



Искусственные общества. 2013-2023

ISSN 2077-5180

URL - <http://artsoc.jes.su>

Все права защищены

Выпуск 1 Том 18. 2023

Искусственные агенты социальных отношений

Равочкин Никита Николаевич

*Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия, Кузбасский
государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева
Российская Федерация, Кемерово*

Аннотация

В настоящее время происходит переформатирование привычной системы социальных отношений. С наступлением цифровой эпохи роль передовых технологий в интересующем контактировании возрастает. Созданные человеком искусственные агенты все чаще участвуют в коммуникациях самого различного уровня. Многие индивидуальные и коллективные субъекты все чаще стремятся расширить сети коммуникантов благодаря современным программам и сервисам. В статье рассматриваются способы участия данных продуктов искусственного интеллекта в различных сферах общественной жизни. Представлена природа программируемых агентов. Проанализировано состояние и уровень развития данных продуктов науки и техники. Показаны векторы трансформации современного коммуникационного ландшафта. Освещены функции, выполняемые агентами социальных отношений. Выявлена целесообразность использования мессенджеров, роботов и чат-ботов, высвобождающих человеческие ресурсы. На практических примерах определены возможности, ограничения и перспективы использования искусственного интеллекта в сферах медиа, маркетинга, коммерции и HR. Изучено влияние мессенджеров и ботов на преобразование коммуникационных практик. Обосновано, что на сегодняшний день искусственные агенты способны выполнять лишь ряд технических задач, так или иначе требуя подключения человеческого разума для нетривиальных решений. В заключение приведены обобщения, составляющие собой теоретическую и методологическую основу для последующих исследований влияния искусственных агентов на трансформацию социальных связей и отношений.

Ключевые слова: искусственный агент, контекст, коммуникация, общество, сеть, медиа, цифровизация, социальные отношения

Дата публикации: 31.03.2023

Ссылка для цитирования:

Равочкин Н. Н. Искусственные агенты социальных отношений // Искусственные общества. – 2023. – Т. 18. – Выпуск 1. URL: <https://artsoc.jes.su/s207751800024813-3-1/>. DOI: 10.18254/S207751800024813-3

¹ *Автор выражает благодарность коллегам и единомышленникам Вадиму, Владимиру, Евгению, Константину, Сергею и Степану за ценные методологические советы и совместный поиск исследовательских ориентиров*

² Современные условия функционирования социальных систем во многом детерминированы цифровизацией, которая, как известно, предполагает применение передовых технологий для трансляции знаний и коммуникации [15]. Важно отметить, что значительная часть запросов и информации оказывается стандартизированной, поскольку часть запросов пользователей глобальной сети зачастую совпадает содержательно, значит, может быть обработана автоматически.

³ Пожалуй, следует начать с указания на то, что в современном социуме применяется весьма широкий перечень технических средств, которые по приписываемым им статусам и принципам функционирования могут быть отождествлены с другими субъектами социальных отношений. В этом плане заслуживает внимания позиция В.И. Игнатьева, выделяющего человека и робота как участников интеракции и анализирующего их влияние на систему общественных отношений [5]. Так, для толкования сущности робота можно апеллировать к идеям Д. Джордона, что позволяет понимать данного агента как «механическое устройство, иногда похожее на человека, способное совершать различные и сложные действия, выполняемые человеком, по его команде или программе» [3, с. 23]. В этом усматривается делегирование тех или иных алгоритмизированных действий, поскольку роботы в самых различных направлениях человеческой активности могут быть использованы для достижения конкретных целей и выполнять соответствующие функции и решать технические задачи.

⁴ В логике В.И. Игнатьева роботы в частности и искусственный интеллект в целом представляют собой рационально устроенное «существо, которое обладает сенсорным восприятием, искусственной когнитивной деятельностью и физическим действием» [5, с. 67]. Резонно считать, что такие искусственные агенты выполняют возложенные на них функции ради некоторого перечня последствий, каждое из которых определяется необходимыми умениями. Полагается, что особенности конструирования подобных программ укоренены в определенном телеологическом подходе, что привело бы к реальным социальным следствиям в форме изменения поведенческих паттернов людей. При сосуществовании людей и роботов ожидается достижение определенных эффектов, прежде всего в повышении уровня жизни от использования ресурсов искусственного интеллекта и закономерного изменения структуры интеракций в

современном обществе. Тандем «человек и робот» уже привел к некоторым сдвигам, позволив, например, освободить людей от тяжелых физических операций на производстве, что позволило им сосредоточиться в большей степени на интеллектуальной деятельности и дальнейшем совершенствовании возможностей используемых и создаваемых машин. На этом основании можно утверждать, что современное общество, которое и так не обрело какого-либо четкого определения на этапе постиндустриального транзита, удачнее было бы трактовать как «гибридное», поскольку в его координатах уже произошло разделение функционала и обязанностей между людьми и искусственными агентами.

⁵ Другой центральной проблемой сегодня является уже упомянутое наличие огромных массивов циркулирующих в различных пространствах данных, которые человек попросту не способен обрабатывать. Речь идет и о знаниях в частных и междисциплинарных областях, и о информации в медиа, которые в первую очередь связаны с обработкой и трансляцией сообщений об актуальных событиях в общепланетарном масштабе. Рассуждая о новых медиа, Б. ван дер Хаак, М. Паркс и М. Кастельс отмечают их сетевую природу и пополнение инструментария благодаря активному развитию автоматизированной журналистики, центральная задача которой заключается в сборе данных, их интерпретации, вдумчивой аналитики и последующем создании качественных рассказов [20]. Можно согласиться с мнением, что и сама динамика современной журналистики свидетельствует о многочисленном активном обращении к обозначенной зарубежными теоретиками практике [11]. Это с легкостью объясняется тем, что за счет своего развития автоматизированная журналистика уже позволяет создавать новые образы и технологии, а также найти применение чат-ботам и нетривиальным способам трансляции информации, нацеленной на массового потребителя, что неоднократно подтверждалось, причем в различных областях человеческой активности.

⁶ Сделаем немаловажное уточнение, что сегодня именно истолкование информации становится отличительной чертой при дистрибуции знаний. Уже не сами факты, а именно интерпретации становятся той ценностью, которая приобретает для потребителей принципиальную значимость [4, 19]. Поскольку современные формы трактовок медиаконтента выражаются преимущественно через массивы данных, то их целесообразнее передавать при помощи передовых технологий. Чат-боты становятся одними из наиболее распространенных вариантов решения таких задач [13, 18]. Как итог, эти технические субъекты обретают статус средств трансляции массовой информации, а на этом фоне другие девайсы становятся достаточно эффективной альтернативой применения человеческих ресурсов.

⁷ Обращают на себя внимание изменения устоявшихся принципов взаимодействия, осуществляемого самими искусственными агентами социальных отношений. Происходящие перемены позволяют исследователям выделить целый ряд трендов, определяющих развитие современного коммуникационного ландшафта:

- Преобладание горизонтальных связей над вертикальными. Это выражается в возможностях трансляции знаний и информации не по принципу субординации, то есть через какие-то целостные центры и единые

источники информационных потоков, но посредством множества отдельных структурных элементов, находящихся между собой в отношениях координации, что, по сути, делает их равными по своему статусу [14, 18].

- Персонифицированный характер информации. Здесь также происходит объективация фундаментального свойства современного общества – роли автора текста. И хотя Р. Бартом была высказана идея по поводу «смерти автора», по крайней мере, в той форме, при которой утрачиваются фундаментальные обще социальные нарративы [16, 18]. Однако нельзя не напомнить, что авторство реализуется через способность субъекта рассказывать о событиях и выражать свою точку зрения. Именно в последнем выражается роль искусственных агентов социальной интеракции: они обеспечивают технические возможности осуществлять дистрибуции тех сообщений, которые рассказчик посчитает нужными и возможными довести до адресата;
- Увеличение скорости потоков данных, вследствие чего наблюдается повышение информационного шума. Это действительно важная и существенная социальная проблема, в которой весьма сложно, а порой практически невозможно определить источник информации [15]. Сведения утрачивают свою сущностную черту – фундаментальность. Закономерно, что отсюда возникает каскад проблем этического плана, так как грани между валидными и фейковыми данными становятся крайне размытыми [6]. Отдельно отметим формирование более «интимных» форм коммуникативного взаимодействия между искусственными агентами и потребителями конкретной продукции, суть которого открывает возможности для максимально близкого и доверительного контактирования компании и их целевых аудиторий.

8 Рассматривая многочисленные кейсы социальной практики, интересно направление применения ресурсов искусственного интеллекта для решения стандартных юридических вопросов. Так, крупные многопрофильные компании сталкиваются с проблемой решения бумажных рутинных вопросов, которые, с одной стороны, достаточно просты для того, чтобы ими занимался отдельный департамент или несколько специалистов. В частности, речь идет о простых по своему оформлению документах либо же отчетах. Как известно, в современном обществе поток подобных документов существенно возрос, что требует консолидации определенных ресурсов. В данном случае специально запрограммированные чат-боты разгружают функционал сотрудников, занятых документационным обеспечением управления, позволяя им заниматься решением более сложных задач [13]. В самом деле, с учетом перманентных цейтнотов автоматизация работы с сайтами, информация на которых ложится в основу документа и их формирование, а также лингвистический анализ смысловых и содержательных ошибок и последующую стандартную переписку резоннее «перепоручить» искусственному интеллекту [16, 17]. Данный пример является наглядным подтверждением признания полноценности и самостоятельности чат-ботов, так или иначе участвующих во взаимодействиях с представителями некоторых целевых аудиторий, а также в принятии управленческих решений.

⁹ Вместе с тем, на сегодняшний день о всецелой позитивизации возможностей чат-ботов как новых агентов социальных отношений не может быть и речи. Ведь насколько бы совершенным ни был искусственный интеллект, (а) его оператором является человек, поэтому (б) создаваемые средства не могут быть запрограммированы так, чтобы учитывать полный перечень условий хотя бы одного класса ситуаций. Выходит, в настоящее время определенные негативные последствия необходимо предусматривать. На этот счет весьма показательное замечание Н.А. Усольцевой и Ю.М. Усольцева: чем проще чат-бот, тем меньше шансов привлечь компанию к юридической ответственности за негативные последствия его советов, например, для контрагентов [12].

¹⁰ Выходит, ресурсы искусственного интеллекта всегда сопряжены с вероятностью появления ошибки при разрешении конкретных дел определенного уровня. В реалиях современного мира это почти наверняка приведет к репутационным потерям и необходимости восстановления отношений между клиентом и компанией, не говоря уже о детальном анализе содержания полученных со стороны чат-ботов сообщений [13]. В такой логике повышение привлекательности компании для целевых групп возможно лишь в смешанном формате, когда сотрудники изначально разъясняют пределы компетенции искусственного интеллекта, устанавливая его пределы справочной сферой или, как уже было отмечено, делегируя ему ряд стандартизированных функций. Так, рекомендациям чат-ботов следует приписывать информационный характер – данное доведенное до адресатов оповещение позволит избежать значительных рисков для гудвилла [16, 17].

¹¹ Продолжая свои рассуждения, отметим, что данные искусственные агенты социальных отношений оказали существенное влияние и на сферу коммуникации и масс-медиа, способствовав формированию новых типов средств массовой информации. Традиционно полагалось, что человек отбирал события и описывал их в рамках информационного сообщения. Именно от человека, его способностей, возможностей, интенций и интересов зависело содержание событий и их описание. Создание чат-ботов и их внедрение в социальные сети и мессенджеры обусловило необходимость алгоритмизации трансляции контента, что частично позволило на выходе формировать уникальный контент [13, 15].

¹² Достаточно сильный тезис обнаруживаем в исследовании Д.Э. Коноплева, который высказывает идею о том, что «интерес к ботам стал столь велик, что Telegram создал отдельную управляющую ботами среду – botfather. С момента появления “отца ботов” писать программу-рассылщика и создавать с ее помощью собственное СМИ в соцсети мог любой желающий, владеющий базовыми навыками работы с программными интерфейсами приложений» [7, с. 198]. Нетрудно заметить, что в медиaprостранствах боты выполняют формальные действия по сбору и обработке тематической информации, что позволяет им формировать новостные каналы. Более того, стоит отметить, что их регулярное наполнение соответствующей информацией происходит за счет запрограммированного анализа новостного потока различных средств массовой информации и передачи контента в соответствующие паблики и каналы.

13 Ключевая идея представленной системы закрепляет социальные практики «роботизации» средств массовой информации, которые становятся прямыми конкурентами традиционным формам трансляции контента. Правомерно считать, что ставшие привычными СМИ формируют интересующий человека контент с некоторой задержкой по отношению к событию. Но при этом они довольно-таки разрозненны и не позволяют в определенной степени обеспечить трансляцию множеству источников информации. В этом смысле чаты, которые применяются в современных мессенджерах, к примеру, в Telegram-каналах, приобретают вполне очевидные выгоды перед официальными СМИ [14, 15].

14 Использование простого интерфейса и достаточно широкой аудитории сделало использование Telegram-каналов крайне привлекательными для формирования новых средств массовой коммуникации. Немаловажным является изменение структуры защиты информации в Telegram. Одной из ее отличительных черт является механизм шифрования трафика, который не мог не привлечь внимание субъектов, так или иначе связанных с «Dark-net'ом», для которых основная ценность представленной технологии заключается в существенном упрощении необходимой им скрытой коммуникации [7, с. 198]. Представленное положение дел сформировало не только трансляцию неофициальных, а порой и вовсе криминальных разновидностей контента, но и способствовало распространению самых различных запрещенных материалов, запрещенных в национальных государствах или же по всему миру в целом.

15 Заметим, что вне зависимости от наличия запрещенных информационных каналов тренд по поводу перехода части аудитории на мобильные приложения уже отчетливо прорисован [13]. Как правило, мессенджеры содержат в себе принципиальную необходимость использования ботов для сбора, хранения и распространения различного тематического контента. Предполагается, что изменение сущности и структуры средств массовой информации трансформирует не только инструментарий трансляции данных, но и влияет как на интересубъективные взаимодействия, так и на социальную ткань в целом.

16 Новая структура всегда несет определенные риски. По нашему мнению, существенной проблемой может стать так называемая «утечка персональных данных», суть которой связана с применением принципа профессиональной юридической тайны на практике. Дело, конечно, не в том, чтобы избавиться от чат-ботов и иных искусственных агентов, поскольку данные меры не в полной мере решат заявленную проблему. Прямая связь усматривается между руководством современными методами юридического консультирования и необходимостью программирования ботов таким образом, чтобы вводимая в них информация оказалась обезличенной. Действительно, в рамках юридической сферы искусственные агенты должны выступать в качестве помощников для коммуникационного взаимодействия, но никак не в качестве альтернативы, полностью замещающей человеческое присутствие и адресную квалифицированную юридическую помощь.

17 В свою очередь мессенджеры как еще одна разновидность искусственных агентов социальных отношений могут выступать в качестве каналов продаж. В современном цифровом обществе система онлайн-продаж ориентируется в первую

очередь на использование контекстной рекламы и применение массовых рассылок. Причем в последнем случае речь идет о письмах по электронной почте и отправлении сообщения в мессенджерах. Весьма любопытно выглядит статистика: в среднем количество открытых и прочитанных писем, отправленных по электронной почте, составляет всего 7%, в то время, как читаемость сообщений в мессенджерах составляет порядка 80% [1, с. 230]. В этих двух цифрах как нельзя лучше отражаются метаморфозы современного мира, перестроившие фундамент по работе компаний со своими аудиториями.

¹⁸ Маркетологи также едины во мнении, что мессенджеры обладают большим набором преимуществ, нежели остальные каналы связи, с помощью которых рыночные игроки взаимодействуют с потребителями товаров и услуг [8]. Среди таковых можно выделить наличие возможности автоматических продаж круглосуточно. Это определяется использованием заранее запрограммированных систем, которые заключают покупку в формальной системе, генерируют смету и определяют основные необходимые составляющие сделки. Важным свойством мессенджеров становится возможность снижения затрат на продвижение и продажу товаров. Это связано с тем же свойством исключенности человека из факта непосредственной продажи товара. Чат-бот и мессенджер определяют техническую возможность сделки, тогда как последние могут еще выступать и в качестве дополнительного канала сбыта, даже если основного канала связи с потребителями товаров и услуг вполне достаточно.

¹⁹ Существуют и другие преимущества использования искусственного интеллекта в мессенджерах в системе маркетинга. Однако следует отметить, что сами факты обращения к таким технологиям позволяют снизить нагрузку персонал в продажах, но при этом повысить качество маркетинговой системы и продаваемости товаров. Вместе с тем, эффективность мессенджеров определяется низкой конкуренцией, поскольку сегодня лишь небольшое количество компаний пользуются таким способом взаимодействия с клиентами на регулярной основе. Использование мессенджеров дает возможность автоматизировать часть рутинных процессов, что сказывается на повышении качества работы компании.

²⁰ Другим интересным способом применения мессенджеров в бизнесе является их инструментальная роль по подбору персонала. Речь идет о том, что техническая работа по сбору и обработке анкет, поданных соискателями на открытую вакансию, выполняет именно интеллект искусственных агентов, которые отбирают правильно заполненные заявки и анкеты. Кроме этого, мессенджеры способны использовать механизмы первичной отработки и оценки полученных анкет, что снижает общее их количество для анализа HR-специалиста, высвобождая их время для непосредственного взаимодействия с персоналом компании.

²¹ Схема анализа соискателей состоит в том, что первоначально анализируется весь массив данных: от сформированной анкеты до формального общения с ним. Тщательному изучению подвергаются практически все значимые свойства потенциального работника: «Описания требуемого профиля профессиональных и личностных качеств, возрастных пожеланий, места локации, а также предыдущего опыта работы, которые закладываются в искусственный

интеллект» [2, с. 120-121]. В последующим закладываются более сложные вопросы, которые касаются должностных обязанностей и предпочтительные ответы. На основании полученных сведений искусственный агент выполняет ряд бизнес-процессов, которые касаются отбора резюме кандидатов, отправки приглашений потенциальным кандидатам для участия в конкурсном отборе на вакансию и ряд других.

²² Следует говорить о том, что данный продукт искусственного интеллекта представляет собой не просто автоматизированный интерактивный инструмент, скорее он репрезентирует одну из версий «универсального сотрудника», который способен работать круглый год, обрабатывая огромный массив данных, проводить систематизацию полученной информации и даже проводить собеседования [14]. Внедрение таких ботов позволяет выделить компанию среди ее конкурентов как наиболее продвинутой и эффективной, поскольку она использует современные цифровые средства коммуникации.

²³ Более того, как показывают О.С. Голованова и Н.Н. Масюк, «в ходе интервью с кандидатами с целью развития HR-бренда чат-бот можно запрограммировать на трансляцию ценностей и конкурентных преимуществ компании» [2, с. 122]. Можно говорить о том, что использование чат-ботов для анализа анкет потенциальных сотрудников позволяет не только и не столько найти подходящего работника. В условиях взаимосвязей между всеми направлениями деятельности экономических агентов, описанная форма поиска исполнителя трудовых обязанностей также позволяет сформировать позитивный имидж компании, причем сделать это как по каналам внутренней, так и внешней коммуникации.

²⁴ Однако в очередной раз отметим, что даже эти возможности, которые предоставляют компаниям искусственные агенты в плане рекрутинга, все еще не отменяют необходимости взаимодействия соискателей с реальным человеком, которым является специалист по подбору персонала. Существенной оказывается проблема поиска реальных кандидатов на конкретные рабочие места. В данном случае чат-боты, мессенджеры и социальные сети, в которые «перекочевывают» потенциальные работники и в которых оказывается возможным поиск сотрудника на соответствующее место, способны предложить только так называемые «половинчатые» решения проблемы. Так, искусственные агенты способны применять таргетированную рекламу с обзором подходящих для того или иного кандидата вакансий и в пространстве социальных медиа осуществлять их поиск «и отправлять им индивидуальные предложения» [10, с. 70]. Эффективность такого канала коммуникации работодателей и потенциальных сотрудников пока еще амбивалентна в своих оценках. Одновременно здесь применяется важный ресурс взаимодействия: вакансии видит не только широкий контингент тех, кто заинтересован в получении работы, но также близкие, друзья и так далее. Таким образом, искусственные агенты, используемые в процессе поиска сотрудников, определяют значимую возможность расширения целевой аудитории [17]. Таким образом, появляется более высокий шанс на реальное взаимодействие между всеми заинтересованными лицами.

²⁵ Итак, продукты цифровизации существенно облегчают работу HR-департамента, в том числе и по предварительному оцениванию компетенций. Полагается, что чат-боты позволяют минимизировать человеческий фактор в процессе подбора персонала, начиная с ликвидации банальной человеческой невнимательности или усталости и заканчивая оперативностью в получении ценной информации всеми заинтересованными лицами [9]. Если же говорить о распространенности чат-ботов в современной системе управления персоналом, то де-факто они доступны абсолютно для всех, у кого есть мобильный телефон с выходом в Интернет.

²⁶ В заключение целесообразно отметить, что в реалиях современного мира искусственным агентам удалось не просто встроиться в привычные взаимодействия между индивидуальными и коллективными субъектами, но и осуществить весомый вклад в трансформацию наличных общественных отношений. Конечно, на сегодня они не являются полноправными участниками, но изменили структуру социальных связей, к примеру, через обеспечение коммуникации между широкими группами людей, поскольку без данных агентов, играющих в данном аспекте ярко выраженную вспомогательную роль, выстраивание таких прямых и опосредованных интеракций представляется крайне маловероятным. Новые типы взаимодействий приобретают принципиальный характер, поскольку на социум все больше распространяется логика приоритета горизонтальных взаимодействий над вертикальными.

²⁷ В результате, различные искусственные агенты – мессенджеры, роботы, чат-боты и другие помощники – входят в сферу социального ввиду беспрецедентного развития и, прежде всего, колоссальных объемов информации, что прямо указывает на необходимость ее обработки с применением технических средств [14]. Полагается, что искусственный интеллект берет на себя операционное управление Big Data, выполняя многие формализованные технические задачи таким образом, чтобы высвободить временные и иные ресурсы человека.

²⁸ Мы рассмотрели, как в самых различных областях человеческой жизнедеятельности искусственный интеллект нашел свое успешное практическое применение. Как результат, сегодня становится возможным ускоренное получение новых знаний и необходимой информации, техническая поддержка сайтов, осуществление юридических процедур, формирование и переход к новым СМИ, реализация функций HR-ассистента. Конечно, это позволяет перепоручить рутинные функции искусственным агентам, но одновременно с этим сегодня все еще необходимо предусматривать вероятность наступления тех или иных негативных последствий, исправить которые может только человеческий разум.

²⁹ На основании сказанного можно сделать вывод о том, что искусственных агентов можно считать субъектами современного общества, имеющего ярко выраженные технико-технологические основания. Рассмотренные в данной статье новые участники социальных отношений приобретают ярко выраженный статус поддержки человека, поскольку берут на себя выполнение того массива работ, для выполнения которых потребовались целые отделы компетентных специалистов.

При этом важно осознавать, что в настоящее время они еще не способны выполнять те задачи, с которыми сталкивается человеческий разум.

Библиография:

1. Гиневичус В.В. Мессенджер-маркетинг: рассылки, чат-боты и продажи // StudNet. 2020, Т. 3, №10
2. Голованова О.С., Масюк Н.Н. Чат-бот – digital помощник рекрутера // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2020, Т. 12, № 4
3. Джордан Д. Роботы. – М.: Издательская группа «Точка», Альпина Паблишер, 2017. 272 с.
4. Иванов А.Д. Чат-бот в Telegram и Вконтакте как новый канал распространения новостей // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2016, Т. 1, №3
5. Игнатьев В.И. И грянет «другой» актер... Становление техносубъекта в контексте движения к технологической сингулярности // Социология науки и технологий. 2019, Т. 10, №1
6. Земская Ю.Н. Об изменениях коммуникационного ландшафта в эпоху интернета и социальных сетей // Филология и человек. 2015, № 4
7. Коноплев Д.Э. Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017, №3 (25)
8. Кушков Е.А. Мессенджеры для бизнеса. Роль и влияние на цифровую экономику // UNIVERSUM: экономика и юриспруденция. 2019, №4 (61)
9. Мальсагова Д. М. Изменение рекрутинга в цифровую эпоху // Самоуправление. 2020, Т. 2, №1(118)
10. Мартынова М.Э., Кашилов С.Г. Цифровые технологии в управлении персоналом компании // Общество, экономика, управление. 2019, Т. 4, №4
11. Солдаткина Я.В. Проблемы сегментации контента в СМИ и новые возможности мобильных мессенджеров // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2018, Т. 23, № 3
12. Усольцева Н.А., Усольцев Ю.М. Чат-бот как элемент правовой реальности // Юридическая наука. 2020, №9
13. Cahan S.F., Chen C., Chen L., Nguyen N.H. Corporate Social Responsibility and Media Coverage // Journal of Banking & Finance. 2015, Vol. 59

14. Desouza K.C., Dawson G.S., Chenok D. Designing, developing, and deploying artificial intelligence systems: Lessons from and for the public sector // Business Horizons. 2020, Vol. 63, № 2
15. Gray J., Rumpe B. (2017). Models for the digital transformation // Software & Systems Modeling. No. 2. Pp. 307-308.
16. Kokhanova V. Assessment of the impact of digitalization on the formation of strategic corporate interests of the company // SHS Web of Conferences. Conf-Corp 2020 – International Scientific-Practical Conference «Transformation of Corporate Governance Models under the New Economic Reality». 2020. - p. 05003.
17. Lock I., Seele P. Theorizing Stakeholders of Sustainability in the Digital Age // Sustainability Science. 2017, Vol. 12
18. Mikhaylov S., Esteve M., Campion A. Artificial intelligence for the public sector: opportunities and challenges of cross-sector collaboration // Physical and Engineering Sciences. 2018, pp. 1-21.
19. Saxena M. K., and Dhara H. ICT: An Agent of Happiness in Education // BRICS Journal of Educational Research. 2018, № 8 (2&3)
20. Van der Haak B., Parks M., Castells M. The future of journalism: Networked journalism // International Journal of Communication. 2012, № 6.

Artificial agents of social relations

Nikita Ravochkin

*Kuzbass state agricultural academy, Kuzbass State Technical University named after
T.F. Gorbachev*

Russian Federation, Kemerovo

Abstract

Currently, the usual system of social relations is being reformatted. With the onset of the digital age, the role of advanced technologies in intersubjective contact is increasing. Man-made artificial agents are increasingly involved in communications at various levels. Many individual and collective subjects are increasingly striving to expand their networks of communicators through modern programs and services. The article discusses the ways of participation of these products of artificial intelligence in various spheres of public life. The nature of programmable agents is presented. The state and level of development of these products of science and technology are analyzed. The vectors of transformation of the modern communication landscape are shown. The functions performed by agents of social relations are highlighted. The expediency of using messengers, robots and chat bots that free up human resources is revealed. Based on practical examples, the possibilities, limitations and prospects for the use of artificial intelligence in the fields of media, marketing, commerce and HR are determined. The influence of messengers and bots on the transformation of communication practices has been studied. It is substantiated that today artificial agents are capable of performing only a number of technical tasks, one way or another requiring the connection of the human mind for non-trivial solutions. In conclusion, generalizations are given that constitute the theoretical and methodological basis for subsequent studies of the influence of artificial agents on the transformation of social ties and relationships.

Keywords: artificial agent, context, communication, society, network, media, digitalization, social relation

Date of publication: 31.03.2023

Citation link:

Ravochkin N. Artificial agents of social relations // Artificial societies. – 2023. – V. 18. – Issue 1. URL: <https://artsoc.jes.su/s207751800024813-3-1/>. DOI: 10.18254/S207751800024813-3