

Лазарович Микола Васильович
Гончарук-Чолач Тетяна Вікторівна
Докаш Оксана Юріївна

Штучний інтелект у політичних маніпуляціях та трансформація виборчої культури

УДК 327:316.722
DOI <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2025-1.20>

Лазарович Микола Васильович
доктор політичних наук,
професор кафедри інформаційної
та соціокультурної діяльності
Західноукраїнського національного
університету
вул. Львівська, 11, Тернопіль, Україна
ORCID: 0000-0001-5640-2605

Гончарук-Чолач Тетяна Вікторівна
доктор філософських наук, професор,
завідувачка кафедри політології
та філософії імені Сергія Коновала
Західноукраїнського національного
університету
вул. Львівська, 11, Тернопіль, Україна
ORCID: 0000-0001-5640-2605

Докаш Оксана Юріївна
доктор політичних наук,
доцент кафедри політології
та філософії імені Сергія Коновала
Західноукраїнського національного
університету
вул. Львівська, 11, Тернопіль, Україна
ORCID: 0000-0002-2064-8934

Актуальність проблеми, пов'язаної з використанням штучного інтелекту (ШІ) в політичних маніпуляціях, зумовлена стрімким розвитком технологій, які змінюють спосіб взаємодії політиків з виборцями, а також впливають на демократичні процеси в сучасному світі. Сьогодні ШІ здатний автоматизувати процеси збору та обробки інформації, прогнозування поведінки виборців, а також формування політичних кампаній. Вплив цих технологій на політичні процеси стає все більш значущим, що ставить під сумнів традиційні принципи виборчої культури, справедливості виборів та прозорості політичних кампаній. Метою дослідження є вивчення впливу штучного інтелекту на політичні маніпуляції та трансформацію виборчої культури. Для досягнення мети дослідження застосовуються комплексні методи, серед яких контент-аналіз політичних кампаній, порівняльний аналіз виборчих процесів до і після впровадження ШІ, а також соціологічні опитування, що дозволяють оцінити зміну поведінки виборців і їх ставлення до використання ШІ в політиці. Особливу увагу приділено вивченню впливу штучного інтелекту на політичну рекламу, виявленню методів автоматизованої генерації контенту та персоналізованої пропаганди, а також ролі технологій у створенні політичних маніпуляцій. Результати дослідження показують, що ШІ суттєво змінює виборчу культуру, створюючи нові форми політичних маніпуляцій. Зокрема, технології персоналізованої політичної реклами дозволяють виборцям бачити тільки ту інформацію, яка відповідає їхнім поглядам і переконанням, що може призвести до «камер ехо» та поляризації суспільства. Водночас, використання алгоритмів для фальсифікації інформації та створення фальшивих новин стало серйозною загрозою для демократичних виборчих процесів. Автоматизація політичних кампаній та створення ботів для маніпуляції громадською думкою підвищує ефективність негативних кампаній та інтерференцію в політичні процеси інших країн. У висновках підкреслюється важливість розробки етичних стандартів для використання ШІ в політиці, а також необхідність міжнародного регулювання та контролю за впливом новітніх технологій на виборчі процеси. Тільки таким чином можна зберегти основи демократичного вибору та забезпечити справедливість і прозорість виборчих кампаній у майбутньому.

Ключові слова: штучний інтелект, політичні маніпуляції, трансформація, виборча культура, політична реклама, вибори, консолідація.

Вступ. У сучасному світі штучний інтелект (ШІ) не тільки змінює індустрії та побут людей, але й набуває дедалі більшого впливу на політичні процеси. Завдяки своїм здатностям до обробки великих обсягів даних і прогнозування людської поведінки, ШІ на сьогоднішній день є важливим інструментом у руках політиків та державних структур, які використовують його для впливу на електоральні настрої, маніпуляцій громадською думкою і навіть зміни результатів виборів. Сучасні технології дозволяють створювати нові форми політичних стратегій, що використовують алгоритми для персоналізації політичної реклами, автоматизованого створення новин або соціальних кампаній, а також для маніпулювання інформаційними потоками. У свою чергу, це впливає на зміну виборчої культури, руйнуючи традиційні уявлення про відкритість і справедливість виборчого процесу.

Мета та завдання. Метою дослідження є вивчення впливу штучного інтелекту на політичні маніпуляції та трансформацію виборчої культури. У процесі дослідження буде розглянуто основні способи використання ШІ у політичних кампаніях,

визначено ризики та можливості, які ці технології надають політичним суб'єктам для впливу на виборчі результати. Зокрема, звернеться увага на питання автоматизованого аналізу великих масивів даних, застосування алгоритмів для прогнозування електоральних настроїв, а також маніпулювання інформаційними потоками через фальшиві новини, створення «echo chambers» та інших засобів психологічного впливу.

Методи дослідження. Для досягнення мети дослідження застосовуються комплексні методи, серед яких контент-аналіз політичних кампаній, порівняльний аналіз виборчих процесів до і після впровадження ШІ, а також соціологічні опитування, що дозволяють оцінити зміну поведінки виборців і їх ставлення до використання ШІ в політиці. Особливу увагу приділено вивченню впливу штучного інтелекту на політичну рекламу, виявленню методів автоматизованої генерації контенту та персоналізованої пропаганди, а також ролі технологій у створенні політичних маніпуляцій.

Виклад основного матеріалу. Штучний інтелект (ШІ) швидко змінює політичний ланд-

шафт, відкриваючи нові можливості для політичних стратегій та маніпуляцій. З його допомогою політики здатні значно точніше аналізувати електоральні настрої, прогнозувати результати голосувань і автоматизувати взаємодію з виборцями. Технології, що стоять за штучним інтелектом, дозволяють обробляти величезні обсяги даних, визначати приховані патерни в поведінці виборців і навіть впливати на їхні політичні погляди. Це надає новий рівень можливостей для персоналізованої політичної реклами та створення спеціально адаптованих наративів, що можуть змінити сприйняття виборців. Одним із основних інструментів, що використовує ШІ у політичних маніпуляціях, є персоналізація контенту, зокрема через соціальні мережі. Алгоритми аналізують поведінку користувачів, їх інтереси, історію пошуків і вподобань, що дозволяє створювати рекламу та повідомлення, які максимально відповідатимуть індивідуальним переконанням виборців. Така таргетована комунікація стає дедалі ефективнішою, адже вона не просто інформує, а й формує емоційні зв'язки та поглиблює розрив між різними групами виборців, підвищуючи ризик поляризації суспільства. Завдяки цьому ШІ дозволяє не лише впливати на електоральні вподобання, але й створювати нові форми політичних маніпуляцій, таких як автоматизоване створення контенту чи навіть фальсифікація новин [3]. Боти, які генерують і поширюють дезінформацію, стають важливими інструментами для політичних сил, що намагаються вплинути на громадську думку або дискредитувати опонентів. Маючи можливість створювати численні фальшиві облікові записи в соцмережах і розповсюджувати маніпулятивний контент, ШІ здатен значно змінити політичну ситуацію, не залишаючи слідів. Ці технології мають значний вплив на виборчі кампанії та загалом на політичну культуру. Традиційні методи виборчих кампаній, такі як дебати, прес-конференції чи публічні виступи, стають менш важливими, оскільки частина електорального процесу тепер переміщується у цифрове середовище. І це не просто зміна формату взаємодії з виборцями, а й глибока трансформація самої суті виборчої культури, де особисті уподобання та емоції важать більше за інтелектуальні або логічні аргументи [2, с. 45].

З розвитком технологій штучного інтелекту, політичні кампанії все більше орієнтуються на індивідуалізовану взаємодію з виборцями, що не лише зміщує акценти в політичному дискурсі, а й має серйозний вплив на виборчі процеси. Персоналізовані політичні стратегії, засновані на даних і алгоритмах ШІ, дозволяють політичним акторам точно налаштовувати свої кампанії під конкретні потреби та інтереси кожного виборця, що значно підвищує ефективність маніпуляцій. Цей етап технологічної трансформації виборчої культури піднімає важливі питання стосовно етичності

та прозорості виборчого процесу, адже не кожен виборець усвідомлює, що його емоції та рішення можуть бути спрямовані за допомогою цифрових інструментів [12, с. 370]. Алгоритми ШІ використовують величезні обсяги даних про поведінку користувачів в Інтернеті, що дозволяє створювати «цифрові портрети» виборців, базуючись на їхній активності в соцмережах, покупках, перегляді контенту та інших онлайн-діях. Відтак, політичні кампанії можуть не лише передбачити, яку саме інформацію виборець хоче отримати, а й коли і в якому форматі вона буде найбільш ефективною. Це дозволяє автоматизувати процеси не тільки збору даних, але й створення персоналізованих повідомлень, що можуть націлюватися на найслабші місця електоральних переконань або, навпаки, посилювати вже сформовані політичні уподобання [4].

Технології ШІ дозволяють також вести контроль за виборцями на кожному етапі кампанії – від початкового етапу збору даних до безпосереднього націлювання політичних послань. Зокрема, при використанні «психографії» – аналізу психологічних особливостей виборців – можливе формування таких меседжів, які сприяють формуванню певного емоційного настрою чи політичної орієнтації. Це може включати в себе все: від адаптованих політичних рекламних оголошень до навмисного поширення фейкових новин, котрі працюють на посилення певних емоцій або страхів. Один з найбільших викликів цього етапу полягає в тому, що політичні маніпуляції через ШІ часто здійснюються без явного усвідомлення їхнього впливу на суспільство. Багато виборців не знають, як саме алгоритми працюють з їхніми даними і як це може змінити їхні політичні погляди [8, с. 167]. З цієї причини постає питання про регулювання таких технологій, щоб не допустити зловживання ними і захистити право громадян на справедливий вибір. Перехід від традиційних виборчих методів до цифрових технологій створює нові горизонти для політичних маніпуляцій, але й ставить перед суспільством складні етичні питання. Як далеко можна заходити в використанні особистих даних для політичних цілей? Чи існує межа між легітимною маніпуляцією та маніпулюванням, яке шкодить демократичним процесам? Відповіді на ці питання визначатимуть подальший розвиток виборчих практик у епоху цифровізації та ШІ.

Штучний інтелект має величезний потенціал для зміни політичних стратегій, але також створює нові загрози для демократичних процесів. Одним із таких викликів є використання технологій ШІ для поширення фальшивих новин та дезінформації, що може не тільки впливати на політичні погляди виборців, а й суттєво підривати довіру до виборчої системи в цілому [5, с. 234]. Оскільки алгоритми ШІ дозволяють швидко створювати контент,

який виглядає абсолютно правдоподібно, навіть якщо він є повною вигадкою, це відкриває широкі можливості для маніпулювання інформацією. Це явище, відоме як «інформаційне втручання», стає все більш поширеним, і політичні кампанії використовують ШІ для створення і поширення фальшивих новин або маніпуляційних матеріалів, які можуть підривати політичну стабільність. Наприклад, створення фейкових статей або відео, що виглядають як правдиві новини, може мати серйозні наслідки для сприйняття виборцями кандидатів, партій або цілих політичних систем [11]. Боти та автоматизовані акаунти у соціальних мережах можуть поширювати ці матеріали, збільшуючи їхній вплив через велику кількість переглядів та репостів. Це не лише проблема для конкретних виборчих кампаній, а й глобальна загроза для демократичних процесів. Вибори можуть бути значно спотворені, якщо виборці отримують неправдиву інформацію або маніпулюються емоціями через фальшиві новини. Одним із найбільших ризиків є те, що цей процес може стати настільки автоматизованим, що його буде складно виявити або зупинити до моменту, коли шкода вже буде нанесена [5, с. 294].

Але не лише фальсифікація інформації є проблемою. Важливою частиною етапу технологічних маніпуляцій є створення так званих «ефектів ехо-камер» – ситуацій, коли виборці отримують лише ту інформацію, яка підтверджує їхні власні переконання та погляди. ШІ за допомогою алгоритмів таргетингу формує емоційно забарвлені повідомлення, орієнтуючись на особисті уподобання користувачів і їхні попередні взаємодії з контентом. Це створює ілюзію, що виборець належить до певної політичної «камери», де інформація ідеально підходить під його світогляд, а всі альтернативні точки зору ігноруються або відкидаються. Таке середовище не тільки ускладнює ведення цивілізованої політичної дискусії, а й сприяє поляризації суспільства. Не менш важливим є вплив на виборчі результати через маніпуляції з даними, які можуть призводити до зміщення голосів або навіть фальсифікації результатів голосування [10]. Алгоритми ШІ можуть бути використані для маніпулювання результатами соціологічних опитувань або навіть для автоматичного створення позитивних чи негативних новин, що можуть вплинути на електоральну поведінку в останні моменти кампанії. Такі технології здатні радикально змінити вектор електоральних процесів, порушуючи принципи чесності та відкритості виборів.

Технології штучного інтелекту, попри свої переваги, також ставлять під загрозу саму суть демократичних процесів. Вони значно спрощують доступ до маніпуляцій, підриваючи довіру громадян до виборчих систем і політичних інститутів. Одним із найбільш помітних прикладів

використання ШІ в політичних маніпуляціях є «Brexit» 2016 року, де технології аналізу даних і персоналізованої політичної реклами відіграли важливу роль у формуванні громадської думки [1, с. 234]. Кампанія «Leave» активно використовувала дані про виборців, зокрема через компанію Cambridge Analytica, щоб точніше таргетувати своє послання на окремі соціальні групи, використовуючи емоційно забарвлену рекламу, яка грала на страхах і нестабільності. Це не лише допомогло мобілізувати виборців, а й створило ефект, при якому багато людей зробили свій вибір, не маючи повної інформації [7]. Цей приклад підкреслює, наскільки небезпечним може бути використання ШІ для маніпулювання виборцями, коли технології використовуються не лише для прогнозування електоральних настроїв, а й для їх зміни. Але вплив ШІ на політичні процеси виходить далеко за межі маніпуляцій із новинами. Наприклад, технології дозволяють автоматизувати процеси збору даних про виборців, що дає змогу кампаніям краще адаптувати свої стратегії під різні групи. Але це також означає, що особисті переконання та уподобання виборців можуть бути використані для цілеспрямованих маніпуляцій, які впливають на їхнє рішення.

Важливо розуміти, що в епоху цифрових технологій політична кампанія більше не обмежується лише традиційними методами, такими як дебати чи пряма комунікація з виборцями. Все більше значення має аналіз поведінки людей в Інтернеті, їх активність у соціальних мережах, історія пошуків і взаємодії з різним контентом. Алгоритми можуть створювати портрети виборців, дозволяючи точніше прогнозувати їхні реакції на конкретні політичні меседжі [6]. Наприклад, Facebook, використовуючи свої алгоритми, дозволяє політичним кампаніям таргетувати виборців з максимальною точністю, створюючи персоналізовані оголошення, які можуть формувати громадську думку. Однак за цією ефективністю приховуються серйозні етичні проблеми [9, с. 34]. Використання ШІ для впливу на виборців без їхнього відома, а також маніпулювання громадською думкою в такий спосіб, ставить під сумнів саму ідею демократичного процесу. Це змушує задуматися над тим, чи є межі для використання таких технологій у політиці, і чи можемо ми довіряти результатам виборів, коли за їх результатами стоять потужні алгоритми, які можуть маніпулювати свідомістю виборців. Щоб запобігти цьому, необхідно ввести чіткі етичні стандарти і правові рамки для використання ШІ в політичних кампаніях. Більше того, важливо забезпечити прозорість в тому, як ці технології застосовуються, і гарантувати, що виборці матимуть можливість усвідомлено приймати рішення, а не бути жертвами маніпуляцій. Цифрові технології, безумовно,

мають величезний потенціал для поліпшення політичних процесів, але для цього необхідно забезпечити їх етичне використання, щоб не зруйнувати саму основу демократичного суспільства. З огляду на ці виклики, постає потреба в розробці нових етичних та правових стандартів, які могли б обмежити маніпуляції за допомогою ШІ. Важливо знайти баланс між використанням технологій для покращення виборчих процесів та захистом від зловживань, що можуть призвести до серйозних наслідків для демократичної системи. Підвищення прозорості, контроль за використанням даних та запровадження відповідальних норм у сфері політичних технологій є необхідними кроками для забезпечення чесності та справедливості в майбутніх виборах.

Висновки. Використання технологій штучного інтелекту в політиці, зокрема в виборчих кампаніях, значно трансформує традиційні механізми взаємодії з виборцями. ШІ надає можливість більш точно налаштовувати політичні стратегії під конкретні потреби громадян, підвищуючи ефективність комунікації та персоналізуючи повідомлення. Однак цей розвиток несе з собою низку серйозних етичних, правових та соціальних викликів. Однією з головних проблем є маніпулювання емоціями виборців через використання персоналізованої політичної реклами. Алгоритми ШІ здатні не тільки прогнозувати електоральні вподобання, а й активно коригувати поведінку виборців. Це створює ситуацію, коли політична реклама перестає бути просто інформацією, а стає інструментом маніпуляції, яка активно впливає на прийняття рішень. Виборці часто не усвідомлюють, що їхні переконання та емоції можуть бути керовані спеціально адаптованими меседжами, що, в свою чергу, підриває принципи чесності виборчого процесу. Завдяки технологіям штучного інтелекту можливість маніпулювати громадською думкою значно зростає. Прикладом цього є не лише вибори, а й більш глобальні втручання, як, наприклад, втручання в президентські вибори в США в 2016 році. Використання фейкових новин та автоматизованих акаунтів у соціальних мережах для поширення маніпуляційної інформації стало звичним інструментом політичних операцій. Це показує, наскільки сильно нові технології можуть змінити саму природу політичних процесів, перетворюючи їх на цифрові ігри, де боротьба за електоральні голоси йде не лише за допомогою програмних стратегій, а й через підірив довіри до інформаційних джерел та самих виборів. Іншою небезпекою є явище ехо-камер, коли через алгоритми соціальних мереж виборці потрапляють у замкнуті інформаційні простори, де вони отримують тільки ті повідомлення, які підтверджують їхні погляди. Цей ефект підсилює

поляризацію суспільства, оскільки окремі групи починають жити в різних інформаційних реальностях, що ускладнює ведення політичного діалогу та створює конфлікти між різними соціальними та політичними групами. Це може привести до того, що політичні рішення будуть прийматися не на основі об'єктивної інформації, а на основі емоційно забарвлених наративів, створених для впливу на конкретні групи людей. Загрозу становить також автоматизація збору даних і їх використання для маніпуляцій. Алгоритми здатні не тільки виявляти електоральні настрої, а й сприяти створенню фальшивих соціологічних досліджень або маніпулювати результатами через фальсифікацію онлайн-опитувань. Це ставить під сумнів справедливість і прозорість виборчого процесу, оскільки політичні кампанії можуть використовувати ці технології для цілеспрямованого формування результатів голосування, що може призвести до порушення демократичних норм. Для того щоб ці технології не стали інструментом руйнування демократії, необхідно розробити чіткі етичні норми та правові механізми, що забезпечать їх відповідальне використання. Регулювання використання ШІ в політичних кампаніях має бути одним із ключових аспектів сучасного законодавства. Необхідно створити систему моніторингу, яка дозволить виявляти зловживання з даними та маніпуляціями, що можуть впливати на результати виборів. Однак найважливішим є збереження довіри до виборчих процесів, адже саме на ній базується легітимність влади. Політичні сили повинні бути готові до того, що технології ШІ будуть використовуватися не тільки для підвищення ефективності виборчих кампаній, але й для маніпулювання громадською думкою. У той самий час, виборці повинні мати доступ до правдивої і неупередженої інформації, щоб мати можливість приймати інформовані рішення. Тільки таким чином можна забезпечити справедливість і прозорість виборчого процесу в епоху цифрових технологій.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Асірян С. Р. Вихід Великої Британії з Європейського Союзу: передумови, причини та наслідки. *Молодий вчений*. 2018. № 5. С. 232–235.
2. Бернейз Е. Пропаганда. К.: Сварог, 2023. 128 с.
3. Ферг'юсон Ніл. Приреченість: політика і катастрофи. Пер. Катерини Діса. К.: Наш Формат, 2022. 496 с.
4. Bates Lee. How to Win an Election: An Ancient Guide for Modern Politicians. URL: [https://www.ancienthistory.com/2018/05/10/how-to-win-an-election-an-ancient-guide-for-modern-politicians/](#)
5. Denton Robert, Voth Ben, Trend Judith, Friedenberg Robert. *Political Campaign Communication: Principles and Practices*. Rowman & Littlefield, 2019. 416 p.
6. Hale Catherine. *Misinformation and the Weaponization of Social Media*. URL: [https://clubofrome.org/wpcontent/uploads/2022-02](https://clubofrome.org/wpcontent/uploads/2022/02/Club-of-Rome-Misinformation-and-the-Weaponization-of-Social-Media.pdf)

7. Nikiforov A. Brexit Economic Impact: 5 Ways It Affects US Stocks, Trade, Currency And More. International Business Times. 2016. URL: <http://www.ibtimes.com/brexit-economic-impact-5-ways-it-affects-us-stocktrade-currency-more-opinion-2397478>

8. Rid Thomas. Active Measures: The Secret History of Disinformation and Political Warfare. London: Profile Books, 2020. 448 p.

9. Sandervander Linden. Foolproof: Why We Fall for Misinformation and How to Build Immunity. New York: Harper Collins Publishers, 2023. 336 c.

10. Vianelli Donata, Pegan Giovanna, Patriziade Luca. International Marketing Strategy: The Country of Origin Effecton Decision-Makingin Practice. Springer, 2020. 188 p.

11. Wilson T. Digital Politics: Mobilization, Engagement, and Participation. New York: Taylor & Francis, 2020. 136 p.

12. Wilson T. The Impact of Social Mediaon Political Communication. Journal of Communication. Vol. 62. Is. 2. April 2023. P. 363–379.

REFERENCES:

1. Asiryan S. R. (2018). Vykhid Velykoyi Brytaniyi z Yevropeyskogo Soyuzu: peredumovy, prychyny ta naslidky. Molodyy vchenyy. № 5. S. 232–235.

2. Berneyz E. (2023). Propahanda. K.: Svarog. 128 s.

3. Ferg'yuson Nil. (2022). Pryrechenist': polityka i katastrofy. Per. Kateryny Dysa. K.: Nash Format. 496 s.

4. Bates Lee. (2020). How to Winan Election: An Ancient Guidefor Modern Politicians. URL: https://www.clubofrome.org/wp-ENCI_NewNarrativesDec2020_A4-v1-1

5. Denton Robert, Voth Ben, Trend Judith, Friedenber Robert. (2019). Political Campaign Communication: Principles and Practices. 416 p.

6. Hale Catherine. (2021). Misinformation and the Weaponization of Social Media. URL: <https://clubofrome.org/wpcontent/uploads/2-v2>.

7. Nikiforov A. (2016). Brexit Economic Impact: 5 Ways It Affects US Stocks, Trade, Currency And More. International Business Times. URL: <http://www.ibtimes.com/brexit-economic-impact-5-ways-it-affects-us-stocktrade-currency-more-opinion-2397478>

8. Rid Thomas. (2020). Active Measures: The Secret History of Disinformation and Political Warfare. London. 448 p.

9. Sandervander Linden. (2023). Foolproof: Why We Fall for Misinformation and How to Build Immunity. New York. 336 c.

10. Vianelli Donata, Pegan Giovanna, Patriziade Luca. (2020). International Marketing Strategy: The Country of Origin Effecton Decision-Makingin Practice. Springer. 188 p.

11. Wilson T. (2020). Digital Politics: Mobilization, Engagement, and Participation. NewYork. 136 p.

12. Wilson T. (2023). The Impact of Social Mediaon Political Communication. Journal of Communication. Vol. 62. Is. 2. P. 363–379.

Artificial intelligence in political manipulations and the transformation of electoral culture

Lazarovych Mykola Vasylovych

Doctor of Political Sciences,
Professor at the Department
of Information and Socio-Cultural Activities
Western Ukrainian National University
Lvivska str., 11, Ternopil, Ukraine
ORCID: 0000-0001-5640-2605

Goncharuk-Cholach Tetyana
Viktorivna

Doctor of Philosophy, Professor,
Head of the Serhiy Konoval Department
of Political Science and Philosophy
Western Ukrainian National University
Lvivska str., 11, Ternopil, Ukraine
ORCID: 0000-0001-5640-2605

Dokash Oksana Yuriivna

Doctor of Political Sciences,
Associate Professor at the Serhiy
Konoval Department of Political Science
and Philosophy
Western Ukrainian National University
Lvivska str., 11, Ternopil, Ukraine
ORCID: 0000-0002-2064-8934

The relevance of the issue related to the use of artificial intelligence (AI) in political manipulations is driven by the rapid development of technologies that are changing the way politicians interact with voters and influencing democratic processes in the modern world. Today, AI is capable of automating processes of information collection and processing, predicting voter behavior, and forming political narratives and manipulating public opinion through personalized information campaigns. The impact of these technologies on political processes is becoming increasingly significant, raising questions about traditional principles of electoral culture, fairness in elections, and transparency of political campaigns. The purpose of this study is to examine the impact of artificial intelligence on political manipulations and the transformation of electoral culture. To achieve this goal, comprehensive methods are employed, including content analysis of political campaigns, comparative analysis of electoral processes before and after the introduction of AI, as well as sociological surveys that allow assessing changes in voter behavior and their attitudes towards the use of AI in politics. Particular attention is given to studying the impact of artificial intelligence on political advertising, identifying methods of automated content generation and personalized propaganda, as well as the role of technologies in creating political manipulations. The results of the study show that AI significantly changes electoral culture by creating new forms of political manipulation. Specifically, personalized political advertising technologies allow voters to see only the information that aligns with their views and beliefs, which may lead to «echo chambers» and polarization of society. At the same time, the use of algorithms for falsifying information and creating fake news has become a serious threat to democratic electoral processes. The automation of political campaigns and the creation of bots for manipulating public opinion increases the effectiveness of negative campaigns and interference in political processes of other countries. The conclusions emphasize the importance of developing ethical standards for the use of AI in politics, as well as the need for international regulation and control over the impact of new technologies on electoral processes. Only in this way can the foundations of democratic choice be preserved and the fairness and transparency of electoral campaigns be ensured in the future.

Key words: artificial intelligence, political manipulation, transformation, electoral culture, political advertising, elections, consolidation.