



Biste li glasovali za ‘chatbot’ političara koji tvrdi da vas dobro poznaje zbog – podataka?

U kojem smjeru ide populizam kada ga spojimo s umjetnom inteligencijom? Ako pitate chatbot političara, reći će vam kako je upravo on najbolji izbor jer poznaje narod "u dušu" - zbog podataka.

Na političku scenu počeli su stupati *chatbotovi*. Ne kao alat koji pomaže političarima u komunikaciji s biračima, već kao stvarni kandidat, programiran da promovira političke ideje i uvjeri nas kako bi on, kao AI, **bio bolji političar od čovjeka jer je objektivan i bez ljudskih mana**.

Naravno, govorimo o nečemu što je još uvijek više eksperiment nego raširena praksa, ali otvara niz pitanja o budućnosti politike. **Može li tehnologija nadmašiti ljudske slabosti poput korupcije i emocionalnih odluka** ili je riječ o novom obliku populizma, gdje AI tvrdi da najbolje razumije volju naroda na temelju podataka?

U razgovoru sa **Silvijom Vuković**, asistenticom na Fakultetu političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, **dotaknuli smo se i fiktivnih populista te kako su populist** komunicirali na društvenim mrežama.

Ono kada se *chatbot* kandidira na izborima

U političkoj se komunikaciji *chatbotovi* mogu koristiti kako bi, primjerice, građane informirali i odgovorili im na razna pitanja vezana za program i stavove nekog političara ili stranke. Takve AI asistente možemo nazvati **političkim chatbotovima**. S druge strane, kada je *chatbot* programiran s ciljem da **postane političar i promovira određene**

političke ideje i bude kandidat – tada govorimo o [chatbot političarima](#), objašnjava Silvija:

Radi se o kompjuterskim programima koji u komunikaciji simuliraju čovjeka, zapravo su umjetna inteligencija, a promoviraju određene političke vrijednosti i pokušavaju nas uvjeriti da bi oni bili bolji političar(i) od ljudi.

Treba napomenuti da je primjera *chatbot* političara vrlo malo. Ne govorimo o raširenom fenomenu, već o nečem zanimljivom što **pokazuje jedan od mnogih smjerova u koje eventualno može otići suvremeno društvo**. To nam ostavlja dovoljno vremena da razmotrimo koje bi posljedice takve političke aktivnosti mogle imeti i analiziramo kako takvi političari komuniciraju da bi što uspješnije uvjerali građane da glasaju za njih:

*Važno je podsjetiti se da iza svakog chatbot političara stoji čovjek – individua, skupina ljudi ili kompanija. Tako je jedan filozof i umjetnik u Danskoj oformio političku stranku ([Sintetička stranka](#)) kojoj je na čelu chatbot političar **Leader Lars**. Lars je stvoren 2022. i funkcionira kao svojevrsni eksperiment. Iako Larsova stranka nije sakupila dovoljan broj potpisa da bi izašla na parlamentarne izbore, **chatbot Lars je i dalje aktivan na [Discordu](#)** gdje još uvijek možete razgovarati s njim i čuti više o njegovim političkim idejama.*

*Chatbot političari mogu biti liberalni, konzervativni, populistni ili ne, mogu biti radikalni ili umjereni, ali u **većini slučajeva koje je Silvija proučavala uočila je naznake populizma***. Glavna ideja koju *chatbot* političari (i njihovi kreatori i promotori) komuniciraju, jest da su oni neutralni, racionalniji, pa i pametniji, od ljudi koji su subjektivni, emocionalni i koruptivni.

Svježi primjer nalazimo u [brazilske](#) politici gdje se na lokalnim izborima **Pedro Markun** kandidirao u onom što naziva “hibridu” s chatbotom Lexom kojeg je stvorio za ove potrebe. On također tvrdi da je umjetna inteligencija bolja za analizu podataka i stvaranja javnih politikama ističe Silvija:

Pedrov cilj je započeti razgovor o umjetnoj inteligenciji u politici, te je transparentan oko pozicije Lexa koji je, kako tvrdi, programiran na temelju liberalnih vrijednosti.

Chatbotovi misle da su objektivni te da znaju što narod želi

U vremenu dubokog razočaranja u političke elite, *chatbotovi* se pozivaju na svoja tehnološka obilježja i prezentiraju kao oni koji su na strani građana i koji bi radili za građane (jer su za to stvoreni). Posebno se naglašava **da bi upravo chatbotovi bili glas naroda, jer bi, koristeći analizu podatke koje o nama imaju online, zapravo najbolje i poznavali volju naroda**. U takvoj komunikaciji leži poveznica između *chatbot* političara i populizma, navodi Silvija:

Stavljanje političara koji su ljudi na jednu stranu, prezentirajući ih kao korumpirane i generalno negativne za narod, i veličanje naroda i njegove volje te postavljanje sebe kao političara kao onoga koji je tu da ispuni volju naroda i radi na dobrobit svih.

U Japanu je 2018. ideja oko nadmoći umjetne inteligencije otišla toliko daleko da je **Michihito Matsuda**, tvorac humanoidnog robota koji se natjecao na lokalnim izborima, predlagao da bi se u **budućnosti mogli ukinuti izbori jer bi chatbot, uz pomoć analize podataka koje ima o ljudima, točno znao koga oni žele izabrati.**

Koliko su glasači nezadovoljni kada svoj glas daju fiktivnim i smiješnim likovima?

Pored chatbot populista, Silvija je još prepoznala i **fiktivne populiste koji su podvrsta celebrity populista** – sadržajno šire populističku ideju dobrog naroda naspram zlih elita, ali se dodatno koriste komunikacijskim stilom slavnih osoba i popularne kulture. Fiktivni su populistici specifični jer najčešće koriste **humor, sarkazam i ironiju** kako bi negativno prikazali političke elite te sebe predstavili kao one koji razumiju probleme naroda:

*Primjerice, **Dario Juričan**, koji je preuzeo identitet **Milana Bandića**, te **Enio Meštrović**, koji utjelovljuje **Ričarda**, dva su poznata primjera fiktivnih populista u hrvatskoj politici. Juričan i Meštrović koristili su svoja alter ega kako bi kritizirali političku scenu, istovremeno se predstavljajući kao oni koji razumiju probleme malog čovjeka i koji su bliski narodu. Njihove poruke biračima bile su smiješne, ali jasne, i često su ukazivale na glavne probleme društva. Sjetimo se samo one Juričanove: Korupcija svima, a ne samo njima.*

Ovi su fiktivni likovi rijetka, ali bitna pojava za istraživače, jer pokazuju do koje krajnosti (celebrity) populizam može ići. **Njihova popularnost reflektira razinu nezadovoljstva građana koji bi radije glasali za fiktivnog i smiješnog lika nego za nekog od “ozbiljnih” i pravih političara.** Osvjetljavaju nezadovoljstvo javnosti i ukazuju na kreativne načine na koje se populizam može manifestirati, ističe Silvija:

*Svojom komunikacijom pojačavaju taj osjećaj nepovjerenja i razočaranja, kriveći elite za sve negativno i prikazujući sebe kao one koji su na strani poštenog i dobrog naroda kojeg bi se u demokraciji trebalo slušati i uvažiti. I **Volodimir Zelenski** na poziciju predsjednika Ukrajine došao je kao populist, i to celebrity populist. Komičar, glumac, osoba koja je preslikala fiktivnu seriju u stvarnost, tvrdeći da je drugačiji od ukrajinske elite.*

Domovinski pokret u 35% svojih objava isticao je narodno zajedništvo

Gong je krajem kolovoza objavio **analizu populističke ponude i potražnje**, a Silvija smatra kako je rezultat ponude populizma očekivan – predvodi Domovinski pokret, a prati ga Pravo i pravda (**Mislav Kolakušić**). No, analiza je za Silviju bila i donekle iznenađujuća – pokazala je da Most nije populistička stranka, no naša je sugovornica sigurna da bi se, kada bi se analizirala komunikacija mnogih Mostovaca, pokazalo suprotno.

Marin Miletić je, primjerice, itekako apelirao na narod tijekom kampanje, pozivajući na jedinstvo i prikazujući sebe kao jednoga od njih/nas. Zanimljivo je vidjeti da, iako članovi

stranke definitivno komunikacijskim sadržajem spadaju pod populiste, stranke očito komuniciraju nešto drugačije.

U Gongovoj analizi Silviji je puno zanimljiviji dio potražnje populizma kod mladih. Nije neuobičajeno vidjeti da su mladi reagirali pozitivno na anti-elitističke poruke. Radi se o skupini birača koja se (i dalje) **nada kvalitetnijoj politici te prepoznaje floskule i puka obećanja**, a često su razočarani rezultatima na izborima, objašnjava Silvija.

Populisti koriste jednostavan i emotivan jezik

Istraživači diljem svijeta prepoznaju da se populisti u digitalnom svijetu koriste jednostavnim jezikom, ponekad i takozvanim agresivnim jezikom (sjetite se Trumpove komunikacije na Twitteru s uključenim *caps lockom*). **Njihove objave se ponekad čine amaterskije u odnosu na tradicionalne profesionalno oblikovane poruke.** Uz to, koriste se emocionalnim jezikom i emocijama općenito, objašnjava Silvija:

Upravo takav način komunikacije često nagrađuju i algoritmi, pa možemo reći i da populisti dobro prate logiku funkcioniranja društvenih mreža.

U svakom slučaju, **opisano nije karakteristično samo za populiste, ali im definitivno pogoduje.** Isto tako, ne koriste svi populisti društvene mreže, ali su im one definitivno pomogle da se približe “narodu”, zaključuje Silvija.

Još ako se u ovu formulu u nadolazećim godinama jače uključe *chatbot* populisti, bit će zanimljivo pratiti nova istraživanja. Jedno je sigurno – **populizam neće jenjavati bilo u stvarnom ili digitalnom svijetu.**

Članak je dio serijala [*“Umjetna inteligencija i politika”*](#) koji je realiziran uz podršku Agencije za elektroničke medije kroz projekt *“Poticanja novinarske izvrsnosti”*.