



Horyzonty Polityki
2023, Vol. 14, N° 49



MONIKA GRODECKA

<http://orcid.org/0000-0002-0294-2347>
Uniwersytet Ignatianum w Krakowie
monika.grodecka@ignatianum.edu.pl

DOI: 10.35765/HP.2568

Sztuczna inteligencja jako narzędzie partii politycznych

Streszczenie

CEL NAUKOWY: Podjęcie tematu sztucznej inteligencji jako narzędzia partii politycznych ma na celu ukazanie roli, jaką AI odgrywa na scenie politycznej, oraz zaprezentowanie zarówno pozytywnych, jak i negatywnych aspektów jej wykorzystywania przez polityków różnych partii.

PROBLEM I METODY BADAWCZE: Głównym problemem badawczym jest próba odpowiedzi na pytanie o to, czy sztuczna inteligencja w działaniach partii politycznych jest narzędziem przede wszystkim wspomagającym partię w lepszym zrozumieniu wyborców i tym samym w dostosowaniu odpowiedniej strategii wyborczej i programów, czy raczej pojawia się ryzyko wykorzystania AI do manipulacji informacją oraz dezinformacji w celu wpływania na wyborców? Główną metodą badawczą jest analiza treści. W celu odpowiedzi na pytania badawcze przeanalizowano fachową literaturę z zakresu nowych technologii oraz publicystykę, prasę, a także wypowiedzi medialne.

PROCES WYWODU: We wstępnej części artykułu zostało omówione pojęcie sztucznej inteligencji z uwzględnieniem rysu historycznego jej rozwoju. W dalszej części skupiono się na analizie pozytywnych aspektów wykorzystania AI w działaniach partii politycznych, by później przejść do aspektów negatywnych, jeśli chodzi o używanie jej w tym obszarze.

WYNIKI ANALIZY NAUKOWEJ: Analiza opracowań na temat możliwości technologicznych AI, jak również efektów jej zastosowania w polityce pozwoliła wysunąć wnioski, iż sztuczna inteligencja ma istotny wpływ na procesy podejmowania decyzji przez partie polityczne oraz interakcje ich członków między władzami a obywatelami.

WNIOSKI, INNOWACJE, REKOMENDACJE: Sztuczna inteligencja jako narzędzie może pomóc partiom politycznym w zakresie analizy danych dotyczących preferencji wyborczych, w lepszym planowaniu działań wyborczych, a także

Sugerowane cytowanie: Grodecka, M. (2023). Sztuczna inteligencja jako narzędzie partii politycznych. *Horyzonty Polityki*, 14(49), 241–254. DOI: 10.35765/HP.2568

w personalizacji komunikacji z wyborcami. Istnieje jednak ryzyko, iż sztuczna inteligencja może być wykorzystywana również do manipulacji informacją i dezinformacji, co będzie skutkowało podważaniem wiarygodności partii politycznych i budziło obawy wśród wyborców. W związku z powyższym kluczowe jest odpowiednie regulowanie i nadzorowanie wykorzystania sztucznej inteligencji w działalności politycznej, tak aby maksymalizować korzyści i minimalizować ryzyka z nią związane. Dodatkowo edukacja oraz świadomość społeczna na temat AI mogą pomóc w zmniejszeniu negatywnych skutków jej wykorzystania.

SŁOWA KLUCZOWE: SZTUCZNA INTELIGENCJA, NOWE TECHNOLOGIE, PARTIE POLITYCZNE, POLITYKA

Abstract

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AS A TOOL USED BY POLITICAL PARTIES

RESEARCH OBJECTIVE: Addressing the topic of artificial intelligence as a tool used by political parties aims to show the role AI plays in the political arena. This aim is obtained by presenting both positive and negative aspects of its use by politicians from different parties.

THE RESEARCH PROBLEM AND METHODS: The main research problem is an attempt to answer the question of whether artificial intelligence used in the activities of political parties is a tool that helps parties to better understand voters and thus to adequately adapt their electoral strategies and programmes or whether there is a risk that AI will be used for information manipulation and disinformation in order to influence voters. The main research method is content analysis. To answer the research questions, both subject literature and a range of statements from different media regarding new technologies are analysed.

THE PROCESS OF ARGUMENTATION: In the introductory part of the article, the concept of artificial intelligence is discussed, including a historical outline of its development. The next sections focus on analysing the positive and negative aspects of the use of AI in the activities of political parties.

RESEARCH RESULTS: The analysis of studies on the technological capabilities of AI as well as the effects of its use in politics has led to the conclusions that artificial intelligence has a significant impact on the decision-making processes within political parties and on their members' interactions with authorities and citizens.

CONCLUSIONS, INNOVATIONS AND RECOMMENDATIONS: Artificial intelligence as a tool can help political parties to analyse data regarding

voters' preferences, to better plan their electoral activities, and to personalise their communication with voters. However, there is a risk that AI can be used for information manipulation and disinformation, which can undermine the credibility of political parties and raise concerns among voters. Therefore, it is crucial to properly regulate and monitor the use of artificial intelligence in political activities in order to maximise the benefits and minimise the risks associated with it. Additionally, education and public awareness of the capabilities of AI can help minimise the negative effects of its use.

KEYWORDS: **ARTIFICIAL INTELLIGENCE, EMERGING TECHNOLOGIES,
POLITICAL PARTIES, POLITICS**

WSTĘP

Pojęcie sztucznej inteligencji (AI – *Artificial Intelligence*) wraz z towarzyszącą temu zjawisku filozofią już od początku jego narodzin w 1956 roku – podczas słynnego, letniego seminarium w Dartmouth College, w którym udział wzięła wąska grupa entuzjastów obliczeń komputerowych (m.in. C. Shannon, M. Minsky, J. McCarthy, A. Newell, H. Simon) – budzi ogromne zainteresowanie wśród naukowców nie tylko nauk ścisłych, ale także pozostaje przedmiotem licznych badań naukowców z dziedziny humanistyki (Ficoń, 2013). Choć jest to pojęcie odnoszące się głównie do dziedziny informatyki, zajmującej się tworzeniem systemów i programów komputerowych zdolnych do wykonywania zadań, które w zwyczajnych warunkach wymagają ludzkiej inteligencji, to znajduje się ono także w centrum zainteresowań naukowców innych obszarów. Sztuczna inteligencja wykorzystywana jest w wielu dziedzinach życia jako narzędzie ze względu na jej zdolność do przetwarzania danych, uczenia się i podejmowania decyzji. Oto kilka zastosowań AI jako narzędzia:

- **Medycyna:** AI może pomagać w diagnozowaniu chorób na podstawie analizy obrazów medycznych, danych laboratoryjnych i historii pacjenta. Wykorzystywana jest do opracowywania nowych leków dzięki analizie dużych zbiorów danych.
- **Przemysł:** W zakładach produkcyjnych AI może optymalizować procesy, prognozować zapotrzebowanie na surowce i sterować robotami. Wykorzystywana jest do utrzymania i diagnozowania sprzętu poprzez analizę danych z czujników.

- **Finanse:** W sektorze finansowym AI jest wykorzystywana do analizy rynków, prognozowania trendów, wykrywania oszustw oraz personalizacji usług bankowych.
- **Edukacja:** AI może dostosowywać programy nauczania do indywidualnych potrzeb uczniów poprzez analizę ich postępów i preferencji. Wykorzystywana jest do tworzenia interaktywnych materiałów edukacyjnych oraz systemów oceniania.
- **Handel detaliczny:** W *e-commerce* AI jest wykorzystywana do rekomendowania produktów na podstawie preferencji klientów i analizy ich zachowań. Pomaga w prognozowaniu popytu i zarządzaniu zapasami.
- **Transport:** W transporcie AI może optymalizować trasy, prognozować zapotrzebowanie na transport oraz wspierać rozwój autonomicznych pojazdów.
- **Militaria:** W działaniach wojennych, zwłaszcza w obecnych czasach, AI odgrywa coraz większą rolę; wykorzystywana jest m.in. do sterowania samolotami bezałogowymi oraz systemami obrony przeciwrakietowej, używa się jej też w wywiadzie i analizie danych. AI rozwija również technologię autonomicznych pojazdów bojowych i jest używana w cyberwojnie.

ROZWÓJ SZTUCZNEJ INTELIGENCJI

Powstanie sztucznej inteligencji, a właściwie jej części, przewidziała już w latach 40. XIX wieku lady Ada Lovelace (Lovelace, 1843). Jej zainteresowania miały charakter czysto technologiczny, a psychologiczne cele sztucznej inteligencji nie interesowały ją wcale. Koncentrowała się głównie na symbolach i logice, nie mając jeszcze wtedy pojęcia o sieciach neuronowych czy o sztucznej inteligencji ewolucyjnej bądź dynamicznej (Boden, 2020, s. 19).

Uważała, że

maszyna może komponować wyrafinowane i naukowe utwory muzyczne o dowolnym stopniu złożoności czy rozmiaru (...), wyrażać wielkie fakty świata naturalnego, otwierając wspianałą epokę w historii nauki (Lovelace, 1843, s. 267).

Pisząc o „maszynie”, miała na myśli maszynę analityczną, będącą złożonym z przekładni i kół zębatych urządzeniem, które zostało

zaprojektowane przez jej przyjaciela, Charlesa Babbage'a w 1834 roku, ale nigdy nie zostało ukończone. Urządzenie to miało służyć do algebry i liczb, ale stało się odpowiednikiem cyfrowego komputera z jego ogólnym przeznaczeniem (Boden, 2020, s. 20).

Ada Lovelace opisywała ogólne zastosowanie maszyny analitycznej, jej zdolność do przetwarzania symboli, które reprezentują wszystkie przedmioty we wszechświecie, a także przeróżne podstawy współczesnego programowania, ale nie powiedziała nic na temat tego, w jaki sposób kompozycja muzyczna lub rozumowanie naukowe dałoby się wdrożyć w maszynie Babbage'a (Boden, 2020, s. 20). W tamtym czasie sztuczna inteligencja wydawała się możliwa pod względem technicznym, ale nadal problemem pozostawało, jak ją osiągnąć.

Sto lat później, w 1936 roku, zagadkę tę rozwiązał w pewnym stopniu Alan Turing, wykazując że właściwie wszelkie możliwe obliczenia mogą zostać wykonane przez system matematyczny, nazywany uniwersalną maszyną Turinga (Turing, 1936). Był on matematykiem i konstruktorem jednej z pierwszych na świecie programowalnych maszyn liczących. W roku 1950 w miesięczniku „Mind” opublikował prowokujący jak na owe czasy esej: *Computing Machinery and Intelligence (Maszyny liczące i inteligencja)* (Buller, 1998). Był przekonany co do tego, że sztuczna inteligencja musi być w jakiś sposób osiągalna. Wiele lat swojej pracy poświęcił na obmyślanie tego, jak maszyna fizyczna może działać w sposób, który nazwalibyśmy inteligentnym. Efektem jego pracy była pomoc przy projekcie pierwszego, nowoczesnego komputera.

W przeciwieństwie do Ady Lovelace Turing zaakceptował oba cele sztucznej inteligencji, chcąc, aby nowe maszyny robiły normalne rzeczy, o których mówi się, że wymagają inteligencji, jak również by modelowały procesy zachodzące w biologicznych umysłach (Boden, 2020, s. 21).

Badania nad sztuczną inteligencją w latach 40. XX wieku wspierali neurolog-psychiatra Warren McCulloch i matematyk Walter Pitts. Połączyli oni pracę Turinga z dwiema innymi fascynującymi koncepcjami z XX wieku: rachunkiem zdań Bertranda Russella i teorią synaps nerwowych Charlesa Sherringtona, publikując artykuł *A Logical Calculus of the Ideas Immanent in Nervous Activity* (McCulloch & Pitts, za: Boden, 2020, s. 21). Najważniejszym elementem rachunku zdań było to, że o każdym zdaniu zakłada się, że albo jest prawdziwe, albo

falszywe. Nie ma wartości pośrednich, dopuszczenia niepewności czy prawdopodobieństwa. Możliwe są tylko „wartości logiczne”, czyli prawda i fałsz. Wszystko, co da się przedstawić w języku rachunku zdań, może zostać obliczone przez jakąś sieć neuronową i przez jakąś maszynę Turinga (Boden, 2020, s. 21).

Prace nad sztuczną inteligencją trwają do dziś, a ich efekty skutkują odkrywaniem coraz to nowych możliwości. Powyższy rys historyczny ma na celu jedynie umiejscowić początki rozwoju AI, gdyż szczegółowe omówienie dziejów zagadnienia, które budziło od lat ciekawość i fascynację licznego grona naukowców, wymaga odrębnego opracowania.

SZTUCZNA INTELIGENCJA W POLITYCE

Sztuczna inteligencja jako narzędzie może znacząco poprawić efektywność, jakość oraz innowacyjność w różnych obszarach. Jednakże związane z nią wyzwania, takie jak prywatność danych, etyka czy bezpieczeństwo, wymagają ciągłego monitorowania i regulacji.

W obecnych czasach AI staje się coraz bardziej powszechnym narzędziem w polityce, a jej wykorzystanie w ramach strategii politycznych budzi wiele kontrowersji i wymaga uwagi ze strony społeczności naukowej oraz decydentów politycznych. Jej zastosowanie w działaniach partii politycznych może mieć zarówno pozytywne, jak i negatywne aspekty.

Pozytywne aspekty AI

AI pomaga partiom w lepszej analizie danych dotyczących preferencji wyborców, co może przyczynić się do prowadzenia bardziej precyzyjnych strategii kampanijnych. Dzięki AI partie polityczne mogą personalizować komunikację z wyborcami, dostosowując przekazy do indywidualnych preferencji i potrzeb.

Naukowcy z Uniwersytetu Stanforda opracowali sztuczną inteligencję, która rozpoznaje z dokładnością do 70% przekonania polityczne danej osoby na podstawie pojedynczego zdjęcia. Okazuje się bowiem, że nie tylko noszenie koszulek, emblematów itp. podczas

kampanii wyborczych może zdradzać swoje preferencje polityczne, ale także niekontrolowana mimika twarzy czy przybierana postawa. Naukowcy posłużyli się algorytmami danych z serwisów społecznościowych, gdzie udostępnione setki zdjęć profilowych użytkowników są powiązane z przekonaniem politycznym. System sztucznej inteligencji szukał korelacji między różnymi cechami twarzy czy pozycji głowy z orientacją polityczną. Po sprawdzeniu algorytmów okazało się, że sztuczna inteligencja poprawnie wskazała przekonania polityczne w około 73 proc. przypadków. Przy odgadywaniu sympatii politycznych osób o podobnym wyglądzie wynik był nieco gorszy, gdyż wynosił 71 proc. Naukowcy nie byli w stanie określić, jak sztuczna inteligencja odgadywała przekonania polityczne. Nie potrafili ustalić, jakie dokładnie cechy twarzy, mimikę czy zupełnie coś innego ich system korelował z przynależnością polityczną. Znaleźli jednak pewne zależności i wskazali, że sztuczna inteligencja mogła kierować się orientacją głowy i emocjami widocznymi na zdjęciu. Na przykład ludzie, którzy patrzyli bezpośrednio w kamerę podczas robienia zdjęcia byli uważani za bardziej liberalnych, a ci, których emocje wypisane na twarzy sugerowały niesmak czy obrzydzenie byli oceniani jako bardziej konserwatywni (Dziennik Naukowy, 2021).

Wykorzystanie AI może pomóc w efektywniejszym zarządzaniu zasobami oraz lepszym planowaniu działań politycznych. *Big data*, czyli przetwarzanie ogromnych ilości danych, wkracza w kolejne dziedziny i branże – od badań z zakresu fizyki, przez ekonomię, po psychologię czy medycynę. Z pomocą tych technik można badać nastroje społeczne i preferencje pojedynczych ludzi, przewidywać wyniki wyborów, czy wręcz na nie wpływać (Business Insider, 2020).

W Internecie dostępnych jest publicznie wiele danych na temat preferencji wyborców: kim oni są, jakie mają poglądy, czego oczekują od polityków. Podobnie jak dzieje się to w przypadku personalizacji reklam, pozwalają one lepiej dopasować treści kampanii wyborczej do konkretnego wyborcy. Zwykle partie polityczne zachowują wyniki takich analiz na swoje potrzeby.

Dr Olha Zadorozhna, adiunkt w Zakładzie Ekonomicznych Analiz Analitycznych Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie, w jednym z wywiadów udzielonych dla serwisu internetowego Business Insider Polska (2020) wyjaśniła, że zamieszczone w Internecie dane udaje się przeanalizować z bardzo dużą precyzją dzięki metodom

eksploracji danych, technikom uczenia maszynowego czy ekonometrycznym. Na tej podstawie można stworzyć najlepszą kampanię wyborczą i prowadzić ją m.in. z tzw. mikrotargetowaniem, dzięki któremu różne osoby mogą otrzymać odmienną, najlepiej dopasowaną do nich wersję kampanii wyborczej. Działa to następująco: określa się pewną grupę ludzi o danych preferencjach i na tej podstawie przygotowuje najefektywniej oddziałujące w ich przypadku treści. Ktoś może je potem zobaczyć na którejs z stron internetowych w wyniku działań mechanizmów podobnych do tych, dzięki którym widzi dopasowane do swojego profilu reklamy (Business Insider, 2020).

Bardzo często zdarza się, że obywatel nie jest świadomy, jak wielu podmiotom udostępnia swoje dane. Najczęściej ma to miejsce po udzieleniu pozytywnej odpowiedzi na pytanie: „Czy zgadza się Pan/Pani na udostępnienie danych stronom trzecim w celach marketingowych?”. Taka zgoda umożliwia przekazywanie naszych danych podmiotom trzecim. Co gorsza, nierzadko taka odpowiedź zostaje wymuszona na osobie podpisującej umowę o świadczenie określonych usług (np. internetu) czy zawierającej transakcję.

Źródeł informacji na temat przeciętnego Polaka jest więc wiele. Partie zbierają dane np. o ludziach przekazujących darowizny czy pomagających im na zasadach wolontariatu. Do tego dochodzą bazy osób, które zgodziły się na otrzymywanie maili od jakiejś partii. Podmioty wysyłające tego rodzaju newslettery mogą nawet sprawdzić, czy dana osoba częściej otwiera maile dotyczące np. podatków czy praw człowieka, czy np. sądownictwa. Na tej podstawie można się dowiedzieć, co ją bardziej interesuje i dobrać najlepsze dla niej treści (Business Insider, 2020).

Zebranie niezbędnych danych jest kluczowe dla partii politycznych, dla których celem jest przewidywanie wyników wyborów. Dopuszczalny margines błędu wynosi około 5 proc. Wynik takiej analizy daje prawdopodobieństwo wygrania wyborów przez kandydata czy partię. Należy podkreślić w tym miejscu, że mówimy o prognozie czynionej na podstawie bieżących warunków. Nawet jeśli pokazuje ona np., że oponent lepiej się przygotował i ma przewagę, to za pomocą odpowiedniej kampanii można przekonać część wyborców, aby zmienili zdanie. Można więc powiedzieć, że są to prognozy mówiące, kto by wygrał, gdyby wybory odbyły się w momencie analizy. Takie analizy zazwyczaj robią te partie, które

zachowują wyniki dla siebie. Jest to bardzo drogie przedsięwzięcie, wymagające dużych nakładów na nowoczesne technologie, takie jak obliczenia w chmurze czy zatrudnienie analityków. Dane te są wykorzystywane głównie w kampanii, we wspomnianym już przez O. Zadorohnę mikrotargetowaniu (Business Insider, 2020).

Instytut Badań Internetu i Mediów Społecznościowych w raporcie *Przedwyborcze wyzwania komunikacyjne dla partii politycznych w dobie sztucznej inteligencji i algorytmów* wysunął jako główny wniosek, iż

istnieje konieczność stałego dostosowywania się partii politycznych do dynamicznie zmieniających się warunków w mediach społecznościowych oraz wykorzystanie AI w celu analizy i prognozowania potrzeb społecznych. Zgromadzone dane i ich analiza mogą pomóc w opracowywaniu spójnych i efektywnych strategii komunikacji, ale jednocześnie muszą być podejmowane działania mające na celu wzmocnienie edukacji cyfrowej i medialnej, aby przeciwdziałać dezinformacji wśród wyborców i sympatyków partii (IBIMS, 2023).

Raport przedstawia rozwiązania pokazujące, jak dostosować się do oczekiwań społeczności:

- **Analiza danych i sztuczna inteligencja:** Partie polityczne powinny inwestować w narzędzia analityczne oraz korzystać z możliwości, jakie daje AI, aby lepiej zrozumieć swoją społeczność oraz przewidywać trendy i zmiany w zachowaniach użytkowników. Dzięki temu będą mogły lepiej dostosować swoje działania do potrzeb wyborców i skuteczniej komunikować swoje przekonania.
- **Indywidualizacja komunikacji:** W miarę jak społeczność staje się coraz bardziej zróżnicowana, partie muszą zastosować strategie, które pozwolą na indywidualizację komunikacji. Wykorzystując narzędzia takie jak segmentacja odbiorców czy personalizacja treści, partie polityczne będą mogły lepiej docierać do swoich wyborców, dostarczając informacje, które są dla nich istotne i wartościowe.
- **Transparentność i autentyczność:** W dobie powszechnej dezinformacji partie polityczne muszą zbudować zaufanie społeczności poprzez transparentność i autentyczność swojej komunikacji. Dzięki otwartej i uczciwej wymianie informacji oraz odpowiedzialności za swoje działania partie będą mogły lepiej angażować swoich wyborców oraz przyciągnąć nowych sympatyków.

- Współpraca z ekspertami ds. mediów społecznościowych: Partie polityczne powinny nawiązać współpracę z ekspertami ds. mediów społecznościowych, którzy pomogą im opracować skuteczne strategie komunikacji oraz śledzić trendy i zmiany w zachowaniach użytkowników. Dzięki temu partie będą mogły być na bieżąco z innowacjami i dostosowywać swoje działania do potrzeb społeczności.
- Szybka reakcja na potrzeby i opinie społeczności: Partie polityczne muszą być w stanie szybko reagować na potrzeby i opinie społeczności, które mogą zmieniać się z dnia na dzień. Wykorzystując narzędzia do monitorowania mediów społecznościowych, partie mogą uzyskiwać na bieżąco informacje na temat tego, czym żyje społeczność, a następnie dostosowywać swoją komunikację do zmieniających się oczekiwań.
- Współpraca z influencerami i osobistościami medialnymi: Partie polityczne mogą zwiększyć swoją widoczność i zasięg poprzez współpracę z influencerami i osobistościami medialnymi, którzy mają duże grono lojalnych fanów. Dzięki takiej współpracy możliwe będzie dotarcie do szerszej społeczności i zyskanie jej zaufania, co przyczyni się do wzmocnienia pozycji partii na rynku politycznym.
- Adaptacja do różnych platform mediów społecznościowych: Różne platformy mediów społecznościowych mają swoje specyficzne funkcje i wymagają innych strategii komunikacji. Partie polityczne powinny dostosować swoje działania do różnych platform, tak aby efektywnie docierać do swojej społeczności, niezależnie od tego, na jakiej platformie jej członkowie się znajdują (IBIMS, 2023).

Negatywne aspekty AI

Pomimo szerokich możliwości wykorzystania sztucznej inteligencji w działaniach politycznych istnieje także ryzyko, iż AI będzie wykorzystywana do manipulacji informacją i dezinformacji, co może zaszkodzić wiarygodności partii politycznych. Nierówności w dostępie do technologii i umiejętności korzystania z AI mogą prowadzić do wykluczenia pewnych grup społecznych z procesów politycznych.

Wykorzystanie AI w działalności politycznej może rodzić obawy związane z bezpieczeństwem danych wyborczych oraz prywatnością obywateli.

Siłę potęgi manipulacji informacją niejednokrotnie można było zaobserwować podczas różnych kampanii wyborczych na całym świecie. Jak podają media, pierwszymi wyborami, w których kandydaci pojedynkowali się na AI, były ostatnie wybory prezydenckie w Argentynie.

Kandydaci biorący w nich udział prześcigali się w publikowaniu wygenerowanych przez sztuczną inteligencję treści zarówno promując samych siebie, jak i deprecjonując przeciwników. Javier Milei, który ostatecznie wygrał wybory, pokazywał np. zmanipulowane zdjęcia kontrkandydata w roli chińskiego lidera komunistycznego. Jego oponent Sergio Massa na tych zdjęciach wkleił siebie jako głównego bohatera w filmie *Indiana Jones*, a Mileiego jako czarny charakter w filmie *Mechaniczna Pomarańcza* (Kiwnik Pargana, 2023).

Z kolei na Słowacji dwa dni przed wyborami parlamentarnymi, już podczas ciszy wyborczej, media społecznościowe obiegło nagranie rozmowy telefonicznej, w której główny kandydat opozycji rzekomo mówił dziennikarce, że jest spokojny o wynik wyborów, bo kupił sobie głosy. Do takiej rozmowy nigdy nie doszło – głos polityka został wygenerowany w całości przez AI. Natomiast w Stanach Zjednoczonych tuż przed wyborami prezydenckimi niektórzy wyborcy otrzymali telefon, a rozmówca o głosie do złudzenia podobnym do głosu lokalnego polityka informował o tym, że zmienił się adres ich komisji wyborczej. Takich telefonów nikt nie wykonywał, numery były wybierane automatycznie przez program komputerowy, a nagranie zostało utworzone przez sztuczną inteligencję (Kiwnik Pargana, 2023).

Oliver Röpke, szef Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, twierdzi, że Unia Europejska spodziewa się podobnych manipulacji w trakcie przyszłorocznych wyborów europejskich. Uważa on, iż to, co dzieje się podczas wyborów krajowych, jest prognozą tego, co będzie się działo podczas wyborów do UE, dlatego podkreśla konieczność walki z dezinformacją i manipulacją przedwyborczą (Kiwnik Pargana, 2023).

Eksperti nie mają wątpliwości, że dezinformacja i technologia, a zwłaszcza sztuczna inteligencja, coraz silniej wpływają na wyniki głosowania w wyborach. Było to już widoczne podczas wyborów

prezydenckich w USA w 2016 r., kiedy zwycięzcą został Donald Trump. Nowojorski dziennikarz śledczy Nick Robins-Early twierdzi, iż nigdy wcześniej w USA nie było tak zmanipulowanych wyborów. Jak widać, trend ten szybko dotarł do Europy (Kiwnik Pargana, 2023).

Europejskie Centrum Obserwacji Mediów Cyfrowych (EDMO) prowadziło m.in. obserwację ostatnich wyborów w siedmiu krajach członkowskich i kilku spoza UE, w tym na Słowacji, w Polsce, Turcji i Czarnogórze. Hiszpanom wmawiano, że problemy z transportem kolejowym podczas wyborów wywołane zostały specjalnie, żeby chętni nie mogli dojechać do swoich komisji wyborczych. Turkom natomiast, że jeden z kandydatów opozycji nie jest „prawdziwym muzułmaninem”. W Grecji też przekonywano, że niektórzy kandydaci są przeciwni związkom wyznaniowym. Ekspertcy mówią, że także w wyborach holenderskich, które wygrała skrajna prawica, dezinformacja odegrała istotną rolę. Ważna była tu próba kopiowania retoryki Trumpa, polegająca na rozprzestrzenianiu wątpliwości co do uczciwości procesu wyborczego – mówi Alice Stollmeyer z organizacji Defend Democracy (Kiwnik Pargana, 2023).

Ze wspomnianego wcześniej raportu *Przedwyborcze wyzwania komunikacyjne dla partii politycznych w dobie sztucznej inteligencji i algorytmów* jasno wynika, iż

wykorzystanie sztucznej inteligencji (AI) w celu zwalczania dezinformacji i *fake news* jest kluczowe dla partii politycznych, które pragną prowadzić etyczne i przejrzyste kampanie wyborcze. W dobie powszechnej obecności mediów społecznościowych, gdzie dezinformacja może rozprzestrzeniać się z niebywałą prędkością, AI może pomóc w identyfikacji, monitorowaniu i zwalczaniu fałszywych informacji. W pierwszym etapie AI może być wykorzystywane do analizy ogromnej ilości treści publikowanych w mediach społecznościowych oraz innych źródłach informacji w celu identyfikacji potencjalnie fałszywych wiadomości. Systemy oparte na AI, takie jak algorytmy uczenia maszynowego, mogą być wytrenowane do rozpoznawania wzorców językowych, stylu czy struktury tekstu, które są charakterystyczne dla *fake news*. W efekcie takie systemy mogą szybko zidentyfikować treści o wątpliwej wiarygodności. Następnie AI może wspomagać proces weryfikacji prawdziwości informacji poprzez analizę dostępnych danych, porównywanie treści z wiarygodnymi źródłami oraz identyfikację sprzeczności. Dzięki szybkiemu reagowaniu na dezinformację partie mogą ograniczyć jej wpływ na opinię publiczną i na swoją kampanię wyborczą. Ponadto AI może być wykorzystywane

do opracowywania skutecznych strategii komunikacji, które mają na celu przeciwdziałanie dezinformacji i *fake news*. Dzięki analizie danych o zachowaniach użytkowników AI może pomóc partiom w opracowywaniu odpowiednich przekazów, które będą skutecznie walczyć z fałszywymi informacjami i jednocześnie angażować wyborców. W kontekście polskiej polityki wykorzystanie AI w celu zwalczania dezinformacji i *fake news* może pomóc partiom w utrzymaniu wysokiego poziomu etyki i przejrzystości w ich kampaniach wyborczych. Wzmocnienie edukacji cyfrowej i medialnej, a także współpraca z ekspertami z dziedziny AI i mediów społecznościowych są kluczowe dla skutecznego przeciwdziałania dezinformacji. Ostatecznie wykorzystanie AI w walce z dezinformacją i *fake news* może prowadzić do poprawy jakości debaty publicznej i zwiększenia zaufania obywateli do polityków i partii politycznych. W dobie rosnącej liczby fałszywych informacji inwestycja w rozwój AI i technologii zwalczających dezinformację jest kluczowa dla utrzymania przejrzystego systemu wyborczego (IBIMS, 2023).

PODSUMOWANIE

Sztuczna inteligencja (AI) może być używana przez partie polityczne do różnych celów, zarówno w kampaniach wyborczych, jak i w zarządzaniu działalnością polityczną. Wykorzystanie AI przez partie polityczne niesie za sobą zarówno potencjał, jak i ryzyko. Wymaga to ścisłego nadzoru, regulacji oraz dyskusji społecznej w celu zapewnienia odpowiedzialnego i etycznego wykorzystania tej technologii w kontekście polityki.

Wnioski te sugerują, że sztuczna inteligencja jest narzędziem o ogromnym potencjale, ale jednocześnie wymaga zrównoważonego podejścia, uwzględniającego aspekty etyczne, społeczne i polityczne. Ważne jest, aby decydenci polityczni, instytucje rządowe i społeczeństwo jako całość byli świadomi tych wyzwań i podejmowali działania mające na celu odpowiedzialne i etyczne wykorzystanie sztucznej inteligencji w polityce. Dbałość o przejrzystość, ochronę danych, walkę z manipulacją informacjami oraz eliminację uprzedzeń są kluczowe dla budowania zaufania społecznego wobec AI w polityce. Warto podkreślić, że niezbędna jest należyta edukacja w zakresie możliwości sztucznej inteligencji nie można zapominać, iż „sztuczna inteligencja nie służy do zastąpienia człowieka robotem, ale pomaga zastąpić robota w człowieku” (Męcina, 2023, s. 9).

BIBLIOGRAFIA

- Boden, M.A. (2020). *Sztuczna inteligencja. Jej natura i przyszłość*. T. Sieczkowski (Tłum.). Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Buller, A. (1998). *Sztuczny mózg. To już nie fantazje*. Warszawa: Prószyński i S-ka.
- Business Insider (2020, 10 lipca). *Naukowiec: analizy big data pozwalają coraz precyzyjniej wpływać na wyborców*. <https://businessinsider.com.pl/technologie/nowe-technologie/analizy-big-data-a-wplywanie-na-wyborcow/71q2518> (dostęp: 27.12.2023).
- Dziennik Naukowy (2021, 19 stycznia). *Sztuczna inteligencja z 70 proc. dokładnością rozpoznaje sympatie polityczne. Wystarczy jedno zdjęcie*. <https://dzienniknaukowy.pl/nowe-technologie/sztuczna-inteligencja-z-70-proc-dokladnoscia-rozpoznaje-sympatie-polityczne-wystarczy-jedno-zdjecie> (dostęp: 27.12.2023).
- Ficoń, K. (2013). *Sztuczna inteligencja nie tylko dla humanistów*. Warszawa: BEL Studio Sp. z o.o.
- Flasiński, F. (2011). *Wstęp do sztucznej inteligencji*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN S.A.
- IBIMS (2023). *Raport: Przedwyborcze wyzwania komunikacyjne dla partii politycznych w dobie sztucznej inteligencji i algorytmów*. Warszawa: Instytut Badań Internetu i Mediów Społeczności.
- Kiwnik Pargana, J. (2023, 28 listopada). *Sztuczna inteligencja miesza w wyborach*. DW. <https://www.dw.com/pl/sztuczna-inteligencja-miesza-w-wyborach-europa-sie-boi/a-67577707> (dostęp: 27.12.2023).
- Lovelace, A.A. ([1843] 1989). *Notes by the Translator*. W R.A. Hymn (Ed.). *Science and Reform: Selected Works of Charles Babbage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Męcina, J. (2023). *Od cyfryzacji i robotyzacji do sztucznej inteligencji. Wyzwania dla gospodarki i rynku pracy*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

Copyright and License



This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution – NoDerivs (CC BY- ND 4.0) License <http://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>