
ВЛИЯНИЕ НА ИНТЕЛИГЕНТНИТЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОЦЕСА НА ОБЩУВАНЕ

проф. д-р Лалка Борисова

Международно висше бизнес училище

гл. ас. д-р Гергана Рашкова

Международно висше бизнес училище

Резюме. Общуването е сложен психологически процес и като такъв се нуждае от интелигентност на общуващите страни. Тя е личностно качество (когнитивна) или усвоена след обучение за управление на емоциите (емоционална интелигентност). Бизнес комуникациите протичат по определени канали чрез различни техники и начини на провеждане. Страните в този процес се стремят към постигане на ефективност, решаване на предварително планирана цел, изграждане на доверие и съюзи. На помощ идват интелигентните технологии, замествайки човека и внасяйки промяна в работата му. За гладко протичане на комуникацията изкуственият интелект трябва да има достъп до надеждна информация, за да не се получи изкривяване и неточности. Тезата ни е, че ролята на интелигентните технологии е да автоматизират процеса на комуникация и подобрят нейните качества.

Ключови думи: изкуствен интелект; комуникации; аргументи; рефрейминг

JEL: O310

1. Увод

Комуникацията е винаги двустранен процес, който се основава на взаимодействието между равностойни партньори – субекти в общуването. Общуване и комуникация навлязоха в научната литература през последните години като взаимнозаменяеми понятия, както ще ги използвам и аз, тъй като размяната на информация е двустранен процес на вербално (речево) взаимодействие.

В деловите отношения между институциите, както и между отделните участници в тях - хората, се осъществяват многообразни връзки и контакти, които се проявяват чрез различни форми и начини на общуване. Съвкупността от взаимоотношенията и поведението на участниците в деловия живот най-общо наричаме бизнес комуникации (делово общуване). Деловото общуване е процес на предаване и приемане на съобщения или информация. Институциите функционират

ефективно, когато имат ефективни бизнес контакти (писмени и устни), когато се постига желаната реакция или отговор.

За влиянието на интелигентните технологии в процеса на общуване все има какво да се направи – в публикации и емпирични изследвания се прокарва идеята, че те ще внесат промяна, но все още границите на тези видоизменения са неясни.

Информацията, която се обменя в процеса на общуване, е нужна на хората, за да си вършат работата и да се чувстват добре като членове на екипа, отдела или организацията. Своевременно предоставената информация помага за вземането на точни и навременни решения, нещата вървят по-добре, хората са по-мотивирани. Процесът на комуникацията (изпращането, приемането и тълкуването на съобщението) е умението на хората да разбират и да бъдат разбирани, а *комуникативността* представлява способността да се организират и да се изразяват идеите в писана и говорима реч.

Процесът на общуване е свързан с демонстриране на определени умения от участниците в него, за да се изграждат ефективни взаимоотношения. Едно от тези умения е реториката (наука за ораторското изкуство, красноречие). Аз обаче няма да се спирам на теорията и практиката на красноречието и ораторското изкуство, а само ще маркирам това понятие, за да навлезем в дебрите на бизнес комуникациите, когато общуването не протича гладко, което довежда до спор по определени въпроси. Речта е тактическо оръжие. Използвайки ситуативно възникналия интерес, публичният говорител (политик, общественик, учен, управленец, бизнесмен) превръща чрез словото си механическия сбор от хора, тълпата в единен организъм с обща цел, обща воля, общи действия. Речта е кратко, емоционално и целенасочено изказване по обществено значима (вълнуваща, реална, злободневна) за дадената аудитория тема. За да се изяснят гледните точки на всеки поотделно, за да се докажат тезите, които се защитават – на помощ идват аргументите, които потвърждават или отхвърлят формулираната теза.

Днес живеем в динамично време, при което благодарение на съпътстващите технологии контактите и общуването са улеснени – социални мрежи, цифрови канали, изкуствен интелект (AI), промяна в административните структури и длъжностни характеристики, производствата са ориентирани към стоки и услуги от бъдещето. На практика, за страните в общуването е ясно, че убеждаващата сила на комуникацията се подкрепя с аргументи.

2. Аргументирани бизнес комуникации

Аргументите се появяват вследствие на онова, което участниците в разговора проектират, скриват, изявяват или омаловажават, за да

избегнат несъгласието. Те са комуникативни действия, организирани и интерпретирани с цел да се постигне взаимно възприемане на не съвпадащите мнения.

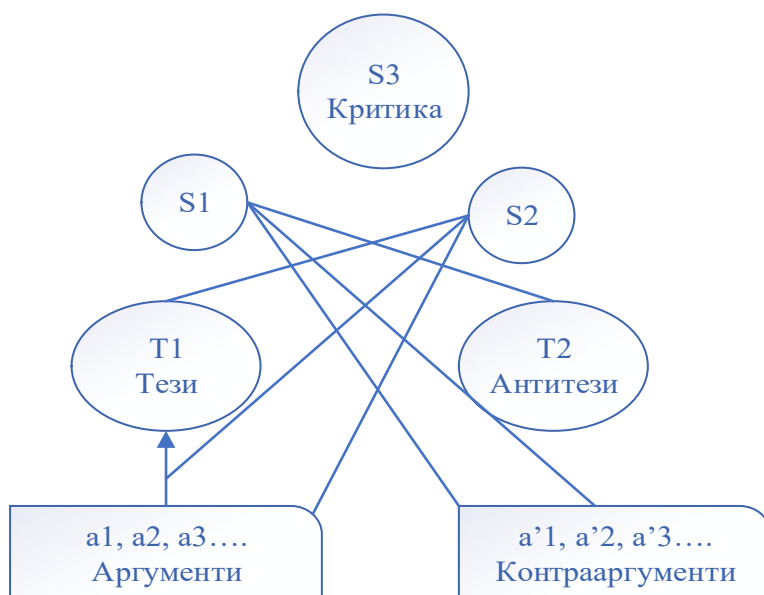
В изследване на аргументацията се разграничат два аспекта: логически и комуникативен. В логически план целта на аргументацията се свежда до обяснение на някои ситуации, гледни точки, формулировки с помощта на други ситуации, наречени аргументи. В случаите на ефективна аргументация се реализира и комуникативния аспект на аргументацията, когато събеседникът се съгласява с аргументите и методите за доказване или отхвърляне на изходната позиция.

В основата на аргумента, в дълбоката му същност е доказателството, което придава на аргумента характер на строга логика.

Концепцията за аргументацията като комуникативен термин се използва в различни видове реторично общуване и научни познания, както и на изкуството за „убеждаващо въздействие“ – да убеждаваш и влияеш на другите хора, затова казваме, че тя е в арсенала на професионалния комуникатор като мощен и надежден инструмент за убеждаване. Аргументите, използвани за убедително въздействие върху получателя, могат да се основават на различни методи за манипулиране на първоначалните факти или информация. Това зависи от личните убеждения на комуникатора. Много често при защита на определени тези се използват аргументи, които са неистини, противоречиви разпоредби или двусмислени термини. Следователно, за да се разбере устойчивостта и успешното противодействие на тези непозволен от етична гледна точка прийоми за доказване на истинност, за провеждане на комуникации с убедителен характер, е необходимо да се помисли за всички особености, от които се изгражда системата за аргументация.

В процеса на аргументация участниците се наричат пропонент, опонент и аудитория (Кафтан 2016):

- Пропонент (защитник S1) – участник, който изразява и отстоява определена позиция. Може да изразява лично или колективно мнение – на отдела, бригадата, фирмата, партията и т.н.;
- Опонент (S2) – участник, който изразява несъгласие с позицията на пропонента;
- Аудитория (S3) – това е третият, колективен субект на аргументативния процес. Както пропонентът, така и опонентът се стараят не само да се убедят един друг, но и да завладеят публиката. Например, на заседание при възникнали разногласия, пропонентът и опонентът се стараят да привличат на своя страна другите участници в заседанието;
- Тезиси (T1) и антитези (T2) – тези и антитези, защитавани от опонента и пропонента;
- Аргументи – a1, a2; контрааргументи – a'1, a'2



Фигура 1. Процес на аргументация

Източник: Кафтан, В. В. 2016. Деловая етика, М., 2016, с. 135

В хода на аргументиране пропонентът и опонентът непрекъснато си сменят местата: опонентът може да защитава антитеза, обосновавайки се с помощта на аргументи, а пропонентът в този случай да влезе в ролята на опонент, опровергавайки неговата позиция. В процеса на аргументация надделяват доказателствата, подкрепящи собствените тези и контра аргументация или критика, отправени към тезите на опонента.

Една от причините, хората да не знаят как да се аргументират, е, че те като правило използват само първата процедура (пропонент) или само втората (опонент): убеждават човек, че греша, или започват да доказват че самите те са прави, без да излагат гледната точка на опонента си.

Според Кафтан, ако аргументите (мотивите) са разглеждат като логичен процес, в който истината за всяка ситуация произтича от истинността на аргументите, то неговата структура е единство от:

- Тезиси - положения, изискващи обосновавания за приемане от събеседника (противника) и аудиторията;
- Аргументи — система от доводи (основания), по които тезисите може да бъдат приети;
- Демонстрация — метод за връзка между аргументи и тезиси.

Способи на аргументацията (Ведър, Йор. И Ол. Ведър 2016) „наричаме различните операционни правила и техники за демонстрация (онагледяване) на връзките на аргумента с тезиса. Те са твърде много – индукция, дедукция, традукция, различните категорически, условни,

разделителни силогизми и т.н. Всичките способности се регулират от формално-логическия закон за достатъчното основание, опират се на него и произтичат от него. Демонстрацията е същинското доказателство и може би затова, когато се говори за индукция, дедукция и традукция, за пряка, косвена или друга форма на аргументация, се говори за способности на доказателство. Всеки, който иска да общува публично, трябва да познава задължително най-малко споменатите три основни способа за водене на доказателствения процес:

- Индукцията – извеждане общото от частното;
- Дедукцията – подвеждане частното под общото;
- Традукцията – предпоставки и изводи с еднаква степен на общност“.

Тук е момента да се напомни, че в публичните контакти не е достатъчно да се говори или пише аргументирано, трябва да се говори или пише доказателствено. Аргументите са положения, с помощта на които се утвърждава истинността на тезиса. Следователно от тяхната убедителност зависи отношението (приемането или не приемането) на издигнатият тезис от адресатите (контрагентите, опонентите, слушателите). Изборът на едни или други аргументи се определя от съдържанието на тезиса.

Аргументите „трябва да бъдат не само достоверни, но и достатъчни. Вследствие нарушаването на това правило възникват логическите грешки „мнимо следствие“ (аргументът е истинен, но не е достатъчен) или „изпреварване на основанието“. Стремейки се да маскират мнимото следствие, некоректните полемисти залагат на количеството на аргументите, което също не е гаранция за тяхната достатъчност. В стила на логическата лексика трябва да се каже, че откриването на логическите грешки в разсъжденията на опонента също е необходимо, но недостатъчно условие за опровергаването на неговия тезис. Трябва да се научим ад хок да схващаме причините за грешката, които в политическото и икономическото публично общуване често са далече от логиката“ (Ведър, Йор. И Ол. Ведър 2016).

При общуването ни с другите хора не е важно каква наистина е действителността, а това как я вижда всеки от събеседниците. В една и съща ситуация хората действат различно, всеки според своите възприятия и мисли. Така ние разбираме, че това което мислят другите е свързано не със истината за самата действителност, а с техният личен опит, желания и надежди. Всеки е прав от своята гледна точка, тъй като тя именно отразява личното му битие. Това, което е добро за нас, не е задължително да е добро и за другите. Всеки участник предварително по логически път или интуиция е предусетил какви ще бъдат действията на партньора му. Хората не просто обменят информация в общуването, а се

стремят да извлекат някаква полза от това. Дали ще се реализира предварително планиран резултат, може да се прочете и по невербалните послания на другата страна – напр. нервно люлеене на крака, напрегнато поведение, нервно разхождане. Значението на всяко събитие зависи от психичната рамка, в която го възприемаме. Рамката на възприятието означава гледната точка, позицията, ъгълът през които поглеждаме на дадена ситуация. Смяната на рамката (рефрейминга) води до промяна на погледа ни към събитията и на това, което се случва. Една от характеристиките на това поведение е отговорност и търпимост – отговорност за взетите решения и търпимост към различното мнение и поведение – проява на сила и слабост. И още гъвкавост и критичност – това е дълъг път на опит, правене на грешки, учене от опита на другите и намиране на правилната посока. Тези характеристики се постигат с проактивност – това означава поемане на инициатива при вземане на решения. Това е изкуството на превръщане на проблемите в положителен опит.

3. Комуникации и изкуствен интелект

В исторически план всяко нововъведение е било свързано със страх от загуба на работни места, от неизвестност какво ще се случи. Днес не можем да си представим ежедневието ни без помощта на технологиите, най-вече в комуникациите – социални мрежи и електронни контакти. В световен мащаб в големите технологични компании се наблюдават масови съкращения на служители, като се заменя изпълнението на определени задачи от изкуствен интелект. Въвеждането на нови технологични решения може да послужи и като вдъхновяващ мотиватор.

Изкуственият интелект (AI) е ключова технология за бъдещето, която намира все повече приложения днес. „Изкуственият интелект може да бъде дефиниран като способността на една машина да демонстрира способности, присъщи за хората - да разсъждава, да се учи, да планира или да твори. Говорим за изкуствен интелект, когато технически системи наблюдават околната си среда, получават данни (които са подготвени от друго или които набират сами), преработват ги и извършват действия, свързани с постигането на конкретна цел“¹.

„Законодателният акт за изкуствения интелект налага изисквания към доставчиците и потребителите на системи с изкуствен интелект в зависимост от риска, свързан с конкретните системи. Всички приложения

¹ Изкуственият интелект: какво представлява и как се използва , 21.06.2023 г. <https://www.europarl.europa.eu/topics/bg/article/20200827STO85804/izkustveniiat-intelekt-kakvo-predstavliava-i-kak-se-izpolzva>

трябва да бъдат оценени, за да се определи подходът към тях. Системи, които се смятат за заплаха за хората, ще бъдат забранени“¹.

В съответствие със „Закона за изкуствения интелект терминът AI система се използва в това съобщение за машинно базирани системи, проектирани да работят с различни нива на автономност и които могат да проявяват адаптивност след внедряване, и които за явни или косвени цели, се извеждат от вход, който е получил, как да генерира изход като съдържание, прогнози, препоръки или решения, които могат да повлияят на физическа или виртуална среда. Европейската комисия внедрява AI в своите генерални дирекции, а другите са в процес на разработка и внедряване“²:

- eTranslation и eSummary – базирани на AI езикови услуги, които представят автоматизиран превод и резюмета както на институциите, органите и агенциите на ЕС, така и на другите потребители в ЕС, на 24-те официални езика на Съюза;

- Publio – задвижвана от AI услуга за подпомагане на потребителите при откриване на законодателството на ЕС и публикациите на ЕС, като по този начин също допринася за по-голяма достъпност;

- Doris (Data Oriented Services) drive-in – осигурява анализ на настроението, извличане на ключови думи, обобщаване и разпознаване на именуван обект за полуавтоматичен анализ във всеки тип и документ. Има и специално табло за управление за отговори на обществени консултации (табло за обществени консултации на Doris);

- SeTA (Semantic Text Analyser) – приложенията, изградени на SeTA, се използват успешно за създаване на метаданни, класифициране и откриване на документи. SeTA се тества и за други случаи на употреба.

Дигитализацията на отделни процеси остави своя отпечатък и в комуникациите – трансформираха се комуникационни отдели и агенции, внесе промени и в работата на комуникационния мениджмънт и в професията като цяло, тези промени можем да наречем „дигитална революция“.

„Динамичното развитие в областта на медиите, технологиите и изграждането на общественото мнение трансформира обществата в цяла Европа от началото на 21 век. Това промени и начина, по който компаниите, нестопански организации, правителствени организации и

¹ Изкуствен интелект: как ЕС ще регламентира технологията. Теми, Европейски парламент, 19.12.2023 г.
<https://www.europarl.europa.eu/topics/bg/article/20230601STO93804/izkustven-intelekt-kak-es-shche-reglamentira-tekhnologhiata>

² ЕК за ИИ – български: Изкуственият интелект в Европейската комисия, Брюксел, 24.01.2024 г., с. 2-9 (посетен на 11.03.2024 г.)

агенции, работещи от тяхно име, комуникират с вътрешни и външни заинтересовани страни. Професионалистите, работещи в областта, наречена стратегическа комуникация, корпоративна и организационна комуникация, връзки с обществеността или комуникационен мениджмънт, са изправени пред много предизвикателства и виждат още повече възможности да използват своя опит¹.

В изследване на European Communication Monitor² (ECM) „авторите излагат тезиси за комуникационни лидери в пет области, които ще оформят бъдещето на стратегическата комуникация и изискват специално внимание:

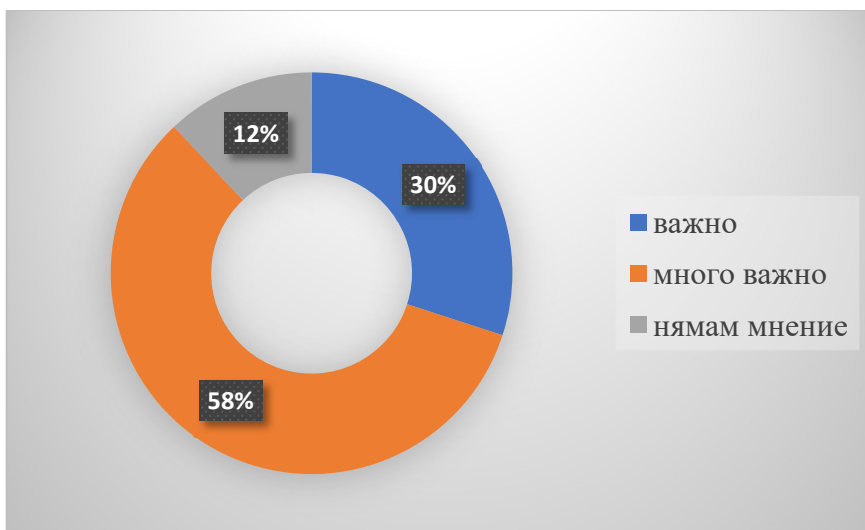
- Възползвайте се от потенциала на резултата от съвременните технологии и данни;
- Развийте редки компетенции и нови роли за професионалисти;
- Достигнете и въздействайте на аудиторията в лично свързан свят;
- Ръководете и мотивирайте извънредни комуникационни екипи;
- Изграждайте взаимоотношения във времето на дезинформация и недоверие“.

Изследователите са въвели термина „CommTech“ (това са цифрови технологии, предоставени или използвани от комуникационни функции или отдели за управление и изпълняване на основни дейности, по-специално комуникации със заинтересованите страни и вътрешно консултиране, или дейности за функционална подкрепа като управление на вътрешни работни потоци за наблюдение, съдържание, планиране или оценка. (Zerfass & Brockhaus, 2023, стр. 243).

Според същите автори, „голямо мнозинство от практикуващите комуникации в Европа потвърждават уместността на такава холистична перспектива: еднакво важно е да се цифровизират комуникационните процеси и инфраструктури - Фигури 2 - 3“ (Zerfass & Brockhaus, 2023):

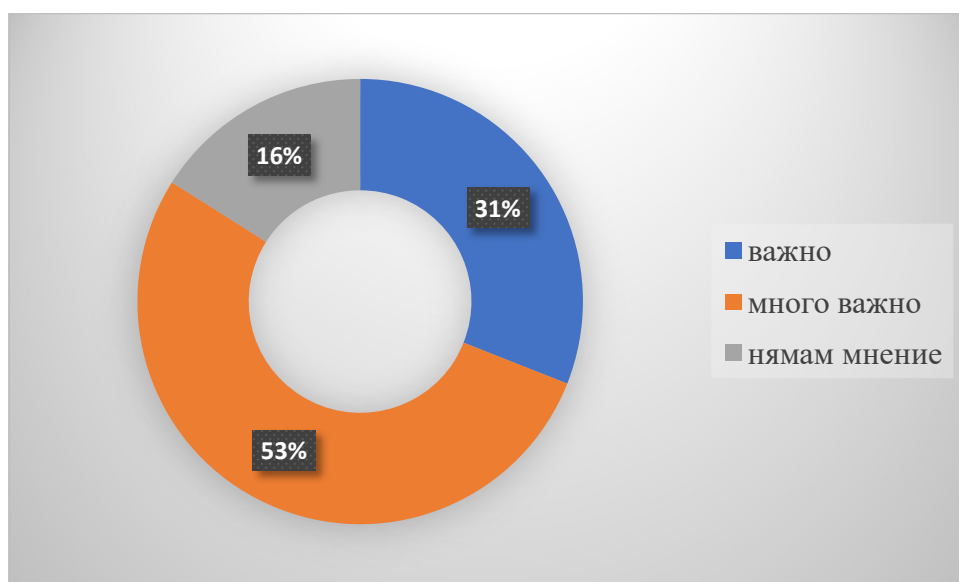
¹ European Communication Monitor 2023 Поглед назад и напред: 15 години изследвания на стратегическата комуникация
https://eacd--online-eu.translate.goog/european-communication-monitor-2023-looking-back-and-ahead-15-years-of-research-on-strategic-communication/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=bg&_x_tr_hl=bg&_x_tr_pto=sc (посетен на 11.03.2024 г.)

² ECM 2023. https://www-communicationmonitor-eu.translate.goog/2023/09/07/ecm-european-communication-monitor-2023/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=bg&_x_tr_hl=bg&_x_tr_pto=sc, 07.09.2023 г. (посетен на 11.03.2024 г.)



Фигура 2. Дигитализиране комуникационни процеси с всички вътрешни и външни заинтересовани страни

Източник: Zerfass & Brockhaus, 2023



Фигура 3. Изграждане на цифрова инфраструктура за поддържане на всички работни процеси в рамките на комуникацията за отдел или агенция

Източник: Zerfass & Brockhaus, 2023

Изграждането на развита цифрова инфраструктура дава възможност на комуникационните специалисти да работят в няколко направления и да постигат ефективност: вътрешни и външни

комуникации със служители и клиенти; управление на съпътстващи дейности (напр. консултиране); работа с облачни технологии, виртуални стаи и конферентни връзки, социални мрежи и AI. По този начин се постига конкурентно предимство. „Електронната комуникация, благодарение на дигитализацията на по-голямата част от процесите в обществото, елиминира дистанцията като бариера пред междуличностното неформално и формално общуване“ (Antova 2023).

При въвеждане на цифровите технологии в комуникационните процеси се наблюдават нееднозначни препятствия. Според авторите на доклада за ЕСМ за 2022 година ¹: „забележително е, че най-впечатляващите препятствия при приемането на CommTech не са на нивата на технологиите (напр. производителност на софтуера) или на хората (напр. липса на цифрови компетенции сред комуникаторите). Вместо това, основните предизвикателства, докладвани от практикуващите комуникации в Европа, са комуникационните задачи и процеси, които не са подготвени за цифровизация, както и негъвкави организационни настройки и култури, липсваща подкрепа от ИТ отдели и подобни структурни бариери“, като²:



Фигура 4. Препятствия при приемане на CommTech

Източник: ЕСМ2023-Report p. 14

- Несвършена технология – напр. софтуер със слаба производителност, бавен wifi, остарял компютърен хардуер;

¹ Leading the transformation, ЕСМ 2022, 2023, с. 14

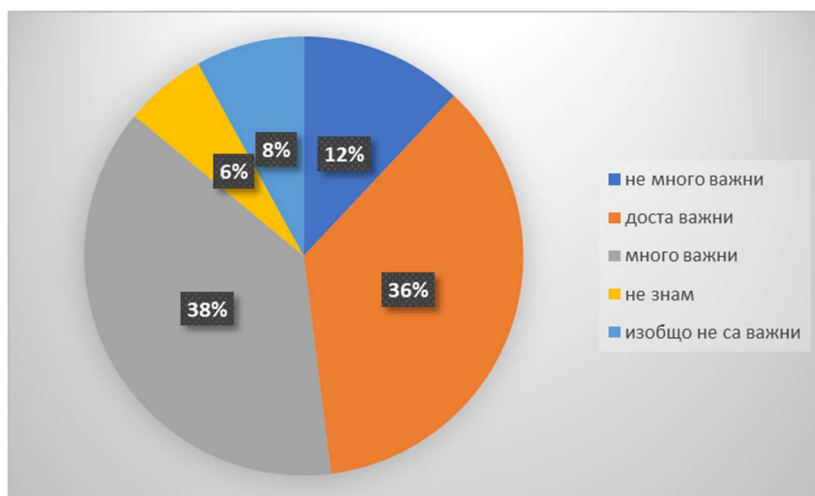
² Пак там

- Недостатъчно квалифицирани хора – липса на информация и технически компетенции сред комуникаторите, липса на дигитално мислене;
- Задачи и процеси неподготвени за дигитализация - силна нужда от взаимодействие лице в лице, липса на документация за работния процес;
- Структурни бариери - липса на поддръжка от ИТ отдели или разпоредители на бюджета, негъвкава настройка и култура.

В заключение, авторите обобщават, че „комуникационни отдели в акционерните дружества са малко по-напреднали, докато тези в правителствени организации и нестопански организации изостават. Като цяло тези области заслужават повече внимание, тъй като регресионното моделиране на данните доказва това разработването на стратегии спомага за повишаване на цифровата зрялост“¹.

На проучване на Евробарометър през м. март 2023 г. (за България) на въпрос колко важни ще са цифровите технологии в живота ни до 2030 г. по-голяма част от анкетираните са отговорили положително (74%), за 12 % не са много важни, за 8 % изобщо не са важни, а 6 % нямат мнение – не знаят.

Тези резултати показват, че изоставаме в сравнение с други европейски държави, където процентите са по-високи.



Фигура 5. Мнения за важността на технологиите до 2030 г.

Източник: Евробарометър

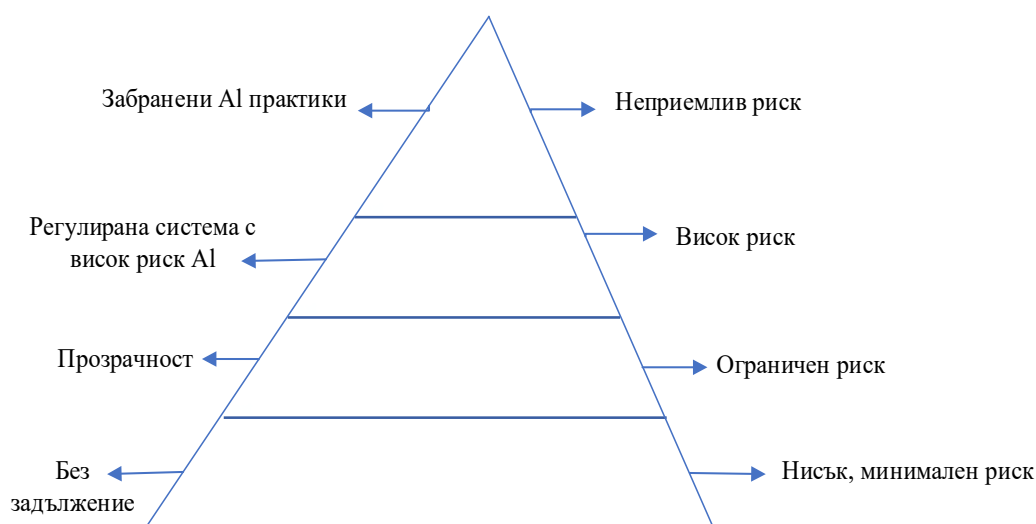
Развитието на иновациите и технологиите през последните години се приема разнопосочно – с овации и тревоги. „Освен от финансови

¹ Пак там

ресурси дигитализацията зависи до голяма степен от структурата и културата на фирмата, в която се провежда този процес, има ли необходимото разбиране и подкрепа от ръководството“ (Костов 2024). Политиците от Европейския съюз с безпокойство следят процесите и разработват подход, ориентиран към, така че използването му да гарантира спазването на европейските ценности и принципи. В своята Бяла книга¹ за AI от 2020 година, Европейската комисия се ангажира да насърчи внедряването на ИИ и да се справи с рисковете, свързани с определени употреби на тази нова технология, като (фиг. 6):

- Неприемлив риск: Забранени AI практики – чл. 5 от предложения Закон изрично забранява вредните практики за ИИ, които се считат за явна заплаха за безопасността, поминъка и правата на хората, поради „неприемливия риск“, който създават;
- Висок риск: регулирани високорискови AI системи – регулиране на системите с „висок риск“, които създават неблагоприятно въздействие върху безопасността на хората или техните основни права;
- Ограничен риск: Задължения за прозрачност – AI системи, представящи „ограничен риск“, като системи, които взаимодействат с хора (т.е. чатботове), системи за разпознаване на емоции, системите за биометрична категоризация и системите за изкуствен интелект, които генерират или манипулират изображение, аудио или видео съдържание, ще бъдат предмет на ограничен набор от задължения за прозрачност;
- Нисък или минимален риск: Без задължения – всички други AI системи, които представляват само нисък или минимален риск, могат да бъдат разработени и използвани в ЕС, без да се съобразяват с каквито и да е допълнителни правни задължения.

¹ Действие на изкуствения интелект, Европейски съюз, 2023, EPRS, Служба за европейски парламентарни изследвания, www.europarl.europa.eu, по <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/regulatory-framework-ai> (посетен на 18.03.2024 г.)



Фигура 6. Пирамида на рисковете

Източник: адаптирано по <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/regulatory-framework-ai>¹

Това предложение изисква от държавите членки да определят надзорни органи, които да следят и контролират прилагането и спазването на регламента.

4. Заключение

На този етап от развитие на технологиите не може да се каже, че те ще заменят изцяло хората в определени професии, но ще помогнат за пренасочването им към други дейности, където няма как да се замени човешкия фактор. В комуникациите все още не е възможно да се елиминира общуването между страните, да се разменя информация, да се вземат предварително планиране решения. На AI му липсват компетенции като емоционална интелигентност, креативност, съпричастност и др., които са фактор за постигане на ефективност в общуването. Новите ИКТ ще формират нови знания и прилагане на дигитални компетенции в работата и общуването, което изисква допълнително обучение и стандартизиране. „В Бялата книга за изкуствения интелект от 2020 година ЕК се ангажира да насърчи

¹ Действие на изкуствения интелект, Европейски съюз, 2023, EPRS, Служба за европейски парламентарни изследвания, www.europarl.europa.eu, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/regulatory-framework-ai>, 2023, с. 4 (посетен на 18.03.2024 г.)

внедряването на AI и да се справи с рисковете, свързани с определени употреби на тази нова технология“¹.

ЛИТЕРАТУРА

ВЕДЪР, Йор. и Ол. ВЕДЪР. Бизнес реторика, С., 2016, с. 258

КАФТАН, В. В. 2016. Деловая этика. Структура процесса аргументации, М., с. 135
http://studme.org/41182/etika_i_estetika/struktura_protsesta_argumentatsii#897.
(посетен на 26.02.2024 г.)

КАФТАН, В. В. 2016. Деловая этика. Этические нормы дискуссии и аргументации, Москва,
https://studme.org/41181/etika_i_estetika/eticheskie_normy_diskussii_argumentatsii
(посетен на 26.02.2024 г.)

КОСТОВ, Ил. 2023. Специфични характеристики на съвременна дигитално трансформирана дентална практика, Научни трудове, том 15, МВБУ, с. 93

СТАНЧЕВА, Г. 2023. Българите вярват в бъдещето на цифровите технологии, но по-малко от европейците, 02.07.2023 г.
https://www.dnevnik.bg/evropa/2023/07/02/4500746_ot_glasuvane_do_transport_ci_frovite_tehnologii_sa/

ANTOVA, R. Innovative techniques for communication in digital learning. Entrepreneurship, SWU “N. Rilski”, Blagoevgrad, ISSN: 2738-7402, Vol: XI, Issue: 1, 2023, p. 31

ZERFASS, A., & BROCKHAUS, J. (2023). Digital corporate communication and the digital transformation of communication functions and organizations. In V. Luoma-aho & M. Badham (Eds.), Handbook of digital corporate communication (pp. 238–252). Edward Elgar.

REFERENCES

VEDAR, Yor. & Ol. VEDAR. 2016. Biznes retorika, Sofia., 258.

KAFTAN, V. V. 2016. Delovaya etika. Struktura protseca argumentatsii, M., 35
http://studme.org/41182/etika_i_estetika/struktura_protsesta_argumentatsii#897.
(poseten na 26.02.2024).

KAFTAN, V. V. 2016. Delovaya etika. Etidheskie normi diskusii I argumentatsii., Moskva,
https://studme.org/41181/etika_i_estetika/eticheskie_normy_diskussii_argumentatsii
(poseten na 26.02.2024).

KOSTOV, Il. 2023. Spetsifichni harakteristiki na savremenna digitalno transformirana dentalna praktika, *Research Papers of IBS*, vol. 15, 93.

STANCHEVA, G. 2023. Balgarite vyarvat v budesheteto na tsifrovite tehnologii, no po-malko ot evropeysite (02.07.2023 g.)
https://www.dnevnik.bg/evropa/2023/07/02/4500746_ot_glasuvane_do_transport_ci_frovite_tehnologii_sa/.

¹ Пак там, 2023, с. 2 (посетен на 18.03.2024 г.)

ANTOVA, R. Innovative techniques for communication in digital learning. Entrepreneurship, SWU “N. Rilski”, Blagoevgrad, ISSN: 2738-7402, Vol: XI, Issue: 1, 2023, p. 31.

ZERFASS, A., & BROCKHAUS, J. (2023). Digital corporate communication and the digital transformation of communication functions and organizations. In V. Luoma-aho & M. Badham (Eds.), Handbook of digital corporate communication (pp. 238–252). Edward Elgar.

INFLUENCE OF INTELLIGENT TECHNOLOGIES IN THE COMMUNICATION PROCESS

Abstract. Communication is a complex psychological process and as such requires intelligence on the part of the communicating parties. She is a personal quality (cognitive) or acquired, after learning to manage emotions (emotional intelligence). Business communications are carried out through certain channels through various techniques and ways of conducting. The parties in this process strive to achieve efficiency, to solve a pre-planned goal, to build trust and alliances. Intelligent technologies come to the rescue, replacing humans and bringing change to their work. For smooth communication, artificial intelligence must have access to reliable information to avoid distortions and inaccuracies. Our thesis is that the role of smart **technologies is to automate the communication process and improve its qualities.**

Keywords: artificial intelligence; communications; arguments; reframing

JEL: O310

Prof. Lalka Borisova, PhD

ORCID: 0000-0002-6139-204X

International Business School

Botevgrad, Bulgaria

E-mail: lborisova@ibsedu.bg

Chief Assist. Prof. Gergana Rashkova, PhD

ORCID: 0009-0001-0960-6784

International Business School

Botevgrad, Bulgaria

E-mail: grashkova@ibsedu.bg