

## ФЕНОМЕН БОТОВ В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

В последнее время в пространстве Интернета все чаще встречается понятие «бот». **Бот** – сокращение от слова ‘робот’, – это одно большое и общее название высокопродуктивных программ, которые автоматизируют определенные задачи (продажа рекламы, рассылка сообщений, распознавание текстов и пр.)

Сегодня социальные сети наполнены ботами. С увеличением популярности «мессенджеров», люди проводят значительную часть свободного времени в своих телефонах. Боты можно встретить на страницах традиционных веб-сайтов, но их большинство сосредоточено именно в мобильных приложениях. Эти программы интегрированы в чаты многих организаций и практически во все известные платформы массового и межличностного общения.

Исследовав ряд источников, можно предположить, что в настоящее время работы на тему ботов носят более публицистический, нежели научный характер. Это объясняется, прежде всего, новизной понятия и его недостаточной изученностью. Учитывая наиболее частотные случаи употребления ботов в социальных сетях, по нашему мнению, можно выделить два ключевых типа:

- 1) инструменты *автоматизации* (опросы, торговля, рассылки);
- 2) инструменты *манипулирования* (смещение акцентов, провоцирование конфликтов, троллинг).

С точки зрения коммуникации, последние представляют особенный интерес.

Предполагается, что изначально боты были разработаны в коммерческих целях для автоматизации бизнес-процессов (обработок заявок, входящих сообщений и пр.), однако со временем их функции расширились. Некоторые источники указывают на случаи использования этой технологии в политических целях в США, начиная с 2010 г., когда подозрительные аккаунты в «Твиттер» впервые участвовали в координированной вербальной атаке на кандидата демократической партии. В последующем боты проявляли активность во время конфликта России и Украины, кризиса с беженцами в Германии, референдума Брексита и пр. В этой роли они рассматривались как *часть вычислительной пропаганды* – политического манипулирования с использованием цифровых инструментов (С. Вудли).

К характерным чертам ботов можно отнести отсутствие библиографических данных, употребление комбинаций букв, цифр и символов в именах, однотипность контента и тональности, необычно высокие суточные показатели сообщений и комментариев, которые выпускаются с ровными

интервалами в несколько минут. Часто боты скрыты под личностями граждан, обеспокоенных ситуацией в стране, что объясняет эмоциональную окраску производимого ими контента.

Несмотря на высокую активность и продуктивность в социальных сетях, интеллектуальные способности ботов невелики, а коммуникация не является таковой, поскольку она лишена естественного намерения и свойств социального взаимодействия. Запрограммированные людьми, боты работают по сценарию. В пределах чатов они обладают тем же набором инструментов коммуникации, что и живые пользователи: могут комментировать, обмениваться контентом, производить переадресацию ссылок и пр. Однако бот не способен на самостоятельный, конструктивный диалог. Набор коммуникативных реплик ограничен разработчиком, а основной алгоритм общения имеет форму «если человек ввел X, то отвечай Y». Другими словами, боты *лишены разума*. Их основная цель в привлечении внимания (Д. Ригл).

Если коммуникативные способности ботов ограничены, что делает их эффективными во влиянии на общественное мнение? Можно предположить, что боты искусственно повышают интерес к определенным темам (социальным, экономическим, политическим). Попадая в поле зрения традиционных масс-медиа, такие истории набирают еще большую популярность. Таким образом рождаются теории заговора и фиктивные новости, за которые ответственны боты. В этом смысле можно сказать, что технология способна подорвать авторитет традиционного института журналистики, который опирается на подтверждение фактов. Боты *не оставляют следов репутации*, они безличны (Р. Ботсман).

Действия ботов часто нарушают правила как журналистской этики, так и общепринятых норм морали и являются причинами дезинформации населения, поэтому вопрос их регулирования продолжает обостряться.

Динамика развития искусственного интеллекта и его внедрение во все сферы социальной деятельности человека позволяет предположить, что функциональные и коммуникативные возможности ботов будут только расти. Таким образом, эта тема может представлять интерес для специалистов в области коммуникации в качестве материала для дальнейшего исследования.