єлизаветою II, де вона проголошує різдвяне послання та танцює на столі [10]. У 2023 році під час конференції Лейбористської партії Великої Британії в соціальних мережах були розповсюджені аудіо записи її лідера, в яких він ображає членів партії та критикує місто Ліверпуль, де проходила конференція [9]. У вересні 2023 року за два дні до парламентських виборів в Словаччині було опубліковано аудіо запис, в якому лідер Прогресивної партії Міхал Шимечка обговорював, як сфальсифікувати вибори, зокрема, шляхом купівлі голосів ромської меншини. Враховуючи, що поширення аудіо запису відбулося в період 48-годинного мораторію на виступи напередодні відкриття виборчих дільниць, спростувати його вчасно не було можливості, що негативно вплинуло на результати партії на виборах [2]. Наведені вище випадки не лише демонструють можливості застосування штучного інтелекту в політиці, але й викликають занепокоєння щодо його потенційного впливу на демократію та вільне волевиявлення населення.

Крім цього штучний інтелект залучають і для більш ефективної роботи політичних ботів, які використовуються для формування політичного дискурсу та спотворення політичних настроїв. Їх діяльність особливо поширена в таких мережах як Twitter (X) і Facebook. Боти активно застосовувалися на парламентських виборах 2017 року в Великобританії, поширюючи дезінформацію та фальшиві новини про партії в соціальних мережах. За допомогою таргетування боти спрямовують свою активність на певну групу користувачів, наприклад, групу підтримки або лояльний електорат певного кандидата, та закидають негативною інформацією. Так на президентських виборах у США у 2016 році боти поширювали негативну інформацію на сторінках прихильників Хілларі Клінтон; на президентських виборах 2017 року у Франції ботами було запущено в соціальних мережах хештег #MacronLeaks, за яким розповсюджувалася інформація про те, що Е. Макрон є шахраєм та лицеміром, щоб знизити рівень його підтримки в суспільстві [4].

Також до деструктивних способів використання технологій штучного інтелекту у політичних кампаній можна віднести використання зображень, які здаються реальними; хешджекінг – переформатування хештегів кампанії; астротурфінг – організоване створення фальшивих облікових записів у соціальних мережах для впливу на певну кампанію [8]; створення клонів веб-сторінок відомих

медіа для поширення дезінформації під їх брендом. Наприклад, російська мережа Doppelganger. Вона не лише створює фейкові версії різноманітних міжнародних сайтів, таких як Le Monde у Франції, Fox News та Washington Post у США тощо (ці сайти виглядають так само як і оригінальні, їхня URL-адреса має лише невеличку варіацію, яку важко побачити звичайному користувачу), але й використовує мережу ботів (як «контент-ботів»), що розміщують повідомлення та посилання, так і «ботів-промоутерів», які потім поширюють ці повідомлення) для поширення фейкових нових з сайтів-клонів в соціальних мережах [5].

Дослідниками відзначено, що використання штучного інтелекту в політичних кампаніях постійно зростає. Під час президентських перегонів 2024 року у США штучний інтелект вже використовується для створення фальшивих автоматичних дзвінків, новин передвиборчих промов, електронних листів для збору коштів. Директор «GW School of Media and Public Affairs» Пітер Лойдж, який має 30 річний досвід у сфері політичних комунікацій, зазначає наступне: «Кампанії використовують штучний інтелект не лише, щоб передбачити, де знаходяться виборці, що їх цікавить і як до них достукатися, але й за його допомогою пишуть електронні листи для збору коштів, генерують чернетки сценаріїв та промов, створюють новинні історії, які не відповідають дійсності, і розміщують їх на веб-сайті кампанії» [6].

Занепокоєність потенційним негативним впливом технологій штучного інтелекту змушує провідні соціальні мережі, такі як Facebook, Twitter (X), YouTube, поступово впроваджувати політику щодо протидії діпфейкам, наприклад, через вимогу обов'язкового позначення повідомлень, які містять елементи, створені штучним інтелектом. Розвиваються громадські ініціативи по боротьбі з діпфейками, наприклад такі як ініціатива Deepfake Detection Challenge, очолювана Facebook [10]. Розробляються технології, які б дозволили виявити діпфейки, хоча паралельно з цим покращується і якість продукту, зробленого штучним інтелектом. В провідних країнах світу вже починають розробляти законодавчу базу, яка б дозволила регулю-

вати питання, пов'язані з використанням штучного інтелекту. Наприклад, проєкт ЄС «Закону про штучний інтелект» (Artificial Intelligence Act), який передбачає класифікацію систем штучного інтелекту на основі ризикоорієнтованого підходу та виокремлює 4 категорії ризику: неприйнятний, високий, обмежений і мінімальний [3]. Або проєкт «Закону про заборону шахрайства з використанням штучного інтелекту» у США, який має на меті заборонити створення зображення за допомогою штучного інтелекту будь-якої людини (живої чи мертвої) без її згоди [10].

**Висновки та перспективи подальших розвідок у цьому напрямку.** Поширення технологій штучного інтелекту призвело до подальшої трансформації механізмів політичної комунікації, зокрема він активно використовується для удосконалення тих інструментів, які застосовуються соціальними медіа: мікротаргетування, персоналізована політична реклама, відстежування політичної активності та політичних уподобань в соціальних мережах, функціонування чат-ботів, поширення дезінформації в соціальних медіа. Однак вже сьогодні відзначається, що штучний інтелект негативно впливає на основні принципи традиційної демократії: його використання під час написання промов політичними діячами знижує рівень довіри виборців; персоналізована реклама робить виборців менш поінформованими в політичних питаннях (бо на очі користувачів потрапляє лише те, що на думку штучного інтелекту відповідає їх уподобанням); високоякісні діпфейки не лише завдають шкоди іміджу та впливають на рівень підтримки політичних акторів, але й взагалі знижують довіру громадян до політичної інформації. З подальшим удосконаленням технологій штучного інтелекту його вплив на політичні комунікації буде й далі посилюватися. Саме тому вже сьогодні розвиваються на лише громадські ініціативи протидії діпфейкам та удосконалюються технології, які дають змогу їх виявити, але й розробляється нормативно-правова база, яка б регулювала особливості використання штучного інтелекту та його продуктів, бо їх неконтрольоване застосування несе загрозу безпеці суспільства в усіх сферах.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Горошко О. І., Чевордов Ю. А. Політика 2.0. у дії (соціологічний вимір). *Соціальні комунікації: теорія і практика*. 2017. №5. С.16-25. URL: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/14827052-793c-4a22-b660-e5fc1dcd0c0e/content>
2. Крамаренко О. Нова темна цифрова ера вже тут, але у цих хмарах є трохи сонця. *Інтерфакс-Україна*. 2024. URL: <https://interfax.com.ua/news/blog/963374.html>
3. Реутов І. Правове регулювання штучного інтелекту: міжнародний досвід та українські перспективи. *юридична практика*. 2024. URL: <https://pravo.ua/pravove-rehuliuвання-shtuchnoho-intelektu-mizhnarodnyi-dosvid-ta-ukrainski-perspektyvy/>
4. Сабов І. Політичний аспект використання штучного інтелекту. *Суспільні комунікації*. 2018. №1 (3). С. 77-80. URL: <https://relint.vnu.edu.ua/index.php/relint/article/view/20/17>

5. Фейковий сайт WP та інші "двійники". Як працює мережа російської дезінформації під назвою Doppelganger. Texty.Org.Ua. 2024. URL: <https://texty.org.ua/fragments/112441/fejkovyj-sajt-wp-ta-inshi-dvijnyky-yak-pracyuye-merezha-rosijskoyi-dezinformaciyi-pid-nazvoyu-doppelganger/>
6. AI in Political Campaigns: How it's being used and the ethical considerations it raises. *Media Relations*. 2024. URL: <https://mediarelations.gwu.edu/ai-political-campaigns-how-its-being-used-and-ethical-considerations-it-raises>
7. Daniele Battista Political communication in the age of artificial intelligence: an overview of deepfakes and their implications. *Society register*. 2024. № 8(2). Pp. 7–24. URL: <https://pressto.amu.edu.pl/index.php/sr/article/view/42182>
8. Darius Ph., Römmele A. KI und datengesteuerte Kampagnen: Eine Diskussion der Rolle generativer KI im politischen Wahlkampf. *Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co*. 2023. Pp.199–212. URL: <https://www.nomos-elibrary.de/10.5771/9783748915553-199/ki-und-datengesteuerte-kampagnen-eine-diskussion-der-rolle-generativer-ki-im-politischen-wahlkampf?page=1>
9. Dawson A., Ball J. Generating democracy: AI and the coming revolution in political communications. *Demos*. 2024. URL: <https://apo.org.au/sites/default/files/resource-files/2024-01/apo-nid325365.pdf>
10. Ong Kian Ming. Deepfakes and Democracy: Navigating the New Reality of AI in Political Communication. *Taylor's University*. 2024. URL: <https://university.taylors.edu.my/en/student-life/news/2024/deepfakes-and-democracy-navigating-the-new-reality-of-ai-in-political-communication.html#looking-forward>
11. Schia N. N.Gjesvik L. Hacking democracy: managing influence campaigns and disinformation in the digital age. *Journal of Cyber Policy*. 2020. Volume 5. Issue 3. Pp. 413-428. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23738871.2020.1820060#d1e568>
12. Theocharis Ya., Jungherr A. Computational Social Science and the Study of Political Communication. *Political Communication*. 2021. Volume 38. Issue 1-2: Computational Political Communication: Theory, Applications, and Interdisciplinary Challenges. Pp. 1-22. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10584609.2020.1833121#d1e350>
13. Vreese C.de, Votta F. AI and Political Communication. *Political Communication Report*. Spring 2023. Issue 27 "New Methodological Diversity in PolComm". URL: <https://politicalcommunication.org/article/ai-and-political-communication/>