

УДК 32

DOI: 10.34670/AR.2026.47.85.001

## Цифровые технологии как структурное ядро современной политической кампании

**Кретов Денис Владимирович**

Кандидат педагогических наук,  
доцент кафедры философии, политологии и теологии,  
Липецкий государственный педагогический университет им. П.П. Семенова-Тян-Шанского,  
398020, Российская Федерация, Липецк, ул. Ленина, 42;  
e-mail: kretov\_dv@lspu-lipetsk.ru

### Аннотация

Статья исследует парадигмальный сдвиг, в рамках которого цифровые технологии превратились из вспомогательного инструмента в структурное ядро, определяющее логику и архитектуру современных политических кампаний. Анализ последовательно раскрывает, как комплекс технологий – микротаргетинг, анализ больших данных, платформы цифровой мобилизации и инструменты кибербезопасности – формирует новую операционную среду политической конкуренции. Автор утверждает, что ключевым активом кампании становятся алгоритмы и базы данных, которые переопределяют стратегии коммуникации, смещая фокус с широковещания к программированию персонализированных реальностей для различных сегментов электората. В работе подробно рассматривается, как трансформируются процессы принятия стратегических решений, планирования ресурсов и управления репутацией в режиме реального времени. Параллельно статья выявляет системные риски, имманентно порождаемые тотальной цифровизацией избирательного процесса, включая углубление общественной поляризации через создание «эхо-камер» и распространение таргетированной дезинформации. Особое внимание уделяется этико-правовым дилеммам, связанным с масштабным сбором данных о гражданах и манипуляцией их политическими предпочтениями. В заключении делается вывод, что современная политическая кампания эволюционировала в высокотехнологичный стартап, чей успех зависит от цифровых компетенций команды.

### Для цитирования в научных исследованиях

Кретов Д.В. Цифровые технологии как структурное ядро современной политической кампании // Теории и проблемы политических исследований. 2026. Том 15. № 1А. С. 3-8. DOI: 10.34670/AR.2026.47.85.001

### Ключевые слова

Политические кампании, современные политические технологии, цифровые технологии, микротаргетинг, большие данные, политическая коммуникация, цифровая поляризация, кибербезопасность.

## Введение

Эволюция политических кампаний исторически сопряжена с развитием медиа-технологий – от печатного станка до радио и телевидения. Однако цифровая революция начала XXI века инициировала не просто появление новых каналов, но фундаментальную трансформацию самой архитектуры кампании. Современная избирательная борьба все менее напоминает широковегательную модель монолога и все более – высокотехнологичный стартап, ведущий непрерывный диалог с сегментированной аудиторией. Цель данной статьи заключается в том, чтобы проанализировать, каким образом цифровые технологии формируют структурное ядро кампании, определяя её ключевые элементы: коммуникацию, анализ, мобилизацию и безопасность, а также выявить порождаемые этим системные вызовы для демократического процесса.

## Основная часть

Эволюция политических кампаний, традиционно рассматриваемая через призму технологического прогресса медиа, претерпела качественный разрыв с наступлением цифровой эпохи [Алексеев, 2023, 187; Артамонова, 2023, 89; Асмолов, 2022, 85; Минаев, 2022, 140; Мозжухин, 2025, 189; Самородов, 2025, 139; Тарасов, Сарычев, Гулиганов, 2025, 581; Тарасов, 2025, 211; Тарасов, 2025, 4; Vinogradova, Melnik, Shaldenkova, 2021, 65]. Если освоение печатного станка, радио и телевидения последовательно расширяло охват и меняло эстетику политической коммуникации, то цифровая революция начала XXI века трансформировала саму онтологию кампании, её внутреннюю архитектуру и базовые принципы функционирования. Современная избирательная борьба утратила черты классического широковегательного монолога и обрела форму перманентного, высокотехнологичного, основанного на данных предприятия, ведущего непрерывный диалог с атомизированной и сегментированной публикой. В этой новой парадигме цифровые технологии перестали быть лишь инструментом трансляции сообщений, эволюционировав в системное, структурное ядро, которое детерминирует все ключевые процессы: от конструирования идеологических нарративов и стратегического планирования до мобилизации ресурсов и ведения информационного противоборства. Данная трансформация требует переосмысления классических политологических моделей, поскольку политическая конкуренция всё больше напоминает противостояние высокоспециализированных технологических стартапов, где победа определяется эффективностью алгоритмов и глубиной анализа данных, а не только силой традиционных партийных институтов или харизмой лидера.

Фундаментальным проявлением этой новой логики стал радикальный отход от унифицированных политических посланий к гиперперсонализированным, ситуативным нарративам. Этот сдвиг стал возможен благодаря конвергенции трёх взаимосвязанных технологических элементов, образующих единый контур управления восприятием. Во-первых, платформенная инфраструктура социальных сетей предоставила прямой, не опосредованный традиционными редакциями канал для диалога с разнородными группами электората, что позволило кампаниям формировать собственные медийные вселенные. Во-вторых, создание сложных, динамически обновляемых баз данных, аккумулирующих цифровой след пользователей позволило перейти от грубых демографических категорий к построению

детальных психографических профилей, выявляющих глубинные ценности, неосознанные страхи и скрытые aspirations. В-третьих, на этой основе алгоритмы микротаргетинга осуществляют точечную доставку политических сообщений, где разным сегментам электората, будь то молодые родители в пригороде или промышленные рабочие в моногороде, предлагаются различные, порой концептуально противоречащие друг другу, версии реальности и программных обещаний. В результате, кампания оперирует не с целостным электоральным телом, а с управляемой совокупностью цифровых двойников, каждому из которых предлагается своя, алгоритмически оптимизированная политическая реальность, что трансформирует пропаганду из искусства создания обобщающих лозунгов в точную науку поведенческого воздействия, сродни цифровому маркетингу высшей пробы.

Этот подход переформатировал и процесс стратегического планирования, подчинив его логике предиктивной аналитики и симуляционного моделирования. Анализ «больших данных» в реальном времени, включая метаданные, настроенческий анализ постов и комментариев, позволяет кампаниям не ретроспективно изучать общественное мнение, а прогнозировать его изменения, выявлять зарождающиеся тренды и «болевые точки» задолго до их оформления в публичной повестке. На этой основе строятся сложные прогнозные модели и симуляции, которые с высокой вероятностью оценивают результаты в сотнях различных сценариев, тестируют устойчивость различных сообщений к критике и, что критически важно, оптимизируют распределение ключевых ресурсов. Подобная оптимизация превращает кампанию в своего рода «ситуационную комнату» или лабораторию, где каждое тактическое решение, от выбора темы для выступления до маршрута агитационного турне, проходит предварительную валидацию через массивы данных, что минимизирует роль политической интуиции и максимизирует технократическую эффективность, одновременно повышая риски формирования «пузыря фильтров» внутри самой команды, оторванной от живой, неоцифрованной социальной ткани.

Параллельно цифровые технологии осуществили революцию в сфере политического участия и мобилизации, кардинально снизив транзакционные издержки для рядовых сторонников. Краудфандинговые платформы демократизировали финансирование, позволив аккумулировать колоссальные бюджеты от миллионов микродонаций, что усилило финансовую независимость кандидатов от узких кругов крупного капитала и лоббистских групп, но также породило новую зависимость от настроений цифровой толпы. Онлайн-волонтерство, координируемое через специализированные платформы и мессенджеры, превратило пассивных симпатизантов в активных. Практики геймификации, внедряющие элементы соревновательности через системы рейтингов стимулируют длительную вовлечённость, трансформируя политическую активность в подобие квеста. Эти процессы сопровождаются возникновением новых доминирующих форматов политического контента, которые, борясь за секунды внимания перегруженного информацией пользователя, неминуемо ведут к симплификации, драматизации и эскалации эмоционального накала политического дискурса, вытесняя сложные аргументированные программы.

Ускорение информационного цикла до предела, характерное для платформенной среды, породило и новые, агрессивные формы репутационного менеджмента, функционирующие в режиме реального времени. Системы мониторинга медиасферы на основе искусственного интеллекта сканируют информационное поле 24/7, отслеживая сентимент и ключевые нарративы, что позволяет командам не просто реагировать на кризисы, но упреждающе их нейтрализовывать и проводить контент-атаки. Стратегия продвижения массово переносится в

область доверительного маркетинга через партнёрство с инфлюенсерами и лидерами мнений, чья аудитория воспринимает их аутентичными посредниками.

Одновременно цифровая сфера стала ареной полноценных гибридных действий, где граница между политической агитацией, кибервойной и разведывательной операцией предельно размыта. Вопросы кибербезопасности внутренней переписки, баз доноров и стратегических планов вышли на первый план, а в арсенале кампаний наравне с инструментами обороны прочно заняли место инструменты наступательные. Среди них: создание координированных сетей ботов и троллей для атаки на оппонентов, искусственного накручивания повестки и распространения компрометирующих нарративов.

Однако это доминирование технологий как структурного ядра порождает системные, экзистенциальные риски для принципов либеральной демократии и публичной сферы. Во-первых, практика микротаргетинга, создавая персонализированные информационные пузыри («эхо-камеры»), катализирует общественную атомизацию и поляризацию, когда разные группы граждан существуют в несопоставимых символических вселенных, что подрывает саму возможность рационального диалога, социального доверия и формирования общественного договора. Во-вторых, технологии вроде генеративного искусственного интеллекта для создания таргетированных кампаний дезинформации превращают манипуляцию в высокоточное оружие, размывая онтологические основы общей реальности и ставя под сомнение саму возможность апелляции к объективным фактам в публичной дискуссии. В-третьих, перманентный и непрозрачный сбор персональных данных для построения психографических профилей без полноценного информированного согласия создает угрозу приватности и автономии личности, порождая феномен «цифрового патернализма», когда избирательское поведение становится объектом прогноза и управления со стороны невидимых алгоритмов. В-четвёртых, фокус кампаний на активную, легкомониторюемую онлайн-аудиторию рискует маргинализировать целые демографические группы с низкой цифровой грамотностью или доступом, например, пожилых граждан или жителей депрессивных регионов, усугубляя уже существующее цифровое и, как следствие, политическое неравенство. Наконец, имманентная логика алгоритмов социальных платформ, поощряющая контент, максимизирующий вовлечённость через возбуждение эмоций и провокацию конфликта, ведёт к триумфу аффекта над рациональной аргументацией, примитивизации политического языка и эскалации агрессии в публичном пространстве.

## Заключение

Таким образом, современная политическая кампания окончательно переформатировалась в сложный технологический гибрид. Она напоминает нечто среднее между аналитическим стартапом, медиа-агентством и командой кибербезопасности, где ключевыми стратегическими активами являются не связи в партийном аппарате, а алгоритмы машинного обучения, эксклюзивные базы поведенческих данных и экспертиза в вирусном маркетинге. Успех в этой гонке всё в большей степени определяется компетенциями поведенческой психологии и управлении цифровыми сообществами, что порождает спрос на новую касту политических технологов – цифровых стратегов, зачастую более влиятельных, чем традиционные идеологи. Однако эта беспрецедентная технологическая эффективность и точность сопряжена с фундаментальными вызовами для самих основ демократического управления: цифровая кампания, будучи образцом инженерного совершенства, потенциально угрожает окончательно

расколоть общественное тело, низвести суверенную волю избирателя до предсказуемого результата работы поведенческих моделей и превратить публичную сферу из пространства дискуссии в поле битвы алгоритмически управляемых машин.

## Библиография

1. Алексеев Д.В. Возможности применения политических технологий в законодательном процессе (на примере Государственной думы VII созыва) // Политическая наука. 2023. № 1. С. 185-205.
2. Артамонова У.З. Обменные программы как инструмент публичной дипломатии США // США и Канада: экономика, политика, культура. 2023. № 12. С. 86-98.
3. Асмолов К.В. Президентские выборы-2022 в Республике Корея // Проблемы Дальнего Востока. 2022. № 2. С. 80-96.
4. Минаев М.В. Политические технологи Консервативной партии Великобритании в избирательных кампаниях 2019 года // Новая и новейшая история. 2022. № 4. С. 135-150.
5. Мозжухин М.П. Технократическая метафора в российском политическом дискурсе: проблема концептуализации // Социология власти. 2025. Т. 37. № 2. С. 187-206.
6. Самородов А.И. Политический маркетинг в Италии: тенденции развития и проблематика // Общественные науки и современность. 2025. № 1. С. 137-150.
7. Тарасов А.Н., Сарычев П.И., Гулиганов Д.Д. Проблема человека в контексте феномена искусственного интеллекта // Евразийский юридический журнал. 2025. № 7(206). С. 581-582.
8. Тарасов А.Н. Философия личностного роста как актуальное направление исследований // Гуманитаристика в условиях современной социокультурной трансформации: Материалы XIV Всероссийской научно-практической конференции. Липецк: Липецкий государственный педагогический университет им. П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2025. С. 210-213.
9. Тарасов А.Н. Философия и образование в условиях цифровой трансформации: итоги научно-методологического семинара // Философия и образование в условиях цифровой трансформации: Материалы Всероссийского научно-методологического семинара. Липецк: Липецкий государственный педагогический университет им. П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2025. С. 3-5.
10. Vinogradova S., Melnik G., Shaldenkova T. Political Technologies: The Interaction of Old and New // Journal of Political Marketing. 2021. Vol. 20, No. 1. P. 60-71.

## Digital technologies as the structural core of modern political campaigns

**Denis V. Kretov**

PhD in pedagogical science, Associate Professor,  
Department of Philosophy, Political Science, and Theology,  
Lipetsk State Pedagogical University named after P.P. Semenov-Tyan-Shan,  
398020, 42, Lenin str., Lipetsk, Russian Federation;  
e-mail: kretov\_dv@lspu-lipetsk.ru

### Abstract

This article explores the paradigm shift in which digital technologies have transformed from a supporting tool into a structural core, defining the logic and architecture of modern political campaigns. The analysis consistently reveals how a complex set of technologies—microtargeting, big data analysis, digital mobilization platforms, and cybersecurity tools—is shaping a new operating environment for political competition. The author argues that algorithms and databases are becoming key campaign assets, redefining communication strategies, shifting the focus from broadcasting to programming personalized realities for different segments of the electorate. The work examines in detail how strategic decision-making, resource planning, and reputation

management are being transformed in real time. Concurrently, the article identifies the systemic risks inherent in the total digitalization of the electoral process, including the deepening of social polarization through the creation of echo chambers and the spread of targeted disinformation. Particular attention is paid to the ethical and legal dilemmas associated with the large-scale collection of citizen data and the manipulation of their political preferences. The conclusion is that the modern political campaign has evolved into a high-tech startup whose success depends on the team's digital competencies.

### For citation

Kretov D.V. (2026) Tsifrovye tekhnologii kak strukturnoe yadro sovremennoy politicheskoy kampanii [Digital Technologies as the Structural Core of Modern Political Campaigns]. *Teorii i problemy politicheskikh issledovaniy* [Theories and Problems of Political Studies], 15 (1A), pp. 3-8. DOI: 10.34670/AR.2026.47.85.001

### Keywords

Political campaigns, modern political technologies, digital technologies, microtargeting, big data, political communication, digital polarization, cybersecurity.

## References

1. Alekseev D.V. (2023) Possibilities of Applying Political Technologies in the Legislative Process (using the State Duma of the 7th Convocation as an Example). *Political Science*. No. 1. pp. 185-205.
2. Artamonova U.Z. (2023) Exchange Programs as a Tool of US Public Diplomacy. *The USA and Canada: Economy, Politics, Culture*. No. 12. pp. 86-98.
3. Asmolov K.V. (2022) Presidential Elections 2022 in the Republic of Korea. *Problems of the Far East*. No. 2. pp. 80-96.
4. Minaev M.V. (2022) Political Technologies of the Conservative Party of Great Britain in the 2019 Election Campaigns. *Modern and Contemporary History*. No. 4. Pp. 135-150.
5. Mozhukhin M.P. (2025) Technocratic Metaphor in Russian Political Discourse: The Problem of Conceptualization. *Sociology of Power*. Vol. 37. No. 2. Pp. 187-206.
6. Samorodov A.I. Political Marketing in Italy: Development Trends and Problems. *Social Sciences and Modernity*. No. 1. Pp. 137-150.
7. Tarasov A.N., Sarychev P.I., Guliganov D.D. (2025) The Problem of Man in the Context of the Phenomenon of Artificial Intelligence. *Eurasian Law Journal*. No. 7(206). Pp. 581-582.
8. Tarasov A.N. (2025) Philosophy of personal growth as a relevant area of research. *Humanities in the context of modern socio-cultural transformation: Proceedings of the XIV All-Russian scientific and practical conference*. Lipetsk: Lipetsk State Pedagogical University named after P.P. Semenov-Tyan-Shansky. Pp. 210-213.
9. Tarasov A.N. (2025) Philosophy and education in the context of digital transformation: results of the scientific and methodological seminar. *Philosophy and education in the context of digital transformation: Proceedings of the All-Russian scientific and methodological seminar*. Lipetsk: Lipetsk State Pedagogical University named after P.P. Semenov-Tyan-Shansky. Pp. 3-5.
10. Vinogradova S., Melnik G., Shaldenkova T. (2021) Political Technologies: The Interaction of Old and New. *Journal of Political Marketing*. Vol. 20, No. 1. P. 60-71.