

ANALIZA PERCEPCIJE POLITIČKIH PORUKA: UMJETNA INTELIGENCIJA VS. LJUDSKI IZRAZ

Ivana Belić, Irena Klepac Mustać, Manuela Bukovec
Alma Mater Europea – ECM, Maribor, Slovenija

Sažetak

Cilj ovog rada je, kroz kvantitativnu analizu anketnog ispitivanja na uzorku od 580 sudionika, dobiti bolji uvid koliko javnost može razlikovati političke poruke napisane od strane čovjeka i one generirane umjetnom inteligencijom. Za potrebe rada od 30. siječnja do 15. ožujka 2024. godine provedena je anketa na uzorku od 580 ispitanika. Anketa je pokazala da većina sudionika ne može razlikovati poruku napisanu od strane čovjeka i onu generiranu od strane umjetne inteligencije. Uzimajući u obzir teoriju narativa i pakiranja politike, autorice anketnim istraživanjem otvaraju brojna istraživačka pitanja naglašavajući važnost transparentne i etičke komunikacije ističući dehumanizaciju kao jednu od potencijalnih posljedica novog oblikovanja narativa u političkoj komunikaciji povećanim korištenjem umjetne inteligencije.

Ključne riječi

umjetna inteligencija, ljudski izraz, politička komunikacija, pravni aspekt umjetne inteligencije

UVOD

U suvremenom političkom okruženju, brz razvoj tehnologije, posebice u području umjetne inteligencije (AI), postavlja kompleksna pitanja o percepciji i autentičnosti političkih poruka. Prethodna istraživanja ističu da je AI sve prisutniji u političkoj komunikaciji, što postavlja temelje za dublje razumijevanje njezinog utjecaja na percepciju građana odnosno javnosti. Po Jürgenu Habermasu javnost je sfera u kojoj se raspravljaju javne potrebe uz sudjelovanje svih građana. On govori o građanskoj javnosti kao sferi privatnih osoba okupljenih u publici /1/. S druge strane ovog istraživanja, a koju autorice suprotstavljaju u ovom radu, je umjetna inteligencija definirana kao sposobnost nekog uređaja da oponaša ljudske aktivnosti poput zaključivanja, učenja, planiranja i kreativnosti /2/.

S obzirom na sveprisutnu primjenu AI u političkom komuniciranju, otvara se pitanje jesu li građani u mogućnosti prepoznati razliku između političkih poruka koje potječu od ljudi i onih koje su rezultat umjetne inteligencije te je li nemogućnost razlikovanja etički ispravna i moralna. Teorija narativa i pakiranja poruka igraju ključnu ulogu u ovom kontekstu. Narativna teorija sugerira da političke poruke nisu samo informacije, već i način na koji se priče pripovijedaju /3/. S druge strane, pakiranje poruka, odnosno način kako se političke poruke oblikuju i predstavljaju, može značajno utjecati na percepciju građana /4/.

Prema riječima Fishera (1985), "Politika je narativna. Političke poruke oblikuju se kao priče koje odražavaju naše vrijednosti, strahove i nade."

Sve veći utjecaj umjetne inteligencije potvrđuje i nedavno usvojeni Akt o umjetnoj inteligenciji. Akt je usvojio Europski parlament 13. ožujka 2024. u Strasbourgu čije stupanje na snagu očekuje 2026. Ciljevi akta su zaštita ljudskih prava, demokracije, vladavine prava i održivosti okoliša od visokorizične umjetne inteligencije; poticanje inovativnosti te uspostava Europske unije (EU-a) kao globalnog lidera u umjetnoj inteligenciji. Pravila se temelje na mogućim rizicima i razinama utjecaja /5/. Uz doneseni akt, EU je osnovala u veljači 2024. godine i Europski ured za umjetnu inteligenciju koji djeluje u okviru Europske komisije kao centar ekspertize u umjetnoj inteligenciji. Ured je zadužen za nadzor, izvršavanje i provedbu Akta o umjetnoj inteligenciji EU-a s državama članicama. Glavna svrha postojanja ureda je pozicioniranje EU kao predvodnika u održivom razvoju umjetne inteligencije; osiguravanje poštovanja ljudskih prava i dostojanstva u korištenju umjetne inteligencije; poticanje povjerenja građana u korištenje umjetne inteligencije; promicanje suradnje, inovacija i istraživanja u umjetnoj inteligenciji te istodobna zaštita od rizika povezanih s umjetnom inteligencijom /6/. Jürgen Habermas tvrdi da „kasni“ kapitalizam sa sobom donosi manipulaciju javnim mnijenjem posredstvom masovnih medija, forsiranu artikulaciju društva posredstvom velikih organizacija te, ukoliko, da „sustav“ upravlja politikom /7/. Herbert Schiller zapaža da se u suvremenom kapitalizmu političari „prodaju“ javnosti „gotovo kao sapun i automobil. Pitanja javne politike, ako se uopće razmatraju, sve se više izražavaju i pretresaju u reklamama od trideset sekundi“ /8/. Hoće li umjetna inteligencija u bližoj budućnosti štetiti ili koristiti narušenim javnim politikama, kako navode Habermas i Schiller? Ovo istraživanje otvara prostor za promišljanje o moralnoj odgovornosti u korištenju AI u političkoj sferi te potrebi za etičkim smjernicama u takvim situacijama. Kroz ovaj rad, autorice žele pridonijeti boljem razumijevanju suodnosa između AI i ljudskog faktora u političkoj komunikaciji u eri propitujući koliko je javnost u mogućnosti prepoznati razlike

ljudskog izraza i umjetne inteligencije te brine li o tome uopće.

Hipoteze:

1. Ispitanici će imati poteškoća u prepoznavanju političkih poruka koje su generirane od strane umjetne inteligencije u usporedbi s porukama koje su stvorili ljudi.
2. Ispitanici će izraziti veću zabrinutost za moralnost i etičnost političkih poruka generiranih od strane umjetne inteligencije u usporedbi s porukama koje su stvorili ljudi.
3. Postoji potreba za jasnim pravnim smjernicama o odgovornosti političkih poruka generiranih AI-om, posebice u kontekstu transparentnosti i autentičnosti u političkom komuniciranju.

TEORIJSKI PREGLED

Naratologija, čiji se korijeni nalaze u strukturalizmu i koja veliki dio svoje terminologije uzima iz lingvističke teorije, je proučavanje načina na koje narativi funkcioniraju /9/. Iskustvenost kao srž narativa naglašava postklasična naratologija, a novi trendovi u historiografiji ističu iskustva u društvenoj i kulturnoj povijesti /10/. Teorija narativa/pripovijedanja polazi od pretpostavke da je pripovijedanje temeljna ljudska strategija za suočavanje s temeljnim elementima našeg iskustva kao što su vrijeme, proces i promjena. Polazi od te pretpostavke proučavajući osebujnu prirodu pripovijedanja i njegovih različitih struktura, elemenata, upotrebe i učinaka. Teoretičari narativa, ukoliko, proučavaju kako priče pomažu ljudima da shvate svijet, dok također proučavaju kako ljudi daju smisao pričama. Umjetna inteligencija danas postaje pripovjedač, ali iskustva i dalje ostaju ljudska, preuzeta od ljudi. Narativnu odgovornost i način kako umjetna inteligencija izaziva ljudsku odgovornost, istražuje Coeckelbergh razvijajući pri tom pojam „narrativne odgovornosti“ kao oblik „hermeneutičke odgovornosti“. Coeckelbergh zaključuje da su ljudi ti koji imaju narativnu, hermeneutičku,

odgovornost, bilo da priče stvaraju uz pomoć umjetne inteligencije ili ne /11/. U daljnjim istraživanjima Coeckelbergh zaključuje da procesi umjetne inteligencije i pripovijedanja oblikuju naše vrijeme te povezuju prošlost, sadašnjost i budućnost na poseban način koji su etički i politički značajni /12/. Björninen, Hatavara i Mäkelä istražuju narativ u smislu društvenog djelovanja, analizirajući naratološki pristup priči, diskursu i pozicioniranju u političkom pripovijedanju. Oni u svom radu tvrde da teorijska osnova leži u naratološkoj razlici između priče i diskursa s obzirom na to da u naratologiji priča označava događaje u svijetu pripovijedanja, dok je diskurs tekst koji ih pripovijeda /13/. Kompjutorski program, posebice rani sustavi umjetne inteligencije poput ELIZA-e koju je stvorio Joseph Weizenbaum, također se može shvatiti kao sam narativ. Oslanjajući se na slučaj ELIZE Josepha Weizenbauma, koji se uveliko smatra prvim stvorenim chatbotom, Natale (2019) predlaže teorijski okvir ciljem rasvjetljavanja dinamike i implikacija diskurzivnog života kompjutorskog programa /14/. Umjetna inteligencija (Artificial Intelligence; AI) je danas snažno prisutna u međuljudskoj komunikaciji, ima potencijal promijeniti način na koji ljudi komuniciraju, mijenja postavke oko djelovanja i uvodi nova etička pitanja. Komunikacija posredovana umjetnom inteligencijom (Artificial Intelligence-Mediated Communication; AI-MC) se brzo razvija i može poboljšati ljudsku komunikaciju, no ako je manipulativne i lažne poruke lakše generirati i teže otkriti, AI bi gotovo svu računalno posredovano komunikaciju mogla učiniti nepouzdanom /15/. Tehnologije umjetne inteligencije se sve više prezentiraju i kao rješenja za mnoge probleme našeg društva, pri čemu su društvena i pravna očekivanja dvosmislena, a tehnički izazovi značajni /16/. Algoritmi, podaci i tehnologije umjetne inteligencije prožimaju većinu društava diljem svijeta zbog njihovih dokazanih koristi u različitim područjima života, moć imaju oni koji posjeduju podatke, a država je ta koja je zadužena za iskorištavanje prednosti tih tehnologija i to ne samo kad je u pitanju

pružanje digitalnih usluga vlade /17/; /18/. AI je već danas uspostavljena kao ključna sociotehnička institucija; prihvaćena i neizbježna u mnogim sektorima. Polazeći od tog zaključka, Bareis i Katzenbach su u svom radu sistematično i empirijski analizirali vrlo intenzivnu proizvodnju tehnologija kao što je umjetna inteligencija, na dokumentima o politici umjetne inteligencije za četiri ključna igrača: Kina, Sjedinjene Države, Francuska i Njemačka. Rezultati ukazuju da svi oni uspostavljaju umjetnu inteligenciju kao neizbježan, ali masovno ometajući tehnološki razvoj. Tehnološki napredak umjetne inteligencije je intenzivan, a vlade pridonose tomu umjesto da kritički i razborito procjenjuju rizike i potencijale, što autori smatraju važnim zadatkom budućnosti /19/. Neosporno je da novi načini primjene umjetne inteligencije nude mogućnosti za povećanje ekonomske učinkovitosti i kvalitete života, ali i da predstavljaju nove oblike rizika kojima treba upravljati, pri čemu vlade imaju ključnu ulogu /20/. AI i njeni asistenti predstavljaju oblik rizika digitalnog povezivanja i važno je toga biti svjestan na svim razinama. /21/. Stoga je evidentno da postoji potreba i hitnost reguliranja umjetne inteligencije, a na tom putu potrebno je uskladiti dionike prema održivoj regulativi. Za makroproces regulacije važan je savez između znanstvenika i izvršne, zakonodavne i sudske vlasti. Unatoč svim naporima usmjerenim na regulaciju i upravljanje umjetnom inteligencijom, još uvijek postoji izražen jaz između etičkih načela i funkcionalnog modela. Idealan model bi trebao uskladiti interese, nudeći dobrobiti svima i to tijekom cijelog životnog ciklusa proizvoda ili usluge umjetne inteligencije /22/. Potaknuti porastom generativne umjetne inteligencije u politici, Walker i drugi spajaju istraživanje incidenata umjetne inteligencije s istraživanjem političkih dezinformacija, a rezultati sublimiraju u bazu podataka The Political Deepfakes Incidents Database (PDID). Baza sadrži politički *deepfake* sadržaj, a njeno korištenje bi trebalo pomoći u otkrivanju prevalencije, trendova i utjecaja političkih neistina kao i u rješavanju šteta nastalih na temelju lažnih političkih prikaza te

osmišljavanje protumjera /23/. Uobičajeno je da su kreatori politika birani na temelju iskustva, a u donošenju odluka savjetuju ih stručnjaci iz pojedinih područja. Ipak, mnoga istraživanja upozoravaju na nepovjerenje ljudskoj prosudbi jer ona može biti vrlo pogrešna i donose zaključke da bi budući sustavi umjetne inteligencije mogli pouzdanije donositi političke odluke /24/. Svakako se to naslanja na činjenice da političke sustave, izbore, donošenje odluka sve više pokreću aspekti ili nusproizvodi automatizacije i algoritamskih sustava na različitim sistemskim razinama. Ovi sustavi se protežu od ciljanih političkih reklama do prepoznavanja lica, od automatiziranih interakcija koje pojačavaju polarizaciju do anketa javnog mnijenja temeljenih na internetu koje se lako mogu iskriviti čimbenicima automatizacije. /25/. Moć digitalnih platformi i algoritama kao političkih aktera je velika stoga je važno fokusirati se i na strategije neistina, dezinformacije, eho komore u upotrebi umjetne inteligencije /26/. U istraživanju percepcije javnosti na razlikovanje poruka stvorenih od strane čovjeka i onih generiranih od strane umjetne inteligencije autorice kao drugu temeljnu teoriju u političkoj komunikaciji uzimaju teoriju pakiranja politike. Rasprava o pakiranju politike postala je ključna u znanstvenim i stručnim krugovima o političkom komuniciranju od sredine prošlog desetljeća. Glavni razlog za to je činjenica da suvremena praksa "svrhovitog komuniciranja o politici" snažno ovisi o utjecaju stranaka i političara na javnu percepciju putem spin doktora, kako ističe /27/; /28/. Pakiranje politike proizlazi iz bliske veze između ekonomskog i političkog oglašavanja, gdje se nastoji promicati postojeće stanje i potaknuti nove potrebe u skladu s društvenim kontekstom. U tom kontekstu, istaknuti političari moraju posjedovati iznimne komunikacijske vještine i kulturno prihvatljiv imidž. Tijekom izbornih kampanja, naglasak na osobnosti i imidžu političkih vođa sve više preuzima važnost, dok političke strategije postaju manje naglašene. Umjesto toga, kampanje se usredotočuju na stvaranje pozitivnih

doživljaja o kvalitetama vođa ili stranke, dok se politički stavovi o društvenim pitanjima i problemima birača sve manje ističu. S obzirom na to da je određeno velikom važnošću prezentacijske forme političkoga komuniciranja, pakiranje politike usko je povezano sa specifičnim medijskim inscenacijama koje provode politički akteri kako bi zadobili ili osnažili potporu u javnosti. Thomas Meyer, ugledni njemački politolog, uočava kako su oblici te inscenacije gotovo potpuno preuzeti od teatra: personifikacija, mitski sukob junaka, drama i minidrama, arhetipske priče u medijima, verbalni okršaji, simboličke radnje ... Meyer kaže kako se inscenacija "izjednačuje s potiskivanjem politike političkim kazalištem" i ustvrđuje: "Simbolička 'kao da politika' odigrava radnju koja prividno sugestivno upućuje na stvarno događanje, ali koje se u stvarnome političkom svijetu ne zbiva" /29/. Pakiranju politike upućuju se brojne kritike: mnogi znanstvenici i politički analitičar tvrde kako ono dovodi do smanjenja kvalitete političkoga diskursa pa i njegova zaglupljivanja: "Politički se argumenti trivijaliziraju, pojavnost je važnija od stvarnosti, osobnost od politike, površno od dubokoga" /30/. Korištenje umjetne inteligencije zasigurno utječe i utjecat će na pakiranje politike u suvremenim političkim kampanjama, ali i političku komunikaciju općenito. Postavlja se još jedno pitanje. Hoće li umjetna inteligencija zamijeniti tako zvane spin doktore u oblikovanju političkih poruka i može li umjetna inteligencija te u kojoj mjeri zamijeniti komunikacijske stručnjake?

CILJEVI I METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Ciljevi istraživanja

Glavni cilj ovog istraživanja bio je dobiti uvid u mogućnost razlikovanja poruka koje je stvorio čovjek i one koju je generirala umjetna inteligencija. Polazeći od toga, postavljeni su i sljedeći specifični ciljevi istraživanja:

1. Utvrditi postotak ispitanika koji su uspjeli prepoznati političke poruke generirane od strane čovjeka u odnosu na one koji to nisu.

2. Utvrditi dominantne stavove ispitanika na pitanje važnosti autora političkog sadržaja.
3. Utvrditi je li ispitanicima važniji politički program ili osoba.
4. Ustanoviti postojanje ili nepostojanje zabrinutosti upotrebe umjetne inteligencije.
5. Utvrditi otvorenost ispitanika prema upotrebi umjetne inteligencije i važnosti dodatne edukacije.

METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

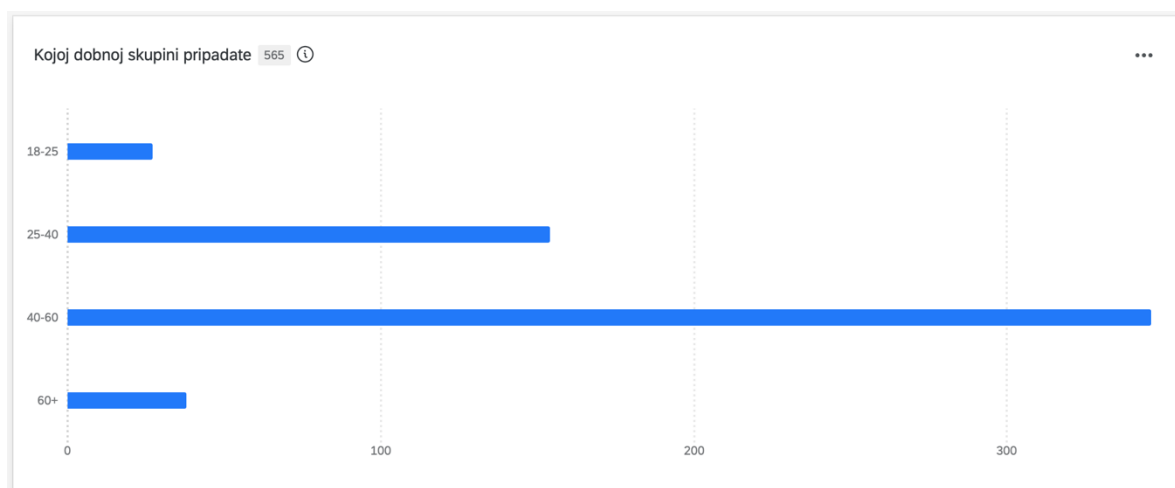
Autorice su za istraživanje koristile anketnu metodu koja je provedena od 30. siječnja do 15. ožujka 2024. s pomoću Qualtrics.com alata. Anketi je pristupilo 580 sudionika koji su pristupili odgovaranju na 8 kategorija pitanja. Prva kategorija pitanja odnosila se na dob ispitanika; druga na razinu obrazovanja; treća kategorija pitanja koja se sastojala od pet tvrdnji odnosila se na interes za političkim aktivnostima; četvrta kategorija na percepciju političkih poruka i sastojala se također od pet tvrdnji dok se peta kategorija o umjetnoj inteligenciji sastojala od osam kategorija, a šesta o komunikacijskim kanalima i političkim porukama od četiri kategorije. Sedmo pitanje je bila poruka stvorena od strane čovjeka na koju su ispitanici trebali

odgovoriti je li ju stvorio čovjek ili ju je generirala umjetna inteligencija dok je osmo pitanje bila poruka generirana od strane umjetne inteligencije gdje su ispitanici ponovo trebali odrediti je li poruku napisao čovjek ili je generirana umjetnom inteligencijom. Problem ovog istraživanja je mali uzorak ispitanika koji su pristupili anketi kao i subjektivni odgovor koje su ispitanici davali prilikom ispunjavanja ankete.

REZULTATI

Od 580 ispitanika koji su pristupili anketi, u dobnoj skupini od 18 do 25 godina sudjelovalo je 27 ispitanika, dok je 154 sudionika bilo u dobi od 25 do 40 godina. Najbrojnija dobna skupina je bila ona od 40 do 60 godina, s ukupno 346 sudionika, dok je 38 sudionika bilo u dobi od 60 godina i starije. Što se tiče razine obrazovanja, 58 sudionika završilo je srednjoškolsko obrazovanje (gimnaziju), dok je 67 sudionika imalo završeno strukovno obrazovanje. Od sudionika, njih 27 je završilo profesionalni studijski program, a 35 sudionika je završilo preddiplomski studij. 289 sudionika imalo je završen diplomski studij, dok je 56 sudionika završilo specijalistički studijski program, 31 sudionik ima završen doktorski studij.

Tablica 1: Dobna skupina ispitanika



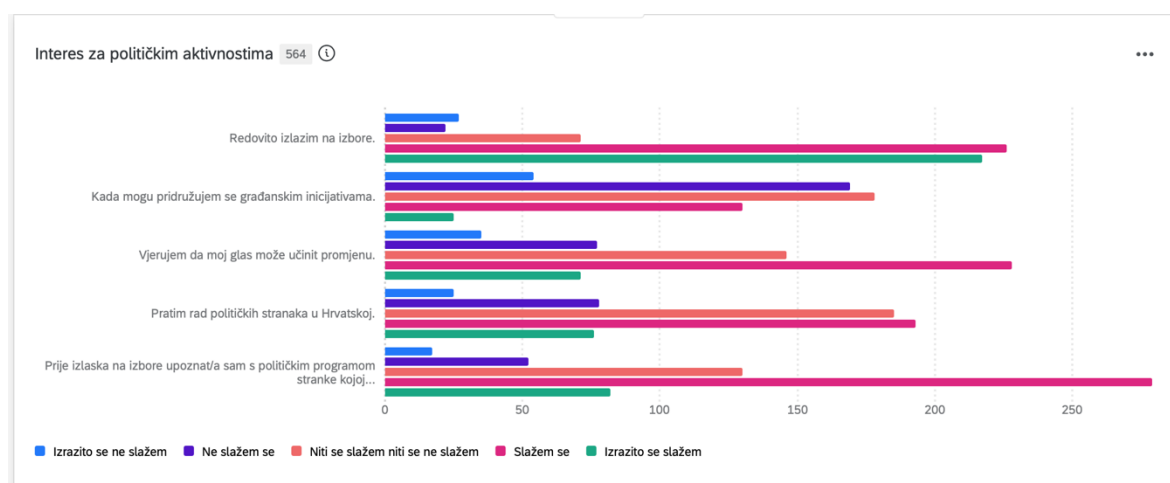
Interes za političkim aktivnostima sudionika istraživanja analiziran je kroz njihove stavove i sudjelovanje u političkim procesima.

Redoviti izlazak na izbore, kao ključni oblik političke aktivnosti, bio je prisutan kod većine ispitanika. Među njima, 226 ispitanika se

složilo i 217 ispitanika se izrazito složilo s tvrdnjom. 27 sudionika izrazilo je izrazito neslaganje s ovom aktivnošću, dok se 22 sudionika nije složilo s tim. Kada je riječ o pridruživanju građanskim inicijativama, 25 sudionika izrazilo je izrazito neslaganje, dok se 169 njih nije složilo s ovom tvrdnjom. S druge strane, 130 sudionika se složilo s pridruživanjem građanskim inicijativama, a 25 sudionika je izrazilo izrazito slaganje s tvrdnjom. Vjerovanje u moć vlastitog glasa kao sredstva za promjenu također je bilo prisutno među sudionicima. Naime, 35 sudionika izrazilo je izrazito neslaganje s ovom tvrdnjom, dok se 77 njih nije složilo. S druge strane, 228 sudionika izrazilo je

slaganje, a 71 sudionik izrazio slaganje s tvrdnjom. Praćenje rada političkih stranaka u Hrvatskoj također je bila jedna od ponuđenih tvrdnji. Veći broj sudionika, njih 193, se složilo s tvrdnjom, a 76 se izrazito složilo s tvrdnjom. 25 ispitanika se izrazito nije složilo, 78 ispitanika se nije složio dok se 185 ispitanika nisu niti složila niti ne složila s ponuđenom tvrdnjom. Kada je riječ o upoznavanju s političkim programom stranke prije izlaska na izbore, 17 sudionika izrazilo je izrazito neslaganje s ovom aktivnošću, dok se 52 njih nije složilo. Veći broj, odnosno 279 sudionika, složio se s ovom aktivnošću, a 82 sudionika izrazilo je izrazito slaganje.

Tablica 2: Interes za političkim aktivnostima



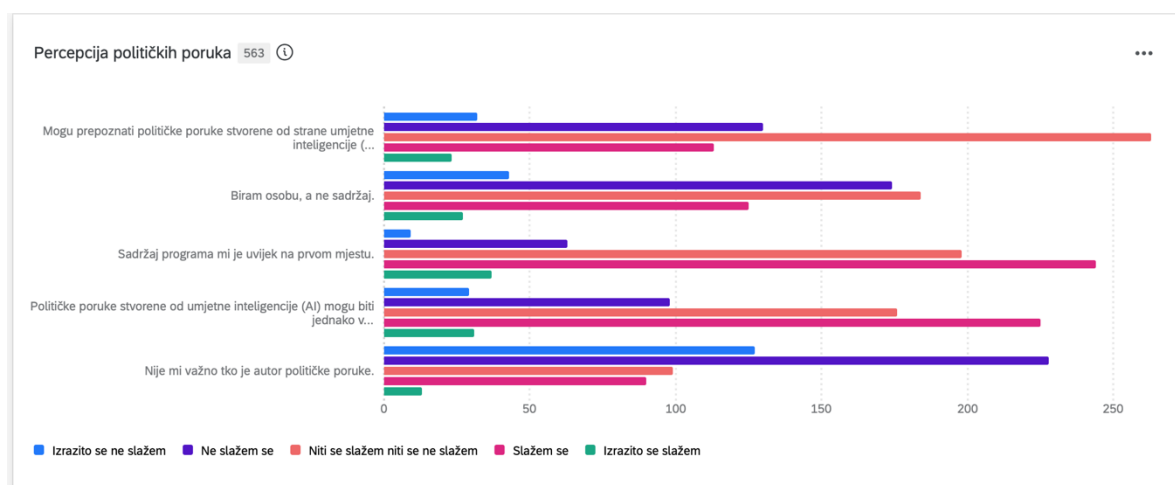
U okviru istraživanja percepcije političkih poruka i autorstva, sudionici su iznijeli svoje stavove i preferencije na ponuđene tvrdnje. Jedan od ključnih aspekata istraživanja bio je stav sudionika prema prepoznavanju političkih poruka stvorenih od strane umjetne inteligencije. Rezultati pokazuju različite perspektive ispitanika: 32 sudionika izrazilo je izrazito neslaganje s mogućnošću da mogu prepoznati poruke stvorene od strane umjetne inteligencije, dok se njih 23 izrazito složilo s tvrdnjom. Osim toga, većina sudionika (ukupno 263) bila je neutralna ili ambivalentna prema ovoj temi. 113 ispitanika se složilo, a 23 izrazito složilo s ponuđenom tvrdnjom. Kada je riječ o preferenciji između

osobe i sadržaja političke poruke, 43 sudionika izrazilo je izrazito neslaganje s odabirom osobe umjesto sadržaja, dok ih je 27 izrazilo izrazito slaganje s takvim pristupom. Većina sudionika (ukupno 184) izrazilo je neutralnost ili ambivalentnost u vezi s tvrdnjom, 125 ispitanika se složilo, a 27 ispitanika se izrazito složilo. Slično tome, sudionici su imali različite stavove o važnosti sadržaja političkog programa u odnosu na osobu. Dok je 9 sudionika izrazilo izrazito neslaganje s prioritetom sadržaja, 37 ih je izrazilo izrazito slaganje. Većina sudionika (ukupno 244) složila se s tvrdnjom, a 198 ispitanika nije se niti složilo niti ne složilo s tvrdnjom. U pogledu jednake vrijednosti

političkih poruka stvorenih od strane umjetne inteligencije, 29 sudionika izrazilo je izrazito neslaganje s njihovom vrijednošću, dok ih je 31 izrazilo izrazito slaganje. Većina ispitanika (ukupno 225) složilo se s tvrdnjom, a 176 ispitanika bila je neutralna ili ambivalentna prema ovoj temi. Konačno, stavovi o autorstvu političkih poruka također su bili raznovrsni. Dok je 127 sudionika izrazilo izrazito neslaganje s važnošću autora, njih 13

je izrazilo izrazito slaganje. Većina sudionika (ukupno 99) bila je neutralna ili ambivalentna prema ovom aspektu dok se 90 ispitanika složilo s tvrdnjom da im autor političke poruke nije važan.

Tablica 3: Percepcija političkih poruka



U dijelu ispitivanja percepcije i prihvaćanja umjetne inteligencije ispitanici su iznijeli ponovo različite stavove i mišljenja. Pitanje koje se odnosilo na percepciju umjetne inteligencije kao prijetnje ljudskom izrazu pokazalo je različite perspektive. Naime, 30 sudionika izrazilo je izrazito neslaganje s tom tvrdnjom, dok ih je 36 izrazilo izrazito slaganje. Većina sudionika (ukupno 194) bila je neutralna, 170 ispitanika se nije složilo s tvrdnjom dok se 131 ispitanik složio s tvrdnjom. Na tvrdnju korištenje umjetne inteligencije smatram ispravnim 74 ispitanika se izrazito nije složilo s tvrdnjom, 186 ispitanika se nije složilo s tvrdnjom, 199 ispitanika je ostalo neutralno (nije se niti složilo niti ne složilo), 93 ispitanika su se složila i 6 ispitanika se izrazito složilo s tvrdnjom. Većina sudionika (254) složila se s tvrdnjom da je upoznata s radom umjetne inteligencije, a 175 ispitanika se nije niti složilo niti ne složilo. 14 ispitanika se nije izrazilo

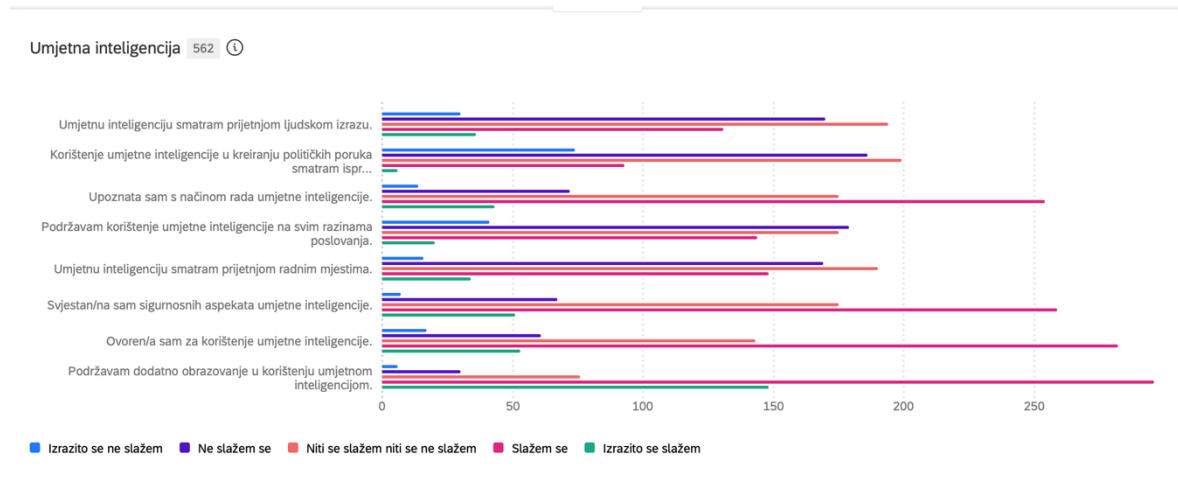
složilo s upoznatošću rada umjetne inteligencije, 72 se nisu složila, a 43 ispitanika su se izrazito složila. Na tvrdnju o podržavanju upotrebe umjetne inteligencije na svim razinama poslovanja ispitanici su se gotovo podjednako rasporedili među one koji se slažu (144), one koji se ne slažu (179) i one koji su neutralni prema tvrdnji (175). 190 ispitanika na tvrdnju o smatranju umjetne inteligencije kao prijetnju radnim mjestima ostaje neutralno, niti se slaže niti se ne slaže. 148 ispitanika se slaže, a 169 ispitanika se ne slaže s tom tvrdnjom.

Svijest o sigurnosnim aspektima umjetne inteligencije također je bila jedna od ponuđenih tvrdnji na koju je 7 ispitanika izrazilo izrazito neslaganje s tim aspektom, dok ih je 51 izrazilo izrazito slaganje. Većina sudionika (ukupno 259) izrazila je svjesnost o sigurnim aspektima umjetne inteligencije a 175 ispitanika ostalo je neutralno prema ovom

aspektu. Otvoreno prema korištenju umjetne inteligencije pokazala je da se većina ispitanika (njih 282) slaže s tom tvrdnjom, 143 ispitanika neutralna su u svom odgovoru (niti se slažu niti se ne slažu), a 61 ispitanik se ne slaže s tvrdnjom. Stavovi o podržavanju dodatnog obrazovanja u korištenju umjetne

inteligencije pokazali su da se većina ispitanika (296) složila s tvrdnjom, 148 ispitanika izrazito se složila s tvrdnjom, 143 su ostala neutralna, a 61 ispitanik se nije složio dok se 17 ispitanika izrazito nije složilo s tvrdnjom.

Tablica 4: Umjetna inteligencija



Dio anketnog upitnika posvećen komunikacijskim kanalima pokazao je kako većina ispitanika koristi društvene mreže (njih 272). Također, 200 ispitanika se složilo s tvrdnjom da najviše vjeruju političkim debatama, a njih 219 ostalo je neutralno kod tvrdnje. 302 ispitanika nisu se složila o informativnosti političkih televizijskih spotova. 181 ispitanik nije se složio niti s tvrdnjom da redovito prate političke intervjue, a 171 ispitanik nije se niti složio niti ne složio s ponuđenom tvrdnjom.

Posljednja dva pitanja bila su izražena u formi izjava, a ispitanici su trebali odgovoriti smatraju li da je poruku kreirao čovjek ili umjetna inteligencija.

Poruka stvorena od strane umjetne inteligencije glasila je:

U Hrvatskoj se suočavamo s problemom centralizacije, gdje se 90 posto odluka donosi u Zagrebu. Hrvatska treba biti zemlja u kojoj svi, od sjevera do juga, imaju jednake šanse za prosperitet.

33 % ispitanika odgovorilo je da je poruku generirala umjetna inteligencija, a 67 % ispitanika odgovorilo je da je poruku napisao čovjek.

Poruka napisana od strane čovjeka glasila je:

Hrvatska je država u kojoj se o 90 posto javne potrošnje odlučuje u Zagrebu. Centralizirana je do te razine da je zatočena. Hrvatski građani moraju dobiti priliku da o svom životu odlučuju tamo gdje žive.

36 % ispitanika odgovorilo je da je poruku generirala umjetna inteligencija, a 64 % ispitanika odgovorilo je da je poruku napisao čovjek.

RASPRAVA

U suvremenom dobu političke komunikacije, granice između ljudskog izraza i umjetne inteligencije (AI) postaju sve zamagljenije. Istraživanje pokazuju da većina ispitanika ima poteškoća u razlikovanju političkih

poruka generiranih od strane umjetne inteligencije u usporedbi s onima koje su stvorili ljudi. Ispitanici su gotovo u potpunosti zamijenili poruke. Istraživanje sugerira da umjetna inteligencija postaje sve prisutniji dio političke komunikacije, što može imati potencijalne implikacije na to kako građani percipiraju i reagiraju na političke poruke. Građani se bore s razlikovanjem poruka generiranih od strane umjetne inteligencije i one od strane čovjeka što dovodi do etičkih zabrinutosti u vezi s ulogom umjetne inteligencije u političkoj komunikaciji. Mješovite percepcije o prijetnji umjetne inteligencije ljudskom izrazu dodatno kompliciraju ovu situaciju.

Ovo istraživanje otkriva mješavinu zbunjenosti, zabrinutosti i otvorenosti prema umjetnoj inteligenciji u političkoj komunikaciji. Hoće li nam ili neće biti potrebne etičke smjernice te na koji način i je li uopće moguće vršiti kontrolu sadržaja generiranog posredstvom umjetne inteligencije? Hoćemo li umjetnu inteligenciju navoditi kao autora određenog sadržaja ili će umjetna inteligencija ostati nepotpisan autor baš kao što je to slučaj kada političke poruke pišu glasnogovornici i drugi komunikacijski stručnjaci? Je li dehumanizacija autora neupitna?

Istraživanjem se otkrivaju brojna pitanja, no autori istraživanjem pokazuju kako je za razumijevanje utjecaja umjetne inteligencije na političku komunikaciju, ali i za osiguravanje transparentnosti i integriteta političke komunikacije nužno obrazovanje o korištenju umjetne inteligencije kako bi se osiguralo odgovorno i efikasno korištenje ove tehnologije u političke svrhe.

Pitanje odgovornosti postaje ključno. Razmatrajući implikacije umjetne inteligencije u političkoj komunikaciji, otvara se rasprava o zaštiti privatnosti, transparentnosti i integritetu demokratskih procesa. Razumijevanje dubljih slojeva utjecaja umjetne inteligencije na političku komunikaciju zahtijeva interdisciplinarni pristup i suradnju stručnjaka iz područja

politike, prava, komunikacije, tehnologije i etike. Sve više se ističe važnost javne rasprave o regulaciji korištenja umjetne inteligencije u političke svrhe kako bi se osiguralo poštivanje demokratskih načela i vrijednosti. Postoji li mogućnost da se umjetna inteligencija koristi za poboljšanje političke participacije i informiranosti građana ili će služiti kao alat za manipulaciju i kontrolu?

Proširivanje ovog istraživanja na globalnu razinu moglo bi ponuditi dodatne uvide u raznolikost percepcija i reakcija na umjetnu inteligenciju u političkoj komunikaciji. Kritičko promišljanje o granicama moći umjetne inteligencije u političkom kontekstu ključno je za oblikovanje politika koje će promicati transparentnost, odgovornost i demokratske vrijednosti. Istovremeno, treba razmotriti kako tehnologija umjetne inteligencije može pridonijeti stvaranju inkluzivnijih i transparentnijih političkih procesa koji će odražavati stvarne potrebe i interese građana.

Kroz daljnje istraživanje i razmjenu ideja, može se razviti širi društveni konsenzus o tome kako najbolje iskoristiti prednosti umjetne inteligencije u političke svrhe, brinući o interesima javnosti i istovremeno minimizirajući njezine potencijalne negativne utjecaje.

ZAKLJUČAK

Ovo istraživanje jasno pokazuje da su granice između političkih poruka stvorenih od strane ljudi i onih generiranih umjetnom inteligencijom sve više zamagljene u suvremenom političkom okruženju. Većina ispitanika ima poteškoća u razlikovanju ovih poruka, što sugerira da umjetna inteligencija postaje sve prisutniji dio političke komunikacije. Takva zamjena poruka može imati duboke implikacije na način na koji građani percipiraju i reagiraju na političke poruke. Etičke zabrinutosti vezane uz ulogu umjetne inteligencije u političkoj komunikaciji postaju sve izraženije. Istraživanje je pokazalo mješavine zbunjenosti, zabrinutosti i otvorenosti prema

umjetnoj inteligenciji čime se ne može postaviti jednoznačni zaključak. Postavlja se pitanje potrebe za etičkim smjernicama i regulacijom u ovom području, ali i važnost uzimanja u obzir digitalne nejednakosti. Važno je istaknuti potrebu za transparentnošću i integritetom političke komunikacije te potrebu za educiranjem kako bi se osiguralo odgovorno i efikasno korištenje umjetne inteligencije u političke svrhe. U istraživanju su postavljene tri hipoteze od kojih je jedna hipoteza potvrđena dok su druge dvije hipoteze djelomično potvrđene.

Hipoteza 1: Građani će imati poteškoća u prepoznavanju političkih poruka generiranih umjetnom inteligencijom u usporedbi s onima koje su stvorili ljudi.

Potvrđena: 67 % ispitanika nije moglo razlikovati političke poruke generirane od strane umjetne inteligencije i odgovorilo je suprotno, da je poruku napisao čovjek.

Hipoteza 2: Sudionici će izraziti veću zabrinutost za moral i etiku političkih poruka generiranih umjetnom inteligencijom u usporedbi s onima koje su stvorili ljudi.

Djelomično potvrđeno, ali ne snažno.: U pogledu jednake vrijednosti političkih poruka koje su ljudski izraz i onih koje su stvorene umjetnom inteligencijom većina ispitanika, njih 225 složila se s tvrdnjom, a 176 ispitanika zauzelo je neutralan stav. Stavovi o autorstvu političkih poruka pokazali su da je 127 ispitanika izrazilo izrazito neslaganje s tvrdnjom da im autor poruke nije važan. 99 ispitanika bilo je neutralno prema ovom aspektu dok se 90 ispitanika složilo s tvrdnjom da im autor političke poruke nije važan. Na tvrdnju da je umjetna inteligencija prijetnja ljudskom izrazu 170 ispitanika se nije složilo s tvrdnjom, 131 ispitanik se složio s tvrdnjom, a 194 ispitanika su ostala neutralna u odgovoru. Ovi rezultati sugeriraju da postoji nizak stupanj suglasnosti među sudionicima u vezi s tim pitanjima, što ukazuje na kompleksnost i raznolikost stavova u vezi s korištenjem umjetne

inteligencije u političkom komuniciranju stoga je hipoteza tek djelomično potvrđena.

Hipoteza 3: Postoji potreba za jasnim pravnim smjernicama o odgovornosti političkih poruka generiranih umjetnom inteligencijom, posebno u vezi s transparentnošću i autentičnošću u političkoj komunikaciji.

Nije izravno potvrđeno, ali postotci ukazuju na potrebu za jasnim smjernicama: Većina ispitanika izrazila je svjesnost o sigurnosnim aspektima umjetne inteligencije, njih 259. Većina ispitanika nije se složila s tvrdnjom podržavanja korištenja umjetne inteligencije na svim razinama, njih 179 dok se 41 ispitanik izrazito nije složio, a 175 ispitanika ostalo je neutralno. Složila su se 144 ispitanika i 20 ispitanika se izrazito složilo s tvrdnjom. Na tvrdnju da korištenje umjetne inteligencije u kreiranju političkih poruka smatraju ispravnim 186 ispitanika se nije složilo, a 74 ispitanika se izrazito nisu složila s tvrdnjom. S obzirom na to da je umjetna inteligencija ušla u sve oblike komunikacijskih procesa, a da dio ispitanika izražava nesuglasje, autorice zaključuju da je hipoteza djelomično potvrđena.

Zaključno, postavlja se pitanje: u kojoj će mjeri umjetna inteligencija utjecati na promjenu narativa, i hoće li biti potrebno jasnije i transparentnije komunicirati o autorima političkih poruka? Ili će ovaj aspekt ostati zanemaren, slično tome kako se često političke poruke pišu od strane glasnogovornika i drugih stručnjaka za komunikaciju u području komunikologije?

Bilješke

- /1/ Habermas, J. (2001). „Constitutional democracy: A paradoxical union of contradictory principles? “. *Political theory*, 29(6), 766-781.
- /2/ Europski parlament (2024). Pristupljeno: 29. 4. 2024. s: <https://www.europarl.europa.eu/topics/hr/article/20200827STO85804/sto-je-umjetna-inteligencija-i-kako-se-upotrebljava>
- /3/ Fisher, W. R. (1985). „The narrative paradigm: In the beginning“. *Journal of communication*, 35(4), 74-89.

-
- /4/ Kinder, D. R. (2003). „Communication and politics in the age of information. In D. O. Sears, L. Huddy, & R. Jervis (Eds.) „, *Oxford handbook of political psychology* (pp. 357–393).
- /5/ Europski parlament. (2024). Pristupljeno: 18. 4. 2024. s: <https://www.europarl.europa.eu/topics/hr/article/20230601STO93804/akt-eu-a-o-umjetnoj-inteligenciji-prva-regulacija-tog-podrucja>.
- /6/ Europski parlament (2024). Pristupljeno: 18. 4. 2024. s: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/hr/policies/regulatory-framework-ai>
- /7/ Habermas, J. (2001). „Constitutional democracy: A paradoxical union of contradictory principles? “. *Political theory*, 29(6), 766-781.
- /8/ Schiller, H. (1984). „New information technologies and old objectives“. *Science and Public Policy*, 11(6), 382-382.
- /9/ Wake, P. (2013). „Narrative and narratology“. In *The Routledge companion to critical and cultural theory* (pp. 39-52). Routledge.
- /10/ Eiranen, R., Hatavara, M., Kivimäki, V., Mäkelä, M., & Toivo, R. M. (2022). „Narrative and experience: interdisciplinary methodologies between history and narratology“. *Scandinavian Journal of History*, 47(1), 1-15.
- /11/ Coeckelbergh, M. (2023). „Narrative responsibility and artificial intelligence: How AI challenges human responsibility and sense-making“. *AI & SOCIETY*, 38, 6: 2437-2450.
- /12/ Coeckelbergh, M. (2021). „Time machines: Artificial intelligence, process, and narrative“. *Philosophy & Technology*, 34, 4: 1623-1638.
- /13/ Björninen, S., Hatavara, M., & Mäkelä, M. (2020). „Narrative as social action: A narratological approach to story, discourse and positioning in political storytelling“. *International Journal of Social Research Methodology*, 23(4), 437-449.
- /14/ Natale, S. (2019). „If software is narrative: Joseph Weizenbaum, artificial intelligence and the biographies of ELIZA“. *new media & society*, 21(3), 712-728.
- /15/ Hancock, J. T., Naaman, M., & Levy, K. (2020). „AI-mediated communication: Definition, research agenda, and ethical considerations“. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(1), 89-100.
- /16/ Katzenbach, C. (2021). „“AI will fix this” – The technical, discursive, and political turn to AI in governing communication“. *Big Data & Society*, 8(2), 205395172111046182.
- /17/ Marmolejo-Ramos, F., Workman, T., Walker, C., Lenihan, D., Moulds, S., Correa, J. C., Hanea, A.M i Sonna, B. (2022). „AI-powered narrative building for facilitating public participation and engagement“. *Discover Artificial Intelligence*, 2 (1): 7.
- /18/ Duberry, J. (2023). „AI and data-driven political communication (re) shaping citizen–government interactions“. In *Research Handbook on Artificial Intelligence and Communication* (pp. 231-245). Edward Elgar Publishing.
- /19/ Bareis, J., & Katzenbach, C. (2022). „Talking AI into being: The narratives and imaginaries of national AI strategies and their performative politics“. *Science, Technology, & Human Values*, 47(5), 855-881.
- /20/ Taeihagh, A. (2021). „Governance of artificial intelligence“. *Policy and society*, 40(2), 137-157.
- /21/ Cunneen, M., Mullins, M., & Murphy, F. (2020). „Artificial intelligence assistants and risk: framing a connectivity risk narrative“. *AI & Society*, 35, 625-634.
- /22/ de Almeida, Patricia Gomes Rêgo, Carlos Denner dos Santos, and Josivania Silva Farias. 2021. „Artificial intelligence regulation: a framework for governance“. *Ethics and Information Technology* 23, no. 3 (2021): 505-525.
- /23/ Walker, C. P., Schiff, D. S., & Schiff, K. J. (2024, March). „Merging AI Incidents Research with Political Misinformation Research: Introducing the Political Deepfakes Incidents Database“. In *Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence* (Vol. 38, No. 21, pp. 23053-23058).
- /24/ McEvoy, F. J. (2019). „Political machines: Ethical governance in the age of AI“. *Moral Philosophy and Politics*, 6(2), 337-356.
- /25/ Unver, A. (2018). „Artificial intelligence, authoritarianism and the future of political systems“. *EDAM Research Reports*.
- /26/ García-Orosa, B. (2021). „Digital political communication: Hybrid intelligence, algorithms, automation and disinformation in the fourth wave“. *Digital Political Communication Strategies: Multidisciplinary Reflections*, 3-23.
-

- /27/ McNair, B. (2003). „Uvod u političku komunikaciju“. Zagreb: *Fakultet političkih Znanosti*.
- /28/ Street, J. (2003). „Masovni mediji, politika i demokracija“. Zagreb: *Fakultet političkih Znanosti*.
- /29/ Meyer, T. (2003). „Mediokracija. Medijska kolonizacija politike“. Zagreb: *Fakultet političkih Znanosti*.
- /30/ Street, J. (2003). „Masovni mediji, politika i demokracija“. Zagreb: *Fakultet političkih Znanosti*, str. 157.

Literatura

1. Bareis, J., & Katzenbach, C. (2022). „Talking AI into being: The narratives and imaginaries of national AI strategies and their performative politics“. *Science, Technology, & Human Values*, 47(5), 855-881.
2. Björninen, S., Hatavara, M., & Mäkelä, M. (2020). „Narrative as social action: A narratological approach to story, discourse and positioning in political storytelling“. *International Journal of Social Research Methodology*, 23(4), 437-449.
3. Coeckelbergh, M. (2023). „Narrative responsibility and artificial intelligence: How AI challenges human responsibility and sense-making“. *AI & SOCIETY*, 38, 6: 2437-2450.
4. Coeckelbergh, M. (2021). „Time machines: Artificial intelligence, process, and narrative“. *Philosophy & Technology*, 34, 4: 1623-1638.
5. Cunneen, M., Mullins, M., & Murphy, F. (2020). „Artificial intelligence assistants and risk: framing a connectivity risk narrative“. *AI & Society*, 35, 625-634.
6. de Almeida, Patricia Gomes Rêgo, Carlos Denner dos Santos, and Josivania Silva Farias. 2021. „Artificial intelligence regulation: a framework for governance“. *Ethics and Information Technology* 23, no. 3: 505-525.
7. Duberry, J. (2023). „AI and data-driven political communication (re) shaping citizen-government interactions“. In *Research Handbook on Artificial Intelligence and Communication* (pp. 231-245). Edward Elgar Publishing.
8. Eiranen, R., Hatavara, M., Kivimäki, V., Mäkelä, M., & Toivo, R. M. (2022). „Narrative and experience: interdisciplinary methodologies between history and narratology“. *Scandinavian Journal of History*, 47(1), 1-15.
9. Europski parlament. (2024). Pristupljeno: 18. 4. 2024. s: <https://www.europarl.europa.eu/topics/hr/article/20230601STO93804/akt-eu-a-o-umjetnoj-inteligenciji-prva-regulacija-tog-podrucja>
10. Europski parlament (2024). Pristupljeno: 18. 4. 2024. s: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/hr/policies/regulatory-framework-ai>
11. Europski parlament (2024). Pristupljeno: 29. 4. 2024. s: <https://www.europarl.europa.eu/topics/hr/article/20200827STO85804/sto-je-umjetna-inteligencija-i-kako-se-upotrebljava>
12. Fisher, W. R. (1985). „The narrative paradigm: In the beginning“. *Journal of communication*, 35(4), 74-89.
13. García-Orosa, B. (2021). „Digital political communication: Hybrid intelligence, algorithms, automation and disinformation in the fourth wave“. *Digital Political Communication Strategies: Multidisciplinary Reflections*, 3-23.
14. Habermas, J. (2001). „Constitutional democracy: A paradoxical union of contradictory principles? “. *Political theory*, 29(6), 766-781.
15. Hancock, J. T., Naaman, M., & Levy, K. (2020). „AI-mediated communication: Definition, research agenda, and ethical considerations“. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(1), 89-100.
16. Katzenbach, C. (2021). „“AI will fix this”– The technical, discursive, and political turn to AI in governing communication“. *Big Data & Society*, 8(2), 20539517211046182.
17. Kinder, D. R. (2003). „Communication and politics in the age of information“. In D. O. Sears, L. Huddy, & R. Jervis (Eds.), *Oxford handbook of political psychology* (pp. 357–393).
18. Marmolejo-Ramos, F., Workman, T., Walker, C., Lenihan, D., Moulds, S., Correa, J. C., Hanea, A.M i Sonna, B. (2022). „AI-powered narrative building for facilitating public participation and engagement“. *Discover Artificial Intelligence*, 2 (1): 7.
19. McNair, B. (2003). „Uvod u političku komunikaciju“. Zagreb: *Fakultet političkih Znanosti*.
20. McEvoy, F. J. (2019). „Political machines: Ethical governance in the age of AI“. *Moral Philosophy and Politics*, 6(2), 337-356.

21. Meyer, T. (2003). „Mediokracija. Medijska kolonizacija politike“. Zagreb: *Fakultet političkih Znanosti*.
22. Natale, S. (2019). „If software is narrative: Joseph Weizenbaum, artificial intelligence and the biographies of ELIZA“. *new media & society*, 21(3), 712-728.
23. Schiller, H. (1984). „New information technologies and old objectives“. *Science and Public Policy*, 11(6), 382-382.
24. Street, J. (2003). „Masovni mediji, politika i demokracija“. Zagreb: *Fakultet političkih Znanosti*.
25. Unver, A. (2018). „Artificial intelligence, authoritarianism and the future of political systems“. *EDAM Research Reports*.
26. Wake, P. (2013). „Narrative and narratology“. In *The Routledge companion to critical and cultural theory* (pp. 39-52). Routledge.
27. Walker, C. P., Schiff, D. S., & Schiff, K. J. (2024). „Merging AI Incidents Research with Political Misinformation Research: Introducing the Political Deepfakes Incidents Database“. In *Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence* (Vol. 38, No. 21, pp. 23053-23058).
28. Taeihagh, A. (2021). „Governance of artificial intelligence“. *Policy and society*, 40(2), 137-157.

ANALYSIS OF THE PERCEPTION OF POLITICAL MESSAGES: ARTIFICIAL INTELLIGENCE VS. HUMAN EXPRESSION

*Ivana Belić, Irena Klepac Mustać, Manuela Bukovec
Alma Mater Europea – ECM, Maribor Slovenia*

Abstract

The aim of this study is to gain a better understanding of how the public can distinguish between political messages written by humans and those generated by artificial intelligence, through a quantitative analysis of a survey conducted on a sample of 580 participants. For the purposes of this study, a survey was conducted from January 30th to March 15th, 2024, with 580 respondents. The survey revealed that the majority of participants are unable to differentiate between a message written by a human and one generated by artificial intelligence. Drawing on narrative theory and the packaging of politics, the authors of the survey open up numerous research questions, emphasizing the importance of transparent and ethical communication and highlighting dehumanization as one of the potential consequences of the new shaping of narratives in political communication through increased use of artificial intelligence.

Keywords

artificial intelligence, human expression, political communication, legal aspects of artificial intelligence