ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И МОДУСЫ МЕДИАТИЗИРОВАННОЙ СОЦИАЛЬНОСТИ

В ходе развития информационно-коммуникационных технологий и роста интерактивности медиа, их влияние на общество стало существенно возрастать. Цели осмысления данных процессов служит теория медиатизации. Она применима для описания способов воздействия медиа на другие сферы и институты общества. Медиатизация предполагает интеграцию медиа в различные сферы общества и трансформацию последних в данном процессе.

Значительное внимание социальные теоретики, работающие в междисциплинарной области исследований взаимодействия медиа и общества, уделяют аналитике исторического хода медиатизации. В частности, данной теме посвящены работы ученых Торонтской школы коммуникации, представителей «теории медиума», изучающих сущность и возможности влияния средств сообщения. В качестве критерия выделения этапов в истории человечества они предлагают использовать доминирующий тип медиума. Н. Луман для описания перехода в обществах использует понятие «медиа распространения». На сегодняшний день исследователи, работающие в рамках теории медиатизации также выделяют этапы исторического развития (как линейно структурированные, так и имеющие волновой характер), соотносящиеся с критичным возрастанием влияния того или иного медиа на приущую обществу специфику массовой социальной коммуникации.

Многие из этих ученых фокусируют свое внимание на новых медиа как ключевом факторе медиатизации в двадцать первом столетии. Ее текущий этап ознаменовался социализацией медиа, их переходом в интерактивный формат, появлением возможностей коммуникации в режиме реального времени, беспрецедентным расширением числа коммуникаторов, их объединением, включением в социальные сети, переходом от субъект-объектной модели традиционных СМИ к плюральной, полилогической, состоящей из сети сообщающихся между собой акторов, мультимедийной модели онлайн-медиа.

Кроме того, в условиях изменившегося медиапространства нашими «партнерами» по коммуникации становятся не только другие люди, но и нечеловеческие акторы. Это связано, прежде всего, с внедрением в социальные медиа технологий глубинного обучения, нейронных сетей, функций машинного перевода, компьютерного зрения, распознавания речи, ее перевода в текстовый формат и т. п. Результатом этого становится возникновение новых модусов социальности.

На протяжении истории люди и прежде взаимодействовали с нечеловеческими акторами (межвидовая коммуникация – с животными). Но в таком случае речь все же идет о живых существах, обладающих психикой. Там общение выстраивается с разных интеллектуальных, психологических, семиотических позиций, с применением отличающихся знаковых систем. В ситуации с интернет-ботами коммуникация осуществляется в формате, максимально приближенном к обычной беседе между людьми. Получая от информации от нечеловеческих коммуникаторов, обмениваясь с ними сообщениями, пользователи не всегда могут идентифицировать их природу, что в свою очередь проблематизирует возникающий таким образом тип социальности. Особенно остро поднятый выше вопрос встает в связи с развитием технологии дип-фейк – синтеза голоса или изображения (как статичного, так и динамичного), фундированной ИИ. Она позволяет создавать фото-, аудио и / или видеореалистичное изображение. В Instagram набирают популярность страницы нейроперсонажей, моделей, созданных при помощи искусственного интеллекта. В данной социальной сети существует опция-метка для публикаций по выбору «создано с помощью ИИ», однако авторы цифрового контента не всегда используют ее корректно или не используют вовсе. Вопрос их ответственности в данной связи остается открытым.

В социальную науку входят такие понятия как «техносоциальность», «постсоциальность», «объектно-центрированная социальность», «гибридная социальность». Они связаны с разработками в области акторно-сетевой теории и описывают феномен субституции (в форматах от совмещения до вытеснения) людей в качестве партнеров по интеракции вследствие использования новейших информационно-коммуникационных технологий, технологий искусственного интеллекта. Возрастает степень опосредованности социальности медиа и технологиями. Интернет стал важным срезом публичной сферы. Наряду с открывшимися возможностями это сопряжено с рядом рисков, в их число входит астротурфинг – вводящая в заблуждение практика, в ходе которой создается иллюзия общественной поддержки посредством публикации цифрового контента соответствующего содержания и направленности. Астротурфинг осуществляется по заказу заинтересованных субъектов, но информация о его спонсорах скрывается. Так, за сообщения, исходящие от низовых инициатив и реальных пользователей, выдается размещенная на страницах интернет-ресурсов имитация общественных высказываний, сообщений, создающих видимость поддержки того или иного политического, экономического или культурного, религиозного и т. п. феномена. Изначально данная практика ассоциировалась с так называемыми «фабриками троллей», но по

мере развития технологий машинного обучения ее инструментами становятся боты.

Чат-бот – это программа, выполняющая заранее прописанные повторяющиеся функции в автоматическом режиме в интернете, через интерфейсы, предназначенные для людей. Функционирование многих из них основано на работе нейросетей, а их активность направлена на выстраивание диалога с пользователем. Их функционал предполагает автоматизацию работы с пользователями, управление контентом и аудиторией. Боты помогают сэкономить время, им могут быть делегированы различные рутинные функции. Боты имитируют разговор между двумя людьми, в реальности – между пользователем-человеком и (ро)ботом. Их коммуникативный спектр широк – от ответов на простые, стандартизированные запросы до сложной беседы с высоким уровнем персонализации. Кроме простых чат-ботов, существуют виртуальные и цифровые помощники для поддержания многоуровневых диалогов с пользователем. Они могут распознавать языки и различные запросы, потребности визави.

Становится популярным нейрокомментинг – написание комментариев социальных медиа ботами в целях привлечения аудитории, увеличения трафика, нечестное продвижение, пропаганда, астротурфинг. Среди вредоносных ботов следует особо выделить имитирующие человеческое общение: чат-боты на сайтах знакомств могут маскироваться под пользователей с целью получения персональных данных. Боты в мессенджерах могут использоваться для фишинга и мошеннических целей. Возможности создания дип-фейков для выдачи себя за реально существующего человека облегчают осуществление незаконной деятельности злоумышленниками.

Сегодня перед владельцами сайтов, блогерами и даже рядовыми пользователями встает проблема определения роботности – совокупности всех «нечеловеческих» посещений страницы в доле общего трафика. Иллюзию активности создают их посещения веб-ресурсов, в однако за ними не стоит реальных пользователей. Вероятно, подвергать онлайн-собеседника «тесту на роботность» станет необходимостью, учитывая темпы развития нейросетевых технологий.

Этическая коллизия, возникающая в связи с проявлениями техносциальности, связана с феноменом dead-ботов (мертвоботов). Создаются специальные чат-боты на базе ИИ, имитирующие речь умерших, с учетом их личностных особенностей, характера, интересов, основываясь на оставленных ими цифровых следах. Нейросетевые технологии позволяют воспроизводить видеоряд, создавая видимость жизни и присутствия покойного. Интернет-платформы, продающие услуги по

имитации диалогов с ушедшими из жизни, позиционируют это как создание цифрового памятника, мемориального аватара близкого человека, как возможность нового вида «посмертного присутствия», говоря о терапевтичности своего сервиса для облегчения боли утраты. В то же время возникает вопрос этичности и законности такого рода симуляции, риски ее использования в неуважительных целях, правовые проблемы, в том числе связанные с цифровым наследованием, в случае активного присутствия аватара в социальных сетях, его использование в рекламных и коммерческих целях и т. п.

Медиатизация оказала существенное влияние характер и способы социального взаимодействия. Произошел переход к новой модели коммуникации, особенности новых социальных медиаинтеракций были социально нормализованы, медиатехнологии стали частью повседневности. Они стали важным фактором формирования сетевого социального пространства. Его функционирование предполагает взаимодействие акторов различной природы – как человеческой, так и технологической. Представляется спорной идея трактовки этого как субъект-объектного взаимодействия: и те, и другие активны. Новые модусы социальности связаны с углублением ее опосредованности медиа и технологиями. Кроме того, можно говорить о том, что современные технико-технологические продукты находятся в транзитивном статусе – из средств коммуникации в ее участников. В высокой мере это спровоцировано развитием искусственного интеллекта, машинного обучения, нейросетей. Критическое рассмотрение коммуникации пользователей с чат-ботами различных видов позволило раскрыть ее риски. Они кроются в сложностях идентификации природы сетевого собеседника (его роботности), этически спорном создании некоторых цифровых аватаров (например, dead-ботов), использовании ботов в целях нейрокомментинга, деструктивной пропаганды и дезинформации, кликбейта и нелегальной рекламы, астротурфинга, симуляции общественного мнения по социально значимым вопросам, фишинга, провокаций и мошенничества. Несмотря на высокую эффективность виртуальных (ро)ботов как инструментов для бизнеса и коммуникации, их способности к решению разнообразных задач, находясь в контакте с пользователями, приближенность общения с ними к беседе между людьми, следует помнить, что медийный характер такого взаимодействия сглаживает различия и упрощает переход нечеловеческих акторов в роль партнеров по коммуникации. Для человека с этим может быть связана опасность перехода от ставшего привычным общества бота к тому, чтобы оказаться в сообществе ботов.