

Дата поступления рукописи в редакцию: 29.09.2025 г.
Дата принятия рукописи в печать: 10.10.2025 г.

DOI: 10.24412/2076-1503-2025-9-56-60

ДОРЕНКО Ксения Сергеевна,
преподаватель кафедры
рекламы и связей с общественностью,
Московский государственный институт
международных отношений МИД России,
e-mail: kdorenko@yahoo.com

РОЛЬ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В КОНСТРУИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Аннотация. Статья посвящена исследованию роли искусственного интеллекта в конструировании общественного мнения в условиях цифровой медиасреды. Актуальность работы определяется тем, что современные алгоритмические системы перестали быть лишь инструментами анализа данных и превратились в активных участников процессов формирования массового сознания. Цель исследования заключается в выявлении механизмов, посредством которых технологии искусственного интеллекта влияют на восприятие информации, динамику коммуникации и структурирование общественного дискурса. Методологическую основу составили сравнительный анализ международных и российских исследований, данные социологических опросов, а также результаты эмпирических работ по анализу сетевых коммуникаций. В статье рассматриваются алгоритмическая персонализация новостных потоков, автоматизация сетевых акторов, генерация синтетического контента и использование инструментов искусственного интеллекта для измерения общественного мнения (обработка естественного языка, тональный анализ, тематическое моделирование). Отдельное внимание уделяется преимуществам применения технологий — высокой скорости анализа данных, выявлению скрытых закономерностей и прогнозированию социальных процессов, а также рискам — алгоритмической предвзятости, когнитивной неопределённости и росту манипулятивных практик. Научная новизна работы заключается в интерпретации искусственного интеллекта как структурного элемента медиасреды, способного одновременно усиливать и усложнять механизмы демократической коммуникации. Практическая значимость исследования определяется возможностью использования полученных выводов в сфере политического консультирования, регулирования цифрового контента и разработки стратегий информационной безопасности.

Ключевые слова: общественное мнение, искусственный интеллект, алгоритмическая персонализация, цифровая среда, социальные сети, боты, синтетический контент, медиа-коммуникации, информационная безопасность, политическая коммуникация.

DORENKO Ksenia Sergeevna,
Lecturer, Department of Advertising and Public Relations,
Moscow State Institute of International Relations,
Russian Ministry of Foreign Affairs

THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE CONSTRUCTION OF PUBLIC OPINION

Annotation. The article examines the role of artificial intelligence in the construction of public opinion within the digital media environment. The relevance of the study is determined by the fact that modern algorithmic systems have ceased to be mere tools of data analysis and have become active participants in the formation of mass consciousness. The aim of the research is to identify the mechanisms through which artificial intelligence technologies influence the perception of information, the dynamics of communication, and the structuring of public discourse. The methodological framework includes a comparative analysis of international and Russian studies, sociological survey data, and empirical research on online communications. The paper discusses algorithmic personalization of news flows, automation of online actors, generation of synthetic content, and the use of artificial

intelligence tools for measuring public opinion (natural language processing, sentiment analysis, topic modeling). Particular attention is paid to the advantages of these technologies — high speed of data processing, identification of hidden patterns, and forecasting of social processes — as well as risks such as algorithmic bias, cognitive uncertainty, and the spread of manipulative practices. The scientific novelty of the work lies in the interpretation of artificial intelligence as a structural element of the media environment that simultaneously strengthens and complicates the mechanisms of democratic communication. The practical significance of the study is defined by the possibility of applying its conclusions in political consulting, digital content regulation, and the development of information security strategies.

Key words: *public opinion, artificial intelligence, algorithmic personalization, digital environment, social networks, bots, synthetic content, media communications, information security, political communication.*

Изучение общественного мнения в научной традиции XX–XXI веков показывает постепенный переход от анализа печатных медиа и межличностных коммуникаций к исследованию цифровой среды и алгоритмических систем. Классические концепции общественного мнения основывались на представлении о том, что восприятие информации формируется преимущественно в результате межличностного общения и воздействия традиционных СМИ. Так, Г. Тард связывал формирование общественного мнения с механизмами подражания и коммуникации [1]. У. Липпман в работе «Общественное мнение» (1922) отметил, что массовое восприятие формируется не напрямую, а через «псевдоокружение», создаваемое медиа [2]. П. Лазарсфельд и его коллеги предложили концепцию «двухступенчатого потока коммуникации», где ключевую роль в формировании общественного мнения играют лидеры мнений [3]. Ю. Хабермас, развивая теорию публичной сферы, показал, что общественное мнение формируется как результат рациональной дискуссии в условиях демократических институтов [4].

С переходом к цифровой эпохе в исследовательском фокусе оказались интернет-коммуникации, социальные сети и цифровые платформы. Уже в 2010-е годы исследователи отмечали, что алгоритмическая логика цифровых платформ формирует информационные повестки, отбирая и ранжируя контент [5]. С 2020-х годов ключевым фактором стало использование технологий искусственного интеллекта, которые не только обрабатывают, но и генерируют информацию, изменяя саму природу коммуникаций.

По данным ВЦИОМ, 63 % россиян в 2024 году сталкивались с применением технологий искусственного интеллекта в повседневной жизни, а 52 % респондентов заявили, что «скорее доверяют» подобным системам [6]. Эти показатели отражают возрастание доверия к цифровым технологиям, но одновременно фиксируют и растущую зависимость общества от алгоритмических решений.

Влияние технологий искусственного интеллекта на конструирование общественного мнения проявляется в нескольких ключевых направлениях. Первое из них связано с алгоритмической персонализацией. Современные цифровые платформы формируют индивидуализированные новостные ленты, подстраивая информационный поток под предпочтения пользователя. В результате человек получает лишь ту информацию, которая соответствует его прошлому поведению и интересам, что усиливает эффект «информационных пузырей» и поляризацию общества [7]. Алгоритмическая персонализация становится фактором, который определяет границы знания индивида о социальной реальности и может направлять восприятие общественных процессов в заданном ключе.

Второе направление связано с автоматизацией сетевых акторов, включая ботов и троллей. Исследования показывают, что автоматизированные аккаунты способны имитировать активность реальных пользователей и оказывать влияние на динамику дискуссий в социальных сетях [8]. Боты усиливают определённые нарративы, распространяют дезинформацию и создают иллюзию массовой поддержки тех или иных позиций. Таким образом, искусственный интеллект становится активным участником цифровых коммуникаций, меняя структуру и содержание общественного дискурса.

Третье направление — генерация синтетического контента. Современные нейросетевые модели позволяют создавать тексты, изображения, аудио- и видеоматериалы, практически неотличимые от оригиналов. Это приводит к проблеме достоверности информации и риску появления так называемых «глубоких фейков» [9]. Синтетический контент способен формировать у аудитории ложные представления о социальных событиях, манипулировать массовым сознанием и подрывать доверие к институтам.

Особую опасность представляет феномен «отравления данных», когда в обучающие выборки искусственного интеллекта целенаправленно

включаются искажённые сведения, что в дальнейшем воспроизводит дезинформацию в масштабах всей цифровой среды [10]. Этот процесс требует особого внимания со стороны исследователей и разработчиков, так как он связан с фундаментальной проблемой качества и надёжности данных, используемых в автоматизированных системах.

Наряду с воздействием на массовое сознание, искусственный интеллект активно используется в исследовании общественного мнения. Эти технологии позволяют обрабатывать огромные массивы текстов, выявлять скрытые паттерны и динамику общественных настроений. Одним из наиболее востребованных направлений является обработка естественного языка (Natural Language Processing, NLP), которая позволяет анализировать сообщения пользователей в социальных сетях, комментарии на новостных сайтах и другие формы текстовой коммуникации [11].

Широкое применение получили методы тонального анализа (sentiment analysis), которые позволяют автоматически определять эмоциональную окраску сообщений. Такие технологии дают возможность исследователям выявлять степень позитивного, нейтрального или негативного отношения аудитории к конкретным событиям, политикам или социальным инициативам [12]. В сочетании с анализом больших данных это открывает новые перспективы для прогнозирования динамики общественных настроений и выявления факторов, влияющих на формирование доверия или недоверия к социальным институтам.

Не менее важным инструментом является тематическое моделирование, позволяющее выявлять ключевые темы дискуссий и отслеживать их трансформацию во времени. С помощью алгоритмов искусственного интеллекта исследователи могут наблюдать, как меняется структура общественного дискурса, какие вопросы выходят на первый план, а какие теряют актуальность [13].

Кроме того, искусственный интеллект используется для выявления сетевых структур и изучения распространения информации в цифровой среде. Методы анализа социальных графов позволяют моделировать взаимодействия между пользователями, определять лидеров мнений и выявлять источники дезинформации. Эмпирические исследования демонстрируют, что маркировка контента, созданного искусственным интеллектом, оказывает влияние на восприятие достоверности сообщений и намерение их дальнейшего распространения [14].

Наконец, особое значение приобретает задача выявления ботов и автоматизированных аккаунтов. Разработка алгоритмов для их идентификации помогает исследователям и платформам

поддерживать более честное и прозрачное информационное пространство. Однако гонка между создателями синтетического контента и разработчиками методов его распознавания остаётся открытой, что делает исследование в этой области актуальным и перспективным [15].

Применение искусственного интеллекта в измерении общественного мнения обладает целым рядом преимуществ. Во-первых, это высокая скорость обработки данных. Алгоритмы способны анализировать миллионы сообщений в социальных сетях в режиме реального времени, что делает возможным оперативное выявление настроений и реакций общества на значимые события [16]. Такой подход существенно расширяет аналитические возможности по сравнению с традиционными методами опросов, которые требуют значительных временных и финансовых затрат.

Во-вторых, искусственный интеллект позволяет выявлять скрытые закономерности и паттерны, недоступные при ручном анализе. Благодаря машинному обучению и методам кластеризации можно обнаруживать взаимосвязи между различными социальными факторами, определять основные тренды и прогнозировать их развитие. Это открывает новые горизонты для социологических исследований и политического консультирования [17].

В-третьих, использование технологий искусственного интеллекта способствует повышению точности анализа за счёт работы с большими данными. Наличие массивов текстовой информации, поступающей из разных источников, позволяет формировать более полное представление о структуре общественного дискурса. Это особенно важно в условиях, когда общественное мнение становится всё более фрагментированным и динамичным.

Однако наряду с преимуществами существует и ряд рисков. Один из ключевых связан с алгоритмической предвзятостью. Алгоритмы обучаются на данных, которые сами по себе могут содержать искажения и предубеждения. В результате система воспроизводит эти искажения, что приводит к искажённому отражению общественных настроений [18].

Другой риск заключается в угрозе манипулятивного использования технологий. Возможность генерировать синтетический контент и управлять информационными потоками делает искусственный интеллект инструментом воздействия на массовое сознание. В условиях политической конкуренции такие практики могут использоваться для подрыва доверия к институтам и легитимности демократических процедур [19].

Наконец, стоит отметить проблему когнитивной неопределённости. У пользователей возникает затруднение в разграничении информации, созданной человеком и алгоритмом. Это снижает уровень доверия к медиасреде в целом и формирует атмосферу неопределённости, что может иметь долгосрочные последствия для устойчивости общественных институтов [20].

Регулирование применения искусственного интеллекта в конструировании и измерении общественного мнения становится одним из важнейших направлений деятельности как национальных государств, так и международных организаций. В Европейском союзе в 2024 году был принят «Акт об искусственном интеллекте» (Artificial Intelligence Act), впервые создавший комплексную правовую базу для регулирования разработки и использования подобных технологий [21]. Этот документ выделяет категории риска и устанавливает требования к прозрачности алгоритмов, особенно в сфере медиа и коммуникаций.

В Соединённых Штатах Америки в 2023 году был издан президентский указ № 14110 «О безопасном, надёжном и заслуживающем доверия развитии и использовании искусственного интеллекта» [22]. В нём закреплены меры по контролю за разработкой генеративных моделей и усилению кибербезопасности. Также разработан национальный план действий в области искусственного интеллекта, предусматривающий баланс между инновациями и защитой прав граждан.

В Российской Федерации внимание к вопросам регулирования проявляется в ряде нормативных инициатив. Так, в 2022 году вступила в силу система учёта и маркировки интернет-рекламы, которая позволяет отслеживать распространение контента в цифровой среде [23]. Обсуждаются также инициативы по введению обязательной маркировки материалов, созданных с использованием искусственного интеллекта [24]. Хотя нормативная база находится на стадии формирования, эти шаги отражают стремление обеспечить прозрачность медиасреды и защитить общество от манипулятивных практик.

На международном уровне важным документом является «Рекомендация по этике искусственного интеллекта», принятая ЮНЕСКО в 2021 году [25]. В ней закреплены универсальные принципы использования технологий, включая уважение к правам человека, обеспечение прозрачности алгоритмов и необходимость международного сотрудничества.

Таким образом, регулирование применения искусственного интеллекта в конструировании общественного мнения представляет собой многоуровневый процесс, где национальные и международные механизмы дополняют друг друга.

Согласованность этих усилий становится важным условием минимизации рисков и эффективного использования потенциала новых технологий.

В целом искусственный интеллект стал неотъемлемым элементом медиасреды и активно влияет на конструирование общественного мнения. Его возможности открывают перспективы более глубокого анализа и прогноза социальных процессов, но одновременно создают новые риски — от алгоритмических предвзятостей до утраты приватности и манипулятивных практик. Задача науки и государства заключается в выработке институциональных механизмов, которые позволят минимизировать негативные последствия и использовать потенциал технологий в интересах общества.

Особое значение имеет то, что искусственный интеллект не только фиксирует динамику массовых настроений, но и сам становится активным участником конструирования общественного мнения. Алгоритмическая персонализация новостных лент, автоматизированные сетевые акторы и генеративные модели формируют новые контуры публичных дискуссий, создавая у пользователей ощущение «естественного» течения общественной мысли. В действительности же это мнение всё чаще задаётся через взаимодействие человека и алгоритма, что ставит вопрос о границах аутентичности общественной воли и возможности её сознательного моделирования.

Таким образом, искусственный интеллект следует рассматривать не просто как вспомогательный инструмент исследования общественных процессов, а как фактор, изменяющий саму природу общественного мнения. В условиях цифровой среды общественное мнение становится результатом сложного взаимодействия социальных практик и алгоритмических систем. От того, насколько общество сумеет выработать механизмы прозрачного и подотчётного использования искусственного интеллекта, будет зависеть устойчивость публичной сферы и доверие к институтам, обеспечивающим репрезентацию воли граждан.

Список литературы:

- [1] ВЦИОМ. Доверие к искусственному интеллекту. 24.12.2024. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/doverie-k-ii> (дата обращения: 28.09.2025).
- [2] ВЦИОМ. ИИ: ваш новый лучший друг? 03.12.2024. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/ii-vash-novyi-luchshii-drug> (дата обращения: 28.09.2025).
- [3] Известия. В России могут ввести маркировку ИИ-контента. 08.07.2025. URL: <https://iz.ru/news/ai-marking> (дата обращения: 28.09.2025).

[4] Российская газета. В России будут маркировать контент, созданный нейросетями. 11.02.2024. URL: <https://rg.ru/2024/02/11/v-rossii-budut-markirovat-kontent-sozdannyj-nejrosetiami.html> (дата обращения: 28.09.2025).

[5] Роскомнадзор. Реестр операторов рекламных данных. URL: <https://rkn.gov.ru/ord> (дата обращения: 28.09.2025).

[6] Regulation (EU) 2024/1689 of the European Parliament and of the Council of 12 July 2024 on Artificial Intelligence (AI Act) // Official Journal of the European Union. – 12.07.2024. – L 168. – P. 1–156.

[7] The White House. Executive Order 14110 of October 30, 2023. Safe, Secure, and Trustworthy Development and Use of Artificial Intelligence // Federal Register. – 2023. – Vol. 88, No. 210. – P. 75191–75212.

[8] Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2006. – № 31 (ч. I). – Ст. 3451.

[9] Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2006. – № 12. – Ст. 1232.

[10] UNESCO. Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence. Paris: UNESCO, 2021. URL: <https://unesco.org> (дата обращения: 28.09.2025).

[11] Vosoughi S., Roy D., Aral S. The spread of true and false news online // Science. – 2018. – Vol. 359, no. 6380. – P. 1146–1151.

[12] Li F., Yang Y. Impact of Artificial Intelligence–Generated Content Labels on Perceived Accuracy, Message Credibility, and Sharing Intentions for Misinformation // JMIR Formative Research. – 2024. – Vol. 8. – e60024.

[13] Li L., Zhou X., Wu X., Chen H. Social bots spoil activist sentiment without eroding participation // Scientific Reports. – 2024. – Vol. 14. – P. 74032.

[14] Tolosana R., Verdoliva L., et al. DeepFakes: A Survey of Facial Forgery Techniques // IEEE Access. – 2020. – Vol. 8. – P. 131–161.

[15] Atlantic Council. Exposing Pravda: How pro-Kremlin forces are poisoning AI models and rewriting Wikipedia. 18.04.2025. URL: <https://www.atlanticcouncil.org/> (дата обращения: 28.09.2025).

[16] RUSI. Russia, AI and the Future of Disinformation Warfare. London: RUSI, 2025. URL: <https://rusi.org/> (дата обращения: 28.09.2025).

References:

[1] VTSIOM. Trust in artificial intelligence. 24.12.2024. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/doverie-k-ii> (access date: 28.09.2025).

[2] VTSIOM. AI: Your new best friend? 03.12.2024. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/ii-vash-novyi-luchshii-drug> (дата обращения: 28.09.2025).

[3] Izvestia. In Russia, they can introduce marking of AI content. 08.07.2025. URL: <https://iz.ru/news/ai-marking> (access date: 28.09.2025).

[4] Rossiyskaya Gazeta. In Russia, they will label content created by neural networks. 11.02.2024. URL: <https://rg.ru/2024/02/11/v-rossii-budut-markirovat-kontent-sozdannyj-nejrosetiami.html> (access date: 28.09.2025).

[5] Roskomnadzor. Register of advertising data operators. URL: <https://rkn.gov.ru/ord> (access date: 28.09.2025).

[6] Regulation (EU) 2024/1689 of the European Parliament and of the Council of 12 July 2024 on Artificial Intelligence (AI Act) // Official Journal of the European Union. – 12.07.2024. – L 168. – P. 1–156.

[7] The White House. Executive Order 14110 of October 30, 2023. Safe, Secure, and Trustworthy Development and Use of Artificial Intelligence // Federal Register. – 2023. – Vol. 88, No. 210. – P. 75191–75212.

[8] Federal Law of July 27, 2006 No. 152-FZ “On Personal Data” // Collection of Legislation of the Russian Federation. – 2006. – No. 31 (part I). – Art. 3451.

[9] Federal Law of March 13, 2006 No. 38-FZ “On Advertising” // Collection of Legislation of the Russian Federation. – 2006. – № 12. – Art. 1232.

[10] UNESCO. Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence. Paris: UNESCO, 2021. URL: <https://unesco.org> (access date: 28.09.2025).

[11] Vosoughi S., Roy D., Aral S. The spread of true and false news online // Science. – 2018. – Vol. 359, no. 6380. – P. 1146–1151.

[12] Li F., Yang Y. Impact of Artificial Intelligence–Generated Content Labels on Perceived Accuracy, Message Credibility, and Sharing Intentions for Misinformation // JMIR Formative Research. – 2024. – Vol. 8. – e60024.

[13] Li L., Zhou X., Wu X., Chen H. Social bots spoil activist sentiment without eroding participation // Scientific Reports. – 2024. – Vol. 14. – P. 74032.

[14] Tolosana R., Verdoliva L., et al. DeepFakes: A Survey of Facial Forgery Techniques // IEEE Access. – 2020. – Vol. 8. – P. 131–161.

[15] Atlantic Council. Exposing Pravda: How pro-Kremlin forces are poisoning AI models and rewriting Wikipedia. 18.04.2025. URL: <https://www.atlanticcouncil.org/> (access date: 28.09.2025).

[16] RUSI. Russia, AI and the Future of Disinformation Warfare. London: RUSI, 2025. URL: <https://rusi.org/> (access date: 28.09.2025).