Максим Сергеевич Корнев

Российский государственный гуманитарный университет; Национальный исследовательский институт «Высшая школа экономики»

[pekorb@gmail.com](mailto:pekorb@gmail.com)

Илья Валерьевич Стечкин

Лаборатория технических коммуникаций (TechComLab)

[ilia@techcomlab.com](mailto:ilia@techcomlab.com)

**Особенности организации вовлечения аудитории в процесс интерактивного сторителлинга при создании и потреблении контента интеллектуального чат-бота**

Данный текст представляет результаты третьего этапа исследования интеллектуальных чат-ботов как медиаформата. Мы рассматриваем интерактивный сторителлинг, осуществляемый посредством интеллектуального чат-бота, и его особенности при работе с пользовательским контентом (UGC).

Ключевые слова: чат-бот, интерактивный сторителлинг, UGC, digital divide, anti-ageism.

В ходе предыдущих исследований мы пришли к выводу, что интеллектуальный чат-бот является актуальным медиаформатом при работе с молодежной аудиторией [2].

В частности, по итогам исследования аудитории проекта «Эли» ИИТО ЮНЕСКО мы сообщали о том, что результаты проекта свидетельствуют: выбранный формат (чат-бот) комфортен для целевой аудитории (14–18 лет) и может быть использован институциональными СМИ как инструмент упаковки больших массивов контента, которые вызывают вопросы у аудитории.

Отметим, что фаза проработки контента и моделирования диалоговых сценариев (“цепочек” или “историй”) заняла у редакционной группы порядка 10 месяцев. Однако проект призван стать донором контента для остальных элементов экосистемы. Обратная связь от ядра аудитории (подписчиков группы ВКонтакте) и кластерный (анонимный) анализ запросов к системе даст возможность скорректировать редакционную активность в соответствии с запросами аудитории [1].

Далее мы анализировали редакционные практики проекта «Эли» и пришли к выводу, что четкое разделение ролей, алгоритмизация, формализация политик и интеграция методов разработки IT-продуктов в редакционные практики позволили обеспечить взаимодействие всех участников и эффективный запуск проекта даже в условиях дистанционной работы [3].

На данном этапе мы пришли к заключению, что опыт проекта «Эли» можно масштабировать в том числе в медиапроекты, основу которых составляет UGC (user-generated content; контент, создаваемый пользователями). В частности прорабатывается вопрос об использовании данной технологии при аккумуляции базы данных опыта и при организации доступа к этой базе [5].

Например, принято считать, что современные технологии лишь усугубляют разрыв между поколениями и отдаляют молодых от естественного источника мудрости и опыта. Идея одного из проектов, который в данный момент разрабатывается, заключается в том, чтобы пойти от обратного и заставить новые технологии работать на сокращение этого разрыва, на сближение поколения старших и поколения молодых. Речь идет о кроссплатформенном содержательном диалоге со старшим поколением, который ведется в разных форматах. Важно, что передача опыта во многом осуществляется в процессе рассказа (и записи) личных историй.

В описываемом случае мы собираем информацию с помощью заранее сформулированных вопросов («диалоговых сценариев» или «скриптов»), отправляем лидеров мнений на апробацию диалоговых сценариев. На основе собранных материалов готовится контент для сайта, соцсетей, видеохостингов [4]. Также мы обучаем нейросеть, на базе которой запускаем интеллектуального чат-бота, обеспечивающего доступ к базе «мудрости старшего поколения». Таким образом, мы создаем комфортную и органичную для молодой аудитории среду, которая сама вовлекает пользователя во взаимодействие со старшими, а также формируем ценность этого взаимодействия и потребность в нем, перебрасываем мостик взаимопонимания через поколения.

Важно отметить, что пользователь получает возможность активно участвовать в выстраивании логики потребляемого контента, задавая вопросы системе (общаясь с ботом) и одновременно может влиять на содержание, добавляя свои истории, подготовленные в соответствии с разработанными скриптами (что упрощает автоматизированную обработку массива данных) и по образцам, предложенным лидерами мнений. Привлечение лидеров мнений к апробации диалоговых сценариев способствует мотивации аудитории на создание собственного контента.

Литература

1. Бородин А. И., Вейнберг Р. Р., Литвишко О. В. Методы обработки текста при создании чат-ботов // Хуманитарни Балкански изследвания. 2019. № 3 (5). С. 108–111.

2. ИИТО ЮНЕСКО и ВКонтакте создали чат-бот для подростков о взрослении, отношениях и здоровье // сайт ИИТО ЮНЕСКО URL: <https://iite.unesco.org/ru/highlights/unesco-vkontakte-chat-bot-eli/> (дата обращения: 27.04.2021).

3. Корнев М. С., Стечкин И. В. Организация процесса редакционного взаимодействия при создании контента для интерактивного массмедиа (на примере чат-бота «Эли») // Актуальные проблемы медиаисследований – 2020. М., 2020. С. 170–172.

4. Матвеева Н. Ю., Золотарюк А. В. Технологии создания и применения чат-ботов // Научные записки молодых исследователей. 2018. № 1. С. 28–30.

5. На какие вопросы подросткам отвечает чат-бот «Эли» // Сделано.медиа. URL: <https://sdelano.media/elibotinfo/> (дата обращения: 27.04.2021).