

«Цифровой популизм» в личных блогах политиков: репрезентация инновационных технологий в публикациях об ИИ

Научный руководитель – Кирия Илья Вадимович

Погожев Роман Олегович

Выпускник (бакалавр)

Донской государственный технический университет, Факультет медиакоммуникации и мультимедийных технологий, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: ropogozhev@edu.hse.ru

К 2025 году ИИ стал ключевой и наиболее влиятельной технологией среди инноваций, опередив облачные вычисления, робототехнику, метавселенные и интернет [8]. В современном обществе, которое в значительной степени адаптировалось к прошлым инновациям, появилась технология, которая «кардинально меняет способ производства широкого спектра товаров и услуг», тем самым приобретая статус технологии «общего назначения» и вызывая наибольший интерес в медиа по сравнению с другими инновациями (Roser, 2022).

Тематика ИИ становится наиболее популярной среди других инноваций, репрезентируемых в медиасреде [5]. С 2023 года искусственный интеллект демонстрирует наивысшую динамику упоминаемости в новостных публикациях среди ключевых технологий 21 века, согласно данным Google Trends по всему миру [6]. Прецеденты, связанные с ИИ, поддерживают представленность темы в медийной среде, в том числе за счёт своей инновационности. Это позволяет анализировать репрезентацию инновационных технологий в блогах политиков фокусируясь на ИИ.

Фокус работы направлен на проблематику мобилизации технологического дискурса и использование технологии ИИ в политических целях. Так, целью работы было зафиксировать, как конструируется дискурс вокруг ИИ.

Политические акторы, обладающие особыми возможностями для формирования и распространения смыслов, формируют значимый медиадискурс. Повышение значимости блогов как новых медиа, тренд на персонализированность в политической сфере привели к тому, что личный блог современного политика стал заметным атрибутом его деятельности [1]. Жанр блога, основываясь на медийных инструментах, позволяет политику выстраивать свою коммуникацию без посредников.

Популизм является активно развивающимся феноменом, который трансформируется в цифровой среде. Согласно исследованию М. Функе, популизм достиг своего исторического пика именно в 21 веке [2]. Аспект «цифрового популизма» в публикациях об ИИ заслуживает внимания с точки зрения анализа механизмов, к которым политики могут прибегать, используя и приспосабливая образ ИИ к собственным целям.

Анализ литературы позволил определить личные блоги как неотъемлемый атрибут политиков, а также обозначить специфику X/Twitter как платформы, используемой для их создания и ведения. Исследование опирается на методологию критического дискурс-анализа (КДА) по Н. Фэркло в рассмотрении 150 медиатекстов, отобранных из 7 блогов политиков [4].

Результаты продемонстрировали спектр использования понятия ИИ и его репрезентацию. Также были определены приёмы «цифрового популизма», которые применялись политиками в публикациях. Было выявлено, что ИИ становится центром политики и фактором технологизации политического дискурса, который, в свою очередь, политизирует дискурс об инновациях.

Политики берут ИИ на «вооружение», конструируя его образ с использованием идеологий для успокоения аудитории или репрезентации неопределенности будущего, которое берётся под личный и государственный контроль.

Популизм становится дополнительным инструментом манипулирования технологией в политическом дискурсе. Политик, не обладая явным статусом популиста, а используя данный дискурс «градационно», применяет популистские приёмы для представления технологии, превращая ИИ в потенциальный инструмент политической борьбы. Популизм становится средством, через которое политически-медийные акторы, конструируют разделяемый образ ИИ, через солиционизм и прочие идеи.

Источники и литература

- 1) Рычева Е.А. К вопросу об имиджевых жанрах политического дискурса. // Opera Slavica. 2020. p. 27.
- 2) Funke M., Schularick M., Trebesch C. Populist Leaders and the Economy // American Economic Review. 2024. p. 13-15.
- 3) Johnston A., Immerman D. 2024 Global Trends in AI // S&P Global Market Intelligence. 2024. p. 8-25.
- 4) Jørgensen M., Phillips L.J. Discourse analysis as theory and method // SAGE Publications Ltd. 2002. p. 60-175.
- 5) Nguyen D., Hekman E. The news framing of artificial intelligence: a critical exploration of how media discourses make sense of automation // AI & Soc. 2022, №39. p. 437-451.
- 6) Google Trends: <https://clck.ru/3LwuP4>
- 7) Our World in Data: <https://clck.ru/3LuEki>
- 8) Statista: <https://clck.ru/3LuFCc>