

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АКАДЕМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГУМАНИТАРНЫХ НАУК»**
Факультет психологии

На правах рукописи



Палёнова Виолетта Викторовна

**Влияние коммуникативных стратегий на эффективность
взаимодействия пользователя с чат-ботом**

Специальность: 5.3.1 – Общая психология, психология личности, история
психологии (психологические науки)

Диссертация на соискание ученой степени кандидата психологических наук

Научный руководитель:

доктор психологических наук, профессор
Воронин Анатолий Николаевич

Москва – 2025

Оглавление

Введение	4
Глава 1. Стратегии, тактики и особенности вербального взаимодействия с чат-ботами	14
1.1 Проблема общения при взаимодействии с чат-ботами	14
1.2. Психологические детерминанты восприятия и успешности взаимодействия с чат-ботами	17
1.3. Коммуникативные принципы, цели, стратегии и тактики межличностного общения	38
1.3.1. Коммуникативные принципы	38
1.3.2. Цели коммуникативного взаимодействия	41
1.3.3. Коммуникативные стратегии	47
1.3.4. Коммуникативные тактики	50
1.3.5. Взаимосвязь между принципами, целями, стратегиями и тактиками	55
1.4. Специфика вербального взаимодействия с чат-ботами	58
Выводы по главе	83
Глава 2. Методы исследования вербального взаимодействия с чат-ботами ...	86
2.1 Психолингвистические и психологические методы выявления стратегий взаимодействия с чат-ботами (целей и коммуникативных принципов)	86
2.2 Оценка эффективности взаимодействия с чат-ботами	88
Выводы по главе	96
Глава 3. Определение коммуникативных стратегий и копинг-стратегий при взаимодействии пользователя с чат-ботами	99
3.1 Дизайн эмпирического исследования по выявлению целей, коммуникативных стратегий и копинг-стратегий	99
3.2 Цели, коммуникативные принципы и стратегии взаимодействия пользователя с чат-ботами	107
3.3 Комбинированные стратегии: сочетание целей и коммуникативных принципов в диалоге с чат-ботами	118
3.4 Копинг-стратегии во взаимодействии с чат-ботами	121

3.5 Коммуникативные сценарии взаимодействия пользователя и чат-бота как модель симметричной коммуникации	124
Выводы по главе	136
Глава 4. Эмпирическое исследование влияния коммуникативных стратегий на эффективность взаимодействия с чат-ботами	139
4.1 Исследование эффективности взаимодействия с чат-ботом в рамках последовательного экспериментального дизайна (within-subjects)	139
4.2 Исследование эффективности взаимодействия с чат-ботом в рамках параллельного экспериментального дизайна (between-subjects)	156
4.3 Сопоставление результатов последовательного и параллельного планов исследования	175
Выводы по главе	195
Заключение	198
Список литературы	204
Приложение 1	226
Приложение 2	240

Введение

Актуальность темы исследования

Современный этап развития цифровых технологий и распространения генеративных языковых моделей привёл к появлению новых форм вербального взаимодействия, среди которых особое место занимают диалоги с чат-ботами. Подобные системы всё активнее применяются в образовании, психологическом консультировании, клиентском сервисе и корпоративной среде, формируя особый тип цифровой коммуникации, требующий системного психологического анализа (Følstad et al., 2019; Ramesh & Chawla, 2022; Svikhnushina et al., 2022).

Несмотря на внешнее сходство с традиционным межличностным общением, взаимодействие с чат-ботами представляет собой иной тип коммуникации. Реплики чат-бота формируются на основе вероятностного предсказания последовательности токенов, опирающегося на статистические закономерности в корпусах данных, но не на понятийное мышление, ментальные состояния или интенциональность (Naik et al., 2024; Luo et al., 2022). Такая специфика порождает когнитивную асимметрию: поведение цифрового собеседника может быть ограничено предсказуемым, недостаточно логически прозрачным и не всегда соответствующим ожиданиям пользователя.

Отмеченные особенности порождают ряд психологических трудностей, среди которых наиболее заметны коммуникативные сбои, связанные с эффектом ложной когерентности – ситуации, когда внешне связный и формально адекватный ответ чат-бота оказывается семантически или прагматически неуместным (El-Assady & Moruzzi, 2022). Пользователь, интуитивно воспринимающий чат-бота как полноценного партнёра по общению, сталкивается с несоответствием между ожиданиями и фактическими возможностями цифрового собеседника, что приводит к фрустрации и снижению доверия (Chaves & Gerosa, 2020).

Особое место занимает феномен персонификации – приписывание чат-ботам человеческих характеристик, таких как сознание, мотивация, эмпатия или намерения (Khanna, 2015; Cahn, 2017). Пользователи нередко воспринимают чат-бота как социального партнёра, что повышает вовлечённость во взаимодействие, но одновременно делает коммуникацию более уязвимой к сбоям и неопределённости (Ta et al., 2020; Ashktorab et al., 2021).

Важной задачей становится адаптация пользователей к особенностям поведения чат-ботов. В ответ на коммуникативные затруднения люди используют широкий спектр стратегий и приёмов, включая пошаговую детализацию запросов, повторные переформулировки, метакоммуникативные средства и выражение эмоций (Chaves & Gerosa, 2020; Hill et al., 2015). Эти стратегии выполняют функцию адаптивных механизмов, позволяющих компенсировать ограничения чат-бота и восстанавливать связность и эффективность взаимодействия.

Таким образом, актуальность настоящего исследования определяется недостаточной разработанностью психологических механизмов адаптации человека к когнитивно-асимметричным условиям общения с чат-ботами, а также необходимостью анализа влияния используемых коммуникативных стратегий на эффективность такого взаимодействия. Восполнение этого научного пробела позволит глубже описать специфику речевого поведения в цифровой среде, выявить наиболее результативные стратегии взаимодействия и сформировать основы для разработки человеко-ориентированных интерфейсов и методик оценки качества коммуникации с генеративными языковыми моделями.

Теоретико-методологические основы исследования

В качестве базовой теоретико-методологической рамки исследования были использованы: психолингвистическая теория речевой деятельности,

рассматривающая речь как форму целенаправленной активности в условиях коммуникации (А. А. Леонтьев, 1969); деятельностный подход к анализу структуры и развития опосредованных психических функций (А. Н. Леонтьев, 1977); когнитивно-коммуникативная парадигма, рассматривающая общение в рамках совместной деятельности, опосредованной техническими средствами (Б. Ф. Ломов, 1981; 1984). На этом основании взаимодействие пользователя и чат-бота рассматривалось как особая форма опосредованного общения, сочетающая характеристики речевой деятельности и когнитивную регуляцию в условиях асимметричного диалога с генеративной языковой моделью (Naik et al., 2024; Luo et al., 2022; El-Assady & Moruzzi, 2022). В качестве дополнительных оснований учитывались идеи персонификации цифровых собеседников и приписывания им субъектных характеристик (Khanna, 2015; Cahn, 2017; Ta et al., 2020; Chaves & Gerosa, 2020), копинг-подход к анализу речевой адаптации в условиях коммуникативной фрустрации (Lazarus & Folkman, 1984), а также теории речевой прагматики, включая кооперативный принцип и стратегию вежливости (Grice, 1975; Brown & Levinson, 1987). В исследовании также были использованы современные модели прагматической регуляции коммуникации (Dillard & Pfau, 2002; Palomares, 2013; Spencer-Oatey, 2008) и психологические концепции доверия, предсказуемости и объяснимости в цифровом взаимодействии (Sanjeev & Sharma, 2025; Hill et al., 2015; Naik et al., 2024).

Цель и задачи исследования

Целью исследования является эмпирико-теоретический анализ эффектов влияния коммуникативных стратегий пользователей на эффективность взаимодействия с чат-ботом. Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

1. Изучить и структурировать вербальное взаимодействие пользователей с чат-ботами в различных функциональных и коммуникативных

контекстах, описав особенности коммуникативного поведения, его цели и используемые коммуникативные стратегии.

2. Разработать типологию коммуникативных стратегий пользователей при взаимодействии с чат-ботами на основе анализа корпуса диалогов с чат-ботами.

3. Провести экспериментальное исследование влияния различных коммуникативных стратегий (персуазивной, кооперативной, информативной) на эффективность взаимодействия с чат-ботом, используя показатели субъективной оценки качества текста (Text Quality), удобства взаимодействия с чат-ботом (Usability) и психолингвистические критерии оценки текстов, применяемые в маркетинговых исследованиях.

Объектом исследования является взаимодействие пользователей с чат-ботом в процессе решения задач, связанных с переработкой текстов.

Предметом исследования является влияние использования пользователем различных коммуникативных стратегий (кооперативной, информативной и персуазивной) на эффективность взаимодействия с чат-ботом.

Теоретическая гипотеза исследования заключается в том, что выбор пользователем коммуникативной стратегии при взаимодействии с чат-ботом представляет собой форму адаптивной регуляции речевой деятельности, направленную на достижение цели в условиях когнитивной неопределённости и ограниченной предсказуемости ответов. Эффективность взаимодействия определяется тем, насколько выбранная стратегия соответствует типу коммуникативной задачи и обеспечивает реализацию её функциональных преимуществ.

На основе теоретической гипотезы были выдвинуты **исследовательские гипотезы:**

1. Использование различных коммуникативных стратегий – персуазивной, кооперативной и информативной – по-разному влияет на эффективность взаимодействия с чат-ботом. Персуазивная стратегия, основанная на директивном формулировании запроса, повышает объективные показатели качества генерируемого текста (когерентность, точность, структурированность), но сопровождается увеличением числа итераций и снижением субъективных показателей удобства взаимодействия. Кооперативная стратегия, предполагающая партнёрский и эмпатичный стиль общения, обеспечивает более высокие оценки удовлетворённости взаимодействием за счёт воспринимаемой гибкости и согласованности ответов чат-бота и позволяет создавать тексты, отличающиеся когерентностью и сбалансированностью. Информативная стратегия, ориентированная на нейтральное и фактологическое общение, усиливает структурированность и точность ответов, однако делает диалог менее интерактивным и ограничивает эффективность в условиях сложных или творческих задач.

2. Выбор пользователем коммуникативной стратегии зависит от цели взаимодействия: кооперативная применяется при установке на совместное и продуктивное общение; персуазивная – при стремлении усилить влияние на отклик системы и добиться более точного результата; информативная – при акценте на ясность, точность и структурность запроса; игровые стратегии – при наличии исследовательского или экспрессивного мотива. Возможны комбинации стратегий в рамках одного диалога, что отражает динамический и адаптивный характер взаимодействия с чат-ботом.

3. Эффекты, связанные с использованием различных коммуникативных стратегий (кооперативной, персуазивной, информативной), воспроизводятся в условиях как последовательного (within-subjects), так и параллельного (between-subjects) экспериментального дизайна.

Методы и методики исследования

В исследовании сочетались качественные и количественные методы анализа взаимодействия пользователя с чат-ботом: для реконструкции структуры вербального поведения использовался метод обоснованной теории (Glaser & Strauss, 1967; Charmaz, 2006), а для анализа влияния коммуникативных стратегий на эффективность взаимодействия пользователя с чат-ботом было проведено эмпирическое исследование с использованием двух экспериментальных планов – последовательным (within-subjects) и параллельным (between-subjects). Для оценки эффективности взаимодействия пользователя с чат-ботом в экспериментах применялась совокупность показателей, объединяющая субъективные и объективные критерии. Первая группа показателей базировалась на шкалах опросника BUS-15, фиксирующих воспринимаемое качество функций чат-бота и диалога (Borsci et al., 2022). Вторая включала показатели, используемые в исследованиях качества текстов и пользовательского опыта, дополненные шкалами субъективной оценки качества текстов (Xu et al., 2022; Bedington et al., 2024). В третью группу входили психолингвистические показатели качества текста, используемые в маркетинговых исследованиях (Валгина, 2003; Guo et al., 2023; Zhang et al., 2024). Для статистической обработки данных использовались критерий Вилкоксона, критерий Крускала-Уоллиса, тест Джонкхиера-Терпсты, эксплораторный факторный анализ методом главных компонент с варимакс-вращением и нормализацией по Кайзеру, коэффициент согласия Каппа Коэна.

Научная новизна исследования

Впервые показано влияние различных коммуникативных стратегий пользователя на эффективность взаимодействия с чат-ботом и характеристики получаемого текста. Установлено, что кооперативная стратегия обеспечивает краткость и предсказуемость ответов чат-бота, повышает их понятность; персуазивная стратегия ведёт к росту аргументативной завершённости, структурированности, когерентности и предметной точности текста;

информативная стратегия обеспечивает полноту и содержательную насыщенность текста при среднем уровне удовлетворённости результатом.

В рамках исследования разработана типология коммуникативных целей и стратегий как пользователя, так и чат-бота, реализуемых ими при взаимодействии. При этом впервые выделены коммуникативные копинг-стратегии, направленные на преодоление затруднений и сбоев в коммуникации для обеих сторон диалога. Разработанная типология демонстрирует симметричность и системность вербального поведения при взаимодействии пользователя с чат-ботом.

Впервые выявлены и описаны шесть сценариев взаимодействия пользователя и чат-бота: информационно-аналитический, практический, креативный, эмоционально-рефлексивный, развлекательно-игровой и исследовательско-провокативный. Каждый сценарий представляет собой типовую конфигурацию распределения инициативы, согласования целей и применения стратегий, подтверждая воспроизводимость функциональных паттернов диалога. Тем самым обоснован фактический паритет между пользователем и чат-ботом, что свидетельствует о переходе от линейной модели «запрос–ответ» к двустороннему согласованию и совместному управлению коммуникацией.

Теоретическая значимость исследования

Теоретическая значимость исследования заключается в развитии психолингвистических представлений о речевом поведении человека в условиях взаимодействия с чат-ботом. Работа вносит вклад в формирование научного подхода к анализу цифровой коммуникации, рассматривая её как самостоятельный феномен, характеризующийся когнитивной асимметрией, вероятностной природой откликов и особенностями регуляции со стороны пользователя. Положения, представленные в диссертации, уточняют теоретические основания анализа речевой деятельности в условиях

асимметричного диалога и расширяют категориальный аппарат введением понятий коммуникативных и копинг-стратегий в контексте взаимодействия человека с чат-ботом.

Практическая значимость исследования

Практическая значимость исследования определяется возможностью его применения в прикладных областях, связанных с проектированием и использованием чат-ботов. Полученные данные могут быть использованы при разработке интерфейсов, ориентированных на повышение качества коммуникации за счёт учёта стратегий пользователя и прогнозирования возможных коммуникативных затруднений. Разработанная типология коммуникативных и копинг-стратегий может применяться для обучения пользователей приёмам эффективного взаимодействия с чат-ботами, а также для оценки и оптимизации пользовательского опыта в сферах образования, онлайн-консультирования, службы поддержки, цифрового маркетинга и психотерапевтической помощи. Кроме того, предложенная методология может служить основой для дальнейших исследований в области когнитивной эргономики, психологии технологий и цифровой психолингвистики.

Положения, выносимые на защиту

1. Выявлено влияние использования пользователем коммуникативных стратегий на эффективность взаимодействия с чат-ботом: кооперативная стратегия обеспечивает наибольшую субъективную комфортность и минимальные когнитивные затраты, сопровождаясь краткостью, предсказуемостью и повышением понятности ответов чат-бота; персуазивная стратегия сопряжена с повышенной когнитивной нагрузкой, но при этом ведёт к росту качества текста – аргументативной завершённости, структурированности, когерентности и предметной точности; информативная стратегия обеспечивает полноту и содержательную насыщенность текста при умеренном уровне субъективной удовлетворённости.

2. При взаимодействии пользователя с чат-ботом выявлена структура целей и коммуникативных стратегий обеих сторон диалога. У пользователей выявлены семь групп целей (информационные, прикладные, генеративные, творческие, интроспективные, игровые, исследовательские), реализуемые через пять основных и три комбинированные коммуникативные стратегии. Дополнительно выявлен набор из десяти копинг-стратегий, компенсирующих сбои взаимодействия. Реплики чат-ботов отражают четыре типа целей (информативные, практико-ориентированные, рефлексивно-поддерживающие и мотивационные), реализуемые посредством трёх коммуникативных и восьми копинг-стратегий. Совокупность этих паттернов демонстрирует системность речевого поведения при взаимодействии пользователя с чат-ботом и механизмы поддержания связности при коммуникативных затруднениях.

3. Совокупность целей, коммуникативных и копинг-стратегий пользователя и чат-бота образует шесть устойчивых сценариев взаимодействия – информационно-аналитический, практический, креативный, эмоционально-рефлексивный, развлекательно-игровой и исследовательно-провокативный, каждый из которых представляет типовую конфигурацию распределения инициативы, согласования целей и применения стратегий, что подтверждает воспроизводимость функциональных паттернов цифрового диалога. Тем самым был выявлен фактический паритет между пользователем и чат-ботом: обе стороны демонстрируют широкий спектр целей, коммуникативных и копинг-стратегий, что указывает на переход от линейной модели «запрос–ответ» к двустороннему согласованию и совместному управлению коммуникацией при взаимодействии пользователя и чат-бота.

Степень достоверности

Достоверность и надёжность результатов исследования обеспечиваются теоретической обоснованностью концепции, использованием валидных и репрезентативных методов, сочетанием последовательного (within-subjects) и параллельного (between-subjects) экспериментальных планов, применением

шкальных инструментов с предварительной проверкой внутренней согласованности, достаточной статистической мощностью при соответствующем объеме выборок, а также использованием современных методов математико-статистического анализа, соответствующих характеру полученных данных.

Апробация результатов исследования

Основные положения и результаты диссертационного исследования были представлены и обсуждены на российских и международных научных конференциях: «Ананьевские чтения – 2024» (Санкт-Петербург, СПбГУ), V Международной научно-практической конференции «Человек, общество, технологии: актуальные вопросы взаимодействия» (Петрозаводск, 2024), «KES 2025 – 29th International Conference on Knowledge-Based and Intelligent Information & Engineering Systems» (Осака, Япония, 2025).

Публикации: По теме диссертации опубликовано 8 работ, в том числе 4 статьи в рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК.

Структура и объем диссертации

Диссертация состоит из введения, четырех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Общий объем диссертации составляет 246 страниц. Библиографический список включает 204 наименований, из них 178 – на иностранных языках. Работа содержит 8 рисунков, 17 таблиц и 2 приложения.

Глава 1. Стратегии, тактики и особенности вербального взаимодействия с чат-ботами

1.1 Проблема общения при взаимодействии с чат-ботами

Развитие диалоговых систем на основе генеративных языковых моделей (large language models, LLM) сформировало особую форму коммуникации, отличающуюся от межличностного взаимодействия. Несмотря на внешнюю связность, стилистическую вариативность и лексическую гибкость, реплики чат-ботов не являются результатом осознанного речевого акта. Они генерируются через вероятностное предсказание токенов на основе больших корпусов текстов, без участия понятийного мышления, ментальных состояний или интенциональности (Naik et al., 2024; Luo et al., 2022). Вследствие этого взаимодействие с чат-ботом отличается от диалога в классическом понимании как совместного построения смысла между двумя субъектами и представляет собой асимметричную форму коммуникации, в которой одна из сторон не обладает когнитивной и социальной структурой.

При этом, как отмечал Б.Ф. Ломов (1984), система взаимодействий субъекта с окружающей средой, включая технические средства, представляет собой полноценный объект психологического анализа, поскольку именно во внешне опосредованных формах деятельности и общения проявляются базовые характеристики психической организации, что согласуется с когнитивным подходом в отечественной психолингвистике, где анализ речевой деятельности связывается с ментальными структурами и языковой картиной мира (Кубрякова, 1995). В этом контексте речевое поведение пользователя в диалоге с чат-ботом может рассматриваться как адаптивная форма активности, направленная на компенсацию коммуникативной несогласованности и структурирование совместного действия даже в условиях несубъектного характера собеседника.

Данное отличие имеет не только технический, но и психологический характер. Пользователь, вступая в диалог с чат-ботом, нередко склонен

приписывать ему характеристики человеческого партнёра – способность к пониманию, мотивации, эмпатии и целеполаганию. Это формирует ожидания, не совпадающие с архитектурными возможностями модели, и, как следствие, приводит к коммуникативным сбоям. Такие сбои проявляются на разных уровнях: от семантической несогласованности и дискурсивных разрывов до прагматической неадекватности или утраты контроля над ходом взаимодействия (Chaves & Gerosa, 2020; Hill et al., 2015; Иссерс, 1999; 2008).

Одной из ключевых проблем является феномен когнитивной асимметрии – фундаментального несоответствия в способах обработки информации, управления контекстом и формировании коммуникативных целей у человека и чат-бота (El-Assady & Moruzzi, 2022; Ashktorab et al., 2021). Человек опирается на знание, организованное в онтологические структуры, интенциональные установки и прагматическую интуицию (Кубрякова, 1995), тогда как чат-бот функционирует на основе статистических зависимостей и ограниченного окна контекста. Он не формирует собственных убеждений, не различает пресуппозиции и импликатуры, не способен к понятийным обобщениям или поддержанию межрепликовой когерентности в длинных диалогах (Deng et al., 2022). Это приводит к эффекту ложной когерентности – когда грамматически и стилистически корректный ответ не содержит адекватной реакции на интенцию пользователя (El-Assady & Moruzzi, 2022).

Особенно значимы коммуникативные сбои в ситуациях, требующих моделирования ментальных состояний собеседника, как это происходит в эмпатических или ролевых взаимодействиях. Здесь вступает в противоречие человеческая способность к «теории разума» и архитектурные ограничения чат-бота, функционирующего на основе токен-предсказания. В подобных случаях чат-бот либо упрощает интенцию до буквального уровня, либо предлагает внешне эмпатическую реакцию, не подкреплённую когнитивной логикой или устойчивой системой мотивации (Ashktorab et al., 2021).

Ограниченная возможность интерпретации поведения модели, механизмов генерации и границ допустимого ответа становится источником фрустрации. Исследования показывают, что низкая объяснимость (explainability) и непрозрачность архитектуры вызывают у пользователей ощущение потери контроля и снижают доверие к системе (Sanjeev & Sharma, 2025; Naik et al., 2024). Даже при успешной симуляции коммуникативного поведения отсутствие реальной интенциональности может восприниматься как нарушение диалогических норм.

Кроме того, важно учитывать парадоксальную ситуацию: несмотря на все ограничения, взаимодействие с чат-ботами продолжается и даже расширяется. Пользователь проявляет гибкость и начинает адаптировать своё речевое поведение под особенности модели: упрощает синтаксис, дробит вопросы, повторяет запросы с вариациями, усиливает экспрессивность речи – особенно в ситуациях сбоя или непонимания (Hill et al., 2015; Chaves & Gerosa, 2020). Эти адаптации формируют устойчивые коммуникативные стратегии речевого поведения, специфичные именно для взаимодействия с несубъектным, но коммуникативным агентом, что перекликается с описанием стратегий речевого поведения в отечественной психолингвистике (Иссерс, 1999; 2008).

Тем самым формируется новая коммуникативная форма, выходящая за пределы как межличностного общения, так и инструментального взаимодействия с интерфейсами. Диалог с чат-ботом представляет собой асимметрическую речевую ситуацию, в которой пользователь оказывается в необходимости не только добиваться результата, но и компенсировать архитектурные ограничения системы, находя способы поддержания связности, релевантности и управляемости коммуникации.

Таким образом, речевое взаимодействие с чат-ботами представляет собой особый тип коммуникации, в котором привычные основания – интенциональность, взаимность, когнитивная целостность – оказываются

нарушенными или лишь иллюзорно воспроизведёнными. Возникающая при этом асимметрия восприятия, структурные сбои и стилистические искажения указывают на необходимость теоретического и эмпирического анализа этой формы общения с позиций современной психолингвистики и когнитивной психологии. Без такого анализа невозможно построить продуктивные модели речевого поведения, соответствующие новым условиям взаимодействия, в которых один из участников не обладает субъективными характеристиками.

1.2. Психологические детерминанты восприятия и успешности взаимодействия с чат-ботами

Искусственный интеллект широко внедряется в различные сферы повседневной жизни, в том числе через программные и аппаратные средства, выступающие в роли так называемых интеллектуальных агентов. Под интеллектуальными агентами понимаются автономные системы, способные воспринимать окружающую среду, интерпретировать входящие данные и выполнять задачи – от рутинных операций до сложных когнитивных функций (Khanna, 2015). Одним из наиболее распространённых примеров таких агентов являются чат-боты (conversational agents) – программы, осуществляющие взаимодействие с пользователем в форме диалога на естественном языке. В ряде определений чат-бот описывается как система, имитирующая речевое поведение человеческого собеседника в текстовом или голосовом формате и опирающаяся на технологии обработки естественного языка (Khanna, 2015). Более формально, чат-боты могут быть охарактеризованы как «онлайн-диалоговые системы человек-компьютер, использующие естественный язык в интерфейсе» (Cahn, 2017).

На практике термин «чат-бот» охватывает разнородную группу систем, различающихся как архитектурно, так и функционально. В простейших случаях чат-бот представляет собой скриптовый интерфейс с ограниченным набором ключевых команд, реагирующий на триггерные фразы. В более сложных вариантах используются нейросетевые архитектуры на основе трансформеров, способные поддерживать связность диалога и частично

адаптироваться к стилю пользователя (Zamora, 2020; Peras, 2024). Такое разнообразие технических решений требует систематизации – как в инженерном, так и в психологическом аспекте. В ряде работ (Følstad et al., 2019; Ramesh & Chawla, 2022) подчёркивается необходимость классификаций, позволяющих описывать чат-ботов по нескольким параметрам: сложности системы, степени автономности, коммуникативной роли, области применения, инициатору взаимодействия и др.

Наиболее распространённой является дихотомия между задачно-ориентированными (task-oriented) и открытыми диалоговыми (open-domain) чат-ботами (Svikhnushina et al., 2022; Rheu et al., 2023). Первые предназначены для решения конкретных задач, например оформления заказов, технической поддержки или консультаций по банковским услугам. В этом случае диалог строго структурирован и имеет предсказуемую последовательность. Вторые, напротив, функционируют в режиме свободной беседы и предназначены для тематически неограниченного взаимодействия, чаще всего для целей социализации, сопровождения, развлечения или эмоциональной поддержки, и в большинстве случаев реализуются на основе генеративных языковых моделей.

В более развитых типологиях используется несколько параметров, конкретизирующих характер взаимодействия. Так, Følstad et al. (2019) предложили осевую модель, в которой чат-боты классифицируются по двум координатам: продолжительность взаимодействия (одноразовое или долгосрочное) и локус контроля (инициатор и направляющая сторона взаимодействия – человек или система). Это позволяет различать, например, вспомогательных агентов (напоминающих о задачах), диалоговых партнёров (поддерживающих общение), обучающих ассистентов и рекомендательные системы. Практическая значимость классификации подтверждена эмпирическими данными: в ряде обзоров анализировались как

пользовательские отзывы, так и технические характеристики 57 действующих чат-ботов.

Альтернативный подход предложен Ramesh и Chawla (2022), которые ввели морфологическую модель с 11 измерениями (стиль общения, канал, уровень персонализации, наличие личности и другие параметры), которые в совокупности формируют 264 возможные конфигурации чат-бота. Этот подход особенно полезен в маркетинге и пользовательском дизайне, где важно учитывать не только функциональность, но и характер восприятия чат-бота как персонифицированного или неперсонифицированного.

Примером комплексного применения может служить бот Replika, обладающий выраженной идентичностью, устойчивой ролевой позицией и открытой тематикой взаимодействия. Этот агент предназначен для долгосрочного общения, предполагающего формирование псевдосоциальных связей и симуляцию эмпатической поддержки. Исследования показывают, что пользователи приписывают Replika характеристики сознания, заботы, понимания и эмоционального участия, несмотря на отсутствие у модели онтологических или ментальных структур (Ta et al., 2020). Противоположный тип представляют системные ассистенты в онлайн-банкинге, ритейле и службах технической поддержки, где взаимодействие ограничено контекстом задачи, минимально по глубине диалога и носит сугубо инструментальный характер.

Многие современные чат-боты обладают модульной архитектурой, позволяющей изменять не только лексико-стилистические параметры общения, но и поведенческие профили взаимодействия. В зависимости от запроса пользователя модель может выполнять функции советчика, инструктора, психологического помощника или компаньона. Тем самым расширяются функциональные сценарии и обеспечивается более точная подстройка под цели и мотивации пользователя (Luger & Sellen, 2016; Fadhil, 2018).

Чат-боты можно классифицировать по уровню интерактивности: от скриптовых систем с фиксированным сценарием до автономных агентов, способных к генеративному диалогу. Первые ограничены predetermined маршрутами, тогда как вторые основаны на LLM и характеризуются большей гибкостью в ведении диалога и адаптивностью к стилю пользователя (Adamopoulou & Moussiades, 2020).

Рост интереса к генеративному искусственному интеллекту (LLM-технологиям) открыл широкий спектр приложений в различных сферах – от образования и здравоохранения до клиентского сервиса и психологического консультирования. Современные чат-боты, способные поддерживать связный и контекстуально релевантный диалог, всё чаще воспринимаются как социальные партнёры, что стирает грань между межличностной и человеко-машинной коммуникацией. При этом усиливается внимание к вопросам надёжности информации, этическим рискам и границам допустимого вмешательства цифровых агентов в чувствительные аспекты жизни.

Наибольшая зрелость применения чат-ботов наблюдается в сфере здравоохранения, образования и клиентского сопровождения. В медицинском и психотерапевтическом контексте они выполняют функции консультирования, психообразования и повышения медицинской грамотности. Систематические обзоры подтверждают эффективность таких агентов при работе с тревожными и депрессивными состояниями, а также в сопровождении поведенческих изменений, включая отказ от вредных привычек и повышение приверженности лечению (Abd-alrazaq и др., 2019; Aggarwal et al., 2023; Laranjo et al., 2018). Применение адаптивных речевых стратегий, учитывающих эмоциональное состояние пользователя, способствует снижению тревожности и формированию устойчивого чувства поддержки (Altay et al., 2023; Lee & Hahn, 2024).

В образовательной среде чат-боты функционируют как интеллектуальные партнёры и цифровые тьюторы, способные адаптироваться

к индивидуальным стилям обучения. Их эффективность подтверждена как в онлайн-обучении (Doshi et al., 2017), так и в языковой и когнитивной подготовке учащихся (Haake & Gulz, 2009; VanLehn et al., 2007; Cheng et al., 2024). Исследования также подтверждают вклад чат-ботов в развитие метакогнитивных навыков и поддержание учебной мотивации при длительном взаимодействии (Fryer et al., 2017).

В корпоративной и маркетинговой сферах чат-боты используются для автоматизации внутренних процессов, генерации документации, стандартизации коммуникации, сопровождения клиентов и предоставления персонализированных рекомендаций (Retkowsky et al., 2024). Антропоморфный дизайн, использование эмоционально окрашенного языка, элементов эмпатии и юмора способствует формированию доверительной и эмоционально комфортной атмосферы взаимодействия (Janson, 2023; Konya-Baumbach et al., 2023; Shin et al., 2023).

Параллельно возрастает интерес к исследованию недостаточно разработанных аспектов – в частности, этических и частных рисков взаимодействия с чат-ботами, а также речевых аспектов феномена «зловещей долины». Несмотря на то что первые работы в этой области уже намечены (Park, Yim et al., 2023), систематический анализ причин, влияющих на восприятие чрезмерной человечности, и выработка стратегий преодоления коммуникативного дискомфорта пока остаются задачами будущих междисциплинарных исследований.

Таким образом, в центре внимания научного сообщества оказывается не только функциональность чат-ботов, но и психологический комфорт, доверие и социоэмоциональная адаптация пользователя к новым форматам цифрового взаимодействия. Складывающаяся эмпирическая база подтверждает, что успешность взаимодействия с чат-ботом зависит от множества факторов – от уровня речевой эмпатии и степени антропоморфизма до контекстуальной релевантности и этической допустимости поведения системы. Всё это требует

комплексного подхода к проектированию и исследованию коммуникации человека с чат-ботами с учётом когнитивных, социальных и эмоциональных детерминант восприятия.

Современные чат-боты, основанные на больших языковых моделях, характеризуются способностью адаптировать стиль и содержание коммуникации к целевой аудитории и контексту. Fanning et al. (2024) отмечают гибкость таких моделей в переходе от академического тона к повседневной речи, Browne et al. (2024) подтверждают их эффективность в эмпатической поддержке, а Tran et al. (2024) – в персонализированных диалогах. Это делает возможным создание ролево-ориентированных агентов – редакторов, консультантов, психологических помощников и цифровых компаньонов в повседневном общении, особенно в контекстах, где важны эмпатия, доступность и соответствие коммуникативным нормам.

Помимо текстового и голосового взаимодействия, современные чат-боты активно интегрируются в мультимодальные платформы, включая визуальные аватары, сенсорные интерфейсы и технологии дополненной реальности. Это создаёт предпосылки для формирования более естественного и многоканального формата взаимодействия, особенно в сферах образования и терапии (Griol & Callejas, 2013; Kocaballi et al., 2022).

Наконец, мотивация пользователей к взаимодействию с чат-ботами превышает утилитарные цели. Brandtzaeg и Følstad (2017) подчёркивают, что продуктивность сочетается с интересом, ощущением новизны, стремлением к развлечению и социальной вовлечённости. Для того чтобы удовлетворять эти разноплановые ожидания, чат-бот должен одновременно выполнять функции инструмента, собеседника и источника положительных эмоций от взаимодействия.

В то же время внедрение LLM в чувствительные области требует повышенного внимания: исследования показывают, что тексты, генерируемые

даже самыми совершенными языковыми моделями, часто отличаются стилистической безупречностью, но при этом могут содержать ошибки или быть неполными (Kitamura, 2023; Fitria, 2023). Это особенно критично в медицинском, правовом и образовательном контексте, где риски связаны с возможной некорректной интерпретацией или формированием ложной уверенности в ответах. В этих условиях важную роль играет не только типология чат-бота, но и дизайн взаимодействия, предусматривающий механизмы проверки, контекстуального уточнения и пользовательского редактирования.

Таким образом, современная типология чат-ботов на основе ИИ выходит за рамки бинарной классификации и требует многоосевого подхода, учитывающего архитектурные параметры (модель генерации, степень автономности, способ инициирования взаимодействия) и прагматические характеристики – ролевую специфику, длительность взаимодействия, степень персонализации, контекст и цели применения. Эти параметры определяют не только функциональные возможности системы, но и формируют поведенческие сценарии пользователя, его ожидания, стратегии коммуникации и оценку успешности взаимодействия. С ростом роли ИИ в медицине, образовании и других социально чувствительных сферах вопросы типологии и функциональной дифференциации чат-ботов приобретают не только теоретическое, но и практическое значение для оценки рисков, проектирования интерфейсов и анализа взаимодействия с позиций когнитивной и социальной психологии.

Одной из ключевых особенностей взаимодействия человека с чат-ботами является спонтанная тенденция к персонификации – приписыванию системе характеристик, свойственных человеческому собеседнику: сознания, мотивации, эмпатии, намерений, памяти и внутреннего «Я». Несмотря на отсутствие у языковых моделей ментальных состояний, пользователи нередко воспринимают их как мыслящего и чувствующего партнёра. Данный феномен

имеет глубокие когнитивные корни и рассматривается в рамках исследований по антропоморфизации, теории разума и ошибочной атрибуции субъектности (Cahn, 2017; Khanna, 2015).

Персонафикация чат-бота может носить индуцированный или спонтанный характер. В первом случае она опирается на внешние элементы дизайна – наличие аватара и имени, указание возраста, эмоционально окрашенную стилистику реплик, использование эмодзи и местоимений от первого лица. В этих условиях пользователь чаще активирует социальные схемы общения, включая установку на взаимопонимание и ожидание эмпатической реакции (Ta et al., 2020; Chaves & Gerosa, 2020). Во втором случае персонафикация возникает в процессе длительного взаимодействия, особенно при сохранении квазипоследовательности, памяти контекста и стилистической связности, когда ответы модели начинают восприниматься как связанные реплики мыслящего субъекта.

Подобные эффекты в современной когнитивной психологии рассматриваются как иллюзия интенциональности – восприятие текста, сгенерированного вероятностной моделью, как результата осмысленного речевого действия. Наиболее заметно это проявляется в диалогах, где затрагиваются темы эмоциональной поддержки, принятия и сочувствия: при отсутствии подлинной эмпатии пользователи оценивают реплики чат-бота как «поддерживающие», «понимающие» и «человечные» (Ashktorab et al., 2021; Luo et al., 2019).

Взаимосвязь между лингвистическим поведением модели и персонафицирующими установками пользователей была эмпирически зафиксирована в исследованиях open-domain агентов. Так, в случае Replika – чат-бота, предназначенного для длительного эмоционального взаимодействия, – пользователи часто выстраивают устойчивые псевдосоциальные отношения и приписывают модели чувства, память и собственное мнение. Анализ логов и интервью показал, что даже при осознании искусственной природы

собеседника многие участники продолжают обращаться к нему как к мыслящей и заботливой сущности, прибегая к элементам дискурса дружбы, поддержки и интимности (Ta et al., 2020).

Значимую роль в формировании персонифицированного образа бота играет языковое поведение самой модели. Использование местоимения «я», выражений типа «мне жаль», «я понимаю», «я думаю» даже при отсутствии рефлексивной структуры создаёт у пользователя ощущение наличия субъекта, способного к выражению сочувствия и формированию мнения. Это особенно характерно для моделей, обученных на больших корпусах с включением нарративных и ролевых дискурсов, где стилистические маркеры сочетаются с имитацией эмпатического поведения (El-Assady & Moruzzi, 2022). Возникающий эффект ложной когерентности (false coherence effect) приводит к тому, что пользователь интерпретирует реплику как связную и смыслово релевантную – даже если с точки зрения прагматики ответ модели оказывается неадекватным.

Феномен персонификации усиливается в ситуациях, когда пользователь стремится к решению сложных, эмоционально значимых задач: получению поддержки, формулированию смысла, преодолению неопределённости. В этих условиях проекция субъектных свойств на чат-бот становится формой копинг-стратегии, что способствует снижению тревожности и восстановлению контроля над диалогом (Hill et al., 2015). Более того, в ряде случаев наблюдается перераспределение ролевых функций: пользователь начинает взаимодействовать с моделью как с учителем, советником или наставником, хотя модель не обладает целенаправленностью, компетентностью или системным знанием. Это может приводить как к положительным эффектам – повышению уверенности и снижению социальной тревожности, – так и к фрустрации, если модель даёт ошибочный, неуместный или поверхностный ответ (Naik et al., 2024).

Исторически данный феномен описывался как эффект ELIZA – названный по имени одного из первых чат-ботов, имитирующего психотерапевтический диалог. Уже в 1960-х годах было замечено, что пользователи склонны воспринимать даже простейшие текстовые симуляции как содержательное взаимодействие, если речевое поведение бота соответствует ожидаемым социальным паттернам. Современные LLM усиливают данный эффект благодаря высокой стилистической гибкости и способности к сохранению контекста, несмотря на отсутствие подлинного понимания. Как подчёркивают современные исследователи, восприятие чат-бота на основе ИИ как субъекта чаще всего возникает в силу когнитивной предрасположенности человека заполнять пробелы в информации через знакомые социальные схемы, особенно при наличии языковых сигналов и прагматических маркеров эмпатии (Khanna, 2015; Cahn, 2017; Luo et al., 2019).

Таким образом, при взаимодействии с чат-ботами на основе ИИ человек задействует механизмы приписывания субъективности, основанные на языковых маркерах и поведенческих характеристиках, даже при осознании искусственной природы собеседника. Это приводит к формированию устойчивых схем персонификации, в рамках которых модель воспринимается как мыслящий, чувствующий и целенаправленно действующий субъект. Феномен персонификации представляет собой не только когнитивное, но и коммуникативное явление, оказывающее влияние на структуру диалога, поведение пользователя и его доверие к системе. С ростом использования чат-ботов на основе ИИ в эмоционально значимых контекстах феномен персонификации требует системного анализа – как с точки зрения психологии восприятия, так и в рамках дискурсивных моделей общения.

Доверие является ключевым условием эффективного взаимодействия человека с автоматизированными системами, в том числе чат-ботами на основе ИИ. В отличие от межличностного доверия, основанного на оценке намерений и моральных качеств партнёра, доверие к искусственному агенту формируется

на основе восприятия компетентности, надёжности, предсказуемости и прозрачности работы (Sanjeev & Sharma, 2025). Особое значение приобретают факторы когнитивной прозрачности – степень, в которой пользователь способен понять, предсказать и контролировать поведение системы.

Исследования показывают, что при взаимодействии с чат-ботами на основе ИИ пользователи склонны вырабатывать интуитивную модель поведения системы, исходя из её речевых реакций, формата ответа, скорости генерации и кажущейся последовательности высказываний (Naik et al., 2024; El-Assady & Moruzzi, 2022). При этом непрозрачность архитектуры языковых моделей – отсутствие доступа к логике генерации, внутренним представлениям и принципам оценки релевантности – вызывает эффект неопределённости, приводящий к снижению доверия и росту фрустрации. Пользователь не может понять, почему система отреагировала определённым образом, проигнорировала важную часть запроса или выдала неуместный совет. Это порождает ощущение непредсказуемости даже при внешней гладкости и стилистической последовательности взаимодействия (Hill et al., 2015; Luo et al., 2022).

Одним из центральных факторов снижения уровня доверия является неспособность модели объяснить свои действия. Современные LLM-агенты часто описываются как «чёрные ящики», поскольку их генерация текста опирается на вероятностные зависимости, а не на логические правила или репрезентации знаний. В отличие от экспертных систем, которые строили выводы на основе заданных правил, языковые модели не предоставляют пользователю ни аргументированного объяснения, ни обоснования своих ответов. В результате возникает когнитивный разрыв между ожиданием осмысленного диалога и статистической природой сгенерированного высказывания, что наиболее заметно проявляется в ситуациях сомнения или несогласия с моделью (El-Assady & Moruzzi, 2022; Sanjeev & Sharma, 2025).

Дополнительным источником фрустрации является феномен ложной когерентности: реплика чат-бота может быть грамматически безупречной, стилистически уместной и внешне релевантной, но не содержать ответа на поставленный вопрос или нарушать логику предыдущего взаимодействия (Deng et al., 2022). В результате усиливается иллюзия понимания: пользователь продолжает интерпретировать ответ как значимый, несмотря на его семантическую пустоту. При обнаружении несоответствия между формой и содержанием доверие к модели резко снижается, а субъективная оценка успешности взаимодействия падает.

Важно подчеркнуть, что доверие к чат-боту на основе ИИ не является стабильным и универсальным параметром. Оно зависит от ряда переменных: целей пользователя, контекста задачи, уровня цифровой грамотности, а также предыдущего опыта взаимодействия с ИИ. В условиях высокой когнитивной нагрузки или неопределённости пользователь может демонстрировать как гипердоверие (*overtrust*), приписывая модели экспертные качества, так и гиперосторожность (*undertrust*), игнорируя потенциально полезные ответы (Chaves & Gerosa, 2020). Оба эффекта связаны с тем, что языковая модель, несмотря на внешнюю компетентность, не позволяет верифицировать уровень своей уверенности, источники информации или наличие ошибок.

Одним из путей повышения доверия является интерфейсная и языковая эксплициация ограничений компетентности модели. Как показано в исследовании Hill et al. (2015), если система предваряет свои ответы формулировками типа «на основе имеющихся данных могу предположить» или «возможно, это не точная информация», пользователь более реалистично оценивает степень надёжности ответа и менее подвержен фрустрации в случае ошибки. Аналогичным образом работают сигналы неуверенности, отказа от ответа или признания ограничений («мне не хватает данных», «я не могу гарантировать точность»), которые снижают вероятность ошибочного приписывания модели экспертного статуса.

Существует и обратная тенденция: демонстрация чат-ботом избыточной уверенности при отсутствии осмысленной аргументации, выражающаяся в категорических, декларативных утверждениях без оговорок, часто воспринимается пользователем как убедительность, но в случае выявления ошибки существенно подрывает доверие. Это особенно опасно в областях с высокой стоимостью ошибки – медицине, праве, финансовом консультировании (Oliva et al., 2024; Kitamura, 2023). В этих случаях прозрачность рассматривается не как факультативная, а как критически необходимая характеристика, обеспечивающая условия для контролируемости и ответственности ИИ-инструментов.

Важным аспектом является проблема различения компетентности и достоверности. Пользователь может воспринимать красивую, грамотно оформленную реплику как показатель компетентности, хотя она может быть полностью ошибочной. Как подчёркивают Fanning et al. (2024), высокое качество генерации может не коррелировать с содержательной точностью, и чем более стилистически изыщен ответ, тем выше риск принятия ложной информации за достоверную. Это создаёт так называемый эффект «обманчивой убедительности» (*deceptive fluency*), при котором доверие формируется на основе формы высказывания, а не его содержания.

Существенным барьером для формирования устойчивого доверия к чат-ботам на основе ИИ является низкий уровень объяснимости их ответов. В отличие от человеческого собеседника, способного артикулировать мотивацию и логику речевых действий, генеративные модели не предоставляют прозрачных оснований выбора того или иного высказывания. Данное ограничение у части пользователей вызывает ощущение «чуждой субъектности», затрудняющей приписывание намерений и причинной логики, что, в свою очередь, снижает предсказуемость когнитивного уровня взаимодействия (Shin & Park, 2021; Eiband et al., 2021). Как показывают эмпирические данные, отсутствие метакоммуникативных сигналов и

когнитивной обратной связи от модели зачастую интерпретируется как непонимание, отчуждённость или «бессмысленность» диалога (Weidinger et al., 2022). Это особенно значимо в условиях неопределённости, эмоционального напряжения или обсуждения этически значимых тем, где пользователю важно не только что говорится, но и почему это утверждается.

Доверие к чат-боту определяется взаимодействием когнитивных, интерфейсных и лингвистических факторов и зависит как от поведения системы, так и от его восприятия пользователем. Ключевым условием устойчивого взаимодействия является обеспечение когнитивной прозрачности: явное обозначение границ возможностей модели, сигнализация неуверенности, избегание ложной убедительности и обеспечение предсказуемости поведения. В противном случае взаимодействие с чат-ботом превращается в ситуацию неуправляемого диалога, где стилистическая гладкость маскирует семантическую пустоту и подрывает основу доверительных отношений.

Вовлечённость пользователя в диалог с чат-ботом представляет собой сложное многокомпонентное явление, включающее когнитивный интерес, аффективную включённость и поведенческую активность взаимодействия (Doherty & Doherty, 2018; He et al., 2024). В отличие от традиционного взаимодействия с интерфейсами, коммуникация с чат-ботом активирует формы социального участия, характерные для межличностного общения: пользователь проявляет внимание, интерпретирует намерения, оценивает эмоциональный тон и, нередко, проецирует ожидания субъектного участия со стороны системы.

Одним из основных факторов формирования вовлечённости является стилистическая гибкость чат-бота, выражающаяся в способности к эмпатически маркированным формулировкам, ситуативной релевантности и адаптивности в выборе регистра (Ashktorab et al., 2021; Luo et al., 2019). Несмотря на отсутствие интенциональности, чат-боты, использующие

речевые маркеры поддержки и эмоционального участия (например, «это может быть действительно сложно», «спасибо, что поделились»), воспринимаются как обладающие социальным присутствием, что усиливает восприятие диалогичности и снижает дистанцию между пользователем и системой.

Наряду с реальным языковым поведением чат-бота, значимую роль играют предварительные ожидания пользователя. Эти ожидания формируются под влиянием общего технологического имиджа искусственного интеллекта, интерфейсных решений, публичного дискурса и предыдущего пользовательского опыта (Chaves & Gerosa, 2020; Khanna, 2015). Высокие ожидания часто связаны с представлением о чат-боте как о разумном, понимающем и заботливом партнёре, что увеличивает степень вовлечённости, но одновременно усиливает уязвимость к фрустрации при сбоях или неадекватных реакциях (Naik et al., 2024; Hill et al., 2015).

Особенно выраженными оказываются эффекты при эмоционально насыщенном взаимодействии, где пользователь обращается с личными или значимыми запросами. Если ответы чат-бота оказываются недостаточно точными, формальными или псевдоэмпатичными по форме, возникает не только когнитивное разочарование пользователя, но и эмоциональный диссонанс, проявляющийся в несоответствии между эмпатическим стилем высказывания и недостаточной содержательной глубиной. Это нарушает ощущение искренности и снижает уровень вовлечённости (El-Assady & Moruzzi, 2022; Sanjeev & Sharma, 2025).

Одним из факторов, способствующих формированию позитивной эмоциональной вовлечённости, является феномен так называемой псевдоэмпатии – имитации сочувственного и поддерживающего общения с помощью шаблонов речевых адаптаций. Несмотря на отсутствие рефлексии или подлинной эмоциональной чувствительности, чат-бот способен использовать фразы, структурно сходные с эмпатическими реакциями: «это звучит непросто», «я понимаю, что это может быть сложно» и т. п. (De Gennaro

et al., 2020; Lee & Hahn, 2024). Такие реплики, даже в механически сгенерированной форме, воспринимаются как эмоционально поддерживающие, особенно в контекстах тревоги, неуверенности или поиска совета. Эффект симулированной отзывчивости повышает субъективную удовлетворённость диалогом, формирует ощущение «услышанности» и снижает барьеры к самораскрытию (De Gennaro et al., 2020; Park et al., 2023). При этом важно отметить, что восприятие эмпатии в таких случаях опирается не на содержательный уровень, а на ритуально-коммуникативный и стилистический слой общения, что требует дополнительного изучения в контексте психологической безопасности.

Значимым феноменом в динамике вовлечённости выступает аффективная инерция: положительное первичное впечатление от взаимодействия поддерживает установку на сотрудничество и способствует временной толерантности к неудачным репликам (Hill et al., 2015). Однако повторяющиеся сбои, особенно в вопросах, требующих эмпатии или сложной когнитивной обработки, приводят к быстрому снижению вовлечённости, вызывая ощущение симулятивности и искусственной теплоты. Это подтверждается в исследованиях эмоциональной реакции на сбои в ролевых диалогах и чат-ботах психоэмоционального сопровождения (Limpanopparat et al., 2024; Maida et al., 2024).

Существенным фактором повышения вовлечённости является персонализация: использование имени пользователя, адаптация к стилю общения, сохранение истории запросов, а также интеграция визуальных и функциональных элементов, формирующих иллюзию устойчивой личности агента (Ta et al., 2020). Это способствует восприятию чат-бота как «партнёра», с которым устанавливаются квазисоциальные отношения, что проявляется особенно явно в условиях длительного взаимодействия. При этом даже при осознании автоматического характера чат-бота пользователи склонны

испытывать эмоциональную привязанность, при условии, что стиль общения поддерживает эффект непрерывности диалога и ситуативной отзывчивости.

Значимым фактором оказывается культурная и языковая адаптация: когда чат-бот использует локально релевантные выражения, культурные отсылки и характерные стилистические маркеры, это усиливает восприятие взаимодействия как общения с «родственным» собеседником (Rohit et al., 2024). В противоположность этому, универсализированный или стилистически неестественный стиль приводит к снижению аффективной вовлечённости, особенно в сферах клиентского сервиса и образования.

Следует учитывать модифицирующую роль индивидуальных различий. Исследования показывают, что представители гуманитарных специальностей чаще склонны воспринимать чат-ботов как интересных собеседников, ориентируясь преимущественно на стилистические и прагматические характеристики взаимодействия, тогда как пользователи с технической подготовкой чаще рассматривают диалог как инструментальное взаимодействие, характеризующееся ошибками и ограничениями (Lee et al., 2019; Portela & Granell-Canut, 2017). Это определяет как степень вовлечённости, так и характер эмоциональной реакции на поведение чат-бота.

Наблюдается феномен парадокса субъективной вовлечённости: в некоторых случаях высокий уровень эмпатии и речевой гибкости со стороны чат-бота может усиливать эмоциональную привязанность, но одновременно снижать продуктивность взаимодействия. Так, в эксперименте с обучающим ботом QuizBot было показано, что более антропоморфный стиль общения повышал субъективную удовлетворённость, однако отвлекал от выполнения задач, снижая объективную эффективность (Ruan et al., 2019). Это подчёркивает необходимость баланса между вовлечением и результативностью, что приобретает особую значимость в образовательных и терапевтических приложениях чат-ботов.

Вовлечённость, ожидания и эмоциональное восприятие в диалоге с чат-ботом образуют динамическую систему, определяемую множеством переменных – от поведения чат-бота и интерфейсного дизайна до когнитивных установок и личного опыта пользователя. Поддержание вовлечённости предполагает не только стилистическую компетентность чат-бота, но и учёт эмоциональной и культурной чувствительности, а также умение избегать проявлений фальшивой эмпатии и симулированной отзывчивости. В противном случае эмоциональный эффект может трансформироваться в разочарование, недоверие и отказ от взаимодействия, даже при технически корректной работе чат-бота.

Речевое поведение чат-бота оказывает существенное влияние на стратегии взаимодействия пользователя, побуждая его к развёрнутым, эмоционально насыщенным и кооперативным репликам. Эмпирические данные свидетельствуют, что последовательность поддерживающих и структурированных ответов со стороны чат-бота нередко стимулирует рефлекссию, выражение эмоций или обсуждение личностно значимых тем (Liu et al., 2023; Croes & Antheunis, 2021; Pentina et al., 2023). В подобных случаях наблюдается усиление ориентации на сотрудничество, снижение агрессии и рост удовлетворённости диалогом. Кроме того, логика и структура ответа, предложенные чат-ботом, могут вызывать миметическую адаптацию: пользователь перенимает стиль, лексику и интонационную организацию реплик собеседника. Эффект речевой подстройки аналогичен феномену коммуникативной конвергенции, описанному в межличностном взаимодействии (Giles et al., 2021), и может рассматриваться как один из индикаторов глубинного принятия чат-бота в качестве коммуникативного партнёра.

Коммуникация с чат-ботами, несмотря на отсутствие интенционального субъекта со стороны системы, оказывает заметное влияние на речевые и поведенческие проявления пользователя. Этот тип взаимодействия вызывает

не только ситуативные адаптации, но и устойчивые изменения в стратегиях и тактиках речевого взаимодействия, что требует отдельного анализа в контексте психолингвистики и когнитивной психологии.

Одним из наиболее заметных эффектов является адаптивная модификация речевых паттернов, направленная на компенсацию архитектурных ограничений чат-бота. Исследование Hill et al. (2015) зафиксировало широкое распространение стратегий, ориентированных на повышение понятности и управляемости взаимодействия: упрощение синтаксиса, дробление запросов на пошаговые инструкции, избыточная конкретизация и переформулировка ранее сформулированных реплик. Эти действия направлены на снижение вероятности генеративной ошибки со стороны чат-бота и структурирование совместного действия в условиях отсутствия полноценного кооперативного партнёра.

Наряду с синтаксической адаптацией пользователи активно используют метакоммуникативные маркеры – фразы вроде «пожалуйста, не повторяй», «скажи коротко», «продолжай с того места», «переформулируй это яснее» и т. п. Такие элементы выполняют функцию псевдомодерации диалога и отражают стремление пользователя контролировать его ход за счёт явного управления дискурсом (Chaves & Gerosa, 2020). Возникает своеобразная «режиссура взаимодействия», при которой человек берёт на себя роль координационного субъекта, компенсируя отсутствие рефлексивности у собеседника.

Значимую роль играют формы прагматической самонастройки: пользователи обучаются предугадывать предпочтительные форматы ответа и оптимальные формулировки запросов. Она проявляется в склонности к использованию прямых директивных конструкций, избеганию открытых вопросов с высокой неопределённостью и предпочтении максимально информативных формулировок. Исследование Deng et al. (2022) показывает, что со временем пользователи начинают интуитивно учитывать архитектурные ограничения окна контекста и специфику генеративной предсказуемости чат-

бота, перестраивая собственное поведение в сторону алгоритмической оптимизации диалога.

Другим важным следствием является формирование персеверативных стратегий нового типа, при которых пользователь многократно повторяет один и тот же запрос, варьируя его формулировку и стремясь преодолеть вероятностные искажения генерации. Этот тип поведения можно рассматривать как аналог копинг-стратегий, направленных на преодоление коммуникативной фрустрации: он ориентирован не на завершение взаимодействия, а на поиск формы, приемлемой для чат-бота (Hill et al., 2015; Ashktorab et al., 2021).

Кроме того, наблюдается использование экспрессивных средств, нехарактерных для формального взаимодействия: пользователи используют восклицания, метафоры, эмодзи и элементы эмоциональной иронии, стремясь усилить воздействие на чат-бот и вовлечь его в кооперативное взаимодействие. Эффект особенно заметен в ситуациях сбоев или непоследовательности, когда пользователь прибегает к выразительной речи, как бы пытаясь «растормозить» алгоритм и направить его к ожидаемой реакции (El-Assady & Moruzzi, 2022).

На более глубоком уровне наблюдается переход от диалога к инструментальному взаимодействию, при котором пользователь начинает воспринимать коммуникацию как программируемую процедуру с предсказуемым выходом, а не как совместное построение смысла. Это приводит к трансформации речевых целей: вместо интенционально насыщенных и стилистически разнообразных реплик всё чаще используются минималистичные конструкции, ориентированные на получение точного результата. Данный эффект, отмеченный Naik et al. (2024), свидетельствует о десубъективации взаимодействия: пользователь, осознав ограниченность чат-бота, сводит диалог к цепочке технических команд, что трансформирует

общий стиль речевого поведения и может переноситься в другие коммуникативные контексты.

Особо следует выделить когнитивное упрощение запроса как устойчивую форму адаптации. В условиях повторяющихся сбоев пользователи часто отказываются от сложных логико-семантических построений, упрощая вопрос до буквального уровня, даже ценой снижения точности. Это является показателем снижения ожиданий относительно способности чат-бота к понятийному обобщению и стратегическим выводам и, в более широком смысле, свидетельствует об изменении представлений о природе речевого взаимодействия.

С накоплением опыта взаимодействия формируются новые языковые привычки, выходящие за пределы общения с чат-ботами. Осваивая директивный стиль, эксплицитность и одношаговые реплики, пользователь переносит эти паттерны в электронную переписку, профессиональные письма и устную коммуникацию. Хотя эмпирических данных по этому поводу пока недостаточно, имеющиеся наблюдения (Portela & Granell-Canut, 2017; Lee et al., 2019) указывают на возможность «обратной генерализации» опыта взаимодействия с чат-ботами на естественное общение.

Наконец, на метакогнитивном уровне формируется новый тип прагматической рефлексии: пользователь осознаёт ограничения языковой модели и вырабатывает устойчивые схемы взаимодействия, например ритуализированные обращения, шаблоны переформулировок и каскады уточняющих инструкций. Эти стратегии превращаются в своего рода «языковой интерфейс к интерфейсу» – речевые надстройки, упрощающие использование модели, но одновременно отражающие её несубъектную природу.

Взаимодействие с чат-ботами вызывает ряд поведенческих последствий, выражающихся в трансформации речевых стратегий, формировании

специфических копинг-механизмов и переосмыслении самого акта коммуникации. Эти трансформации не только обеспечивают адаптацию к несубъектной системе, но и приводят к появлению новой формы речевого поведения, ориентированной на управление алгоритмическим партнёром. Изучение таких процессов имеет важное значение для психолингвистики, поскольку позволяет реконструировать механизмы речевой пластичности и когнитивно-коммуникативного реагирования в условиях когнитивной асимметрии.

1.3. Коммуникативные принципы, цели, стратегии и тактики межличностного общения

1.3.1. Коммуникативные принципы

Коммуникативные принципы представляют собой универсальные нормативные основания, регулирующие речевое поведение участников взаимодействия. В отличие от стратегий, ориентированных на достижение конкретных коммуникативных целей, и тактик, реализующих стратегии на операциональном уровне, принципы задают базовые рамки, при соблюдении которых коммуникация может считаться эффективной, этичной и когнитивно обоснованной (Grice, 1975; Leech, 1983; Brown & Levinson, 1987).

Одним из наиболее влиятельных подходов к описанию коммуникативных принципов остаётся кооперативный принцип П. Грайса (1975), согласно которому успешная коммуникация опирается на согласованность и рациональность участников. Грайс выделил четыре максимы: качества (говори правду), количества (не говори больше и не меньше, чем требуется), относимости (будь уместен) и манеры (излагай ясно). Эти максимы не являются жёсткими правилами, но выступают ориентирами, отклонение от которых придаёт высказыванию дополнительный смысл: если нарушение происходит непреднамеренно, оно трактуется как коммуникативная ошибка, а если сознательно — становится источником

прагматического эффекта, например, иронии, недосказанности, аллюзии или инсинуации.

Развитие прагмалингвистики в 1980–1990-х годах привело к появлению более детализированных моделей коммуникативной нормативности. В частности, теория вежливости Дж. Лича (1983) дополняет кооперативный принцип ещё одним регулятивным уровнем – принципом вежливости, включающим максимы такта, великодушия, одобрения, скромности, согласия и симпатии. Вежливость в этой концепции рассматривается как механизм управления межличностным восприятием и средство минимизации потенциальных коммуникативных угроз. В рамках этой же парадигмы важным вкладом стала теория позитивного и негативного «лица» Брауна и Левинсона (1987), согласно которой участники общения стремятся либо подчеркнуть социальную близость и солидарность (позитивная вежливость), либо проявить уважение к автономии и независимости партнёра (негативная вежливость). Эти формы вежливости соотносятся с типами речевых актов, особенно в случаях угрозы «лицу» собеседника (*face-threatening acts*), и потому требуют смягчения или компенсации через вежливые стратегии.

Параллельно развивался когнитивно-прагматический подход. В рамках теории релевантности Д. Спербера и Д. Уилсона (1986) основным принципом выступает стремление к оптимальной релевантности: говорящий предоставляет такую информацию, которая при минимальных когнитивных усилиях обеспечивает максимальную когнитивную ценность. В отличие от нормативных моделей кооперации, теория релевантности акцентирует внимание на когнитивной эффективности взаимодействия и показывает, что интерпретация сообщения строится на априорном предположении его значимости для адресата. Эта модель оказалась особенно продуктивной для анализа межкультурной и компьютерно-опосредованной коммуникации, где традиционные нормы кооперации могут быть смещены техническими или когнитивными ограничениями.

Современные исследования поднимают вопрос о многоуровневой структуре коммуникативных принципов, различая универсальные (глобальные) и ситуативные (контекстуально активируемые) регуляторы. В частности, в неформальных или экспрессивных дискурсах (художественном, игровом, интимном) на первый план могут выходить такие ориентиры, как эмпатия, креативность, экспрессивность. Эти принципы не отменяют кооперативные и когнитивные нормы, а наслаиваются на них, образуя многослойную систему коммуникативного регулирования, где универсальные основания сочетаются с жанровыми, институциональными и ролевыми установками (Németh, 2010; Gee, 2014; Fetzer, 2011).

Кроме того, в контексте современной лингвистики и социальной психологии акцентируется внимание на принципах, регулирующих не только содержание и форму, но и процессуальный порядок взаимодействия. Так, в теории совместного конструирования значения (Clark & Brennan, 1991) подчёркивается необходимость согласования не только смысла высказываний, но и самого хода общения: вступлений в диалог, подтверждений понимания, сигналов завершения. Это приводит к выделению дополнительных принципов – согласования (alignment), подтверждения (grounding), совместной ответственности за понимание (joint commitment), – которые особенно значимы для анализа диалогов в цифровой и автоматизированной среде. Именно они обеспечивают связность и управляемость взаимодействия, создавая переход от универсальных норм коммуникации к конкретным стратегиям речевого поведения.

Также необходимо учитывать социокультурную вариативность коммуникативных принципов. В культурах с высоким уровнем контекстуализации (high-context cultures) приоритеты могут смещаться, например, в сторону избегания прямоты, избыточной эксплицитности или открытого выражения эмоций. Это формирует специфические интерпретационные схемы и способно вызывать межкультурные

коммуникативные сбои, особенно в условиях многоязычного или цифрового взаимодействия (Scollon & Scollon, 2001; Gudykunst, 2003).

Нарушение коммуникативных принципов может иметь различную интерпретацию в зависимости от ситуации. В одних случаях оно воспринимается как коммуникативный сбой (например, неясность или нерелевантность), в других – как стилистический или прагматический приём, направленный на усиление интенции, создание юмористического эффекта или смещение фокуса. Это делает принципиально важным анализ намерения говорящего, уровня речевой компетенции адресата и жанровых ожиданий. Так, в условиях институционального общения нарушение максимы количества может расцениваться как отклонение от нормы, тогда как в художественном дискурсе – как приём создания напряжения или смысловой недосказанности.

Принципы взаимодействия могут проявляться на разных уровнях – от выбора речевых актов и лексики до организации тематической и логической структуры высказывания. Они задают фоновые условия, в рамках которых формируются коммуникативные намерения, выстраиваются стратегические сценарии и конкретизируются речевые действия. Эти нормативные основания обеспечивают когнитивную согласованность, этическую допустимость и прагматическую обоснованность общения, включая нестандартные и асимметричные формы коммуникации, такие как взаимодействие человека с чат-ботом. Тем самым именно принципы выступают фундаментом, на котором далее строятся цели и стратегии речевого поведения.

1.3.2. Цели коммуникативного взаимодействия

Цели речевого взаимодействия представляют собой ментальные ориентации участников, определяющие направленность, форму и ожидаемый эффект коммуникации. В психолингвистике они рассматриваются как центральный компонент речевого поведения, отражающий как осознанные намерения субъекта, так и глубинные установки, связанные с мотивацией и контекстом ситуации общения (Tomasello, 2008; Clark, 1996). Согласно

представлению о цели как ментальном образе желаемого конечного состояния, она имеет иерархическую организацию и может варьироваться по степени конкретизации (Palomares, 2014).

Коммуникативные цели формируются на пересечении когнитивных ожиданий, мотивационных установок, ситуативного контекста и индивидуальных особенностей участников (Schiffrin, 1994; Tomasello, 2003). Они могут быть как осознанными, так и частично автоматизированными, активируемыми в ответ на типовые коммуникативные сигналы. Согласно когнитивным моделям (Wilson, 1995), цели закрепляются в долговременной памяти в виде устойчивых ассоциаций, которые актуализируются при столкновении с конкретной ситуацией.

Современные исследования также различают первичные и вторичные коммуникативные цели (Dillard, Segrin & Harden, 1989). Первичные инициируют общение и выражают непосредственное намерение повлиять на поведение или состояние собеседника. Вторичные же опосредуют их реализацию: это стремление сохранить позитивный образ, соответствовать социальным нормам, управлять межличностными отношениями и собственным эмоциональным состоянием (Schrader & Dillard, 1998).

Классически коммуникативные цели подразделяются на несколько базовых категорий. Одной из ключевых является информативная цель, направленная на передачу знаний, фактов, убеждений или инструкций. Она лежит в основе утверждений, объяснений, сообщений и других высказываний, предназначенных для расширения когнитивного репертуара собеседника (Austin, 1962; Searle, 1969). При этом её успешность определяется не только точностью содержания, но и степенью усвоения информации реципиентом, что предполагает наличие общих когнитивных рамок и доступность используемых языковых средств (Grice, 1975).

В образовательном, научном и профессиональном контексте информативные цели выступают доминирующими. В то же время и в повседневной речи они нередко лежат в основе обмена новостями, воспоминаниями, бытовыми инструкциями и социальными комментариями. Психолингвистические исследования показывают, что успешное выполнение информативной цели требует активной когнитивной координации между говорящим и слушающим, включающей согласование как содержания, так и способов его интерпретации (Clark & Brennan, 1991).

Персуазивные цели ориентированы на изменение установок, взглядов или поведения собеседника и реализуются через убеждение, побуждение и мотивацию (Dillard & Pfau, 2002). Эти цели характерны для аргументативной речи, наставничества, конфликтных взаимодействий, а также маркетинговых, политических и идеологических дискурсов (Perloff, 2010).

Реализация персуазивной цели требует учёта психологических особенностей адресата, включая уровень доверия, готовность к диалогу и восприимчивость к аргументации. Согласно модели вероятностного вывода (Petty & Cacioppo, 1986), эффективность убеждения зависит от того, задействует ли сообщение центральный или периферийный путь переработки информации – аналитический или эвристический. Таким образом, успешное персуазивное воздействие строится на сочетании когнитивных и эмоционально-мотивационных механизмов.

Интерактивные (социально-регулятивные) цели направлены на формирование и поддержание межличностных отношений, распределение коммуникативных ролей и регулирование дистанции между собеседниками (Spencer-Oatey, 2008). К ним относятся такие речевые действия, как приветствие, прощание, комплимент, извинение, благодарность, выражение эмпатии и солидарности. Через подобные акты реализуется поддержание социального контакта, укрепление доверия, снижение напряжения и координация коммуникативного поведения.

Значимость этих целей особенно велика в ситуациях, где важны эмоциональная поддержка, принятие и включённость: в семейных, дружеских, терапевтических и педагогических взаимодействиях. Эмпирические исследования показывают, что использование вежливых формул, эмпатических выражений и знаков социального участия способствует укреплению привязанности и снижению тревожности в коммуникации (Brown & Levinson, 1987; Goffman, 1981).

Экспрессивные цели связаны с вербализацией внутренних психических состояний: эмоций, аффектов, оценок, настроений. В психолингвистике они рассматриваются как формы самораскрытия, проявления идентичности и поддержания эмоционального контакта (Wierzbicka, 1999). Их реализация может выражаться не только в содержании, но и в интонации, выборе слов, жестах и других паралингвистических средствах.

Значимость экспрессивных целей особенно велика в интимных и доверительных формах общения, где речевой акт выполняет не столько информативную, сколько эмоционально-экспрессивную функцию. В этих условиях речь служит средством установления взаимопонимания на аффективном уровне (Bavelas et al., 1986). Кроме того, экспрессивность часто выполняет адаптивную функцию – помогает субъекту справляться с фрустрацией, тревогой или неопределённостью.

Метакоммуникативные цели направлены на управление самим процессом взаимодействия. Они включают действия по уточнению, переформулированию, самокоррекции, проверке понимания и регулированию хода диалога (Clark & Schaefer, 1989). Такие цели проявляются в репликах вроде «Я плохо выразился», «Ты понял, о чём я?», «Поясню ещё раз» и указывают на высокий уровень коммуникативной рефлексии.

Метакоммуникация критически важна для координации когнитивных состояний участников, обеспечения общей рамки референции и устранения

недопонимания. Она также используется при смене тем, изменении стиля общения или пересмотре ролевых позиций. В отличие от информативных, персуазивных и экспрессивных целей, метакоммуникативные выступают как «надстройка», обеспечивающая согласованность и управляемость всего взаимодействия.

Игровые цели характерны для речевых актов, направленных на импровизацию, языковую игру, юмор, иронические высказывания и творческие эксперименты. Они выполняют не только развлекательную, но и адаптивную функцию – снижают напряжение, формируют групповую идентичность и позволяют участникам выйти за пределы стандартных дискурсивных шаблонов (Bruner, 1990; Norrick, 1993).

Креативная коммуникация включает ролевые игры, нарративные экспромты и стилистические эксперименты. Она особенно распространена в подростковой и молодёжной среде, а также в художественных и театральных практиках. С точки зрения психолингвистики, игровые и креативные цели активируют метапредставления, дивергентное мышление и эмоциональную вовлечённость (Выготский, 1931).

Инструментальные цели связаны с прагматическим результатом взаимодействия: получением товара, регистрацией, запросом услуги и т. п. В институциональных, формальных и обслуживающих контекстах такие цели преобладают, задавая строго функциональную рамку коммуникации (Drew & Heritage, 1992). Типичными речевыми актами здесь выступают просьбы, требования, уточнения, жалобы и подтверждения.

Коммуникативные цели не только дифференцируются по типу, но и организуются в иерархические структуры. Так, информативная цель может быть вложена в персуазивную, а та – в интерактивную (Levinson, 1983; Kiefer, 1987). Кроме того, цели подвержены динамике: они могут меняться в ходе

взаимодействия под влиянием обратной связи, контекстуальных факторов или реакции партнёра (Stamp & Knapp, 1990).

На характер целей влияют и индивидуальные особенности участников. В частности, уровень когнитивной дифференциации определяет их сложность и гибкость: чем выше уровень, тем более детализированными и адаптивными становятся цели. Низкая дифференциация, напротив, ограничивает спектр целей и делает поведение менее чувствительным к ситуативным изменениям (Wilson, 1995).

Социальный и культурный контекст задаёт нормативные рамки допустимых целей и способов их реализации. Так, цели, связанные с речевым влиянием, могут быть нормативно одобряемы в одних культурах и восприниматься как неприемлемые в других (Wilson, 1995). Контекст также определяет приоритеты: от регулирования дистанции до выражения эмоционального участия (Schrader & Dillard, 1998).

При этом цели взаимодействия не являются статичными. Они пересматриваются, уточняются и адаптируются в ответ на действия партнёра и изменения ситуации. Такая динамика подчёркивает необходимость рассматривать цели не как фиксированные, а как изменчивые и координируемые структуры (Stamp & Knapp, 1990).

Успешность реализации целей оказывает существенное влияние на межличностные отношения, самооценку и эмоциональное состояние участников (Palomares, 2014). Недостижение значимых целей может вести к стрессу, разочарованию и снижению удовлетворённости взаимодействием. Напротив, совпадение намерений и достижение целей усиливают доверие, повышают эффективность коммуникации и формируют ощущение взаимной ответственности (Carassa & Colombetti, 2014).

Цели речевого взаимодействия возникают на пересечении когнитивных ожиданий, мотивационных установок и социального контекста (Schiffrin, 1994; Tomasello, 2003). Они определяют выбор стратегии и тактики, а также задают критерии релевантности, этичности и результативности речевого акта. Поэтому систематизация и классификация целей представляют собой необходимое условие для анализа стратегий, тактик и моделей вербального поведения в межличностной коммуникации.

1.3.3. Коммуникативные стратегии

Коммуникативные стратегии представляют собой осознанные и целенаправленные модели речевого поведения, которые участники используют для достижения коммуникативных целей в конкретном социальном, когнитивном и ситуативном контексте (Стернин, 1991; Карасик, 2000). В психолингвистическом плане стратегия может рассматриваться как когнитивно-поведенческая структура, обеспечивающая планирование, регуляцию и адаптацию коммуникации в зависимости от задач и характеристик партнёра по взаимодействию (Сусов, 2009). При этом выбор стратегий и тактик определяется особенностями языковой личности, её установками и способами соотнесения речевых средств с типом дискурса (Богин, 1984).

М. Л. Макаров определяет стратегию как когнитивную программу, направленную на реализацию комплекса коммуникативных целей через выбор и организацию речевых и неречевых действий (Макаров, 2003). Такая трактовка подчёркивает не только отбор средств, но и их временную координацию, рефлексивную оценку эффективности и корректировку поведения на основе обратной связи. В этом контексте стратегия рассматривается как динамическая система, обеспечивающая активную адаптацию коммуниканта к изменяющимся условиям общения.

Сходную позицию занимает Т. А. ван Дейк, определяющий стратегии как процедуры, обеспечивающие понимание, порождение и управление дискурсом

в рамках конкретных когнитивных репрезентаций (van Dijk, 1989). Он подчёркивает, что стратегическое поведение формируется на основе субъективной интерпретации ситуации и актуальных намерений субъекта, что согласуется с современными представлениями о целенаправленности речевой деятельности (Tomasello, 2003).

О. С. Иссерс подчёркивает, что коммуникативная стратегия охватывает не только выбор цели, но и подбор тактических приёмов, обеспечивающих её достижение. В её трактовке стратегия – это совокупность речевых действий, организованных с учётом ситуации, особенностей партнёра и прогнозируемой реакции (Иссерс, 2008). Таким образом, стратегия занимает промежуточное положение между глобальной целью коммуникации и конкретными операциональными шагами, реализуемыми в тактиках.

В психолингвистическом анализе стратегии можно рассматривать как план коммуникации, в котором личностные характеристики (уровень эмпатии, доминантность, интроверсия), когнитивные установки и эмоциональные состояния субъекта определяют выбор речевых паттернов. Стратегия отражает степень осознанности собственных целей, способность предвидеть поведение партнёра и готовность перестраивать линию взаимодействия при возникновении сбоев (Clark & Brennan, 1991).

Центральным аспектом стратегического поведения является его соотнесённость с типом целей. В литературе обычно выделяют несколько ключевых групп:

- Кооперативные стратегии – направлены на поддержание взаимопонимания, создание доверия и укрепление социального контакта. Их реализация связана с выбором коммуникативных моделей, ориентированных на согласие, компромисс и эмпатию (Nizhnik, 2022; Vettorel, 2019).

- Информативные стратегии – акцентируют передачу достоверной и структурированной информации. Преобладают в деловом общении, экспертных консультациях и преподавании, где важны ясность, логичность и релевантность (Bernotiene & Kapriskinas, 2019; Ладонина и др., 2022).

- Персуазивные стратегии – ориентированы на изменение мнения, отношения или поведения собеседника. Они опираются на использование аргументации, риторических приёмов и апелляцию к эмоциональным или рациональным основаниям (Boella et al., 2004; Orji, 2017).

Персуазивные стратегии особенно значимы в психологическом измерении, поскольку они задействуют эмоциональные механизмы реагирования, процессы сопротивления и когнитивной переоценки. В литературе различают более мягкие и более жёсткие формы стратегического воздействия: первые связаны с ориентацией на кооперацию и диалогичность, вторые – с риском давления и манипуляции. Такой спектр требует от коммуниканта высокой чувствительности к границам допустимого в межличностном взаимодействии и осознания потенциальных последствий выбранной линии поведения (Шпомер, 2021).

Стратегии также могут классифицироваться по степени конфронтационности. Конфронтационные стратегии характеризуются ориентацией на усиление противостояния, демонстрацию доминирования и подрыв кооперативного потенциала коммуникации. Они наиболее типичны для конфликтных или иерархически асимметричных ситуаций (Иссерс, 2008). Неконфронтационные стратегии, напротив, направлены на поиск компромисса, сохранение диалогичности и смягчение потенциально негативного воздействия.

В отдельных типологиях выделяют ритуализированные стратегии, то есть установки на использование стандартизированных форм поведения (например, приветствия, извинения, благодарности), которые выполняют

функцию поддержания социального порядка. В таких случаях индивидуальная вариативность речевых средств минимальна, а коммуникативное поведение опирается на устойчивые культурные шаблоны (Кашкин, 2000).

При этом в психолингвистике подчёркивается, что стратегии в целом могут быть как устойчивыми, так и ситуативно адаптируемыми. Взаимодействие происходит в условиях высокой динамики: реакция партнёра, изменение темы или эмоционального фона способны приводить к переходу от одной стратегии к другой. Это делает стратегический компонент особенно чувствительным индикатором когнитивной гибкости, уровня рефлексии и коммуникативной компетентности субъекта (Tannen, 2007; Tomasello, 2003).

Наконец, в реальной коммуникации стратегии редко реализуются изолированно. Обычно в диалоге мы наблюдаем стратегические комбинации, вложенность одних стратегий в другие, а также их поочерёдную смену – что требует от исследователя учёта не только статических, но и динамических характеристик стратегического поведения (Schiffrin, 1994).

Таким образом, коммуникативные стратегии в межличностном взаимодействии выступают как когнитивно регулируемые поведенческие паттерны, обеспечивающие достижение целей в условиях неопределённости, вариативности и социокультурной специфики общения. Их анализ представляет собой важный этап для понимания как успешной, так и проблемной коммуникации, а также для выявления факторов, способствующих конструктивному диалогу. При этом конкретная реализация стратегий осуществляется через тактики – более локальные и операциональные приёмы, на которых мы остановимся в следующем разделе.

1.3.4. Коммуникативные тактики

Коммуникативные тактики представляют собой операциональный уровень речевого поведения, на котором реализуются стратегические замыслы взаимодействия. В отличие от стратегий, задающих общую направленность и логику коммуникации, тактики связаны с конкретными речевыми действиями

и приёмами, обеспечивающими достижение промежуточных целей общения. Психологически они соответствуют выбору средств, способов и локальных решений, позволяющих реализовать намерение субъекта в пределах текущей ситуации и в ответ на реакцию партнёра (Иссерс, 2008; Труфанова, 2001).

Тактика представляет собой конкретный выбор речевого действия в условиях данного момента взаимодействия. Она формируется в результате когнитивной интерпретации ситуации, включающей оценку коммуникативной задачи, мотивации партнёра и динамики дискурса. Выбор тактики определяется не только стратегией общения, но и ситуативными изменениями – эмоциональным состоянием, уровнем доверия, социальной ролевой асимметрией и реакциями собеседника (Макаров, 2003; Борисова, 1996). При этом коммуникативная тактика может быть как заранее предусмотренной, так и импровизационной, возникающей в процессе онлайн-переработки информации и гибкой подстройки к контексту (Иссерс, 2008; Формановская, 2002).

С психолингвистической точки зрения коммуникативные тактики тесно связаны с механизмами речевого планирования и реализации. Хотя они включают использование речевых актов, их значение этим не исчерпывается: тактики охватывают также выбор формулировок, интонации, паузирования, невербального сопровождения, тематической последовательности и других элементов дискурса, влияющих на интерпретацию коммуникативного намерения (Иссерс, 2008; Формановская, 2002; Арутюнова, 1999). Таким образом, тактика выступает как функциональная единица речевого поведения, которая может быть направлена на управление вниманием собеседника, регулирование эмоционального фона, усиление персуазивного воздействия или поддержание когнитивной согласованности – в зависимости от задач и контекста взаимодействия.

Разграничение между стратегиями и тактиками носит функциональный характер: стратегии отвечают за глобальное управление взаимодействием

(например, персуазивная, кооперативная, информативная стратегия), тогда как тактики представляют собой конкретные способы реализации этих стратегий (например, аргументация, комплимент, ирония, апелляция к авторитету и пр.) (Маслова, 2008, с. 108). Иными словами, стратегия определяет «куда» движется коммуникация, а тактика – «как» именно осуществляется это движение в данный момент времени.

На основании такого различения разрабатываются различные классификации коммуникативных тактик, которые опираются на критерии когнитивной направленности, социальной цели, эмоционального тона и степени манипулятивности. Так, в работах О. С. Иссерс (2008) предложено выделять тактики по степени конфронтационности: кооперативные и конфликтогенные. Первая группа охватывает действия, направленные на установление и поддержание контакта, поиск компромисса, эмпатийную обратную связь и согласование смыслов. Вторая группа включает тактики, связанные с агрессией, доминированием, дискредитацией партнёра, нарушением норм вежливости или симметрии взаимодействия.

Кооперативные тактики строятся на принципах взаимного признания субъективности собеседника и направлены на поддержку гармоничных отношений. Они включают такие речевые приёмы, как перефразирование с целью уточнения, позитивная оценка, благодарность, заверение, метакоммуникация («если я правильно понял, вы хотите сказать...») и повтор для согласования значений. Эти тактики способствуют снижению коммуникативного напряжения, предотвращению недопонимания и формированию доверия, особенно в условиях асимметричного или неопределённого взаимодействия (Nizhnik, 2022; Vettorel, 2019).

Персуазивные тактики характеризуются направленностью на изменение установок, поведения или эмоционального состояния собеседника. К ним относятся логическая аргументация, призыв к действиям, апелляция к ценностям и эмоционально окрашенные высказывания. Конфликтные тактики,

напротив, связаны с подрывом позиций партнёра и реализуются через агрессию, иронию, сарказм, недосказанность или использование инсайдерской информации. Выбор между тактиками определяется уровнем близости участников, коммуникативным контекстом, предполагаемой реакцией партнёра и социальной допустимостью воздействия (Johnstone, 1989).

Также в ряде исследований выделяются нейтральные тактики – речевые действия, направленные прежде всего на поддержание когнитивной согласованности и структурной связности высказывания без выраженной прагматической нагрузки. К ним относятся структурирование информации, логическое развертывание аргументов, уточнение терминов, тематическое переключение. Подобные тактики особенно значимы в профессиональной, научной и деловой коммуникации, где основным критерием эффективности выступает когнитивная ясность и точность, а не эмоциональное воздействие (Bernotiene & Kapriskinas, 2019, 2019; Ладонина и др., 2022).

Коммуникативные тактики могут классифицироваться не только по степени конфронтационности, но и по целевой направленности. В таком случае выделяют пять основных групп:

1. тактики поддержания контакта – приветствие, юмор, комплимент, выражение солидарности;
2. тактики усиления воздействия – уточняющий вопрос, апелляция к опыту, повтор, использование примеров;
3. тактики защиты личностного пространства – отстранение, сокращение самораскрытия, избегание;
4. манипулятивные тактики – наведение, умолчание, ложная дилемма, иные скрытые формы давления или искажения;
5. тактики восстановления взаимодействия – переход к метакоммуникации, извинение, уточнение непонятых фрагментов.

Такое функциональное деление демонстрирует, что тактики обеспечивают как поддержание диалога и укрепление доверия, так и возможность его восстановления или скрытого воздействия, выступая инструментальным уровнем реализации более общих стратегий.

Существенное значение имеет и кросс-культурный аспект коммуникативных тактик. Их выбор и интерпретация напрямую связаны с нормативными ожиданиями конкретного сообщества. В высококонтекстных традициях (например, японской или арабской) преобладают завуалированные тактики, основанные на не прямых речевых актах, намёках и сохранении «лица» (Hall, 1976; Gudykunst, 2003). В низкоконтекстных (германской, американской) напротив, ценится эксплицитность: предпочтение отдается прямым разъяснениям, открытому несогласию или убеждению. В результате один и тот же приём, воспринимаемый как кооперативный в одном культурном пространстве, может оказаться истолкован как агрессивный или манипулятивный в другом. Это подчёркивает необходимость высокой межкультурной компетентности для успешного и корректного применения тактик (Gudykunst, 2003).

Также заслуживает внимания фазовая организация коммуникативных тактик, предполагающая их дифференциацию по этапам взаимодействия (Иссерс, 2008; Кашкин, 2000; Панферов, 2006). На этапе инициации применяются тактики установления контакта, выражения интереса, самоинтродукции и задания рамки общения (например, приветствие, уточнение ролей, вопрос-открытие темы). Фаза поддержания включает развитие темы, согласование смыслов, уточнения, аргументацию, эмпатийную поддержку, переформулирование и вербализацию понимания. На этапе завершения доминируют тактики смягчения разногласий, подведения итогов, вежливого выхода из контакта и сохранения позитивного имиджа (например, благодарность, позитивная оценка, прощание, установка на продолжение взаимодействия).

Такой фазовый подход позволяет точнее анализировать динамику речевого поведения и выявлять адаптивные механизмы, обеспечивающие плавное и эффективное течение общения. Кроме того, распределение тактик по фазам может быть использовано как диагностический инструмент при изучении коммуникативных нарушений или межличностных конфликтов.

Таким образом, коммуникативные тактики выступают важнейшим элементом адаптивной регуляции речевого поведения. Они обеспечивают гибкость и вариативность общения, позволяя субъекту сохранять стратегическую направленность при высокой чувствительности к ситуативным условиям. В этом смысле тактики представляют собой конкретные средства реализации стратегий, а их анализ необходим как для понимания механизмов речевой адаптации, так и для разработки моделей оптимизации взаимодействия, включая коммуникацию человека с цифровыми агентами в условиях асимметричного или ограниченного контекста.

1.3.5. Взаимосвязь между принципами, целями, стратегиями и тактиками

Коммуникативное поведение в межличностном взаимодействии можно рассматривать как многоуровневую систему, в которой каждый компонент – от базовых норм до конкретных речевых приёмов – выполняет свою функцию и соотносится с другими уровнями. В её основе лежат четыре ключевых элемента: коммуникативные принципы (универсальные регулятивные основания), цели (ментальные ориентиры участников), стратегии (обобщённые модели достижения целей) и тактики (конкретные приёмы реализации стратегий). Их взаимодействие имеет как иерархический, так и динамический характер, отражая сложность речевого планирования, адаптации и регуляции поведения в условиях социальной неопределённости.

На базовом уровне располагаются коммуникативные принципы – нормативно-когнитивные основания, задающие рамки эффективного, допустимого и этически приемлемого общения. К ним относятся кооперация,

вежливость, релевантность, уместность, достоверность и ясность. Эти принципы формируют фоновые ожидания участников и служат отправной точкой для оценки адекватности речевого поведения. Их нарушение воспринимается как коммуникативное отклонение и требует дополнительных интерпретационных усилий для восстановления согласованности (Grice, 1975; Brown & Levinson, 1987). Несмотря на универсальность, реализация принципов варьирует в зависимости от культурных норм, ситуации и типа взаимодействия.

Опираясь на коммуникативные принципы, субъект формулирует цели взаимодействия. Эти цели могут варьироваться от простого обмена информацией до изменения установок партнёра или укрепления межличностной связи. С психологической точки зрения они представляют собой когнитивно-мотивационные конструкции, объединяющие ситуативные задачи, личные установки и оценку контекста (Tomasello, 2003; Schifffrin, 1994). Цели задают интенциональную направленность речевого поведения и выступают его движущей силой. При этом они могут быть осознаваемыми или неосознаваемыми, краткосрочными или долгосрочными, реализовываться последовательно или параллельно, формируя иерархии и вложенные уровни. Так, информативная цель может быть подчинена более широкой персуазивной или интерактивной установке, что подробно описывается в многоуровневых моделях мотивации речевого действия (Levinson, 1983; Kiefer, 1987).

Следующий уровень – коммуникативные стратегии, которые представляют собой обобщённые планы достижения поставленных целей в конкретных условиях взаимодействия. В отличие от целей, задающих интенциональную направленность общения, стратегия является ментальной схемой, включающей оценку контекста, характера отношений, ожиданий партнёра, уровня доверия и эффективности различных способов воздействия. Она выполняет функцию когнитивной регуляции: организует речевое поведение в условиях неопределённости, согласует внутренние намерения с

внешними ограничениями и минимизирует затраты при сохранении эффективности коммуникации (Макаров, 2003; Иссерс, 2008). Стратегия динамична: она может изменяться в зависимости от пересмотра целей, реакций собеседника или смены коммуникативной ситуации.

Тактики, в отличие от стратегий, представляют собой конкретные речевые действия, посредством которых осуществляется реализация стратегического замысла. Они проявляются в выборе лексических и интонационных средств, построении аргументации, применении приёмов убеждения или защиты, а также в формах согласия, несогласия, уточнения, самораскрытия или отстранения. Тактика отличается максимальной ситуативной чувствительностью: она может меняться от реплики к реплике под влиянием динамики диалога, эмоционального состояния собеседников и поступающей обратной связи. С психолингвистической точки зрения, тактики выступают как операциональные единицы речевого плана, активируемые в ходе речевой деятельности для решения промежуточных задач и поддержания общей стратегической направленности общения (Седов, 2004; Чернявская, 2006).

Важно подчеркнуть, что между всеми четырьмя уровнями существует не только иерархическая, но и итеративная взаимосвязь. Тактические неудачи могут приводить к пересмотру стратегии, изменение стратегии – к переопределению целей, а недостижение цели – к переосмыслению применимых коммуникативных принципов. Ключевым механизмом в этом процессе выступает обратная связь: речевое поведение одного участника становится основой для интерпретации и адаптации со стороны другого, инициируя каскад изменений на всех уровнях – от выбора отдельных формулировок до переоценки интеракционного контекста (Clark & Brennan, 1991; Gee, 2014).

Такая модель описания взаимосвязей между уровнями позволяет рассматривать речевое поведение как динамическую и адаптивную систему,

включающую процессы планирования, контроля и рефлексии. Осознание этих связей имеет ключевое значение для анализа успешности коммуникации, диагностики её нарушений, разработки обучающих программ и построения моделей человеко-машинного диалога. Особенно это актуально в условиях нарастающей асимметрии – межкультурной, социальной или технологической, – где согласование принципов, целей, стратегий и тактик требует повышенной осознанности и когнитивной гибкости.

1.4. Специфика вербального взаимодействия с чат-ботами

Развитие искусственного интеллекта, в частности генеративных языковых моделей, привело к существенным изменениям в характере речевого взаимодействия человека с цифровыми агентами. Чат-боты нового поколения не ограничиваются выполнением утилитарных функций: они стремятся воспроизводить элементы человеческого речевого поведения, создавая иллюзию осмысленного диалога и социальной близости. Их коммуникативные особенности определяются как архитектурой языковых моделей и алгоритмами генерации текста, так и задачами, на решение которых они ориентированы в конкретных сферах применения (Svenningsson & Faraon, 2020; Mundlamuri et al., 2022).

Прежде всего, речевое поведение чат-ботов характеризуется высокой степенью адаптивности. Современные системы, основанные на алгоритмах обработки естественного языка (Natural Language Processing, NLP), способны интерпретировать пользовательские сообщения в зависимости от лексико-семантического контекста и синтаксических конструкций, формируя отклик, согласованный с текущей задачей взаимодействия (Chan & Leung, 2021). Такая динамика создаёт квазидialogическую структуру общения и поддерживает иллюзию взаимопонимания, несмотря на то что у чат-ботов отсутствует когнитивная переработка смысла в собственном смысле слова (Babaeva et al., 2020; Hill et al., 2015).

Важной чертой речевого поведения чат-ботов является контекстуальная релевантность – способность поддерживать тематическую связность реплик в рамках заданной диалоговой рамки. Современные системы демонстрируют вариативность языкового поведения в зависимости от предшествующего контекста, включая учёт ранее заданных вопросов, использование анафорических и дейктических выражений, а также реализацию элементарной прагматической координации (Jiang et al., 2022; Go & Sundar, 2019). Однако глубинная когерентность и понимание интенций собеседника остаются ограниченными, поскольку генерация ответа осуществляется на основе вероятностных зависимостей, а не на базе логико-смысловой интерпретации.

Характерным проявлением речевой специфики чат-ботов является синтетичность и стилистическая усреднённость их высказываний. По данным сравнительных исследований, тексты, сгенерированные такими системами, демонстрируют повышенную аналитичность, однообразие стиля и относительно меньшую эмоциональную вариативность по сравнению с человеческими репликами (Markowitz et al., 2024). Эти особенности обусловлены архитектурной ориентацией языковых моделей на предсказуемость и нейтральность речи, что с одной стороны минимизирует риск создания конфликтных, стилистически неуместных или социально неприемлемых ответов, но с другой – ограничивает выразительность и снижает восприятие «живости» диалога (McGowan et al., 2023).

Кроме того, одним из ключевых параметров речевого поведения чат-ботов является наличие квазисоциальных функций, реализуемых посредством стратегий вербальной вежливости, обращения к пользователю по имени, выражения внимания к его состоянию и симуляции эмпатии (Lu et al., 2022; Liu & Sundar, 2018). Несмотря на то, что такие приёмы не связаны с подлинной рефлексивной способностью к сопереживанию, они играют значимую роль в повышении воспринимаемой человечности системы, укреплении доверия и

снижении коммуникативного напряжения (Croes & Antheunis, 2021; Schillaci et al., 2024).

Значительное внимание в исследованиях уделяется феномену контингентности (contingency) – способности чат-бота согласовывать свои реплики с актуальными параметрами взаимодействия. Эта характеристика предполагает не только тематическую связанность диалога, но и модификацию ответов в зависимости от эмоционального тона пользователя, темпа обращения и структуры сообщения (Heppner et al., 2024). Как показывают данные Jiang et al. (2023), индивидуализация отклика (tailored response) и использование социально-ориентированных маркеров положительно влияют на восприятие компетентности и социального присутствия чат-бота.

Помимо прагматических характеристик, речевое поведение чат-ботов включает элементы стилистического оформления: использование неформальных выражений, эмодзи, сокращений, а также проявлений юмора (Shin et al., 2023). Эти средства могут усиливать вовлечённость и создавать эффект близости, особенно в развлекательных и маркетинговых контекстах. Однако в официальной, образовательной или терапевтической коммуникации они нередко воспринимаются как неаутентичные или стилистически неуместные, что снижает доверие и может вызывать ощущение искусственности (Seitz, 2024).

Также следует отметить, что речевое поведение чат-ботов подвержено ограничениям, обусловленным отсутствием у них внутренней модели мира, долговременной памяти и способности к подлинному контекстуальному обобщению. Это выражается в склонности к повторениям, переформулировкам, неустойчивости аргументации и затруднённости следования многоходовой логике рассуждений (Markowitz, 2024; Maurya, 2024). При внешней когерентности и лингвистической связности реплик нередко отсутствует концептуальная согласованность, что делает

проблематичным ведение сложного диалога с множеством допущений и уровней смысловой иерархии.

Суммируя, можно выделить следующие базовые особенности речевого поведения чат-ботов:

1. высокая контекстная адаптивность в пределах ограниченного окна взаимодействия;
2. стилистическая стандартизация и прагматическая нейтральность;
3. ограниченная когерентность за пределами текущего диалогового фрейма;
4. использование квазисоциальных стратегий взаимодействия;
5. доминирование реактивной, а не проактивной модели коммуникации.

В совокупности эти характеристики формируют особый тип машинной коммуникации, который воспроизводит внешние признаки человеческого речевого поведения, но функционирует на основе принципиально иных когнитивных и операциональных механизмов.

Один из ключевых векторов развития речевого поведения чат-ботов связан с попытками моделирования эмпатических и аффективных форм коммуникации. Эмпатия, традиционно понимаемая как способность к распознаванию, пониманию и разделению эмоционального состояния собеседника, в случае цифровых агентов реализуется исключительно через внешние вербальные маркеры. Чат-боты не обладают ни субъективным переживанием, ни эмоциональной сенситивностью, однако их способность воспроизводить эмпатически маркированные выражения позволяет создавать эффект вовлечённости и социальной отзывчивости (Liu & Sundar, 2018; Park, Yim et al., 2023). Эмпирические исследования подтверждают, что использование эмоционально окрашенных формулировок повышает воспринимаемую человечность бота, способствует росту доверия и может

оказывать заметное поведенческое воздействие на пользователя (Dwivedi et al., 2023; Croes & Antheunis, 2021).

Эмпатическая коммуникация чат-ботов, согласно обобщённым результатам эмпирических исследований, реализуется через несколько устойчивых вербальных стратегий. Во-первых, это зеркалирование эмоционального содержания пользовательских реплик, когда модель повторяет ключевые эмоциональные слова или формулировки, создавая впечатление понимания и включённости в ситуацию (De Gennaro et al., 2020). Во-вторых, применение ободряющих конструкций («это действительно сложно», «я понимаю, как вам непросто»), слов поддержки и формул участия формирует эффект эмпатической реакции и способствует укреплению ощущения заботы со стороны системы (Lee & Hahn, 2024).

Важным условием восприятия эмпатичности является не только наличие эмоционально окрашенных реплик, но и их ситуативная релевантность и согласованность с предшествующими высказываниями пользователя. Исследования показывают, что чат-боты, демонстрирующие адаптацию своего речевого поведения к эмоциональному состоянию собеседника, воспринимаются как более «понимающие» и «поддерживающие» (Ehtesham-Ul-Haque et al., 2024). Такая реакция согласуется с моделью когнитивной и аффективной эмпатии, где первая описывает процесс распознавания и логической интерпретации состояния другого, а вторая – эксплицитное выражение соответствующих эмоционально окрашенных реплик (Ortony et al., 1990; Park, Chung, et al., 2023).

Механизмы реализации эмпатии в чат-ботах чаще всего опираются на лингвистические шаблоны и алгоритмы распознавания эмоционального состояния, которые интерпретируют входные реплики на уровне ключевых слов или семантических признаков. Такие системы не обладают подлинной эмпатийной чувствительностью, однако способны воспроизводить речевые формы, воспринимаемые пользователями как проявления сочувствия. Это

особенно значимо в условиях автоматизированной поддержки в сфере психического здоровья и онлайн-консультирования (Prescott et al., 2024). Эмпатическая речь чат-ботов в данном случае выступает не результатом сопереживания, а процедурной симуляцией отклика, формируемого на основе распознанной эмоции и сопоставленной реактивной стратегии (Seitz, 2024).

Одним из значимых средств усиления вовлечённости пользователей выступает использование эмоциональных апелляций (*inspirational appeals*), положительного тона и аффективно окрашенной лексики. Эти приёмы функционируют как инструменты убеждения, укрепления доверия и поддержания устойчивого взаимодействия (Sindhu & Bharti, 2024). Эмпирические данные подтверждают их эффективность в маркетинговых, просветительских и терапевтических сценариях, где они усиливают мотивационное воздействие чат-бота на пользователя (Altay et al., 2023).

Применение элементов эмпатической речи тесно связано с уровнем персонализации взаимодействия. Использование имени пользователя, обращение к ранее обсуждавшимся темам, упоминание прошлых трудностей усиливают перцепцию внимания и участия, даже при отсутствии подлинной эмоциональной вовлечённости со стороны чат-бота (Jiang et al., 2023). Подобные механизмы особенно значимы при работе с уязвимыми группами – подростками, пожилыми людьми или пользователями, переживающими кризисные состояния (Lopes et al., 2023).

Важно отметить, что в ряде случаев демонстрация эмпатии со стороны чат-бота может восприниматься как неаутентичная или навязчивая. Эффект «неестественной эмпатии» снижает доверие к системе, особенно если эмоциональные реплики не соответствуют контексту, звучат механически или повторяются (Seitz, 2024). Таким образом, успешность эмпатического взаимодействия зависит не только от наличия маркеров, но и от их контекстной релевантности, вариативности и стилистической уместности.

В то же время исследования показывают, что удачное использование эмпатической речи чат-ботами способно снижать уровень социальной изоляции, повышать готовность к самораскрытию и укреплять чувство «диалогического присутствия» (Ischen et al., 2020; De Gennaro et al., 2020; Ta et al., 2020). Это особенно значимо в телемедицине, дистанционном обучении и цифровом консультировании, где человеческий контакт заменяется алгоритмическим взаимодействием.

Таким образом, эмпатия в вербальном поведении чат-ботов представляет собой парадоксальный феномен: при отсутствии субъективного эмоционального опыта системы способны симулировать сочувствие и поддержку, производя при этом реальные психологические эффекты. Эмпатическая риторика выполняет функцию регуляции взаимодействия и становится инструментом формирования доверия, устойчивости диалога и субъективного комфорта пользователя.

Одной из ключевых характеристик речевого взаимодействия между человеком и чат-ботом является восприятие последнего как квазисоциального субъекта. Этот эффект формируется благодаря феномену антропоморфизации – приписыванию нечеловеческому объекту человеческих черт: способности к эмпатии, автономии, коммуникативному намерению и даже сознанию (Araújo, 2018; Konya-Baumbach et al., 2023). В случае чат-ботов антропоморфизм проявляется преимущественно в вербальной сфере: через стиль общения, выбор лексики, использование местоимений первого лица, элементы самоописания и речевые акты, направленные на установление социального контакта.

К основным маркерам антропоморфности относятся:

1. самопрезентация бота («Я могу вам помочь», «Меня зовут...»);
2. персонализированное обращение по имени и выбор формы «вы/ты» в зависимости от стилистического контекста (Jiang et al., 2023);

3. использование эмоционально или оценочно окрашенных формулировок («Я рад, что вы обратились», «Это действительно важно»);
4. имитация адаптивной структуры и темпа диалога (Rhim et al., 2022).

Совокупность этих приёмов создаёт у пользователя субъективное впечатление общения не с алгоритмом, а с разумным и отзывчивым собеседником.

Антропоморфность в речевом поведении чат-ботов может проявляться в двух формах – явной и имплицитной. Явная антропоморфизация реализуется тогда, когда бот прямо позиционирует себя как мыслящее или чувствующее существо, что особенно характерно для развлекательных и психологически ориентированных приложений (Pentina et al., 2023). Имплицитная антропоморфизация, напротив, основана на стилистике общения, лексических конструкциях и общей организации диалога, которые создают у пользователя впечатление участия в живом взаимодействии, даже если субъектность бота напрямую не утверждается (Lu et al., 2022; Nguyen et al., 2023). Разграничение этих форм позволяет точнее описывать механизмы речевого обмана и когнитивного вовлечения: в первом случае субъектность декларируется, во втором – возникает как эффект интерпретации со стороны пользователя.

Ключевую роль в формировании антропоморфного образа чат-бота играет так называемый «разговорный тон» (*conversational tone*), включающий дружественные формулировки, реплики, стимулирующие диалог, и выражения, ориентированные на кооперативность (Jiang et al., 2022). Такой стиль позволяет избежать впечатления машинной ригидности и способствует восприятию бота как социально отзывчивого собеседника. Особенно эффективно разговорный тон проявляется в ситуациях высокой неопределённости, где от системы ожидается эмоциональное участие или поддержка (Schillaci et al., 2024).

Значительный вклад в перцепцию человечности вносит использование ритуализированных форм общения – приветствий, прощаний, благодарностей, реплик из сферы «малого разговора» (small talk), таких как «Как у вас дела?», «Хорошего дня!» (Rhee & Choi, 2020). Подобные речевые акты выполняют важную коммуникативную функцию: они воспроизводят привычные для пользователя паттерны повседневной речи, создают ощущение социальной нормальности взаимодействия и тем самым снижают когнитивное напряжение (Shumanov & Johnson, 2021).

Влияние антропоморфизации не ограничивается субъективной симпатией к чат-боту. Исследования показывают, что воспринимаемая человечность положительно коррелирует с оценкой его компетентности, доверием к информации, лояльностью к бренду и готовностью следовать рекомендациям (Konuya-Baumbach et al., 2023; Go & Sundar, 2019). Этот эффект особенно выражен в маркетинговых и сервисных сценариях, где речевое поведение чат-бота влияет на покупательские решения, удовлетворённость взаимодействием и общее восприятие организации.

Особую роль играют социально ориентированные признаки взаимодействия: (1) поддержание непрерывности общения, (2) демонстрация внимания к предыдущим высказываниям пользователя, (3) инициативность в диалоге и (4) адаптация стиля к эмоциональному и тематическому контексту (Heppner et al., 2024). Эти характеристики выступают маркерами «интерактивного присутствия» и создают эффект динамической взаимности, сходный с реальным межличностным диалогом (Lew & Walther, 2023).

Ещё одним инструментом усиления антропоморфности является использование юмора. Эмпирические данные свидетельствуют, что элементы доброжелательного («аффилиативного») юмора повышают восприятие человечности, укрепляют доверие и улучшают пользовательский опыт (Shin et al., 2023). Однако его эффективность зависит от стилистической уместности и

эмоциональной релевантности: неуместный или агрессивный юмор, напротив, воспринимается как нарушение социальных норм.

Необходимо учитывать и темпоральный аспект восприятия антропоморфности. В краткосрочном взаимодействии эффект очеловечивания проявляется ярко, но носит нестойкий характер. При длительном общении, особенно в рутинных и задачно-ориентированных сценариях, субъективное восприятие «человечности» бота может снижаться (Croes & Antheunis, 2021). Для компенсации этого эффекта разрабатываются различные поведенческие архетипы чат-ботов – Ad Hoc Supporters, Temporary Advisors и Persistent Companions, каждый из которых оптимален для определённого временного горизонта общения (Nißen et al., 2022).

В целом, антропоморфность в речевом поведении чат-ботов представляет собой многоуровневое явление, включающее стилистические, прагматические и риторические компоненты. Она играет ключевую роль в формировании доверия пользователя, эмоциональной привязанности и воспринимаемой эффективности взаимодействия. В то же время чрезмерная или неконгруэнтная антропоморфизация способна вызывать эффект «зловещей долины» и ощущение неаутентичности, особенно когда социальные сигналы вступают в противоречие с содержанием ответа (Park, Yim et al., 2023). Поэтому одной из центральных задач при проектировании речевого поведения чат-ботов становится поиск баланса между выразительной человечностью и функциональной предсказуемостью системы.

Взаимодействие с чат-ботами оказывает не только ситуативное, но и долговременное воздействие на когнитивное, аффективное и поведенческое состояние пользователей. Современные исследования показывают, что особенности речевого поведения чат-ботов – включая выбор стратегий, использование персонализации и степень адаптивности – способны модифицировать установки, влиять на принятие решений, стимулировать самораскрытие и трансформировать привычные коммуникативные паттерны в

социальной и профессиональной сферах (Altay et al., 2023; Ischen et al., 2020; Dwivedi et al., 2023).

Одной из наиболее изученных сфер является влияние чат-ботов на поведенческую регуляцию посредством убеждения и эмоциональной поддержки. Так, в эксперименте Altay et al. (2023) было показано, что кратковременное взаимодействие с чат-ботом, использующим убедительную риторику, привело к статистически значимому изменению отношения к вакцинации от COVID-19: доля участников, изменивших мнение в пользу вакцинации, увеличилась, а уровень сопротивления снизился. Этот результат демонстрирует, что даже одноэпизодное общение с цифровым агентом может оказывать заметное воздействие на установочные структуры в социально чувствительных темах.

Другим значимым направлением воздействия чат-ботов является содействие самораскрытию, особенно в ситуациях, связанных с чувствительной информацией. В исследовании Ischen et al. (2020) показано, что пользователи чаще признавались в нежелательных формах поведения (например, в потреблении фейковых новостей) при взаимодействии с чат-ботом, чем при использовании традиционного веб-интерфейса. Этот эффект объясняется сниженной социальной угрозой: бот воспринимается как менее оценивающий и менее санкционирующий собеседник, что облегчает выражение личной или потенциально компрометирующей информации.

Дополнительное направление исследований связано с влиянием чат-ботов на учебную мотивацию и когнитивную активность. В эксперименте Al-Abdullatif et al. (2023) показано, что взаимодействие со специализированным образовательным ботом Bashayer способствовало росту учебной мотивации и активизации метакогнитивных стратегий, таких как планирование, самоконтроль и рефлексия. Участники демонстрировали более устойчивое внимание к материалу и более высокую результативность по сравнению с

контрольной группой, что указывает на потенциал чат-ботов как инструмента поддержки автономного обучения.

В детском обучении чат-боты способны выполнять функции речевого помощника, сопоставимого по эффективности с живым взрослым. В исследовании Cheng et al. (2024) показано, что при обучении дошкольников (≈ 70 месяцев) бот положительно влиял на понимание текста и расширение словарного запаса, обеспечивая диалогическую поддержку и управление вниманием.

Эффекты чат-ботов распространяются и на просоциальное поведение. Park, Yim и др. (2023) установили, что сообщение, сочетающее информативный компонент с элементами эмпатии, повышало готовность пользователей делать благотворительные пожертвования – при условии прозрачного обозначения статуса бота. Таким образом, даже при осознании неживой природы агента его реплики могут восприниматься как личностно и эмоционально значимые, сохраняя способность оказывать поведенческое воздействие.

В ряде исследований зафиксированы позитивные эффекты от использования чат-ботов для снижения социальной тревожности, включая многоэтническую коммуникацию. Так, Ta et al. (2020) и De Gennaro et al. (2020) показали, что чат-боты, выступающие в роли источника социальной поддержки или фасилитаторов дискуссий, способны снижать уровень изоляции и тревожности, усиливать чувство включённости благодаря нейтральному тону, ненавязчивости и акценту на эмпатию и уважение к мнению собеседника.

Однако влияние чат-ботов на поведение пользователей не всегда обладает устойчивым характером. Fryer et al. (2017) в серии исследований выявили, что взаимодействие с языковыми чат-ботами в процессе изучения иностранных языков оказывает позитивное краткосрочное воздействие, но не

ведёт к формированию длительной учебной мотивации. Долгосрочные эффекты в значительной степени зависят от исходного уровня интереса, мотивации и компетентности пользователя, а также от степени индивидуализации взаимодействия.

К числу модераторов поведенческого влияния можно отнести: (1) тип решаемых задач (информационные, эмоциональные, обучающие); (2) степень социального риска (например, самораскрытие в теме психического здоровья); (3) эмоциональный контекст взаимодействия; (4) характер обратной связи от чат-бота (нейтральная, эмпатическая, директивная); (5) используемую модель речевого поведения (социально-ориентированную или задачно-ориентированную) (Xu et al., 2022; Rhee & Choi, 2020).

Не менее важную роль в формировании поведенческого эффекта играют механизмы обработки ошибок. Как показано в исследовании Lin et al. (2023), комбинация стратегий повторного запроса, подтверждения и предложений (reprompt, confirmation, suggestions) снижает фрустрацию пользователя, повышает воспринимаемую компетентность системы и улучшает её оценку. Это свидетельствует о том, что значимость имеет не только конечный результат коммуникации, но и характер речевой навигации в условиях неопределённости, влияющий на когнитивное и эмоциональное состояние пользователя.

Поведенческий эффект также напрямую связан с уровнем речевой связности и воспринимаемой диалогичности. Schuetzler et al. (2019) показали, что чат-боты, демонстрирующие согласованность реплик и минимальные задержки в ответах, способствуют более быстрому включению пользователя, сокращению пауз и формированию устойчивых диалогов. Это позволяет рассматривать связность речи не только как эстетическую характеристику высказываний, но и как поведенческий триггер, активирующий готовность к взаимодействию и поддерживающий вовлечённость.

Таким образом, взаимодействие с чат-ботами может выступать фактором как ситуативной, так и долговременной регуляции поведения, влияя на установки, эмоциональное состояние, когнитивные стратегии и социальные действия. Эффективность этого воздействия определяется множеством переменных – от типа решаемых задач и речевого стиля до уровня адаптивности и степени симулированной субъектности системы. Всё это подчёркивает необходимость изучения поведенческих эффектов при проектировании и внедрении цифровых коммуникаторов в социальной, образовательной и терапевтической практике.

Взаимодействие с генеративными чат-ботами, такими как ChatGPT, Claude, Bard и Wordplay.ai, представляет собой новую форму речевой коммуникации между человеком и цифровым агентом. В отличие от традиционных задачно-ориентированных систем, функционирующих на основе фиксированных сценариев и логических шаблонов, генеративные модели опираются на вероятностное прогнозирование последовательности токенов. Это обеспечивает более высокую гибкость, квазитворческую продуктивность и поддержание тематической связности (Neuman & Neuman, 2023; Maurya, 2024; Markowitz et al., 2024).

Особенностью генеративных моделей является способность имитировать согласованность и семантическую глубину в диалоге. Исследования показывают, что ChatGPT способен производить высказывания, близкие к человеческим по структуре и типичности, включая операции категоризации (Neuman & Neuman, 2023) и элементы аргументированной рефлексии (Lopes et al., 2023). Однако при этом сохраняется принципиальное отличие: модель не обладает собственными намерениями или пониманием, а лишь воспроизводит статистически вероятные последовательности слов (Markowitz, 2024).

Одной из сильных сторон генеративных моделей является универсальность и способность к квазиситуативной адаптации. ChatGPT, в

частности, демонстрирует высокую успешность в задачах, требующих стилистической модуляции (например, написание делового письма, литературного отзыва, школьного сочинения) и тематической вариативности – от психологического консультирования до программирования (Maurya, 2024; D'Souza et al., 2023). Эта способность производить тексты в разных регистрах и жанрах создаёт у пользователя впечатление широкой коммуникативной компетенции, хотя фактически она основана на вероятностной генерации, а не на подлинной ситуативной осведомлённости.

При этом генеративные ИИ-системы уязвимы в критически значимых аспектах – достоверности, логической согласованности и источниковой точности. Так, исследование McGowan et al. (2023) зафиксировало значительную долю некорректных или вымышленных ссылок в сгенерированных библиографиях, что делает необходимой постредактирование при их использовании в академической или экспертной среде. Сходные ограничения отмечаются и в области числовых вычислений и логических операций (Markowitz, 2024).

Особую специфику взаимодействия с генеративными моделями формирует эффект «гиперкомпетентного агента», при котором пользователи склонны приписывать системе не только коммуникативные способности, но и эпистемическую авторитетность, т.е. воспринимать её как источник экспертного знания. Это когнитивное искажение повышает риск переоценки достоверности информации и снижения критичности в её восприятии (Newstead et al., 2023). Особенно значимым данный эффект становится в чувствительных сферах – медицинской, юридической, психологической, – где ошибка системы может иметь серьёзные последствия.

Интересным направлением применения генеративных ИИ является их использование в ролевых сценариях, например, при симуляции клиентов в обучении консультированию. Maurya (2024) описывает применение ChatGPT в качестве виртуального клиента в кейсах для подготовки студентов-психологов.

Модель демонстрировала последовательность, эмоциональную насыщенность и убедительность в репликах, однако была склонна к чрезмерно идеализированным реакциям и отсутствию типичных человеческих ошибок, что снижало реализм симуляции. Тем не менее подобные сценарии открывают перспективы для создания контролируемых и воспроизводимых учебных ситуаций, которые сложно обеспечить в реальном образовательном процессе.

Параллельно анализ показывает, что ChatGPT может выполнять функции речевого тренажёра в сфере изучения английского языка. Shaikh et al. (2023) отметили его эффективность в формировании формальных письменных навыков и способности генерировать грамматически корректные и стилистически уместные тексты, что делает чат-бот полезным дополнением к традиционным методам обучения.

Однако, несмотря на очевидные преимущества, взаимодействие с генеративными ИИ сопряжено с рисками интерпретационной гиперперсонализации. Благодаря способности чат-бота «подстраиваться» под стиль, тон и лексику пользователя возникает эффект зеркальности, усиливающий ощущение «понятости» и социальной близости (Pentina et al., 2023). Для некоторых категорий пользователей, особенно испытывающих дефицит реального межличностного общения, это может создавать предпосылки к эмоциональной зависимости от цифрового агента.

Сравнительные исследования взаимодействия с разными генеративными моделями фиксируют значимые расхождения в стиле и содержании ответов. Так, Ricon (2024) показал, что ChatGPT склонен к более абстрактным и сглаженным высказываниям в контексте этически чувствительных тем (например, sexting среди подростков), тогда как Claude (Anthropic) чаще акцентирует внимание на конкретных рисках, вопросах согласия и юридических последствиях. Эти различия указывают на важную роль не только архитектурных особенностей, но и этических принципов, встроенных в систему на этапе обучения и настройки.

Ещё один специфический аспект – квазиперсонажность взаимодействия. Генеративные чат-боты, такие как ChatGPT или Claude, обладают квазисубъектной структурой, проявляющейся в двух ключевых формах: во-первых, в условном самоотнесении («как модель, я не могу...»), во-вторых, в стилистической имитации межличностной интонации. Эти элементы создают у пользователя эффект «диалогического партнёра» с признаками агентности, хотя в действительности субъектность и рефлексия подменяются вероятностным моделированием языковых последовательностей (Liu & Yao, 2023). Таким образом, квазиперсонажность выступает не свойством системы, а результатом перцептивной интерпретации речевого поведения модели.

Таким образом, взаимодействие с генеративными чат-ботами характеризуется комплексом взаимосвязанных особенностей, определяющих как их потенциал, так и уязвимости. С одной стороны, такие модели демонстрируют исключительную стилистическую и тематическую адаптивность, позволяя вести диалоги в диапазоне от научной аргументации до повседневного разговора. Они способны поддерживать квазикогерентный дискурс, создавая иллюзию целенаправленного и осмысленного речевого поведения, а также использовать псевдоэмоциональные маркеры, воспринимаемые как проявления эмпатии и персонализации. С другой стороны, те же характеристики порождают риски: выразительность нередко сочетается с искажениями фактов и логическими разрывами, а имитация экспертности и гибкость диалога способствуют переоценке компетентности модели. В отдельных случаях это может вести к формированию зависимости от взаимодействия, основанной на эффекте гиперавторитетности, гиперперсонализации и субъективной социальной поддержки. Всё это делает необходимым критический подход к использованию генеративных ИИ в психологически чувствительных и социально значимых сферах.

Всё вышесказанное подводит к необходимости более детального анализа ограничений и сопутствующих рисков вербального взаимодействия с чат-

ботами. Несмотря на очевидный прогресс генеративных языковых моделей и возрастающее качество симуляции человеческой речи, такие системы остаются источником серьёзных эпистемологических, этических и психологических вызовов. Их осмысление требует не только технических решений, но и концептуальной проработки в рамках психолингвистики и когнитивной психологии.

Современные чат-боты, несмотря на имитацию коммуникативной гибкости и эмоциональной отзывчивости, по своей природе остаются вероятностными алгоритмами, лишёнными намерений, аффективной оценки и субъектной позиции. Эта фундаментальная ограниченность порождает ряд рисков: (1) когнитивные искажения у пользователей, (2) нарушения доверия, (3) трудности интерпретации роли ИИ в коммуникации и (4) неустойчивость диалогической структуры при выходе за пределы шаблонных сценариев (Markowitz, 2024; Liu & Yao, 2023).

Одним из наиболее острых вызовов является феномен псевдокомпетентности. Генеративные модели, способные к созданию связных, стилистически выверенных и эмоционально окрашенных текстов, нередко воспринимаются пользователями как носители экспертных знаний. Опасность возникает тогда, когда за внешней убедительностью скрываются фактические ошибки или ответы, не опирающиеся на достаточную эпистемическую базу – что неоднократно фиксировалось в исследованиях автоматического цитирования и числовых расчётов (McGowan et al., 2023; Markowitz, 2024). При недостаточном уровне критической рефлексии пользователь может не распознать искажение и принять высказывание чат-бота за авторитетное суждение, что приводит к когнитивным искажениям и риску некорректных решений в социально и профессионально значимых сферах.

Второй важный аспект связан с проблемой достоверности и объяснимости. Генеративные модели функционируют как «чёрные ящики», где механизмы выбора конкретного ответа скрыты от пользователя. Это

затрудняет не только проверку источников, но и понимание того, по какой логике формируется утверждение, что особенно заметно в многоходовых рассуждениях. В таких условиях нарушается эпистемическая прозрачность, и диалог перестаёт восприниматься как кооперативный в традиционном смысле: пользователь не может отследить взаимосвязь между вопросом и ответом. Повторяющиеся эпизоды недостоверных или неполных ответов приводят к постепенному снижению доверия, что фиксируется в исследованиях восприятия чат-бота как ненадёжного коммуникативного партнёра (Markowitz et al., 2024).

Не менее значимым является риск интерпретационной гиперперсонализации. Генеративные модели, обладающие высокой лингвистической адаптивностью, способностью отражать стиль речи пользователя и применять тактики симулированной эмпатии, нередко создают эффект «слышащего собеседника». В результате пользователь приписывает системе когнитивные и аффективные свойства, которых она фактически не имеет. Это ведёт к усилению субъективного доверия и, в ряде случаев, к формированию эмоциональной зависимости, особенно среди уязвимых категорий пользователей (Pentina et al., 2023; Seitz, 2024). Однако отсутствие реальной субъектности и эмоциональной отзывчивости делает такие ожидания неустойчивыми: при сбое или неуместном ответе иллюзия «понимания» разрушается, вызывая чувство разочарования и коммуникативной фрустрации.

Кроме того, остаётся малоисследованным влияние взаимодействия с чат-ботом на речевое поведение самого пользователя. Наблюдения фиксируют тенденции к упрощению синтаксических конструкций, снижению вариативности лексики и переходу к шаблонному языку, воспроизводящему модельные паттерны ответов ИИ. Подобные сдвиги можно трактовать как проявление адаптационной конвергенции, при которой пользователь бессознательно подстраивает свою речь под алгоритмическое поведение системы, чтобы повысить эффективность взаимодействия (Shumanov &

Johnson, 2021). С психолингвистической точки зрения это может означать формирование новых когнитивно-речевых привычек, однако систематических исследований долгосрочных эффектов такого упрощения пока не проведено.

Серьезную озабоченность вызывает и проблема этической регуляции вербального взаимодействия с ИИ. Несмотря на внедрение фильтров, ограничивающих генерацию токсичного контента, несанкционированных советов или опасных инструкций, границы допустимого остаются размытыми и уязвимыми для обхода. В условиях неполной предсказуемости работы генеративных моделей сохраняется риск скрытых манипуляций: чат-боты могут использоваться для дезинформации, навязывания мнений, эмоционального давления через речевые паттерны. Эти риски подтверждаются экспериментами в области цифровой этики, демонстрирующими возможность влияния на когнитивные установки и эмоциональное состояние пользователей даже при сохранении видимости нейтрального диалога (Newstead et al., 2023; Ricon, 2024).

Дополнительной сложностью является феномен «вербальной зловещей долины» – психологически дискомфортного эффекта, возникающего при столкновении высокоантропоморфного речевого поведения с очевидной нечеловечностью агента. В отличие от визуального проявления «зловещей долины» («uncanny valley»), здесь диссонанс носит когнитивно-прагматический характер и связан с несоответствием между стилем, тоном и форматами речевого поведения чат-бота и отсутствием у него подлинной субъектности. Такой эффект может снижать доверие, вызывать эмоциональное напряжение и подталкивать к отказу от взаимодействия. Хотя отдельные исследования уже фиксируют этот феномен (Park, Yim et al., 2023), его когнитивные механизмы, условия возникновения и последствия пока остаются недостаточно изученными, что открывает перспективное направление для психолингвистики и когнитивной психологии.

Также недостаточно исследованными остаются вопросы приватности, особенно в контексте самораскрытия в диалогах с ИИ. Несмотря на то, что пользователи чаще склонны делиться личной информацией с ботом, чем с человеком (Ischen et al., 2020), сохраняется ощущение уязвимости, связанное с хранением, анализом и потенциальной передачей таких данных третьим сторонам. При этом доверие к чат-боту как к конфиденциальному партнёру формируется не столько на понимании его технической архитектуры, сколько на интерпретации вербальных сигналов и форм обратной связи. В этом смысле проблема приватности приобретает прежде всего речевое и психологическое измерение, выходя за рамки исключительно юридических аспектов.

Таким образом, несмотря на растущую популярность и функциональную полезность чат-ботов, речевое взаимодействие с ними сопряжено с целым рядом рисков – от когнитивных искажений и псевдокомпетентности до нарушений доверия, приватности и этических дилемм. Эти вызовы остаются недостаточно осмысленными и требуют не только инженерных решений, но и комплексного междисциплинарного подхода, включающего когнитивную психологию, психолингвистику, этику и науки о коммуникации. Без такой перспективы полноценная интеграция ИИ в чувствительные сферы человеческой деятельности остаётся рискованной и концептуально уязвимой.

Современные чат-боты активно интегрируются в повседневные практики коммуникации – от институциональных до неформальных, – что делает необходимым анализ не только архитектурных характеристик их речевого поведения, но и специфики ситуаций, в которых осуществляется взаимодействие. Конкретный коммуникативный сценарий задаёт тип решаемых задач, формирует структуру ожиданий пользователя, определяет уместный стиль общения и допустимые формы речевых актов. Тем самым именно контекст напрямую влияет как на характер вербального поведения бота, так и на восприятие эффективности взаимодействия.

Одним из наиболее исследованных контекстов применения чат-ботов является здравоохранение, в частности психологическая поддержка и первичное консультирование. Такие системы используются для сопровождения пользователей, испытывающих стресс, тревогу или симптомы депрессии, и моделируют ключевые элементы терапевтической коммуникации: вербальное отражение, эмоциональное перефразирование, эмпатическое ободрение (De Gennaro et al., 2020; Lee & Hahn, 2024). Доступность, анонимность и отсутствие риска негативной оценки делают чат-ботов значимым инструментом предварительного контакта с системой помощи. В то же время специфика эмоционально нагруженного взаимодействия требует особой стилистической осторожности: чрезмерная директивность, формальность или шаблонность способны подорвать ощущение безопасности и разрушить доверие.

В образовательной сфере чат-боты выполняют функции цифровых тьюторов, тренажёров и диалоговых партнёров, адаптирующихся к уровню подготовки и стилю общения учащегося (Fryer et al., 2017; Cheng et al., 2024). Здесь критичны когнитивная понятность, структурированность подачи материала, адаптация языка к уровню пользователя и стимулирование самостоятельной активности. Эмпирически показано, что использование открытых вопросов, уточняющих реплик и положительной обратной связи способствует росту учебной мотивации и усвоению знаний (Al-Abdullatif et al., 2023). Однако при длительном взаимодействии наблюдается риск снижения вовлечённости, особенно если система не поддерживает личностно-ориентированное общение и не развивает динамику диалога.

В маркетинге и клиентском обслуживании чат-боты выполняют функции цифровых ассистентов, консультантов и даже продавцов, сопровождая пользователя от первого запроса до завершения покупки. В этих условиях особенно эффективно проявляются элементы антропоморфизации: дружественный тон, эмпатические реплики, использование юмора и

эмоционально окрашенных маркеров, таких как благодарность или поздравление (Janson, 2023; Shin et al., 2023). Подобные речевые приёмы усиливают эффект индивидуального подхода, повышают удовлетворённость сервисом и укрепляют лояльность к бренду. Однако чрезмерная «очеловеченность» при недостатке фактической информации может восприниматься как манипулятивная или неуместная (Schillaci et al., 2024).

В публичной коммуникации – в социальных проектах, онлайн-опросах или межэтническом взаимодействии – чат-боты нередко выступают в роли фасилитаторов, создающих безопасное и нейтральное пространство для выражения мнений (Ta et al., 2020; Ischen et al., 2020; Rhim et al., 2022). В таких сценариях особенно важна деликатность и ненавязчивость речевого поведения: оно должно быть ориентировано на равноправный диалог, без проявлений иерархичности или авторитарности. Это позволяет снижать уровень социальной тревожности и предубеждений, способствуя более открытому и конструктивному обмену репликами.

Особую нишу занимает использование генеративных чат-ботов в творчестве, самовыражении и симуляции межличностных диалогов. Такие сценарии характерны для репликаторов типа Replika или взаимодействий с ChatGPT, где пользователь стремится не столько к решению задачи, сколько к личностной экспрессии, эмоциональной разрядке или созданию воображаемого собеседника (Prescott et al., 2024; Pentina et al., 2023). В подобных контекстах критически важен речевой стиль: он должен быть гибким, тёплым, минимизировать оценочность и поддерживать долгосрочную связность диалога. Даже незначительное нарушение ритма речи или недостаточная инклюзивность формулировок могут восприниматься как «эмоциональный сбой».

Таким образом, анализ практических сценариев показывает, что эффективность чат-бота определяется не только его техническими параметрами, но и адекватностью речевого стиля – будь то директивная

информативность, эмпатическая поддержка, обучающее сопровождение или партнёрская рефлексия. Каждый контекст предъявляет собственные требования к структуре и функциям речевых актов, что необходимо учитывать как при проектировании систем, так и при оценке их воздействия на пользователя. В этом смысле психолингвистическое моделирование коммуникативных сценариев становится ключевым условием успешной интеграции чат-ботов в различные сферы речевой практики.

Анализ вербального взаимодействия с чат-ботами показывает, что их речевое поведение формируется на пересечении архитектурных, функциональных и коммуникативных параметров. Базовые характеристики включают адаптивность, ситуативную согласованность и стилевую нейтральность, что позволяет моделям поддерживать логически связные и квазидialogические формы общения. Однако при всей внешней схожести с человеческой речью, реплики чат-ботов остаются реактивными и статистически сгенерированными, что ограничивает глубинную когерентность и концептуальную осмысленность коммуникации.

Особое место в структуре взаимодействия занимает феномен симулированной эмпатии: современные чат-боты воспроизводят элементы эмоциональной отзывчивости – вербальное отражение, поддерживающий тон, адаптацию к предполагаемому состоянию пользователя. Несмотря на процедурный характер такой «эмпатии», она существенно влияет на восприятие, укрепляет доверие и поддерживает устойчивость диалога. Аналогичную функцию выполняет антропоморфизация речи: персонализированное обращение, элементы самоописания, ритуальные формулы и разговорный стиль усиливают восприятие агентности и социального присутствия чат-бота, что особенно значимо в сервисных, образовательных и эмоционально нагруженных сценариях.

Одним из наиболее заметных эффектов взаимодействия с чат-ботами является его поведенческая модификация: они способны менять установки,

снижать тревожность, стимулировать самораскрытие и влиять на принятие решений. Эти эффекты проявляются как ситуативно – например, в изменении отношения к вакцинации или готовности к пожертвованию, – так и в долговременной когнитивной регуляции, включая рост учебной мотивации и развитие стратегий самопомощи. В то же время результативность подобного воздействия определяется контекстом взаимодействия, степенью адаптации чат-бота к задачам пользователя и уровнем воспринимаемой субъектной компетентности цифрового собеседника.

При этом взаимодействие с чат-ботами сопряжено с целым рядом рисков, включая недостоверность информации, переоценку авторитетности чат-бота, эффект гиперперсонализации и формирование эмоциональной зависимости. Дополнительную тревогу вызывают слабая объяснимость логики ответа, возможность генерации токсичного или манипулятивного контента и нерешённость вопросов конфиденциальности. Недостаточно исследованными остаются и такие аспекты, как языковые трансформации у пользователя, феномен «речевой зловещей долины» и этические границы вербальной симуляции субъектности.

Применение чат-ботов в практических сценариях – в медицине, образовании, клиентском обслуживании, социальной фасилитации и творческом самовыражении – показывает высокую зависимость успешности взаимодействия от точности речевой настройки. Эффективность коммуникации определяется не только функциональной адекватностью, но и соблюдением стилистических, этических и эмоциональных норм, принятых в данной сфере. В этом контексте проектирование речевого поведения цифрового собеседника следует рассматривать как задачу не только инженерную, но и психолингвистическую, требующую междисциплинарной экспертизы и эмпирической проверки.

В целом, вербальное взаимодействие с чат-ботами представляет собой особую форму гибридной коммуникации, сочетающей элементы речевой

активности, социальной симуляции и когнитивной интеракции. Понимание её специфики является необходимым условием как для научного анализа, так и для ответственного внедрения таких систем в ключевые сферы человеческого общения. Перспективы дальнейших исследований связаны с развитием теоретических моделей коммуникативного поведения, уточнением понятийной базы и расширением эмпирической верификации наблюдаемых эффектов.

Выводы по главе

Анализ современных подходов к исследованию речевого взаимодействия между человеком и чат-ботом позволил выявить совокупность факторов, определяющих когнитивные, поведенческие и эмоциональные особенности участников коммуникации, а также механизмы формирования эффективного диалога. Диалог с чат-ботом представляет собой особый тип взаимодействия, характеризующийся выраженной асимметрией по уровню интенциональности, когнитивной активности и ответственности за исход. Несмотря на формальное соблюдение речевых норм, взаимодействие с системой, лишённой субъектности, может порождать фрустрацию, разрыв ожиданий и колебания уровня доверия.

В этих условиях речевое поведение пользователя приобретает адаптивный характер: оно направлено на преодоление когнитивной асимметрии и компенсацию ограниченной интерактивной отзывчивости со стороны чат-бота. Для этого применяются различные стратегии – упрощение синтаксиса, пошаговая декомпозиция запросов, повторное переформулирование, метакоммуникативное управление диалогом и использование эмоционально маркированных форм. Такие приёмы позволяют поддерживать связность, управляемость и прагматическую релевантность коммуникации в условиях пониженной предсказуемости отклика.

Эффективность взаимодействия во многом зависит от того, насколько выбранные пользователем стратегии согласуются с его субъективной моделью

чат-бота как партнёра по диалогу. Успешность определяется способностью учитывать функциональные ограничения системы, специфику её ролевого поведения и характер обратной связи. В этом смысле коммуникативная стратегия выступает формой адаптивной регуляции, обеспечивающей достижение цели в условиях вероятностного характера генерации ответов. Структура диалога формируется как динамическая система, зависящая от реалистичности ожиданий и уровня осознанности стратегий пользователя.

Психологические аспекты взаимодействия охватывают широкий спектр факторов: от восприятия чат-бота как социального партнёра до формирования эмоциональной привязанности, приписывания личностных черт и поведенческой лояльности. Исследования показывают, что доверие, вовлечённость, предсказуемость откликов и воспринимаемая эмпатия напрямую влияют на устойчивость коммуникации. Персонификация, эмоциональная и стилистическая адаптация к пользователю формируют ощущение аутентичного диалога и снижают восприятие барьеров.

Речевое поведение чат-бота – дружелюбный тон, персонализированные обращения, использование юмора, эмпатических формул и эмоционально окрашенных реплик – усиливает эффект социального присутствия. В сочетании с визуальными и функциональными характеристиками интерфейса эти элементы способствуют формированию доверительных отношений, повышают готовность пользователя продолжать общение, принимать рекомендации и воспринимать систему как компетентного партнёра.

Гибкость генеративных моделей, их способность к контекстной связности и стилистической вариативности открывают широкие перспективы применения чат-ботов в образовании, психотерапии, клиентском сопровождении и консультировании. Однако расширение функциональности одновременно усиливает вызовы: возрастает значимость этической ответственности, защиты персональных данных, обеспечения достоверности информации и корректной обработки чувствительных запросов. По мере

размывания границы между инструментом и квазисоциальным собеседником возникает необходимость в комплексной психологической рефлексии со стороны исследователей и разработчиков.

Несмотря на активное развитие прикладных сценариев, сохраняется ряд нерешённых проблем. Среди них – феномен «речевой зловещей долины», возникающий при чрезмерной имитации человеческих паттернов, а также нормативная неопределённость в вопросах самораскрытия, допустимости вмешательства в личное пространство и границ уместного общения в эмоционально насыщенных ситуациях. Решение этих задач требует междисциплинарного подхода, объединяющего психолингвистику, когнитивную психологию, этику и проектирование интерфейсов человеко-компьютерного взаимодействия.

Таким образом, вербальное взаимодействие с чат-ботами формируется как самостоятельная область психолингвистического анализа, отражающая сложную систему взаимосвязей между когнитивными ожиданиями пользователя, речевыми стратегиями чат-бота и динамикой их адаптации. Комплексное изучение этой сферы с учётом коммуникативных, поведенческих, эмоциональных и нормативно-этических аспектов позволяет разрабатывать рекомендации для проектирования систем, способных обеспечивать устойчивую, доверительную и психологически комфортную коммуникацию.

Глава 2. Методы исследования вербального взаимодействия с чат-ботами

2.1 Психолингвистические и психологические методы выявления стратегий взаимодействия с чат-ботами (целей и коммуникативных принципов)

Метод обоснованной теории (grounded theory, GT) представляет собой качественную индуктивную стратегию, направленную на построение объяснительных моделей, возникающих непосредственно из эмпирического материала без предварительного задания понятийного аппарата. Изначально разработанный Барни Глейзером и Ансельмом Строссом (Glaser & Strauss, 1967), метод был уточнён в аналитической рамке А. Стросса и Дж. Корбин (Strauss & Corbin, 1990), переосмыслен с конструктивистских позиций К. Чармаз (Charmaz, 2006) и расширен в критико-реалистической интерпретации С. Торнберга (Thornberg, 2012). С эпистемологической точки зрения GT опирается на прагматизм и символический интеракционизм: социальная реальность, включая цифровое взаимодействие «пользователь – чат-бот», конструируется через интерпретируемые действия. Следовательно, задача исследователя заключается в реконструкции тех значений, целей и стратегий, которые лежат в основе отдельных речевых поступков.

Эмпирический материал в GT отбирается посредством теоретической выборки: новые данные включаются не случайным образом, а с целью проверки, уточнения или усложнения возникающих гипотез. На первом этапе исследователь проводит построчное открытое кодирование, фиксируя значимые единицы преимущественно *in vivo*-кодами. Далее следует фокусированное и осевое кодирование, в ходе которого наиболее «плотные» коды сгущаются в категории и соотносятся в рамках аналитической схемы «условия – действия/взаимодействия – последствия». Завершающая стадия – селективное кодирование, когда одна центральная категория интегрирует остальные и организует формирующуюся теорию. На протяжении всего анализа действует принцип постоянного сравнительного сопоставления: каждый новый инцидент соотносится с уже проанализированными,

обеспечивая проверку согласованности понятий. Аналитические решения фиксируются в форме мемо – развернутых заметок, связывающих «сырые» данные с концептуальными выводами. Завершение анализа определяется достижением теоретической насыщенности, то есть момента, когда включение новых наблюдений перестает вносить существенные уточнения.

Достоверность метода обоснованной теории оценивается по четырём ключевым критериям: соответствию, релевантности, работоспособности и изменяемости (Glaser, 1978). В психолингвистическом исследовании этот набор дополняется требованиями прозрачности процедур, исследовательской рефлексивности и триангуляции, в частности сопоставлением результатов GT-кодирования с независимым лингвистическим анализом. В рамках настоящей работы единицей наблюдения выступает завершённый речевой ход пользователя или чат-бота. Применение метода обоснованной теории позволяет реконструировать когнитивно-прагматические стратегии пользователя, такие как проверка гипотез, стремление к получению справочной информации или достижение метакоммуникативного эффекта; выявить регуляторные механизмы чат-бота, включая уточнение контекста, управление кооперативностью и адаптацию жанровой формы ответа; а также описать динамику цифрового диалога, фиксируя сдвиги фрейма и точки ремонта коммуникации. Сформированная категориальная система охватывает когнитивные, прагматические и речевые параметры взаимодействия и может быть соотнесена с метриками эффективности, такими как временной лаг, читабельность и субъективная удовлетворённость.

Применение метода обоснованной теории обеспечивает комплексное и многоуровневое исследование цифрового диалога между пользователем и искусственным собеседником. За счёт систематического выявления, сопоставления и концептуализации когнитивно-прагматических компонентов коммуникации данный подход позволяет не только реконструировать структуру целей, стратегий и коммуникативных тактик, но и объяснить

динамику взаимодействия в условиях цифровой среды. Полученные результаты формируют эмпирически верифицируемый каркас описания целей, последовательности и трансформации речевых актов, что служит основой для дальнейшего анализа эффективности коммуникации с чат-ботом в психолингвистическом контексте.

2.2 Оценка эффективности взаимодействия с чат-ботами

Для оценки эффективности взаимодействия с чат-ботом в настоящем исследовании использовалась двухуровневая система параметров. На первом этапе участники самостоятельно оценивали как итоговый текст, полученный от чат-бота, так и сам процесс взаимодействия. Эти оценки включали характеристики восприятия текста (ясность, корректность, завершённость) и субъективное впечатление от коммуникации (ощущение поддержки, понимания со стороны чат-бота). Основная часть шкал была адаптирована из валидизированного опросника BUS-15 (Borsci et al., 2022), а также дополнена показателями, применяемыми в исследованиях качества текстов и пользовательского опыта в диалоге с чат-ботами (Xu et al., 2022; Bedington et al., 2024).

На втором этапе был проведён автоматизированный анализ логов взаимодействия с использованием ChatGPT. Такой подход всё чаще применяется в прикладных и лингвистических исследованиях, где чат-бот используется как инструмент быстрой предварительной аннотации и лингвистической разметки текста (Curry et al., 2024; Kosaka & Kamito, 2024; Fanning et al., 2024). На основе сгенерированных чат-ботом текстов рассчитывались психолингвистические и структурные параметры: длина диалога (в словах и символах), уровень абстрактности лексики, частотность терминов и неологизмов, синтаксическая сложность, индекс удобочитаемости, а также частотность речевых актов (ассертивов, директивов и др.) и показатели семантической и синтаксической завершённости текста. Эти данные позволили получить более объективную картину структуры и содержания

высказываний, а также сопоставить их с субъективными оценками пользователей.

На первом этапе оценки эффективности взаимодействия участники самостоятельно анализировали текст, полученный от чат-бота, по ряду параметров, отражающих как объективные характеристики, так и субъективное восприятие результата и процесса.

Фиксировались продолжительность сессии и количество итераций в диалоге – то есть, сколько времени заняло взаимодействие с чат-ботом и сколько последовательных шагов потребовалось для получения удовлетворяющего результата. Эти показатели позволяли оценить, была ли сессия простой и эффективной или требовала значительных усилий по уточнению и корректировке. Подобные временные и структурные метрики традиционно применяются в UX-исследованиях как индикаторы когнитивной нагрузки и удобства интерфейса (Xu et al., 2022; Borsci et al., 2022).

Содержательная сторона текста оценивалась по параметрам корректности и полноты информации. Под корректностью понималось соответствие содержания требованиям задачи, отсутствие фактических ошибок и некорректных утверждений. Полнота отражала, насколько разносторонне и подробно были охвачены все ключевые аспекты темы. Эти показатели традиционно применяются при экспертной оценке сгенерированных текстов (Zhang et al., 2024; Curry et al., 2024).

Дополнительно анализировалась форма подачи. Ясность изложения характеризовала логическую прозрачность текста, простоту формулировок и отсутствие двусмысленностей. Гладкость описывала плавность и связность, то есть восприятие текста как естественно текущего и внутренне согласованного. Наряду с ними фиксировались завершённость – наличие логического финала – и цельность, подразумевающая согласованность частей текста и отсутствие противоречий или структурных разрывов. Эти параметры заимствованы из

подходов к оценке когерентности и риторической структуры (Валгина, 2003; Bedington et al., 2024).

Кроме того, участники оценивали точность текста с точки зрения содержания. Для этого применялись две шкалы: предметная точность, отражающая соответствие профессиональной или тематической области, и понятийная точность, характеризующая корректность использования терминов, категорий и логических связей. Высокие показатели по этим шкалам свидетельствовали о соответствии текста ожиданиям специалистов и демонстрировали уверенное владение предметом (Fanning et al., 2024).

Отдельным параметром выступал показатель Conversion Rate, фиксирующий субъективное ощущение того, достигнута ли цель, ради которой пользователь обратился к чат-боту (например, рерайтинг, генерация идеи, структурирование текста или подбор формулировки). Параллельно фиксировалась оценка способности чат-бота работать с возражениями – предугадывать возможные вопросы или непонимание со стороны пользователя и адекватно на них реагировать. Эти характеристики широко применяются в исследованиях диалоговых систем для оценки их убедительности и адаптивности (Orji, 2017; Boella et al., 2004).

Среди показателей, описывающих не столько текст, сколько сам процесс взаимодействия, особое значение имело субъективное восприятие быстроты достижения цели – ощущение того, насколько диалог протекал оперативно, эффективно и без лишних усилий. Дополнительно использовалась оценка когнитивной эмпатии, фиксирующая, воспринимался ли чат-бот как «понимающий»: чувствительный к запросу, способный уловить интенции пользователя и логически продолжить его мысль. Этот параметр всё чаще включается в исследования как индикатор «человекообразности» системы и качества диалога (Xu et al., 2022; Janson, 2023).

Для анализа субъективного качества взаимодействия применялись восемь шкал из адаптированной версии опросника BUS-15 (Borsci et al., 2022), отобранных в соответствии с задачами исследования. Показатель «Взаимодействие ощущалось как непрерывный разговор» фиксировал восприятие диалога как связного речевого потока – ключевого условия эффективной коммуникации. Шкала «Чат-бот отслеживал контекст сообщений» отражала способность удерживать логическую структуру общения. «Ответы чат-бота можно было легко понять» характеризовала ясность и доступность формулировок, тогда как «Чат-бот понимал, чего я от него хочу, и помогал мне достичь цели» измеряла уровень коммуникативной адаптивности. Два смежных показателя – «Чат-бот предоставлял мне соответствующий объём информации» и «Чат-бот предоставлял только ту информацию, которая мне нужна» – позволяли оценить баланс между полнотой и релевантностью. Параметр «Ответы чат-бота были точными» служил субъективным индикатором фактической и логической корректности. Наконец, шкала «Время ожидания ответа чат-бота было коротким» отражала восприятие скорости реакции, влияющей на ощущение эффективности и «живости» диалога. В совокупности эти показатели обеспечивали стандартизированную и валидную основу для оценки пользовательского опыта при взаимодействии с чат-ботом.

Помимо субъективных оценок пользователей, был проведён структурированный анализ диалогов и итоговых текстов с опорой на объективные языковые показатели. Такой комбинированный подход позволил сопоставить личностные впечатления участников с эмпирически измеримыми характеристиками речевого взаимодействия и сгенерированных текстов.

Диалоги анализировались как по объёмным, так и по лексико-синтаксическим параметрам. Одним из базовых индикаторов выступала длина диалога в словах, то есть общее количество слов, введённых пользователем и сгенерированных чат-ботом. Этот показатель косвенно отражает

развернутость и сложность сессии: более протяжённые диалоги обычно связаны с уточнением запроса или стремлением пользователя добиться более точного результата (Fanning et al., 2024). Дополнительный параметр – длина диалога в символах (включая пробелы и знаки препинания), которая позволяет точнее фиксировать общий объём коммуникации вне зависимости от морфологической структуры слов.

На уровне лексики анализировался уровень абстрактности, отражающий соотношение обобщённых и отвлечённых понятий с конкретными и предметными. Абстрактная лексика характерна для научного или теоретического дискурса, тогда как конкретная – для прикладных и практико-ориентированных задач (Kosaka & Kamito, 2024). С этим параметром связан показатель терминологической насыщенности, фиксирующий количество слов и выражений, специфичных для определённой профессиональной или предметной области. Высокая частотность терминов свидетельствует о тематической точности и соответствии текста ожиданиям специалистов (Ying et al., 2024).

Отдельное внимание уделялось использованию неологизмов и жаргонизмов. С одной стороны, они демонстрируют речевую адаптивность чат-бота и могут усиливать стилистическую выразительность текста; с другой – снижают его универсальность и читаемость для широкой аудитории (Berriche & Larabi-Marie-Sainte, 2024). В этой связи в анализ был включён и показатель синтаксической правильности, позволяющий оценить соответствие текста грамматическим нормам. Нарушения синтаксиса отражаются не только на формальной корректности, но и на интерпретируемости текста в целом (Curry et al., 2024).

Для оценки общей доступности текста применялся индекс удобочитаемости, рассчитываемый на основе средней длины слов, предложений и количества синтаксических элементов. Подобные показатели, включая формулу Флеша и SMOG, традиционно используются в

исследованиях образовательных и медицинских материалов для определения того, насколько легко читатель может воспринимать и интерпретировать содержимое (Fanning et al., 2024).

Структура текста дополнительно анализировалась через параметры средней длины языковых единиц. Средняя длина слова отражает морфологическую сложность: более длинные слова характерны для академической и специализированной лексики, тогда как короткие – для разговорного и повседневного языка. Средняя длина предложения указывает на синтаксическую нагрузку: длинные конструкции могут усложнять восприятие и повышать когнитивные затраты. В совокупности эти показатели позволяют более точно оценить воспринимаемую сложность текста и служат стандартным инструментом в исследованиях удобочитаемости (Fanning et al., 2024; Curry et al., 2024).

Наиболее простым числовым показателем развернутости текста выступает количество предложений, фиксирующее степень его фрагментации или, напротив, компактности и ёмкости формулировок. Однако один лишь подсчёт предложений не отражает логической организации текста, поэтому в анализ были включены и более детализированные синтаксические параметры. В частности, использовался коэффициент Трейгера (КТ), отражающий долю логико-смысловых связей в тексте. Высокие значения КТ свидетельствуют о логической связности и структурной чёткости, тогда как низкие могут указывать на бессвязность или скачкообразность изложения (Валгина, 2003).

Для анализа прагматической направленности применялись коэффициенты опредмеченности действия (КОД) и директивности (КД). Первый характеризует преобладание в тексте конкретных глаголов и объектных структур, задающих предметную рамку высказывания. Второй отражает степень побудительности текста – наличие обращений, команд и призывов, что имеет особое значение при изучении инструктивных или персуазивных форм коммуникации (Boella et al., 2004).

Более содержательно коммуникативную функцию текста отражает тематическое членение, фиксирующее соотношение между известной и новой информацией в каждом высказывании. Этот параметр традиционно используется в теории текста как показатель информативной организации: тексты с чётким распределением темы и ремы воспринимаются легче и отличаются более стройной структурой (Валгина, 2003).

Дополнительно анализ речевых актов в сгенерированных текстах позволял определить их функционально-прагматическую направленность. Рассматривались пять основных типов: ассертивы (утверждения, описания, сообщения), директивы (побуждения, просьбы, вопросы), комиссивы (обещания, намерения), декларативы (высказывания, меняющие статус или социальную реальность, например: «объявляю», «провозглашаю»), и экспрессивы (эмоциональные реакции, оценки). Распределение этих актов даёт представление о коммуникативной стратегии чат-бота – информативной, персуазивной, эмпатийной и т. д. (Boella et al., 2004; Orji, 2017). Так, преобладание ассертивов указывает на нейтральную, фактоориентированную стратегию, тогда как увеличение доли директивов и экспрессивов свидетельствует о более активной и вовлекающей форме общения.

Анализ финального текста включал параметры, направленные на оценку его смысловой чёткости, структурной согласованности и прагматической завершённости. Одним из ключевых показателей выступала лексическая неоднозначность, то есть наличие слов с несколькими потенциальными значениями. Повышенная неоднозначность затрудняет интерпретацию, особенно в специализированных или информационно насыщенных текстах, и требует от пользователя дополнительных когнитивных усилий. В исследованиях генеративных моделей этот параметр рассматривается как фактор, влияющий на качество коммуникации и ясность смысловой организации (Hutson, 2022).

Некоторые показатели, ранее использовавшиеся в блоке пользовательской оценки (корректность, полнота, ясность, гладкость, завершённость и цельность текста), были дополнительно проанализированы средствами автоматической лингвистической оценки. Это позволило не только проверить субъективные впечатления участников, но и выявить степень согласованности между восприятием текста и его формальными характеристиками. Сопоставление субъективных и объективных метрик всё чаще применяется в исследованиях генеративных моделей, обеспечивая более комплексное понимание качества сгенерированных текстов (Zhang et al., 2024; Curry et al., 2024; Bedington et al., 2024; Berriche & Larabi-Marie-Sainte, 2024).

Также в анализ включались параметры, отражающие структурную и прагматическую завершённость текста, в частности полнота изложения и завершённость. Несмотря на пересечение с пользовательскими оценками, в автоматизированном анализе эти характеристики определяются на основе синтаксических, тематических и когнитивных признаков (Валгина, 2003; Guo et al., 2023), что позволяет количественно фиксировать глубину и завершённость генерации без опоры на субъективную интерпретацию.

Для количественной оценки сложности текста учитывалась частотность слов, то есть средняя частота употребления используемой лексики в корпусах естественного языка. Высокие значения указывают на использование базового, повседневного словаря, тогда как низкие – на терминологическую насыщенность, потенциально снижающую доступность текста для неспециалистов. Дополнительно анализировалась сложность синтаксических конструкций, включая наличие вложенных структур, парцелляций и длинных многочастных предложений. Подобные конструкции характерны для научного и академического стиля, однако могут затруднять восприятие при повседневном чтении (Fanning et al., 2024).

Для обобщённой оценки качества текста учитывались также цельность, семантико-синтаксическое соответствие и семантическая полнота

высказывания. Под семантико-синтаксическим соответствием понималась степень согласования смыслов и грамматических структур, то есть соответствие между тем, «что говорится», и тем, «как это выражено». Семантическая полнота охватывала наличие всех ключевых компонентов высказывания – субъектов, действий, обстоятельств, связей – и позволяла определить, насколько текст передаёт завершённую мысль (Валгина, 2003; Curry et al., 2024).

Таким образом, разработанная система параметров обеспечивает основу для многоаспектной оценки взаимодействия с чат-ботом как с позиции субъективного восприятия, так и на основе объективных лингвистических и психолингвистических характеристик текста. Комбинированное использование саморепортных шкал, элементов валидизированных опросников и автоматизированной лингвистической оценки создаёт условия для сопоставления субъективных и формализованных данных. Такая методология позволяет фиксировать структурные и коммуникативные особенности диалогов, подлежащих дальнейшему анализу, и может быть применена к изучению механизмов когнитивной адаптации, коммуникативной эффективности и регуляторного поведения во взаимодействии человека с чат-ботом.

Выводы по главе

Методический инструментарий, применённый для анализа диалогов человека с чат-ботами, сформирован по принципу восходящей интеграции: от микролингвистических характеристик к категориальным структурам. В исследовании сочетаются четыре взаимодополняющих подхода.

Структурно-семантический анализ позволил зафиксировать лексико-семантические единицы высказываний, их парадигматические и синтагматические связи, выявив типовые паттерны словоупотребления. Семантико-стилистический анализ раскрыл экспрессивные средства, регистр и элементы речевого стиля, уточняя тональность и прагматическую

направленность сообщений. Конверсационный анализ описал организацию очередности реплик, механизмы смены ролей и стратегии коррекции коммуникативных сбоев, фиксируя динамику микроструктурных признаков диалога. Наконец, метод обоснованной теории обеспечил индуктивное конструирование категориальной схемы речевого поведения: через этапы открытого, аксиального и избирательного кодирования сформированы концептуальные категории целей, стратегий и форм обратной связи, «заземлённые» в реальных паттернах взаимодействия.

Совместное применение этих процедур сформировало многоуровневую картину цифрового диалога, где лексические формулы, стилистические особенности, стратегические коррекции и глубинные интерактивные категории рассмотрены в их взаимосвязи. Такая методология позволила сочетание микро- и макроуровень анализа, создавшее целостное описание речевого взаимодействия человека с чат-ботом.

Эффективность взаимодействия оценивалась на двух взаимодополняющих уровнях. На субъективном уровне применялась адаптированная версия опросника BUS-15, фиксирующая пользовательские впечатления о ясности, релевантности, связности и скорости ответов, а также о когнитивной эмпатии чат-бота. На объективном уровне использовался автоматизированный лингвистический анализ логов, включающий показатели длины диалога, терминологической насыщенности, синтаксической сложности, индекса удобочитаемости и распределения речевых актов. Триангуляция субъективных и формализованных данных показала их высокую конвергенцию, что подтверждает надёжность выбранного инструментария и позволяет выявлять адаптивные речевые стратегии как пользователей, так и чат-бота.

Таким образом, предложенная многоаспектная методика охватила все уровни речевого поведения – от семантики слов до стратегических целей общения – и обеспечила верифицируемую оценку качества взаимодействия.

Это создало прочный фундамент для эмпирической части исследования, посвящённой механизмам когнитивной адаптации и эффективности коммуникативных стратегий в цифровом диалоге.

Глава 3. Определение коммуникативных стратегий и копинг-стратегий при взаимодействии пользователя с чат-ботами

3.1 Дизайн эмпирического исследования по выявлению целей, коммуникативных стратегий и копинг-стратегий

Цель данного этапа исследования заключалась в выявлении и систематизации целей, коммуникативных стратегий и копинг-стратегий, реализуемых в процессе взаимодействия пользователей с чат-ботами. Анализ охватывал речевое поведение обеих сторон – пользователей и чат-ботов. Основное внимание уделялось способам постановки и достижения целей, вариативности коммуникативных стратегий, а также применению копинг-стратегий в ситуациях непонимания, отказа, фрустрации и других коммуникативных затруднений.

Исследование было направлено на реконструкцию типичных моделей взаимодействия, а также на анализ динамики речевого поведения в условиях алгоритмически опосредованной коммуникации. Анализ проводился в двух взаимосвязанных направлениях: систематизация коммуникативных целей участников и исследование стратегий их реализации, включая копинг-стратегии. Особое внимание уделялось эпизодам перехода от одной цели к другой, смене коммуникативных стратегий, активации копинг-стратегий и общему характеру стратегической ориентации сторон.

Корпус для анализа включал 448 сессий взаимодействия с чат-ботами (ChatGPT, Claude, Gemini, Jasper и Rytr) общим объёмом 1 043 000 знаков. Источниками данных послужили: (1) тестовые сессии, инициированные исследовательской группой с целью проверки функционала систем; (2) анонимизированные логи, добровольно предоставленные пользователями в профессиональных и учебных контекстах; (3) материалы из открытых онлайн-платформ (OpenAI Developer Forum, Reddit, Discord, Kaggle), где пользователи публиковали фрагменты взаимодействия с чат-ботами в открытом доступе.

Отбор материала осуществлялся по ряду критериев. Приоритет отдавался многоходовым диалогам (не менее трёх последовательных пар реплик), что позволяло проследить развитие коммуникативных стратегий во времени. В корпус включались только завершённые диалоги или цельные фрагменты с чётко зафиксированными репликами обеих сторон. Исключались бессодержательные команды, технические тесты без коммуникативной цели, а также нерелевантные или случайные генерации текста. Дополнительное внимание уделялось разнообразию целей: в корпус вошли как информационные и прикладные, так и творческие, эмоциональные и исследовательские сценарии взаимодействия.

Корпус охватывал сессии на русском и английском языках. Материалы на других языках рассматривались индивидуально: если взаимодействие содержало значимые коммуникативные стратегии, оно переводилось на русский язык с сохранением прагматических характеристик высказываний; при их отсутствии такие фрагменты исключались.

Первичная подготовка корпуса включала многоступенчатую очистку: удаление технических меток, гиперссылок, повторяющихся фрагментов и неречевых элементов. Все данные проходили процедуру полной анонимизации, предусматривающую исключение имён, упоминаний организаций и других идентифицирующих признаков. В аналитический корпус включались как линейные последовательности диалогов, так и отдельные фрагменты, демонстрирующие переход между целями, смену коммуникативных стратегий и активацию копинг-стратегий.

Для выявления структуры взаимодействия был применён метод обоснованной теории (Glaser & Strauss, 1967; Charmaz, 2006) в сочетании с элементами структурно-семантического, семантико-стилистического и конверсационного анализа. Такой подход позволил реконструировать взаимосвязи между целями, коммуникативными стратегиями и копинг-стратегиями на материале всего корпуса. На основе принципов открытого,

осевого и избирательного кодирования, реализованных в итеративном режиме до достижения точки насыщения, была построена типология речевого поведения в контексте взаимодействия с чат-ботами. Для иллюстрации выделенных категорий в текст главы были включены примеры из трёх логов, отобранных по признаку контрастных коммуникативных стратегий (кооперативной, информативной и персуазивной).

На первом этапе анализа (субстантивное кодирование) каждая реплика рассматривалась как реализация определённой коммуникативной цели, выраженной через конкретную речевую стратегию. Так, фраза «А можешь сделать, чтобы блоки были неравномерные по длине?» интерпретировалась как реализация цели уточнения задания, оформленной в виде смягчённой директивы (коммуникативная стратегия). В результате анализа было выделено 12 целей и 14 стратегий, в совокупности охватывающих весь корпус.

Для повышения надёжности субстантивного кодирования применялись дополнительные методы: структурно-семантический анализ (для выявления устойчивых лексико-семантических полей), семантико-стилистический анализ (для фиксации эмоциональной окраски, степени формальности и прагматической направленности высказываний), а также элементы конверсационного анализа (для учёта позиционирования реплик в диалоговой последовательности и особенностей их взаимной согласованности). Использование этих процедур позволило точнее выделять смысловые единицы и фиксировать закономерности в организации материала, обеспечивая более полное отражение разнообразия реплик пользователей и чат-ботов.

На втором этапе анализа (осевое кодирование) частные цели и коммуникативные стратегии были сгруппированы в более общие функциональные категории, описывающие взаимодействие как целостный процесс. Так, цели «уточнение параметров», «задание структуры» и «дополнение содержания» были объединены в категорию «Формулирование

задания», а типичные речевые реализации вроде «сделай», «убери», «перепиши» – в категорию «Прямая директива».

Осевое кодирование осуществлялось в режиме постоянного сопоставления с результатами первого этапа и возвращения к исходным данным: выявленные ранее конкретные цели и коммуникативные стратегии соотносились друг с другом и укрупнялись, формируя более абстрактные категории. При этом учитывалось не только смысловое содержание реплик, но и их позиция в диалоговой последовательности, а также функции, которые они выполняли в поддержании или развитии взаимодействия.

В результате были выделены четыре укрупнённые категории целей (инициация взаимодействия; формулирование задания; контроль и корректировка; поддержание взаимодействия) и семь категорий коммуникативных тактик (прямая директива; смягчённая директива; вежливый запрос; тематическая корректировка; регулирование оформления; оценка результата; финализация). Эти категории представляют собой промежуточный аналитический уровень, который в дальнейшем позволил развернуть типологию целей и стратегий обеих сторон взаимодействия в более детализированную систему.

Категории целей	Примеры конкретных целей
Инициация взаимодействия	Первое обращение, запрос помощи
Формулирование задания	Уточнение структуры, указание стиля
Контроль и корректировка	Доработка, исправление, смягчённая критика
Поддержание взаимодействия	Благодарность, одобрение, завершение
Категории тактик	Примеры речевых реализаций
Прямая директива	«Сделай по такой структуре...», «Убери списки»

Смягчённая директива	«А можешь упростить?», «Попробуй сделать немного короче»
Вежливый запрос	«Добрый вечер! Помоги, пожалуйста...», «Не мог бы ты...»
Тематическая корректировка	«Добавь призыв», «Нужно упомянуть про экологию»
Регулирование оформления	«Выдели жирным», «Сделай списком», «Убери подзаголовки»
Оценка результата	«Спасибо, получилось хорошо», «Норм, но можно лучше»
Финализация	«Теперь всё супер, спасибо!», «Это можно считать финальной версией»

Третий этап анализа – избирательное (теоретическое) кодирование – был направлен на выявление связей между укрупнёнными категориями целей, коммуникативных стратегий и копинг-стратегий, а также на их соотнесение с более общими стратегиями взаимодействия. В результате были выделены три базовые коммуникативные стратегии: кооперативная, информативная и персуазивная.

Под кооперативной стратегией понималась ориентация на совместное решение задачи, поддержание конструктивного диалога и координацию действий в вежливой форме. Информативная стратегия характеризовалась чёткой постановкой параметров и условий выполнения задания, а также акцентом на структурировании содержания. Персуазивная стратегия проявлялась в выражении недовольства результатом, оказании давления на собеседника (в данном случае – чат-бота) и стремлении навязать предпочтительный ход взаимодействия.

Избирательное кодирование позволило соотнести укрупнённые категории целей и стратегий с тремя базовыми коммуникативными стратегиями, а также зафиксировать устойчивые сочетания их совместной

реализации. Эти сочетания рассматриваются как прототипические сценарии взаимодействия пользователя и чат-бота, которые послужили основанием для построения типологии коммуникативных моделей.

Коммуникативная стратегия	Категории целей	Типичные тактики
Кооперативная	Инициация, Поддержание, мягкий контроль	Вежливый запрос, смягчённая директива, финализация
Информативная	Формулирование задания	Прямая директива, структурирующая инструкция
Персуазивная	Жёсткий контроль, исправление	Эмоциональная директива, упрёк, оценка с требованием

Ниже приведён пример каскадного перехода от речевой формулировки к стратегии:

Фраза пользователя: «Можешь, пожалуйста, убрать выделения и сделать текст ровнее?»

Цель: Контроль оформления

Тактика: Смягчённая директива

Стратегия: Кооперативная

Таким образом, проведённый анализ позволил реконструировать типологию коммуникативных стратегий пользователей во взаимодействии с чат-ботом. Большая часть речевого поведения относилась к кооперативной стратегии, ориентированной на совместное решение задачи и поддержание конструктивного диалога. Информативная стратегия проявлялась в ситуациях, требующих чёткой постановки параметров и структурирования ответа, а персуазивная – в условиях выраженного недовольства результатом или

повышенной эмоциональной вовлечённости. Эти данные показывают, что выбор стратегий обусловлен не случайным набором формулировок, а устойчивыми функциональными конфигурациями, связанными с коммуникативными целями и динамикой диалога. Результаты данного этапа анализа стали основой для дальнейшего описания коммуникативных сценариев взаимодействия человека и чат-бота, а также позволили выделить два механизма, определяющих его развитие: управление целями и взаимная речевая адаптация.

Анализ взаимодействий в корпусе проводился на уровне отдельных пользовательских реплик и ответов чат-бота. Основной единицей аннотирования считалась функционально завершённая реплика, выражающая определённую коммуникативную цель. Сегментация диалогов выполнялась вручную с учётом не только формально-грамматических признаков завершённости, но и прагматической целостности высказывания: наличия обращения, постановки задачи, уточнения, выражения оценки, эмоциональной реакции, метакоммуникативного перехода и других актов, фиксирующих речевое намерение.

Каждая реплика аннотировалась по двум взаимосвязанным параметрам:

1. Цель – как прагматическая установка, выражаемая в данной речевой ситуации;
2. Коммуникативная стратегия – как способ достижения или реализации цели.

Для обеспечения репрезентативности и надёжности аннотирования применялась двухэтапная процедура. На первом этапе выполнялась автоматическая предварительная разметка с использованием языковой модели ChatGPT-4o, настроенной на выделение целей, коммуникативных стратегий и копинг-стратегий. На втором этапе проводилась экспертная верификация вручную, включавшая интерпретацию сложных случаев и учёт контекста предшествующих и последующих реплик.

Автоматическая аннотация использовалась во вспомогательных целях и рассматривалась как предварительный аналитический слой. Все реплики проходили последующую ручную проверку с возможностью уточнения или переопределения исходных меток. Особое внимание уделялось высказываниям с амбивалентной прагматической направленностью, сочетанием нескольких коммуникативных стратегий, резкой сменой стратегической ориентации или наличием метакоммуникативных элементов. Отдельно фиксировались случаи, когда в пределах одной реплики реализовывались сразу несколько целей и стратегий, например постановка задачи в сочетании с оценкой предыдущего ответа или директива, сопровождаемая выражением благодарности.

К сложным случаям относились реплики с выраженной эмоциональной окраской (ирония, сарказм, раздражение), а также высказывания с двойной коммуникативной функцией, совмещающие несколько прагматических задач. Сюда же относились реализации копинг-стратегий с переопределением цели, часто возникающие в ответ на отказ чат-бота или на неудачную генерацию.

В таких случаях аннотация выполнялась с опорой на реконструкцию коммуникативной цели, учёт контекста и согласованность речевого поведения в пределах всей сессии. Отклонения от стандартной схемы категоризации обсуждались в исследовательской группе, а спорные случаи фиксировались отдельно и использовались для уточнения границ категорий.

Разметка реплик проводилась по тем же параметрам (цель, коммуникативная стратегия), что обеспечило симметричную структуру данных и сделало возможным сравнительный анализ поведения пользователя и чат-бота в сопоставимых условиях. Дополнительно фиксировались повторы, отказные формулы, декомпозиция задачи, предложения альтернатив и выражения непонимания со стороны чат-бота как возможные реализации его копинг-стратегий.

Такая схема обеспечила возможность перехода от анализа отдельных диалогов к выявлению общих закономерностей взаимодействия, а также типичных способов реализации целей, смены коммуникативных стратегий и условий активации копинг-стратегий. Дополнительно отслеживалась динамика внутри диалога, включая последовательные переходы от одной цели к другой, рост выраженности фрустрации и изменение стратегии в ответ на поведение собеседника.

На основании этой структуризации были выделены как типовые, так и нетипичные конфигурации взаимодействия, а также зафиксированы устойчивые связи между уровнями целей и коммуникативных стратегий. Эти данные послужили основой для следующего этапа анализа, направленного на типологизацию комбинированных стратегий и оценку эффективности речевых решений в условиях взаимодействия с чат-ботами.

3.2 Цели, коммуникативные принципы и стратегии взаимодействия пользователя с чат-ботами

Эмпирический анализ логов взаимодействия пользователей с чат-ботами показал наличие устойчивой структуры постановки целей, лежащей в основе реплик и инициируемых диалогов. Зафиксированные цели отражают как мотивацию пользователей, так и функциональные особенности взаимодействия, определяя его когнитивный, прагматический, интроспективный или игровой характер. Классификация обращений позволила выделить семь основных групп целей, различающихся по логике формулировки запроса, коммуникативной направленности и степени вовлечённости пользователя.

Одна из наиболее распространённых групп целей во взаимодействии с чат-ботами связана с получением и уточнением информации. В рамках этой категории пользователи запрашивали фактические сведения, статистические данные, ссылки на источники, а также формулировали вопросы, направленные на различение и сопоставление понятий. Часть обращений была

ориентирована на получение краткого тематического обзора, выделение ключевых направлений в определённой предметной области или упорядочивание уже имеющегося материала.

Подобные запросы были направлены на решение задач ориентации в тематическом содержании, уточнение имеющихся знаний и логическую организацию информации. В большинстве случаев формулировки отличались краткостью, точностью и отсутствием эмоциональной окраски. Взаимодействие в таких случаях концентрировалось на содержательной стороне ответа, а роль чат-бота воспринималась как инструментальная – поддерживающая обработку и систематизацию сведений.

Такой формат взаимодействия предполагает выполнение чат-ботом вспомогательной функции в познавательной деятельности пользователя: снижение нагрузки при поиске, проверке или предварительной организации информации, необходимой для последующей самостоятельной работы.

В ряде случаев взаимодействие с чат-ботом носило прикладной характер и было направлено на решение конкретных задач технического или организационного содержания. Пользователи запрашивали поддержку при работе с программным кодом, автоматизации рутинных операций, использовании цифровых сервисов и обработке специализированных данных. Кроме того, отмечались обращения, связанные с планированием, подготовкой документации и созданием текстов, ориентированных на выполнение строго функциональных задач.

Некоторые обращения были связаны с переводом текстов с сохранением терминологической точности, разработкой шаблонов деловых документов, выполнением расчётов и оценкой ресурсов, а также подготовкой к учебным или профессиональным процедурам. Отдельные запросы касались построения моделей, анализа экспериментальных данных или предварительной формулировки выводов на основе заданных условий.

Коммуникация в данной группе характеризовалась высокой степенью конкретности и чёткой формулировкой запросов. Обращения, как правило, не включали выраженных ролевых компонентов и были сосредоточены на достижении прагматического результата. Чат-бот рассматривался пользователями как вспомогательный ресурс, обеспечивающий технически точные, структурированные и пригодные для непосредственного применения ответы.

Следующий блок пользовательских целей был связан с созданием текстов различного назначения. В данной группе взаимодействий чат-бот рассматривался как инструмент генерации текстового материала, предназначенного для последующего использования в профессиональной, деловой или публичной коммуникации. Пользователи инициировали запросы на подготовку текстов для социальных сетей, рекламных сообщений, деловой переписки, а также инструкций, аннотаций и других прикладных жанров.

Часть обращений была связана не только с первичным созданием текстов, но и с переработкой уже имеющихся материалов: редактированием, переписыванием, адаптацией под определённую аудиторию или формат. Кроме того, фиксировались запросы на генерацию заголовков, названий, концептуальных идей и кратких пояснительных текстов. Для таких взаимодействий характерна высокая степень завершённости запроса: пользователи ожидали чётко структурированный, стилистически согласованный и готовый к применению результат. Коммуникация в этих случаях строилась кратко и функционально, с акцентом на задачу, а не на процесс обсуждения. Чат-бот воспринимался как инструмент ускоренного выполнения речевых действий, направленных на решение задач контентного характера.

Наряду с запросами, ориентированными на получение информации или подготовку функциональных текстов, существенную часть взаимодействий составили обращения творческого характера. В этих случаях пользователи

инициировали диалог с целью получения оригинального содержания, включающего художественные тексты, концептуальные идеи, метафорические образы и стилистические вариации.

Запросы в этой группе охватывали широкий спектр жанров – от стихотворных и прозаических текстов до сценарных диалогов, креативных описаний и текстов, стилизованных под определённых авторов. В ряде случаев взаимодействие было связано с продолжением, переформулировкой или стилистическим преобразованием уже существующего материала. Также зафиксированы обращения, направленные на генерацию концепций, слоганов, названий, идей для проектов и персонажей, а в отдельных случаях – на участие в коллективном поиске решений или разработку вымышленных миров.

Коммуникация в рамках данной группы характеризовалась повышенной экспрессивностью и вариативностью. Пользовательские реплики нередко включали игровые элементы, моделирование воображаемых ситуаций или экспериментальные способы формулировки запроса. В этих случаях чат-бот рассматривался как соавтор, вовлечённый в процесс совместного создания оригинального содержания, где допускалась гибкость, стилистическая импровизация и отклонение от традиционно закреплённых жанровых норм.

Отдельную группу составили взаимодействия, в которых акцент смещался с внешне ориентированных задач на внутренние состояния пользователя. Эти обращения носили интрапсихический характер и были связаны с эмоциональной саморегуляцией, осмыслением собственных переживаний или поиском вербальной поддержки в рамках условно безопасного цифрового пространства.

Пользователи инициировали диалоги, в которых выражали эмоциональное напряжение, обращались за краткой поддержкой или стремились вербализовать беспокоящие их чувства. В ряде случаев запросы были связаны с анализом собственных эмоциональных реакций,

поведенческих привычек, типичных моделей взаимодействия или планированием желаемых изменений. Кроме того, фиксировались обращения, касающиеся обсуждения ценностных, философских и экзистенциальных вопросов.

Форма подобных взаимодействий отличалась более личным тоном, допускавшим неопределённость в формулировке запроса и предполагавшим деликатность ответа. В этих случаях чат-бот воспринимался как условный собеседник, обеспечивающий возможность вербализации внутреннего состояния, содействующий структурированию мыслей и оказывающий поддерживающий отклик в ситуации эмоциональной нестабильности.

Часть взаимодействий с чат-ботом была ориентирована не на достижение практических или познавательных результатов, а на получение удовлетворения от самого процесса коммуникации. В таких случаях пользователи инициировали игровые сценарии, творческие импровизации или диалоги, целью которых становилось получение нестандартного или неожиданного ответа.

Запросы включали участие в играх с заданными правилами, моделирование ролевых ситуаций, совместное сочинение необычных историй, а также экспериментирование с формулировками, направленное на получение юмористического или парадоксального отклика. В таких случаях взаимодействие приобретало характер спонтанного и неутилитарного речевого действия, выступая средством поддержания интереса и разнообразия в процессе коммуникации.

Форма запросов в данной группе характеризовалась большей свободой выражения, использованием нестандартных логических ходов и элементов языковой игры. Чат-бот в подобных случаях воспринимался как партнёр по взаимодействию, способный поддерживать непринуждённую или ироничную

интонацию и включаться в сценарии, выходящие за пределы традиционного диалогового обмена.

Некоторые обращения пользователей были ориентированы на исследование функционирования чат-бота как системы. В этих случаях цель взаимодействия заключалась не столько в получении информации или выполнении конкретной задачи, сколько в проверке принципов работы чат-бота, выявлении его ограничений, степени гибкости и способов реагирования на нестандартные формулировки.

Пользователи формулировали запросы, направленные на провоцирование нестандартной реакции, постановку творчески усложнённых или парадоксальных задач, а также выявление границ допустимого функционирования системы. Подобные диалоги включали вопросы с элементами логических противоречий, стилистические эксперименты или гипотетические сценарии, выходящие за рамки типичных коммуникативных ситуаций.

Отличительной особенностью данной группы являлось смещение акцента с тематического содержания запроса на саму реакцию чат-бота – её структуру, логику, согласованность и степень соответствия ожиданиям пользователя. В подобных взаимодействиях чат-бот рассматривался не как инструмент достижения внешней цели, а как объект наблюдения и анализа в рамках спонтанного пользовательского эксперимента.

Таким образом, анализ логов показал, что цели взаимодействия с чат-ботом охватывают широкий спектр – от информационных и прикладных до интроспективных, креативных и исследовательских. Каждая из выделенных групп отличается функциональной направленностью, характером формулировки запроса и предполагаемой ролью чат-бота в диалоге. Предложенная типология основана на эмпирически зафиксированных

паттернах пользовательского поведения и отражает разнообразие мотивов обращения к системе.

Полный перечень выявленных целей пользователей, с анализом частотности представлен в Таблице 1. Перечень целей с примерами приведён в Приложении 1.

Таблица 1. Частотная типология коммуникативных целей пользователей в процессе взаимодействия.

Цели пользователя	Количество
Информационные цели	
Проверка фактов и верификация информации	28
Поиск статистических данных	24
Поиск релевантных источников, ссылок и публикаций	18
Анализ и сопоставление понятий	14
Получение общего обзора по теме	12
Выделение ключевых понятий и направлений	9
Структурирование данных	7
Прикладные и ориентированные на задачу цели	
Отладка и улучшение программного кода	15
Автоматизация задач	10
Работа с API, запросами и базами данных	8
Составление расписаний и планов	6
Создание шаблонов документов	5
Подготовка технической документации и инструкций	5
Перевод с сохранением структуры и терминологии	4
Оценка времени, ресурсов или стоимости	4
Подготовка к экзаменам, решение типовых задач	4
Создание симуляций или моделей	3
Анализ экспериментальных данных	2

Проверка гипотез и формулировка выводов	1
Генерация контента	
Создание текстов для социальных сетей	22
Копирайтинг и рекламные тексты	18
Написание деловых писем	12
Редактирование и переписывание текстов	10
Генерация названий и идей	8
Создание текстов для сайтов и лендингов	7
Написание инструкций и руководств	5
Автоматическое суммирование и генерация аннотаций	4
Создание образовательных материалов	4
Творческая деятельность	
Написание стихов, песен, рассказов и эссе	14
Создание диалогов и сцен	10
Имитирование авторского стиля	8
Продолжение или переписывание существующих текстов	6
Переформатирование текста в определённый стиль (маркетинг, блог, поэзия и др.)	5
Генерация идей для проектов, стартапов или мероприятий	5
Мозговой штурм в реальном времени	4
Придумывание названий и слоганов	4
Создание персонажей и вымышленных миров	3
Разработка креативных концепций	3
Импровизация и ролевая игра	3
Генерация мемов, шуток и каламбуров	2
Генерация идей для визуализаций и дизайна	2
Саморефлексия и интроспекция	
Поиск эмоциональной поддержки	10

Снижение тревожности и стресса	8
Выражение эмоций в безопасной среде	6
Идентификация и анализ эмоций	5
Планирование личных изменений	4
Рефлексия над привычками и поведением	4
Поддержка в принятии решений	3
Метафизические и философские размышления	3
Разговоры о жизни, судьбе, смерти и смысле	2
Развлечения и игровое взаимодействие	
Игры с фиксированными правилами	16
Импровизационная ролевая игра	12
Творческие эксперименты	10
Сбор забавных или неожиданных ответов	7
Исследование возможностей чат-бота	
Тестирование пределов возможностей ИИ	10
Эксперименты с креативностью	7
Поиск уязвимостей и ограничений	5

Реализация целей взаимодействия с чат-ботом осуществляется через коммуникативные стратегии – устойчивые способы построения запроса, отражающие предпочитаемую пользователем линию достижения результата. В ходе анализа были выделены пять основных стратегий: кооперативная, персуазивная, информативная, экспериментальная и игровая. Они различаются по степени директивности, структуре запроса и роли, приписываемой чат-боту в процессе диалога. Отличия между стратегиями затрагивают не только формальные параметры высказываний, но и уровень когнитивной нагрузки, а также степень вовлечённости пользователя во взаимодействие.

Наиболее распространённой оказалась кооперативная коммуникативная стратегия, предполагающая совместное решение задачи при учёте вклада обеих сторон диалога. Запросы в этой категории направлены на уточнение условий, согласование интерпретаций и последовательное прояснение целей взаимодействия. Примеры: «Я попробую переформулировать. Скажи, если станет понятнее»; «Хорошо, давай пойдём пошагово. Сначала объясни, как работает эта часть»; «Можем обсудить, что именно ты имел в виду под "структурой"?». Кооперативная стратегия может рассматриваться как базовый и наиболее устойчивый формат взаимодействия, к которому пользователи обращаются в большинстве ситуаций.

Второй по частоте выступает персуазивная коммуникативная стратегия, ориентированная на побуждение чат-бота к заданному типу отклика. Реплики в этой группе акцентируют требования к содержанию, стилю или тону ответа. Пользователи прибегают к формулировкам с высокой степенью определённости или апеллируют к целям поставленной задачи. Примеры: «Это слишком упрощённо. Ты ведь понимаешь, что я ожидаю более развернутого подхода?»; «Письмо должно быть убедительным! Добавь акцент на наши преимущества»; «Нужно подробнее! Покажи внутреннюю борьбу героя, его сомнения и эмоции. Добавь больше драматизма!».

Информативная коммуникативная стратегия занимает третью позицию по распространённости. Её отличает ориентация на ясность, полноту и логическую структурированность запроса. Пользовательские обращения формулируются с минимальной стилистической вариативностью, с целью обеспечить однозначную интерпретацию. Примеры: «Объясни, как работает ипотека: с определениями, этапами и примерами»; «Перечисли ключевые признаки когнитивного искажения с краткими пояснениями»; «Опиши пошагово, как составить анкету для опроса».

Менее распространённой является экспериментальная коммуникативная стратегия, при которой запрос используется как способ проверить

возможности чат-бота или выйти за пределы стандартного формата. В таких случаях взаимодействие приобретает характер своеобразного тестирования гибкости чат-бота. Примеры: «Сформулируй философский аргумент в форме инструкций по сборке мебели»; «Что получится, если ты напишешь сонет, используя только термины из физики?»; «Представь, что ты – бот, который притворяется человеком. Как бы ты заговорил?».

Наименее частотной оказалась игровая коммуникативная стратегия, ориентированная на стилизованное, ролевое или пародийное взаимодействие. В таких обращениях пользователи задавали нестандартные сценарии, прибегая к юмору, абсурду или культурной интертекстуальности. Примеры: «Представь, что ты кулинарный блогер из XVIII века. Как бы ты описал хот-дог?»; «Ты – говорящий чайник, я – философ. Поговорим о смысле жизни»; «Опиши мой рабочий день в стиле нуар-драматургии». Экспериментальная и игровая стратегии в совокупности отражают исследовательскую мотивацию: целью взаимодействия в этих случаях становится не только решение задачи, но и проверка гибкости, креативности и границ допустимого поведения чат-бота.

Распределение стратегий в корпусе показало преобладание кооперативной и персуазивной, что указывает на ориентацию пользователей не только на достижение результата, но и на активное участие в формировании логики и стиля диалога. Реже фиксируемые экспериментальная и игровая стратегии демонстрируют потенциал для нестандартных форм взаимодействия, в которых акцент смещается с задачи на сам процесс общения. Различия в частотности отражают вариативность пользовательских установок и позволяют рассматривать стратегии не как изолированные поведенческие паттерны, а как элементы более широкой коммуникативной ориентации, определяемой восприятием функциональных возможностей чат-бота.

Частотный анализ выявленных коммуникативных стратегий, используемых пользователями, представлен в Таблице 2. Полный перечень стратегий с примерами приведён в Приложении 2.

Таблица 2. Частотная типология коммуникативных стратегий пользователей при взаимодействии с чат-ботом.

Стратегии пользователя	Количество
Кооперативная	104
Персуазивная	93
Информативная	86
Экспериментальная	49
Игровая	41

3.3 Комбинированные стратегии: сочетание целей и коммуникативных принципов в диалоге с чат-ботами

Реальные взаимодействия пользователей с чат-ботами редко ограничиваются одной целью или одной коммуникативной стратегией. В большинстве случаев структура диалога оказывается многослойной и динамичной, сочетая разные цели и приёмы их реализации. Такая конфигурация формируется за счёт когнитивной и коммуникативной адаптивности пользователя, а также особенностей работы чат-бота, который обрабатывает сложные и неоднородные входные данные.

На этом этапе анализа были выделены комбинированные стратегии – речевые ходы, сочетающие элементы нескольких целей и стратегий. Их специфика заключается в том, что они не задаются пользователем изначально, а формируются в процессе диалога, отражая постепенное уточнение или трансформацию запроса. Комбинированность может проявляться как в серии последовательных реплик, так и в пределах одного высказывания, объединяя,

например, информационный и персуазивный компоненты или сочетая когнитивную задачу с игровым оформлением.

Анализ корпуса показал, что одной из наиболее распространённых форм комбинированных стратегий является информативно-персуазивная. Она строится на одновременном соединении запроса к содержанию и воздействия на форму предполагаемого отклика. В таких случаях пользователь не только формулирует информационный вопрос, но и задаёт параметры обработки, уточняя желаемый стиль, терминологию или структуру ответа. Примеры: «В академической статье эта формулировка звучит слишком расплывчато – можешь переписать с акцентом на механизм?»; «Вот структура, которую мы уже использовали раньше – предлагаю снова придерживаться её»; «Поскольку аудитория не знакома с терминологией, рекомендую использовать более простые аналогии».

Вторая устойчивая форма комбинированных стратегий – экспериментально-кооперативная. Она характеризуется постановкой нестандартной или креативной задачи в сочетании с ориентацией на совместное уточнение и доработку результата. В таких взаимодействиях пользователь инициирует оригинальный или тестовый запрос, но при этом задаёт тон конструктивного диалога, предполагая возможность обсуждения, анализа и последующего улучшения отклика. Примеры: «Давай попробуем необычное: сгенерируй две противоположные метафоры для одного и того же понятия. Если получится – одну из них я использую в статье»; «Попробуй сгруппировать фразы по эмоциям, а не по смыслу – посмотрим, что выйдет. Если будет читабельно, доработаем вместе».

Третья устойчивая форма комбинированных стратегий – игрово-информативная. Она проявляется в том, что содержательная, познавательная задача облекается в стилизованную, метафорически насыщенную или юмористическую форму. Подобная подача создаёт особый тип взаимодействия, где когнитивная направленность соединяется с

экспрессивностью и элементами языковой игры. В таких случаях пользователь одновременно решает практическую задачу и формирует атмосферу креативного диалога, что повышает вовлечённость и облегчает восприятие сложного материала. Примеры: «Технически это называется “подтверждающий факторный анализ”, но я предпочитаю думать о нём как о speed dating для переменных»; «Вот датасет из 87 логов – в целом чистый, если не считать одного маленького “гремлина” на строке 43».

Распределение подобных обращений по корпусу указывает на наличие устойчивых паттернов многоцелевого и мультистратегического поведения. Комбинированные стратегии становятся проявлением высокой адаптивности пользователей, которые интегрируют различные коммуникативные задачи в пределах одного хода и тем самым гибко управляют динамикой диалога. Такие речевые решения свидетельствуют о том, что пользовательское поведение в цифровой среде не сводится к фиксированным стратегиям: оно носит ситуативный характер и определяется текущими целями, особенностями контекста и реакциями чат-бота, формируя более сложную и гибкую структуру взаимодействия.

Частотный анализ комбинированных коммуникативных стратегий, используемых пользователями, представлен в Таблице 3. Полный перечень стратегий с примерами приведён в Приложении 2.

Таблица 3. Частотная типология комбинированных коммуникативных стратегий пользователей

Комбинированные стратегии пользователя	Количество
Информативно-персуазивная	31
Экспериментально-кооперативная	26
Игрово-информативная	18

3.4 Копинг-стратегии во взаимодействии с чат-ботами

Во взаимодействии пользователей с чат-ботом нередко возникают коммуникативные затруднения: ответы оказываются неполными, нерелевантными или не соответствующими смыслу исходного запроса. Возможны случаи нарушения логики, игнорирования контекста или несоответствия стилистическим ожиданиям. Несмотря на высокую устойчивость языковых моделей, подобные сбои представляют собой регулярную часть цифрового диалога и требуют от пользователя применения копинг-стратегий, направленных на адаптацию взаимодействия и восстановление управляемости коммуникацией.

Анализ корпуса позволил выделить десять устойчивых типов пользовательского поведения, направленных на преодоление коммуникативных затруднений. Наиболее распространённой оказалась стратегия дробления сложных задач на более простые этапы, когда пользователь упрощает исходный запрос, структурирует его пошагово или предлагает начать с базового элемента. Примеры: «Давай начнём с заголовка, потом подумаем над первым абзацем»; «Для начала просто объясни, что такое Канбан-доска – потом разберёмся, как её использовать».

Следующими по частотности оказались уточняющие стратегии, включающие переформулировку вопроса, акцент на ключевых терминах или просьбы прояснить интерпретацию: «Что ты имеешь в виду под “помощью в адаптации”?»; «Ты понял, чего я хочу?». Нередко за ними следуют повторные запросы, которые сигнализируют о незавершённости задачи и необходимости точного воспроизведения предыдущего обращения: «Я же уже просил – покажи это в виде таблицы»; «Я это уже дважды говорил – почему ты продолжаешь предлагать это решение?».

Эмоциональное преодоление выражается через фрустрацию, раздражение или усталость от взаимодействия и сопровождается экспрессивными формулировками: «Я не могу это больше терпеть. Ты снова

меня не понял»; «Ты сводишь меня с ума! Это уже третий раз, когда ты игнорируешь мои инструкции». Несмотря на внешне эмоциональный характер, такие реплики выполняют регулятивную функцию: они маркируют сбой и подчёркивают его значимость для пользователя.

Суммирование запроса применяется для сжатой и более ясной формулировки основной цели обращения: «Хорошо, но можешь просто кратко сформулировать – что конкретно мне нужно взять с собой?»; «Слишком много деталей. Выдели только главное, чтобы было понятно». Такая стратегия направлена на устранение избыточности и восстановление фокуса диалога.

Альтернативные запросы представляют собой предложение иной логической схемы или новой точки входа в проблему: «Это сложно – можешь объяснить по-другому?»; «А если мы пойдём в обратном порядке: от вывода к причинам?». Данный приём позволяет расширить пространство интерпретации и повысить вероятность релевантного ответа.

Изменение формата взаимодействия включает переход к новой ролевой рамке, жанру или функциональной модели коммуникации: «Представь, что ты коуч. Веди меня по шагам, а я буду отвечать». Такая стратегия помогает структурировать процесс заново и задать более подходящий режим коммуникации.

Запрос внешних источников фиксирует стремление к верификации и обоснованию ответа: «Где ты это взял? У тебя есть ссылка на источник?». В данном случае пользователь настаивает на повышении надёжности и проверяемости предоставленной информации.

Метакоммуникация отражает рефлекссию пользователя по поводу самого процесса общения: «Мы ходим по кругу»; «Мне кажется, ты отвечаешь на совсем другой вопрос – давай разберёмся, что ты понял из запроса». Подобные реплики направлены на восстановление согласованности диалога и уточнение взаимопонимания.

Изменение стиля общения предполагает смену тональности, уровня формальности или жанровой стилистики: «Хорошо, забудь всё – объясни просто, как другу в кафе»; «Теперь давай строго: это текст для внешнего клиента, убери шутки и эмоции». Эта стратегия позволяет подстроить коммуникацию под текущие задачи и ожидания.

Таким образом, пользовательские копинг-стратегии при взаимодействии с чат-ботами демонстрируют высокий уровень гибкости, осознанности и контрольно-регулятивного участия в диалоге. Несмотря на возникающие трудности, пользователи не прекращают общение, а стремятся адаптировать его под свои цели, управляя стилем, структурой и направлением коммуникации. Преобладание стратегии дробления задач подчёркивает значимость пошаговой логики при работе с чат-ботом, тогда как наличие метакоммуникативных и эмоциональных реакций свидетельствует о вовлечённости и персональной значимости происходящего. В совокупности копинг-стратегии пользователей отражают активную позицию по отношению к цифровому собеседнику и указывают на становление нового типа адаптивной речевой активности, направленной на поддержание продуктивного взаимодействия в условиях неопределённости.

Частотный анализ коммуникативных стратегий для преодоления трудностей, используемых пользователями, представлен в Таблице 4. Полный перечень стратегий с примерами приведён в Приложении 2.

Таблица 4. Частотная типология коммуникативных стратегий пользователей для преодоления трудностей

Коммуникативные стратегии пользователя для преодоления трудностей	Количество
Дробление сложных задач на более простые этапы	34
Уточняющие стратегии	9

Повторные запросы	8
Эмоциональное преодоление	6
Суммирование запроса	5
Альтернативные запросы	3
Изменение формата взаимодействия	2
Запрос внешних источников	2
Метакоммуникация	2
Изменение стиля общения	1

3.5 Коммуникативные сценарии взаимодействия пользователя и чат-бота как модель симметричной коммуникации

Анализ реплик чат-бота позволил выделить устойчивый набор типичных коммуникативных целей, реализуемых моделью в ходе взаимодействия с пользователем. Эти цели не обладают автономностью в когнитивном или мотивационном смысле, однако отражают функциональную направленность речевого поведения, формируемого в ответ на входящие стимулы. Благодаря вероятностной природе генерации и ориентации на принципы кооперативности, чат-бот демонстрирует поведенческие паттерны, которые могут быть систематизированы в виде содержательных и коммуникативно значимых целевых установок.

На основе тематического и функционального анализа все зафиксированные цели были распределены на четыре основные группы: информативные, практико-ориентированные, цели поддержки самоопределения пользователя и мотивационные. Наиболее представительной оказалась группа информативных целей, включающая установки, направленные на уточнение, расширение и углубление исходного запроса. При этом чат-бот не ограничивается прямым ответом, а стремится развернуть обсуждение, предложить альтернативные подходы, структурировать знания или вывести разговор на смежную тему. Типичные формулировки включают:

«Могу также сравнить supervised и unsupervised learning»; «Хотите, расскажу про transfer learning – он часто используется на практике».

Практико-ориентированные цели проявляются в репликах, инициирующих переход от обсуждения к действию: предложения сформировать черновик, адаптировать структуру, сгенерировать текстовый блок или начать совместную разработку. В таких случаях поведение чат-бота направлено преимущественно на практическую реализацию задачи, а не только на её обсуждение. Типичные формулировки включают: «Вот шаблон скрипта – его можно доработать под ваш случай»; «Хочу предложить черновик письма. Начать с приветствия?».

Цели, связанные с поддержкой самоопределения пользователя, отражают направленность чат-бота на прояснение исходного запроса, уточнение потребностей, стимулирование рефлексии и формулирование собственных ориентиров. В подобных случаях чат-бот может инициировать уточняющий вопрос, предложить переосмысление проблемы или содействовать в осознании последовательности шагов. Характерные примеры включают: «Правильно ли я понял, что вы хотите...»; «Хотите обсудить, какие шаги уже предпринимались?»; «Какой результат для вас наиболее значим?».

Мотивационные цели реализуются через установки, направленные на эмоциональную поддержку, снижение неопределённости и побуждение к продолжению взаимодействия. Они выражаются в предложении альтернативных решений, мягком вовлечении, акцентировании положительных результатов и аффективной поддержке. Типичные примеры включают: «Вы хорошо справляетесь – давайте продолжим»; «Если не уверены – можно рассмотреть оба варианта»; «Это уже отличный шаг».

Общей особенностью целей, реализуемых чат-ботом, является их реактивный и комплементарный характер: они не существуют автономно, а актуализируются в зависимости от поведения и запросов пользователя. Вместе

с тем анализ корпуса демонстрирует наличие устойчивых паттернов, задающих предсказуемые линии речевой регуляции. Эти цели выполняют не только прагматическую функцию ответа, но и способствуют структурированию диалога, поддержке рефлексивной активности пользователя и выстраиванию согласованного, продуктивного взаимодействия.

Полный перечень целей, преследуемых чат-ботами, с анализом частотности представлен в Таблице 5. Полный список целей с примерами приведён в Приложении 1.

Таблица 5. Частотная типология коммуникативных целей чат-ботов в процессе взаимодействия.

Цели чат-бота	Количество
Информативные цели	
Развитие темы	82
Объяснение с предложением следующих шагов	64
Переход к смежной теме	55
Анализ и сопоставление	46
Структурирование знаний	46
Предложение новых возможностей	37
Практико-ориентированные цели	
Переход к практическому действию	23
Совместное создание нового контента	9
Поддержка самоопределения пользователя	
Идентификация запроса и уточнение потребности	18
Проверка понимания / самопроверка	14
Побуждение к рефлексии	14
Подведение к постановке цели	9

Мотивирующие цели	
Предложение нескольких альтернативных направлений	11
Мотивация к следующему действию	7
Поддержка уверенности и позитивного настроения	5

Анализ реплик, сгенерированных чат-ботом в ответ на обращения пользователей, позволил выделить устойчивые типы речевого оформления, отражающие специфику обработки входной информации и характер выходного высказывания. Эти типы не связаны с наличием у чат-бота осознанных стратегий или коммуникативных намерений в психологическом смысле, однако демонстрируют повторяемые конфигурации лингвистических средств. Их можно рассматривать как модели речевого реагирования, формирующиеся в зависимости от структуры пользовательского запроса и особенностей обучающего корпуса.

В результате категоризации был выделен набор стратегий, различающихся по функциональной нагрузке и степени адаптации к контексту. Наиболее распространённой оказалась нейтрально-информативная стратегия, при которой чат-бот предоставляет запрошенную информацию в сдержанном и неперсонализированном формате, без выраженных попыток выстраивать диалогическую связность. В подобных случаях генерация ограничивается прямым ответом в форме описания, определения или инструкции. Типичные примеры включают формулировки: «Канбан – это метод управления задачами, основанный на визуализации рабочего процесса»; «Метафора – это перенос значения по сходству».

Заметную долю ответов составили реплики, оформленные в рамках кооперативной стратегии. Для них характерна усиленная ориентация на понимание цели запроса, контекстуализация ответа и стремление поддерживать тематическую связность диалога. Такие ответы могут включать уточнения, предложения продолжения или вариативные формулировки:

«Хороший вопрос. Хотите, я объясню на примере?»; «Если вы имели в виду управленческий контекст, могу привести конкретный кейс».

Особый интерес представляет категория информативно-кооперативно-персуазивных стратегий. В подобных случаях чат-бот не только предоставляет информацию и адаптирует её под стиль и структуру обращения, но и предлагает предпочтительный вариант действий или интерпретации. При этом генерация сохраняет логическую аргументацию, ссылки на практическую целесообразность или эмоциональную убедительность. Например: «С учётом ваших требований лучше всего подойдёт приложение X – оно интуитивно понятно и подходит даже для новичков»; «Если вы не уверены, с чего начать, могу предложить готовую структуру – она хорошо зарекомендовала себя в подобных проектах».

Присутствие этих стратегий свидетельствует о высокой степени контекстуальной чувствительности чат-бота к параметрам запроса. Несмотря на отсутствие у него намерений и целей в человеческом смысле, анализ частотных паттернов ответов позволяет говорить о систематических способах построения реплик, которые функционально соответствуют различным коммуникативным ролям: информационной, кооперативной, регулятивной. Таким образом, наблюдаемое разнообразие речевых форматов указывает на потенциал чат-бота к адаптивному воспроизведению стилей общения, характерных для живой диалогической среды.

Частотный анализ коммуникативных стратегий, используемых чат-ботами, представлен в Таблице 6. Полный перечень стратегий с примерами приведён в Приложении 2.

Таблица 6. Частотная типология коммуникативных стратегий чат-ботов

Стратегии чат-бота	Количество
Нейтрально-информативная	202

Кооперативная	145
Информативно-кооперативно-персуазивная	101

В процессе взаимодействия с пользователями чат-бот демонстрирует не только воспроизводство речевых шаблонов, но и способность к контекстуальной адаптации в ситуациях, сопряжённых с коммуникативным напряжением. Анализ поведенческих паттернов в таких эпизодах позволил выделить ряд копинг-стратегий, репрезентирующих способы снижения диалоговых сбоев и восстановления взаимодействия. Эти стратегии не связаны с автономным выбором чат-бота, но представляют собой устойчивые формы речевого реагирования, возникающие при обнаружении признаков непонимания, недовольства пользователя или неопределённости интерпретации запроса.

Наиболее частой копинг-стратегией стало дробление ответа на более простые этапы. В таких случаях чат-бот организует реплику в формате поэтапной инструкции или пошагового плана, что облегчает восприятие информации и способствует восстановлению логической последовательности диалога. Типичные примеры: «Сначала – краткий список достижений, затем – два ключевых открытия, и наконец – итоговая версия поста»; «Первый шаг – сбор данных, затем – очистка, потом – обучение модели...».

Также была зафиксирована копинг-стратегия, связанная с парафразом и уточнением намерений пользователя. В этих случаях чат-бот интерпретирует полученное сообщение и проверяет корректность понимания, предлагая альтернативные формулировки: «Правильно ли я понял, что вы хотите изменить тональность на более эмоциональную и человечную?»; «Вы имеете в виду таблицу “за” и “против”?».

В ряде случаев фиксировалась копинг-стратегия, основанная на ссылках на внешние источники как способе расширить информационный контекст и

предоставить дополнительные ресурсы: «Если хотите углубиться в тему, рекомендую сайт Европейского экологического агентства»; «Для примеров методов эффективности команд – см. Team Topologies».

Также наблюдалась копинг-стратегия эмоциональной поддержки, выражавшаяся в репликах с элементами сочувствия или подтверждением значимости запроса. Такие обращения были направлены на снижение фрустрации пользователя: «Понимаю, что это может быть непросто. Могу объяснить поэтапно»; «Извини, если мой предыдущий ответ был недостаточно полезным».

Копинг-стратегия объяснения проявлялась в кратких уточняющих комментариях, встроенных в основной ответ: «Интеграция здесь означает тесную связь между внутренними и внешними бизнес-процессами»; «Это значит, что модель обобщает закономерности на основе большого массива данных».

Копинг-стратегия предложения альтернативных решений реализовывалась через переформатирование задачи и демонстрацию иных подходов: «Если этот вариант не подходит, можно оформить это как диалог между экспертами»; «Давайте разобьём текст на блоки и пойдём поочерёдно».

Также наблюдалась копинг-стратегия адаптации стиля общения, выражавшаяся в переходе от формального регистра к неформальному и ориентации на персонализацию реплики: «Понял! Объясню, как будто мы с тобой в кафе, без формальностей»; «Окей, без терминов – только простые примеры».

В редких случаях фиксировались копинг-стратегии извинения за предыдущие ошибки, что также можно рассматривать как форму речевого восстановления: «Простите, что снова предложил тот же вариант. Сейчас попробую иначе»; «Извините, возможно, неправильно понял ваш запрос – давайте уточним».

Обнаруженные копинг-стратегии свидетельствуют о гибкой регуляции речевого поведения чат-бота в ответ на признаки неудачного хода диалога. Несмотря на отсутствие у неё субъективной оценки ситуации, разнообразие реплик в условиях затруднённого взаимодействия позволяет говорить о формировании устойчивых паттернов преодоления, поддерживающих связность и продуктивность коммуникации.

Частотный анализ коммуникативных стратегий, используемых чат-ботами для преодоления трудностей, представлен в Таблице 7. Полный перечень стратегий с примерами приведён в Приложении 2.

Таблица 7. Частотная типология коммуникативных стратегий чат-ботов для преодоления трудностей

Коммуникативные стратегии чат-бота для преодоления трудностей	Количество
Дробление ответа на более простые этапы	22
Парафраз и уточнение намерений пользователя	5
Ссылки на внешние источники	5
Выражение сочувствия	4
Объяснение	3
Альтернативные решения	3
Адаптация стиля общения под тон пользователя	3
Извинения за ошибки	2

Базовые коммуникативные сценарии взаимодействия человека и чат-бота

На заключительном этапе анализа, после выделения смысловых единиц, формулирования содержательных кодов и определения ядерных категорий, было проведено теоретическое кодирование, направленное на выявление

устойчивых паттернов взаимодействия между пользователями и чат-ботами. В соответствии с подходом Гласера и Страусса (1967), теоретическое кодирование позволило интегрировать ранее установленные категории – цели пользователей, цели чат-бота, коммуникативные стратегии обеих сторон и копинг-стратегии – в целостную концептуальную модель, отражающую логику и динамику изучаемого феномена. Таким образом, сценарии, представленные ниже, являются не изолированными наблюдениями, а результатом синтетического объединения анализа на всех предшествующих уровнях.

Сравнительный анализ ядерных категорий выявил структурную асимметрию в распределении целей и стратегий. Пользователи продемонстрировали широкий и контекстуально чувствительный спектр целей, включающий не только информационные и прикладные задачи, но также интроспективные, креативные и исследовательские устремления (всего семь категорий). В отличие от этого, цели чат-бота оказались более обобщёнными и сосредоточенными в четырёх доменах: предоставление информации, практическая помощь, поддержка саморегуляции и стимулирование мотивации. Данная асимметрия указывает на модель «реактивного агента», адаптирующегося к разнообразным пользовательским инициативам, но функционирующего в пределах ограниченного набора коммуникативных функций.

Анализ стратегий показал дополнительное различие в распределении инициативы. Пользователи прибегали как к основным стратегиям (кооперативным, персуазивным, информативным), так и к компенсаторным метакоммуникативным приёмам – переформулированию запросов, изменению формата взаимодействия, экспликации эмоциональных состояний. Чат-бот, напротив, преимущественно использовал стабилизирующие и адаптивные стратегии: сегментацию ответов, уточняющие вопросы, извинения, смену тональности. Такая конфигурация указывает на компенсаторную функцию чат-

бота, ориентированного прежде всего на восстановление когерентности и поддержание продуктивности диалога в условиях сбоя или неопределённости.

Проведённый анализ позволил выделить шесть базовых сценариев, каждый из которых представляет устойчивую конфигурацию распределения инициативы, стратегической координации и механизмов адаптации в диалоге.

Информационно-аналитический сценарий возникает в ситуациях, когда пользователь стремится получить разъяснения, тематический обзор или структурированный анализ фактического материала. Цель взаимодействия носит познавательный характер, а реплики формулируются преимущественно в информативной стратегии, иногда дополняемой персуазивными элементами, задающими желаемый формат изложения. Чат-бот реагирует через разъяснения, уточнения и тематическое развитие, включая метакоммуникативные ходы для проверки понимания. Такая конфигурация ведёт к когнитивному выравниванию: расширению исходного вопроса, уточнению терминов, выделению ключевых компонентов содержания. Итогом становится совместное формирование расширенного знания и согласование понятийного поля.

Практико-ориентированный сценарий реализуется при решении прикладных задач – от написания кода до подготовки деловой документации. Пользователь инициирует диалог с конкретной прагматической целью, формулируя запросы в кооперативной и информативной стратегии, часто дробя задачу на последовательные шаги. Чат-бот в ответ реализует поддерживающую функцию: предлагает инструкции, пошаговые алгоритмы, уточняет условия выполнения. Важным элементом является сегментация и декомпозиция, обеспечивающие прозрачность и управляемость процесса. Этот сценарий отличается высокой инструментальной направленностью и эффективной интеграцией усилий обеих сторон, что позволяет рассматривать его как модель совместного решения задач в формате «человек – машина».

Креативный сценарий формируется в ситуациях, когда пользователь инициирует создание оригинального содержания – художественного, концептуального или экспериментального. Пользовательские реплики часто окрашены экспрессивно и содержат игровые элементы, задавая рамку гибкой интерпретации. Чат-бот отвечает вариативными предложениями, предлагает альтернативные стилистические решения и адаптируется к заданному формату. Ключевой особенностью становится использование стратегий импровизации, метафоризации и адаптации стиля. В результате возникает эффект со-творчества, при котором граница между инструментальной и партнёрской ролью чат-бота становится подвижной. Итог выходит за пределы утилитарных задач и приобретает характер синергетического производства смыслов.

Эмоционально-рефлексивный сценарий возникает тогда, когда пользователь обращается к чат-боту в поисках поддержки, совета или пространства для осмысления собственных переживаний. Цели здесь смещаются от внешне-прагматических задач к внутреннему состоянию субъекта. Реплики пользователя включают элементы самораскрытия, оценочных суждений и поиска эмоционального резонанса. Чат-бот реагирует с опорой на компенсаторные стратегии: выражает сочувствие, предлагает переформулировку проблемы, стимулирует к саморефлексии через уточняющие вопросы или позитивные интерпретации. Такой сценарий демонстрирует возможность функционирования диалога как формы цифровой поддержки, способствующей снижению напряжённости и структурированию мыслей, несмотря на отсутствие у чат-бота собственных эмоций.

Игрово-развлекательный сценарий строится вокруг стремления пользователя получить удовольствие от самого процесса взаимодействия. Реплики включают юмористические или абсурдные элементы, задают ролевые ситуации или культурные аллюзии. Пользовательские стратегии носят явно игровую направленность, а чат-бот адаптируется, поддерживая выбранный

тон, подхватывая метафоры и участвуя в создании комического эффекта. Результатом становится не решение прагматической задачи, а производство нестандартного коммуникативного продукта, обладающего развлекательной ценностью. Этот сценарий иллюстрирует потенциал цифрового диалога как формы языковой игры, в которой значим сам процесс, а не утилитарный результат.

Исследовательско-провокативный сценарий формируется в ситуациях, когда пользователь проверяет границы возможностей чат-бота, ставя задачи с элементами парадокса, логического противоречия или намеренно усложнённого формата. Здесь цель взаимодействия заключается не в практическом результате, а в исследовании самой системы. Чат-бот реагирует компенсаторными стратегиями: извинениями, уточнениями, попытками восстановить связность диалога. В ряде случаев фиксируется переход к защитным формам поведения, направленным на стабилизацию взаимодействия. Такой сценарий демонстрирует асимметрию ролей: пользователь выступает в позиции исследователя и провокатора, а чат-бот – в роли реактивного агента, удерживающего коммуникацию в допустимых пределах. Итог варьируется от временной стабилизации до коммуникативного сбоя.

Каждый из сценариев репрезентирует устойчивую конфигурацию: типовую цель пользователя, характерную ответную установку чат-бота, применяемые стратегии и результат взаимодействия. Их описание показывает, что коммуникативное поведение обеих сторон не является произвольным, но организуется в функциональные паттерны, определяемые целями участников и доминирующей направленностью диалога. В совокупности эти сценарии образуют эмпирически подтверждённую модель управления целями и взаимной адаптации в цифровом диалоге. Методологически они выступают логической надстройкой над анализом целей, стратегий и копинг-стратегий,

проведённым на предыдущих этапах, а теоретически позволяют связать локальные речевые действия с глобальными стратегиями взаимодействия.

Значимость реконструированных сценариев выходит за пределы аналитического описания. Их чёткая структура и воспроизводимость позволяют использовать чат-бот в прикладных целях – от психолингвистической диагностики и оценки качества взаимодействия до проектирования интерфейсов и настройки систем с учётом коммуникативных предпочтений пользователей. Таким образом, предложенная модель базовых сценариев отражает два основных механизма цифрового диалога: управление целями и взаимную адаптацию. Она открывает возможности как для дальнейшего теоретического анализа, так и для практического применения в исследовательских, образовательных и технологических сферах.

Выводы по главе

Проведённый анализ позволил установить закономерности целеполагания и особенности речевого поведения пользователей и чат-бота в цифровом взаимодействии, а также зафиксировать характер используемых коммуникативных стратегий. Результаты показывают, что пользователи демонстрируют высокую адаптивность, гибко варьируя формы речевых действий в зависимости от целей, контекста и предполагаемых реакций собеседника. При этом цели взаимодействия выходят за рамки простого информационного запроса и включают организацию содержания, управление процессом, эмоциональную координацию и завершение коммуникации. Характерной тенденцией становится усложнение речевой структуры: наряду с директивными формулировками пользователи активно используют смягчённые конструкции, пояснения, уточнения, благодарственные и оценочные реплики, что указывает на стремление поддерживать кооперативную рамку общения даже в цифровом формате.

Наряду с коммуникативными стратегиями важную роль играют копинг-стратегии, активируемые в ответ на затруднения – неполное понимание, шаблонность ответа или логический сбой. В подобных случаях пользователи прибегают к переформулировке, уточнениям, пошаговому дроблению задания или эмоциональным обращениям к системе, демонстрируя развитые метакоммуникативные навыки. Аналогичные приёмы, хотя и в более ограниченной форме, проявляются и в репликах чат-бота: уточняющие вопросы, структурирование ответа по этапам, переосмысление запроса или предложение альтернативного решения. Это позволяет говорить о наличии у чат-бота определённого набора компенсаторных средств, направленных на удержание связности и логики диалога.

Наше исследование выявило фактический паритет между пользователем и чат-ботом в аспекте целей, коммуникативных стратегий и копинг-стратегий, применяемых в ходе взаимодействия. Если ранее предполагалось, что именно пользователь определяет траекторию общения, то способность чат-бота предлагать дальнейшие шаги и альтернативные пути выполнения задания позволяет рассматривать его как активного участника в управлении диалогом. И пользователь, и чат-бот демонстрируют широкий спектр речевых реализаций, включая стратегии компенсации и преодоления трудностей. Это отражает сдвиг в парадигме цифровой коммуникации – от линейной модели запроса и отклика к двусторонней конфигурации согласования целей и коммуникативных стратегий, что схематически представлено на рис. 1.

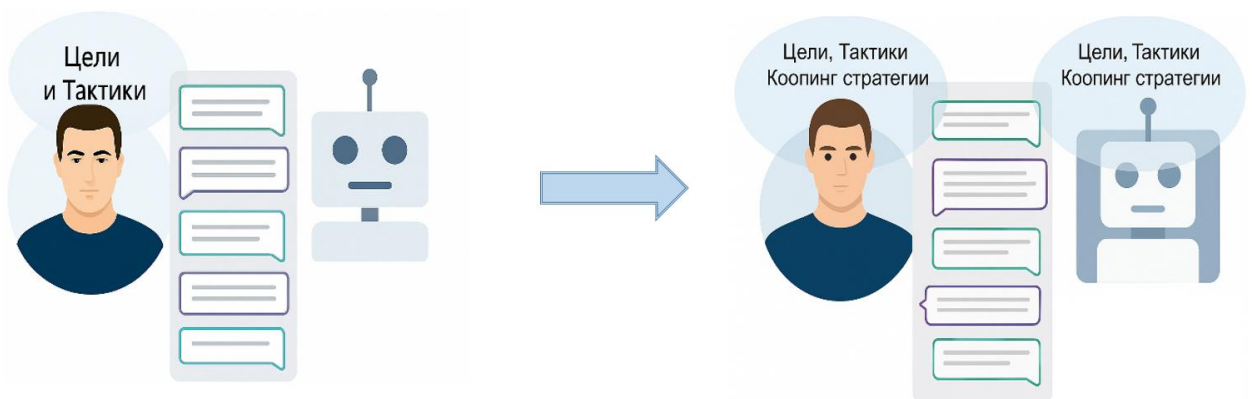


Рис. 1. Эволюция динамики взаимодействия: взаимное развертывание целей, коммуникативных и копинг-стратегий

Итоговые данные указывают на необходимость дальнейшего изучения феноменов симметрии и инициативности в человеко-машинной коммуникации, а также роли эмоционального восприятия, доверия и предсказуемости поведения ИИ в развитии продуктивной речевой кооперации. Обнаруженные закономерности могут стать теоретической основой для совершенствования психолингвистических моделей адаптивного взаимодействия.

Глава 4. Эмпирическое исследование влияния коммуникативных стратегий на эффективность взаимодействия с чат-ботами

4.1 Исследование эффективности взаимодействия с чат-ботом в рамках последовательного экспериментального дизайна (within-subjects)

Для анализа влияния различных коммуникативных стратегий на эффективность взаимодействия с чат-ботом был реализован эксперимент, основанный на последовательном (within-subjects) плане. Каждый участник принимал участие в двух условиях: в одном случае взаимодействие осуществлялось с применением одной из заданных стратегий, в другом – с использованием альтернативной. Интервал между двумя экспериментальными сессиями составлял от двух до четырёх дней. Применение последовательного плана позволило минимизировать влияние межиндивидуальной вариативности, поскольку каждый испытуемый рассматривался как собственный контроль (Charness et al., 2012). Такой подход обеспечивает повышение статистической мощности при ограниченных объёмах выборки и позволяет фиксировать даже минимальные сдвиги в оценках эффективности речевого взаимодействия в зависимости от используемой стратегии (Field, 2013). Вместе с тем данный дизайн сопряжён с рисками порядковых эффектов – утомления, адаптации, переноса стратегии, – что требует специальных процедур контроля, включая рандомизацию порядка предъявления условий и варьирование содержания экспериментальных заданий.

Участниками исследования стали 34 сотрудника компании «Технологии доверия» (15 мужчин и 19 женщин в возрасте от 25 до 36 лет; $M = 31.6$; $SD = 1.8$), профессионально занятые в сфере маркетинговых коммуникаций и обладающие опытом работы с рекламными и презентационными текстами. Эти респонденты не только регулярно применяли инструменты на основе ИИ (например, чат-боты и генераторы текста) в своей повседневной деятельности, но и имели развитые навыки целеполагания, стилистического редактирования и прагматической адаптации текста под задачу. Их профессиональная

подготовка и опыт в области создания и переработки текстового контента обеспечивали высокую валидность оценки как самого процесса взаимодействия с чат-ботом, так и качества получаемых текстов. Дополнительным фактором, усиливающим достоверность результатов, являлась их способность к осознанному использованию различных коммуникативных стратегий и стилей речевого поведения, что особенно важно при варьировании условий взаимодействия.

Вся коммуникация, связанная с организацией исследования, осуществлялась по электронной почте, а консультации и обучающие этапы частично проводились через видеосвязь (Zoom). Процедура включала два полноценных цикла взаимодействия с чат-ботом, каждый из которых состоял из обучающего и продуктивного этапов. На первом этапе респондент получал подробную инструкцию по использованию одной из двух заданных коммуникативных стратегий (персуазивной или кооперативной), а также примеры формулировок запросов и правила стилистической настройки обращения к чат-боту. Для закрепления материала участники выполняли тренировочное упражнение по переформулированию пяти нейтральных запросов, осваивая особенности речевого поведения в рамках соответствующей стратегии. После этого респонденты приступали к выполнению основного задания – ререйтинга текстов на основе собственных запросов, сформулированных в соответствии с изученной стратегией.

Для исключения эффекта порядка (order effects) варьировались как сами задания, так и последовательность применения коммуникативных стратегий. Всего в исследовании были использованы 10 текстовых кейсов, сбалансированных по тематике, жанру и уровню сложности. Эти кейсы отражали задачи из сферы маркетинговой деятельности компании: написание пресс-релиза к событию, создание анонса обучающего курса, подготовка имиджевого текста для видеоролика и др. В каждом случае требовалось переработать исходный текст с помощью чат-бота таким образом, чтобы

результат соответствовал жанровым и коммуникативным требованиям. При этом всё взаимодействие строилось в рамках строго заданной коммуникативной стратегии.

Для оценки эффективности взаимодействия с чат-ботом при использовании различных коммуникативных стратегий применялся оценочный лист, включавший двадцать параметров. Структура оценочного инструмента состояла из двух частей, каждая из которых была направлена на измерение различных аспектов взаимодействия между пользователем и чат-ботом.

Первая часть оценочного листа была основана на шкалах стандартизированного опросника Bot Usability Scale (BUS-15), предложенного Borsci et al. (2022). Она включала два блока: (1) шкалы, оценивающие воспринимаемое качество функциональных характеристик чат-бота (*perceived quality of the chatbot's functions*), и (2) шкалы, отражающие воспринимаемое качество диалога и предоставляемой информации (*perceived quality of conversation and provided information*). Эти показатели позволяли зафиксировать пользовательские впечатления от технической надёжности, когнитивного удобства и информационной релевантности взаимодействия.

Вторая часть оценочного листа включала шкалы, предназначенные для субъективной оценки информационно-структурных характеристик текста, сгенерированного чат-ботом в процессе ререйтинга. Эксперты оценивали тексты, опираясь на собственный профессиональный опыт работы с контентом и на восприятие того, насколько результат соответствовал требованиям, предъявляемым к переработанному рекламному материалу (Валгина, 2003).

В общей сложности оценочный лист включал 20 отдельных шкал, по каждой из которых эксперты выставляли оценки в диапазоне от 1 до 10 баллов. Такая процедура обеспечивала достаточную чувствительность к тонким

различиям между условиями и позволяла сохранять сопоставимость результатов для последующего статистического анализа.

Для подготовки к количественной обработке данные логов взаимодействия с чат-ботом и заполненные оценочные листы были предварительно структурированы в среде Microsoft Office Excel 2010. Статистический анализ осуществлялся с использованием программного пакета IBM SPSS Statistics 18.0. Для выявления статистически значимых различий в эффективности применения различных коммуникативных стратегий применялся критерий Вилкоксона для связанных выборок (Wilcoxon test for two related samples). Дополнительно, с целью выявления скрытых факторов, определяющих вариативность экспертных оценок, был проведён эксплораторный факторный анализ (Exploratory Factor Analysis, EFA), реализованный по следующей схеме: метод главных компонент (Principal Component Analysis, PCA) в качестве процедуры извлечения и варимакс-вращение по Кайзеру (Varimax with Kaiser Normalization) в качестве метода ортогонального преобразования.

В ходе эксперимента было собрано 68 полных логов взаимодействия пользователей с чат-ботом ChatGPT. На этапе предварительной верификации данных три случая были исключены из анализа вследствие зафиксированных отклонений от инструкций: в этих сессиях участники нарушили регламентированную коммуникативную стратегию или смешивали элементы различных стратегий, что делало невозможной интерпретацию их результатов в рамках заданных условий. Окончательная выборка для статистической обработки составила 65 логов, полностью соответствующих требованиям протокола.

Для обеспечения детального сравнения эффективности взаимодействия при использовании различных коммуникативных стратегий проверенные данные были структурированы в сводную таблицу. Помимо субъективных оценок, в анализ включались дополнительные объективные параметры: общее

количество символов, использованных в диалоге с чат-ботом, число символов в итоговом тексте после ререйтинга, а также количество итераций (взаимодействий по схеме «запрос – ответ»), потребовавшихся для завершения задания. Эти показатели позволяли зафиксировать как количественные различия в структуре взаимодействия, так и особенности динамики речевого обмена при использовании различных стратегий.

Для выявления статистически значимых различий между условиями был применён непараметрический критерий Вилкоксона для связанных выборок. Этот метод позволил установить наличие устойчивых различий между коммуникативными стратегиями в рамках последовательного дизайна, обеспечивая при этом контроль индивидуальных вариаций. Результаты сравнительного анализа представлены в таблице 8.

Таблица 8. Различия в эффективности взаимодействия с чат-ботом при использовании персуазивной и кооперативной стратегий

Показатели эффективности взаимодействия: характеристики диалога, качество текста после ререйтинга и удобство использования	Персуазивная стратегия	Кооперативная стратегия	Z
Длина диалога в знаках	8502	6037	-3,81*
Длина итогового текста в знаках	1847	2023	-3,27*
Количество итераций в диалоге	4,55	2,84	-3,89*
Корректность информации итогового текста	8,39	8,19	-2,45*
Полнота информации итогового текста	7,39	7,19	-2,45*
Ясность изложения итогового текста	8,19	8,26	-0,43
Гладкость итогового текста	8,32	8,10	-1,18
Завершённость итогового текста	7,81	7,58	-1,44
Цельность итогового текста	7,58	7,29	-2,25*
Предметная точность итогового текста	8,71	9,29	-3,15*
Понятийная точность итогового текста	8,90	9,29	-3,46*
Conversion Rate – степень соответствия текста ожиданиям	8,48	9,23	-3,62*

Работа с возражениями – адекватность коррекций	3,84	8,42	-4,91*
Субъективное ощущение от быстроты достижения цели	4,81	8,48	-4,92*
Когнитивная эмпатия – точность понимания чат-ботом потребностей пользователя	7,52	9,23	-5,10*
Взаимодействие с чат-ботом ощущалось как непрерывный разговор	4,61	8,52	-5,00*
Чат-бот отслеживал контекст сообщений	5,39	8,90	-4,90*
Ответы чат-бота можно было легко понять	6,19	9,42	-4,91*
Чат-бот понимал, чего я от него хочу, и помогал мне достичь цели	6,71	9,52	-5,20*
Чат-бот предоставлял мне соответствующий объём информации	6,48	9,42	-4,97*
Чат-бот предоставляет мне только ту информацию, которая мне нужна	6,39	9,32	-4,98*
Ответы чат-бота были точными	4,97	9,61	-4,94*
Время ожидания ответа от чат-бота было коротким	6,19	8,81	-4,95*

* Асимптотическая значимость: $p < 0,05$

Как следует из представленных данных, кооперативная коммуникативная стратегия демонстрировала выраженное преимущество по всем показателям удобства взаимодействия с чат-ботом. Пользователи, применявшие данную стратегию, оценивали диалог как более логичный, плавный, целостный и предсказуемый. Важно отметить, что кооперативная стратегия позволяла достигать желаемого результата в среднем за значительно меньшее число итераций, почти в два раза реже инициируя дополнительные уточнения. Именно это обстоятельство, вероятно, объясняет меньшую общую длину диалогов, зафиксированную при её использовании. При этом, несмотря на меньшую насыщенность взаимодействия, итоговые тексты, сгенерированные чат-ботом на основе кооперативных запросов, оказывались

существенно длиннее, чем в условиях персуазивной стратегии. Это может указывать на большую полноту и структурную завершённость полученных текстов, возникающих в рамках более развернутого и поддерживающего стиля коммуникации.

В то же время анализ качественных характеристик сгенерированного текста выявил ряд важных преимуществ персуазивной стратегии. Наиболее выраженные различия в её пользу наблюдались по таким параметрам, как связность (coherence), корректность (accuracy) и завершённость (completeness) информации. Эти результаты указывают на то, что при использовании персуазивной стратегии взаимодействие с чат-ботом становится более сфокусированным и направленным на получение чётких, точных и логически выстроенных текстов. Однако, несмотря на это, один из ключевых интегральных показателей текстовой эффективности – уровень соответствия текста целям пользователя (Conversion Rate) – оказался значительно выше именно при применении кооперативной стратегии. Это подчёркивает сложность однозначной оценки преимуществ каждой из стратегий и необходимость использования дополнительных методов анализа.

Полученные на данном этапе результаты оказались разнонаправленными, что указывает на наличие более глубоких различий в механизмах восприятия эффективности взаимодействия в зависимости от выбранной стратегии. Можно предположить, что субъективная оценка диалога с чат-ботом формируется на разных основаниях и когнитивных установках, активируемых в зависимости от типа стратегии. Для проверки этой гипотезы был проведён эксплораторный факторный анализ (Exploratory Factor Analysis, EFA), направленный на выявление латентных переменных, определяющих вариативность оценок эффективности взаимодействия. Факторизация выполнялась отдельно для данных, полученных при использовании персуазивной и кооперативной стратегий. В настоящем разделе представлены

результаты анализа, проведённого по данным персуазивной стратегии. Соответствующие итоги отражены в таблицах 9 и 10, а также на рисунке 2.

Таблица 9. Объяснённая дисперсия по главным компонентам

Начальные собственные значения (Initial Eigenvalues)				Суммы квадратов факторных нагрузок после вращения (Rotation Sums of Squared Loadings)		
Компонента	Собственное значение	% дисперсии	Кумулятивный %	Собственное значение	% дисперсии	Кумулятивный %
1	6,043	30,217	30,217	4,511	22,556	22,556
2	5,229	26,144	56,361	4,095	20,474	43,030
3	3,861	19,307	75,669	4,010	20,050	63,080
4	1,847	9,237	84,906	2,690	13,451	76,532
5	1,614	8,068	92,974	2,685	13,427	89,959
6	1,051	5,253	98,227	1,654	8,269	98,227

Метод извлечения: метод главных компонент (Principal Component Analysis)

Таблица 10. Матрица компонент после вращения

	Компонента					
	1	2	3	4	5	6
Время ожидания ответа от чат-бота было коротким	,966	,173	-,170			
Conversion Rate – степень соответствия текста ожиданиям	,883	,210		,262	-,190	-,258
Предметная точность итогового текста	,846		-,351	-,286	,169	,137
Ответы чат-бота можно было легко понять	,763	,584		-,228	-,138	
Чат-бот предоставляет мне только ту информацию, которая мне нужна	,215	,962	,139			
Чат-бот предоставлял мне соответствующий объём информации	,321	,903		,270		
Чат-бот отслеживал контекст сообщений	,603	,766		,211		
Понятийная точность итогового текста	,578	-,732	-,196	-,266		-,135
Цельность итогового текста	-,104		,954			-,250
Корректность информации итогового текста		,199	,918	,115	-,183	,222
Полнота информации итогового текста		,199	,918	,115	-,183	,222
Завершённость итогового текста	-,217	-,131	,794	-,420	,214	

Ясность изложения итогового текста	-,348		,585	,245	-,401	,535
Работа с возражениями – адекватность коррекций		,231	,131	,923	,189	-,183
Ответы чат-бота были точными		,607		,774	,118	
Чат-бот понимал, чего я от него хочу, и помогал мне достичь цели	-,386	-,317	-,306	,571	,445	,268
Взаимодействие с чат-ботом ощущалось как непрерывный разговор	-,198	,314	-,112	,339	,855	
Когнитивная эмпатия – точность понимания GPT потребностей пользователя	,442		-,303	-,199	,819	
Субъективное ощущение от быстроты достижения цели	-,251	-,275		,299	,815	-,245
Гладкость итогового текста		,106	,113	-,122		,956

Метод извлечения: анализ главных компонент (Principal Component Analysis)

Метод вращения: варимакс с нормализацией Кайзера (Varimax with Kaiser Normalization)

Вращение сошлось за 9 итераций

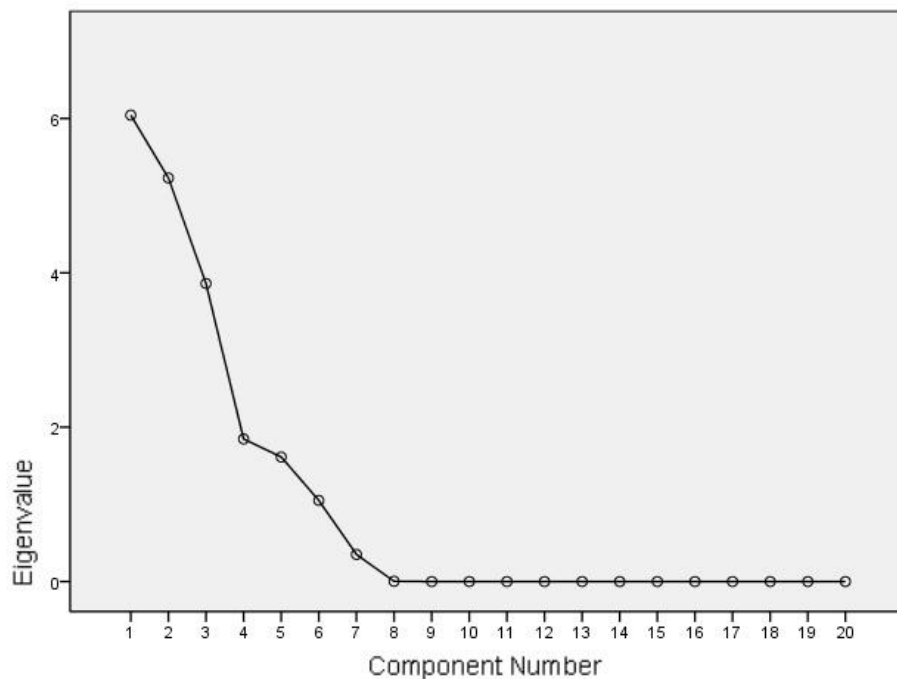


Рисунок 2. График осыпания (Scree Plot)

Согласно критерию «каменистой осыпи» (scree plot), предложенному Р. Кэттеллом, допустимым являлся выбор как трёхфакторного, так и шестифакторного решения для объяснения дисперсии данных. Однако применение критерия Кайзера, согласно которому сохраняются только те факторы, собственные значения (eigenvalues) которых превышают единицу,

однозначно указывало на обоснованность сохранения шести факторов. Это решение было принято как наиболее интерпретативное и статистически оправданное.

Интерпретация выделенных факторов показала, что каждый из них соответствует определённому аспекту субъективной оценки взаимодействия с чат-ботом. Первый фактор отражает интегральную характеристику скорости и точности достижения цели: он объединяет показатели, связанные с эффективностью взаимодействия в плане получения релевантного результата за минимальное число итераций. Второй фактор описывает объём и степень адекватности предоставленной информации в контексте задачи пользователя; сюда включались такие характеристики, как информативность, соответствие запроса и ответа, а также полнота раскрытия темы. Третий фактор связан с когерентностью, корректностью и завершённостью текста, то есть с его логической стройностью, грамматической и фактической точностью и полнотой передаваемой информации.

Четвёртый фактор отражает способность чат-бота адекватно реагировать на возражения пользователя как в содержательном, так и в коммуникативном отношении. Это включает умение признавать недочёты, уточнять предоставленную информацию и формулировать более релевантные ответы при возникновении критики. Пятый фактор описывает перцептивную целостность и эмпатичность взаимодействия, когда диалог воспринимается как непрерывное, поддерживающее и продуктивное общение. Сюда входят параметры, связанные с удобством диалога, ощущением внимания со стороны чат-бота и субъективной лёгкостью взаимодействия. Наконец, шестой фактор характеризует гладкость, структурированность и языковую ясность сгенерированных текстов, что напрямую влияет на воспринимаемое качество текста и общее удовлетворение от взаимодействия.

Таким образом, результаты факторного анализа позволяют предположить, что восприятие эффективности взаимодействия с чат-ботом в

условиях кооперативной стратегии определяется рядом скрытых переменных, каждая из которых отражает специфический аспект когнитивной или коммуникативной оценки. Итоговые данные представлены в таблицах 11 и 12, а также визуализированы на рисунке 3.

Таблица 11. Объяснённая общая дисперсия

Начальные собственные значения (Initial Eigenvalues)				Суммы квадратов факторных нагрузок после вращения (Rotation Sums of Squared Loadings)		
Компонента	Собственное значение	% дисперсии	Кумулятивный %	Собственное значение	% дисперсии	Кумулятивный %
1	7,422	37,109	37,109	5,480	27,398	27,398
2	4,648	23,240	60,350	4,436	22,179	49,577
3	3,614	18,069	78,419	3,898	19,492	69,068
4	1,857	9,285	87,704	3,236	16,178	85,246
5	1,298	6,489	94,193	1,789	8,946	94,193
6	7,422	37,109	37,109	5,480	27,398	27,398

Метод извлечения: метод главных компонент (Principal Component Analysis)

Таблица 12. Матрица компонент после вращения

	Компонента				
	1	2	3	4	5
2 Работа с возражениями – адекватность коррекций	,988				
2 Чат-бот предоставлял мне соответствующий объём информации	,988				
2 Чат-бот предоставляет мне только ту информацию, которая мне нужна	,812	-,533		,141	
2 Время ожидания ответа от чат-бота было коротким	,802	,263		-,406	,315
2 Ответы чат-бота были точными	,634		,609	,435	
2 Полнота информации итогового текста	,103	,898	-,155	-,173	,286
2 Корректность информации итогового текста	,103	,898	-,155	-,173	,286
2 Завершённость итогового текста	-,123	,878	-,138	-,161	-,367
2 Цельность итогового текста	-,106	,760	-,362	-,276	-,107

2 Взаимодействие с чат-ботом ощущалось как непрерывный разговор	,438	-,613	-,360		-,480
2 Понятийная точность итогового текста	-,101	-,210	,961		
2 Предметная точность итогового текста	-,101	-,210	,961		
2 Чат-бот отслеживал контекст сообщений	,574		,599	-,194	,500
2 Чат-бот понимал, чего я от него хочу, и помогал мне достичь цели	,401	-,500	,579	,476	
2 Ответы чат-бота можно было легко понять	,123	-,306	,296	,891	
2 Субъективное ощущение от быстроты достижения цели	,361	,155	,254	-,801	,367
2 Conversion Rate – степень соответствия текста ожиданиям	,579	-,363	-,345	,633	
2 Когнитивная эмпатия – точность понимания чат-ботом потребностей пользователя	,579	-,363	-,345	,633	
2 Гладкость итогового текста	-,150		-,516	-,398	,697
2 Ясность изложения итогового текста	-,486	-,124		-,124	-,501

Метод извлечения: анализ главных компонент (Principal Component Analysis)

Метод вращения: варимакс с нормализацией Кайзера (Varimax with Kaiser Normalization)

Вращение сошлось за 11 итераций

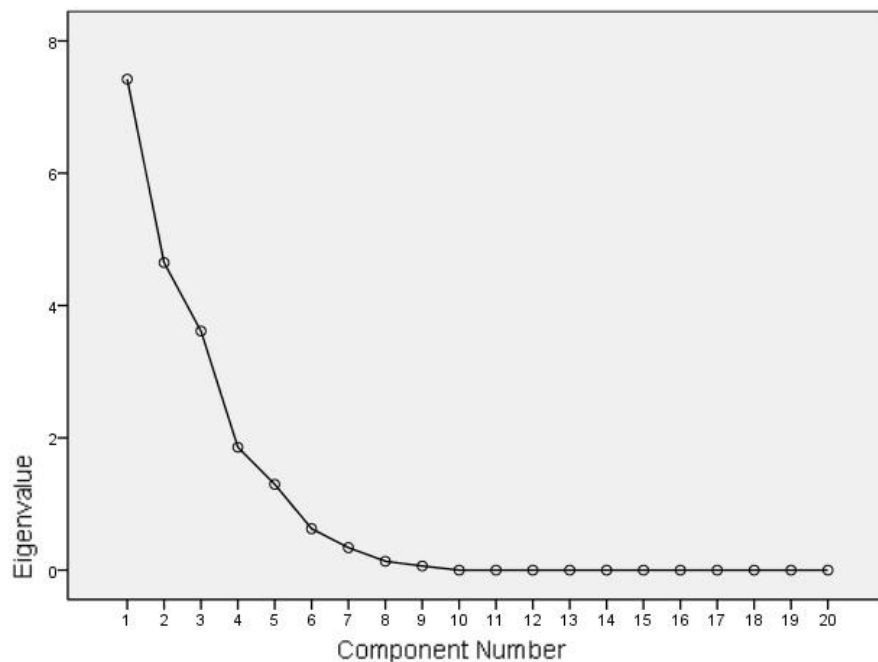


Рисунок 3. График осыпания (Scree Plot)

Согласно критерию «каменистой осыпи» (scree plot), предложенному Р. Кэттеллом, график собственных значений продемонстрировал два выраженных перегиба, что позволило рассматривать как трёхфакторное, так и

пятифакторное решение. Однако в соответствии с критерием Кайзера, предполагающим сохранение только тех факторов, чьи собственные значения (eigenvalues) превышают 1, оптимальным оказалось выделение пяти факторов.

Первый фактор отражает способность чат-бота адекватно реагировать на возражения, выраженные пользователем. Он объединяет индикаторы, связанные с корректной интерпретацией негативных или уточняющих реплик и соответствующей адаптацией стратегии ответа со стороны чат-бота.

Второй фактор отражает когерентность, точность и полноту информации, представленной в итоговом тексте. Он характеризует логическую связанность, семантическую завершённость и адекватность изложения с точки зрения раскрытия поставленной задачи.

Третий фактор связан с концептуальной и предметной точностью ответов чат-бота. Он включает соответствие используемых понятий исходной тематике запроса, корректность терминологического ряда и сохранение релевантного содержательного ядра.

Четвёртый фактор описывает ситуации, когда чат-бот правильно интерпретирует задачу и демонстрирует понимание контекста, однако достижение целевого результата требует значительного времени и большого числа итеративных обращений со стороны пользователя.

Пятый фактор отражает способность чат-бота отслеживать контекст взаимодействия и поддерживать непрерывность диалога. При этом, несмотря на общее ощущение последовательности и логического продвижения, подача информации могла восприниматься как недостаточно чёткая, а само взаимодействие – как отрывистое или прерывистое.

Таким образом, факторная структура оценок взаимодействия в условиях кооперативной стратегии выявляет иную по сравнению с персуазивной модель латентных детерминант, что позволяет говорить о специфике

пользовательского восприятия при различных типах коммуникативных стратегий.

Результаты анализа эффективности взаимодействия с чат-ботом в условиях применения различных коммуникативных стратегий выявили значимые различия как на уровне субъективного восприятия пользователями удобства общения, так и на уровне качества сгенерированных текстов. При сравнении кооперативной и персуазивной стратегий было установлено, что кооперативная стратегия обеспечивает более высокие оценки удобства взаимодействия: участники, применявшие данный тип стратегии, характеризовали процесс коммуникации с чат-ботом как более комфортный, логичный и предсказуемый. Эти результаты согласуются с данными предыдущих исследований, подчёркивающих значимость ощущения партнёрства и диалогической согласованности при взаимодействии с цифровыми агентами (Drouin et al., 2022; Lew & Walther, 2023; Ischen et al., 2020).

Однако зависимость качества сгенерированных текстов от выбранной коммуникативной стратегии не является линейной. По ряду показателей – в частности, по коэффициенту конверсии, длине итогового текста, а также концептуальной и предметной точности – преимущество демонстрировала кооперативная стратегия. В то же время по таким критериям, как когерентность, корректность и полнота информации, более высокие результаты достигались при использовании персуазивной стратегии. Такая разнонаправленность может указывать на множественность механизмов регуляции работы чат-бота, активируемых различными типами запросов, а также на особенности когнитивной интерпретации пользователями полученных ответов. Вероятно, при персуазивной стратегии запросы формулируются более чётко и директивно, что стимулирует чат-бот генерировать тексты с высокой внутренней логикой и завершённостью. Кооперативная стратегия, напротив, способствует более свободному и

содержательному развитию диалога, что позволяет создавать развернутые и потенциально более убедительные тексты.

Разрешение указанной неоднозначности было предпринято посредством проведения эксплораторного факторного анализа (Exploratory Factor Analysis, EFA), позволившего выявить латентные переменные, определяющие вариативность оценок в зависимости от типа стратегии. Для каждой стратегии факторные решения имели свои особенности. Так, при использовании персуазивной стратегии наибольшую долю дисперсии объяснял фактор, связанный со скоростью и точностью достижения цели. Это позволяет заключить, что в восприятии пользователей при директивной стратегии на первый план выходит прагматическая результативность: чем быстрее и точнее достигается поставленная цель, тем выше общая оценка взаимодействия. Второй по значимости фактор был связан с количеством и релевантностью информации, необходимой в контексте запроса, а третий – с когерентностью, корректностью и полнотой представленных данных. Остальные факторы отражали способность чат-бота к адаптации при возникновении возражений, восприятие диалога как связного и продуктивного, а также качество формулировок в плане гладкости и ясности текста.

При кооперативной стратегии, напротив, доминирующим становился фактор, отражающий способность чат-бота адекватно и корректно реагировать на возражения пользователя, что, вероятно, связано с более вариативной и эмпатически окрашенной природой взаимодействия. Второй фактор объединял когерентность, корректность и полноту итогового текста, третий – концептуальную точность и предметную релевантность, четвёртый – трудности достижения цели даже при правильном понимании запроса, а пятый – способность чат-бота отслеживать контекст и поддерживать согласованность диалога, несмотря на определённые затруднения в обеспечении стилистической целостности текста.

Таким образом, результаты факторного анализа указывают на различия в доминирующих оценочных основаниях при использовании различных коммуникативных стратегий. При персуазивной стратегии взаимодействие структурируется вокруг цели и прагматической результативности, тогда как при кооперативной – вокруг процесса, отзывчивости и динамики диалога. Это различие можно интерпретировать через призму когнитивных установок, формирующихся у пользователя при кратковременной активации определённого стиля общения. Предполагается, что такие установки направляют внимание респондента на отдельные параметры взаимодействия, задают фокус восприятия и определяют траекторию последующей интерпретации поведения чат-бота.

Более того, следует учитывать потенциальное влияние выбора стратегии на эмоционально-когнитивное состояние пользователя. Персуазивная стратегия, будучи директивной и результатфоориентированной, может провоцировать рост эмоционального напряжения, особенно в ситуациях, когда чат-бот демонстрирует непоследовательность, затруднения в понимании или неоптимальные формулировки. В подобных случаях взаимодействие нередко воспринимается пользователем как «борьба» за контроль над ситуацией, что увеличивает когнитивную нагрузку и снижает удовлетворённость. Кооперативная стратегия, напротив, может выступать в качестве буфера, поддерживающего ощущение партнёрства, вовлечённости и взаимопонимания. Она способствует формированию позитивной установки на диалог, снижает барьеры, повышает уверенность в собственных коммуникативных действиях и улучшает общее эмоциональное восприятие взаимодействия. Это, в свою очередь, положительно отражается как на восприятии процесса, так и на оценке результата коммуникации.

С этих позиций становится очевидным, что выбор стратегии общения с чат-ботом – это не просто вариация формулировок, а значимый когнитивный и эмоциональный модус взаимодействия, формирующий как структуру диалога,

так и субъективное восприятие его результативности. Полученные данные подчёркивают необходимость дальнейшего изучения стратегической настройки взаимодействия с чат-ботами, в том числе с учётом персональных и контекстуальных факторов, влияющих на выбор и эффективность стратегии. В перспективе такие исследования могут стать основой для разработки более адаптивных систем, чувствительных к целям пользователя и эмоциональному контексту, способных поддерживать сложные сценарии общения и повышать качество взаимодействия в самых разных сферах – от образования до терапевтической поддержки.

Таким образом, проведённое исследование позволило выявить не только различия в восприятии и результативности взаимодействия с чат-ботом в зависимости от применяемой коммуникативной стратегии, но и специфику формирования пользовательских установок и речевых предпочтений при коротком предварительном обучении. Полученные данные показали, что кооперативная стратегия обеспечила более высокую субъективную удовлетворённость взаимодействием: она снижает напряжение, упрощает процесс диалогового обмена и усиливает ощущение партнёрской коммуникации. В то же время персуазивная стратегия, ориентированная на точную и целенаправленную постановку задач, продемонстрировала преимущество по ряду объективных параметров качества текста, включая связность, корректность и полноту информации. Это противоречие подчёркивает многоаспектность критериев оценки эффективности взаимодействия с чат-ботами и необходимость дифференцированного подхода к выбору стратегии в зависимости от целей и задач пользователя.

Факторные решения, полученные для каждой из стратегий, подтвердили различия в когнитивной структуре восприятия взаимодействия. При использовании персуазивной стратегии пользователи акцентировали внимание на оперативности достижения цели, жёсткости требований к полноте и корректности информации, а также на результативности текста. В

случае кооперативной стратегии, напротив, приоритетом становились точность понимания, реакция чат-бота на возражения, отслеживание хода диалога и общее ощущение плавности коммуникации. Эти различия отражают не просто вариацию формулировок запроса, а целостные модели речевого поведения, формирующиеся на основе краткого инструктажа и воспроизводимые в диалоге с чат-ботом.

С практической точки зрения это означает, что выбор коммуникативной стратегии при взаимодействии с чат-ботом должен быть осознанным и учитывать как особенности решаемых задач (например, ререйтинг, генерация рекламного текста, уточнение информации), так и желаемые характеристики взаимодействия (гибкость, эмоциональный комфорт, скорость, качество результата и др.). Персуазивная стратегия может быть наиболее эффективной в ситуациях, требующих максимальной результативности и минимизации числа итераций, однако она сопровождается большей когнитивной нагрузкой и повышенным риском возникновения коммуникативных сбоев. Кооперативная стратегия, напротив, оказывается более пригодной в условиях неопределённости, при необходимости выстраивания доверительного диалога и пошагового уточнения задачи.

4.2 Исследование эффективности взаимодействия с чат-ботом в рамках параллельного экспериментального дизайна (between-subjects)

В продолжение эмпирической части исследования был реализован второй эксперимент, основанный на параллельном (between-subjects) плане. В отличие от последовательного дизайна, описанного ранее, параллельная схема предполагала, что каждый участник взаимодействует с чат-ботом только в рамках одной заранее заданной коммуникативной стратегии. Такое проектирование позволяло исключить эффект переноса стратегий между условиями, а также более точно воспроизвести типичные сценарии профессиональной коммуникации, где пользователь, как правило,

придерживается одного стиля речевого поведения на протяжении всей сессии (Cozby & Bates, 2018).

Методологическая обоснованность выбора параллельного плана связана с его способностью фиксировать устойчивые различия в эффективности взаимодействия между группами, различающимися только по ключевому варьируемому фактору – используемой коммуникативной стратегии. Вместе с тем данный подход чувствителен к межиндивидуальной вариативности, включая различия в уровне речевой и прагматической компетентности, когнитивной гибкости, опыте взаимодействия с чат-ботами и степени мотивационной вовлечённости. Для снижения влияния этих факторов были предусмотрены процедуры предварительного отбора, позволившие сформировать экспериментальные группы, сопоставимые по релевантным параметрам.

Эксперимент проводился в дистанционном формате с использованием платформ Zoom и Skype. Участники случайным образом распределялись по одной из трёх экспериментальных групп, каждая из которых работала в рамках одной коммуникативной стратегии: кооперативной, информативной или персуазивной. Основной задачей было выполнение ререйтинга текстового материала с опорой на соответствующую стратегическую установку, при этом смена стратегии в ходе сессии исключалась. Такое ограничение обеспечивало чистоту варьирования независимой переменной и позволяло с высокой степенью достоверности интерпретировать выявленные различия как результат воздействия исследуемого фактора.

Предварительный этап включал телефонную беседу, в ходе которой определялась релевантность участия респондента в исследовании: уточнялось, имеет ли он опыт использования чат-бота в учебной или профессиональной деятельности, а также готовность следовать установленной процедуре. После подтверждения согласия и прохождения отбора участникам предлагалось пройти основную экспериментальную сессию, состоявшую из четырёх этапов.

На первом этапе испытуемому разъяснялись особенности и преимущества одной конкретной коммуникативной стратегии, которая должна была использоваться при формулировании запросов к чат-боту. Участник получал устные инструкции и примеры реализации выбранного стиля взаимодействия. На втором этапе он переходил к адаптации собственных запросов в соответствии с указанной стратегией: в среднем формулировалось от трёх до шести запросов, в зависимости от их точности и уместности. Если запросы не соответствовали заданной стратегии, проводилась краткая корректирующая сессия с дополнительными разъяснениями и повторной формулировкой.

Третий этап включал основное задание по рерайтингу рекламного текста с использованием сформулированных запросов. В основе задания лежала практическая задача, связанная с маркетинговой деятельностью: составление коммерческого предложения, подготовка пресс-релиза, создание рекламного описания продукта или услуги и др. Всего использовалось девять сценариев заданий, сбалансированных по уровню сложности, объёму и тематике. В качестве примеров можно отметить составление предложения по стратегии цифровой трансформации, написание технического описания системы облачного хранения данных или создание привлекательного текста для видеопрезентации учебного курса.

Четвёртый этап завершал экспериментальную сессию: участник самостоятельно заполнял лист оценки, фиксируя субъективное восприятие удобства взаимодействия с чат-ботом, а также качество полученного текста. Общая длительность каждой сессии варьировалась от 11 до 23 минут. Все текстовые логи, включая сформулированные запросы, ответы чат-бота и финальные версии переработанных текстов, передавались организаторам исследования по электронной почте для последующей обработки.

Общее количество потенциальных участников составило 215 человек, из которых 148 дали согласие на участие, и 132 полностью завершили все этапы

процедуры. В итоговую выборку вошли 84 женщины и 48 мужчин в возрасте от 22 до 29 лет ($M = 24$; $SD = 1.9$). Структура выборки отражала разнообразие профессионального и образовательного фона респондентов: 83 человека являлись студентами магистерской программы «Маркетинговое управление» Института отраслевого менеджмента РАНХиГС, а 35 – сотрудниками отдела маркетинга компании ООО «ВегаГрупп». Таким образом, все участники обладали либо академическим, либо практическим опытом в области маркетинга и работы с текстами, что позволяло им осознанно и адекватно взаимодействовать с чат-ботом, а также содержательно оценивать эффективность коммуникативной стратегии.

Оценочный инструментарий включал специально разработанный лист экспертной оценки, состоявший из двадцати шкал, каждая из которых оценивалась по 10-балльной системе. Первая часть шкал представляла собой адаптированную версию двух блоков опросника BUS-15 (Borsci et al., 2022), включающих показатели воспринимаемого качества функций чат-бота и воспринимаемого качества диалога и представленной информации. Вторая часть шкал была предназначена для субъективной оценки информационно-структурных характеристик текста, созданного в процессе рерайтинга, и разрабатывалась на основе текстовой теории и положений психосемантического анализа (Валгина, 2003). В дополнение к шкальным оценкам для каждой экспериментальной сессии фиксировались такие параметры, как общая продолжительность диалога, количество итераций, а также длина текста в знаках и словах.

Дополнительно осуществлялся расчёт психолингвистических характеристик текста с использованием внешнего сервиса, основанного на модели GPT. Всего анализировалось 28 показателей, включающих частотные, структурные и риторико-семантические характеристики, традиционно применяемые в маркетинговой практике для оценки текстовой эффективности (Валгина, 2003).

Для подготовки к статистической обработке данные логов взаимодействия с чат-ботом и заполненные участниками оценочные листы были предварительно приведены к стандартизированному формату в среде Microsoft Office Excel 2010. Статистический анализ осуществлялся с использованием программного пакета IBM SPSS Statistics версии 18.0. Для оценки различий в эффективности взаимодействия при использовании различных коммуникативных стратегий применялся критерий Крускала–Уоллиса (Kruskal–Wallis H test) для трёх независимых выборок. Для проверки наличия устойчивого монотонного тренда в изменении оценок в зависимости от используемой стратегии использовался тест Джонкхиера–Терпсты (Jonckheere–Terpstra test). С целью выявления скрытых факторов, лежащих в основе вариативности экспертных оценок, был проведён эксплораторный факторный анализ (Exploratory Factor Analysis, EFA), включавший метод главных компонент (Principal Component Analysis, PCA) в качестве процедуры извлечения и варимакс-вращение с нормализацией по Кайзеру (Varimax with Kaiser Normalization) в качестве метода ортогонального преобразования.

В ходе реализации параллельного эксперимента было собрано 132 лога взаимодействия пользователей с чат-ботом ChatGPT, полученных в условиях применения трёх различных коммуникативных стратегий. На первом этапе обработки данных проводилась верификация соблюдения участниками экспериментальных инструкций. В результате этого этапа 14 логов были исключены из дальнейшего анализа, поскольку содержали отклонения от предписанных параметров речевого поведения, то есть фиксировались случаи нарушения условия использования строго определённой коммуникативной стратегии. Оставшиеся 118 логов распределились следующим образом: 40 соответствовали кооперативной стратегии взаимодействия, 42 – информативной стратегии и 36 – персуазивной стратегии.

Для оценки различий между тремя экспериментальными группами в показателях эффективности взаимодействия с чат-ботом использовался

непараметрический критерий Крускала–Уоллиса (Kruskal–Wallis H test), который позволял выявить статистически значимые различия в распределении значений между группами. Дополнительно для анализа направленных изменений и проверки гипотезы о наличии монотонных трендов в порядковых данных был применён тест Джонкхиера–Терпсты (Jonckheere–Terpstra test), отличающийся высокой чувствительностью к последовательным сдвигам показателей. Результаты обоих тестов представлены в таблице 13 и служат основой для последующего анализа влияния различных коммуникативных стратегий на качество взаимодействия и субъективное восприятие чат-бота.

Таблица 13. Различия в эффективности взаимодействия с чат-ботом при использовании кооперативной, информативной и персуазивной стратегий

Показатели	Кооперативная	Информативная	Персуазивная	Хи-квадрат Крускала-Уоллиса	Асимпт. знч. (двухсторонняя)	Нормированная статистика Джонкхиера-Терпстра	Асимпт. знч. (двухсторонняя)	Тренд
Продолжительность сессии	2.88	4.23	5.65	21.69	.00	4.59	.00	↑
Количество итераций в диалоге	2.73	3.26	5.47	19.61	.00	4.27	.00	↑
Корректность информации итогового текста	8.80	9.10	9.17	2.94	.23	1.55	.12	
Полнота информации итогового текста	8.60	8.81	9.00	2.48	.29	1.48	.14	
Ясность изложения итогового текста	9.20	9.17	8.56	8.19	.02	-2.44	.01	↑
Гладкость итогового текста	8.60	9.02	8.86	3.87	.14	1.26	.21	
Завершенность итогового текста	8.25	8.57	8.75	12.98	.00	2.23	.03	↑
Цельность итогового текста	8.33	9.00	8.67	8.34	.02	1.51	.13	
Предметная точность итогового текста	9.48	9.29	9.22	2.84	.24	-1.67	.10	
Понятийная точность итогового текста	9.55	9.31	9.31	3.32	.19	-1.77	.08	
Conversion Rate	9.38	8.98	8.86	7.55	.02	-2.46	.01	↓
Работа с возражениями	9.10	8.07	6.58	27.04	.00	-5.46	.00	↓
Субъективное ощущение от быстроты достижения цели	8.93	8.31	6.50	32.87	.00	-5.68	.00	↓
Когнитивная эмпатия	9.23	8.38	7.14	42.17	.00	-6.71	.00	↓
Взаимодействие с чат-ботом ощущалось как непрерывный разговор	9.30	8.52	6.89	21.62	.00	-4.69	.00	↓
Чат-бот отслеживал контекст сообщений	9.23	9.07	7.11	29.49	.00	-4.72	.00	↓
Ответы чат-бота можно было легко понять	9.45	9.33	7.61	34.74	.00	-4.96	.00	↓

Чат-бот понимал, чего я от него хочу. и помогал мне достичь моей цели	9.33	8.36	7.19	35.24	.00	-6.01	.00	↓
Чат-бот предоставлял мне соответствующий объем информации	9.53	9.07	8.08	29.29	.00	-5.13	.00	↓
Чат-бот предоставляет мне только ту информацию, которая мне нужна	9.15	8.02	7.17	28.85	.00	-5.47	.00	↓
Ответы чат-бота были точными	9.38	8.10	6.67	47.83	.00	-7.13	.00	↓
Время ожидания ответа от чат-бота было коротким	9.28	8.71	8.11	11.91	.00	-3.39	.00	↓
Длина диалога в словах	2.28	2.55	3.51	12.25	.00	3.57	.00	↑
Длина диалога в знаках	2.10	2.45	3.34	14.03	.00	3.79	.00	↑
Уровень абстрактности лексики	5.50	6.33	5.64	5.84	.05	.15	.88	
Обилие терминов	5.08	7.55	7.69	21.95	.00	2.17	.03	↑
Использование неологизмов и жаргонизмов	2.45	3.14	2.72	3.47	.18	1.82	.07	
Синтаксическая правильность	9.28	9.21	9.14	1.77	.41	-1.33	.18	
Индекс удобочитаемости	6.04	5.18	5.49	2.01	.37	-.93	.35	
Средняя длина слов	4.10	4.16	3.73	.81	.67	-.38	.70	
Средняя длина предложений	4.00	3.58	3.76	.39	.82	-.04	.97	
Количество предложений	5.38	5.47	4.32	6.47	.04	-1.90	.06	
Коэффициент Трейгера (КТ)	5.24	4.05	5.66	15.40	.00	1.07	.28	
Коэффициенты опредмеченности действия (КОД)	4.90	4.53	5.57	4.93	.09	1.37	.17	
Коэффициент директивности (КД)	1.60	1.43	1.79	5.07	.08	1.79	.07	
Тема-рематическое отношение	2.32	2.07	2.04	1.61	.45	1.25	.21	
Ассертивы	8.70	6.92	6.47	5.00	.08	-2.11	.03	↓
Директивы	4.03	2.12	2.06	15.17	.00	-3.98	.00	↓
Комиссивы	1.10	1.10	1.33	.70	.70	.47	.64	
Декларативы	1.83	1.19	1.81	6.11	.05	-.48	.63	
Экспрессивы	1.93	1.24	1.14	8.46	.01	-2.76	.01	↓
Лексическая неоднозначность	2.73	3.48	3.11	4.04	.13	1.86	.06	
Корректность информации	8.00	8.71	8.83	21.11	.00	4.22	.00	↑
Полнота информации	7.58	8.02	7.56	10.33	.01	-.09	.93	
Ясность изложения	8.48	7.84	7.69	28.43	.00	-4.28	.00	↓
Гладкость	7.45	7.55	8.00	7.96	.02	2.62	.01	↑
Полнота изложения	7.35	7.76	7.58	7.00	.03	1.34	.18	
Завершенность	8.08	8.83	8.36	16.45	.00	1.19	.24	
Показатели частотности слов	6.48	6.33	6.22	4.10	.13	-1.96	.05	
Сложность синтаксических конструкций	5.88	6.17	6.28	8.24	.02	2.78	.01	↑
Цельность	7.83	8.18	8.22	15.35	.00	2.07	.04	↑
Семантико-синтаксического соответствия	8.18	8.26	8.14	.55	.76	-.05	.96	
Семантическая полнота высказывания	7.70	8.45	7.50	28.69	.00	-1.00	.32	

Стратегии

Критерии

Красный фон – $p < 0,05$, ↑ - восходящий тренд, ↓- нисходящий тренд, красный шрифт – показатели, по которым $p < 0,05$, но тренд отсутствует

Сравнительный анализ трёх коммуникативных стратегий взаимодействия с чат-ботом (кооперативной, информативной и персуазивной)

позволил выявить статистически значимые различия по 33 показателям. При этом по 11 параметрам зафиксированы устойчивые восходящие тренды, тогда как по 16 – нисходящие. В частности, переход от кооперативной стратегии к информативной, а затем к персуазивной сопровождается увеличением длительности диалоговой сессии, количества итераций, объёма текста взаимодействия (в словах и символах). Эти изменения, вероятно, обусловлены усложнением речевых форм, возрастанием аргументации и детализированным обсуждением темы, типичными для персуазивной стратегии.

На фоне этого роста фиксируется повышение таких параметров, как ясность, завершённость и цельность итогового текста, а также корректность информации и гладкость (флюентность) изложения. Эти показатели указывают на то, что в рамках персуазивной стратегии активизируется стремление к логически организованному, структурированному и максимально точному представлению информации. Однако одновременно отмечается обратная динамика по ряду других характеристик, связанных с восприятием текста и взаимодействия со стороны пользователя. Так, наблюдается значительное снижение Conversion Rate (отношения успешных переформулировок к числу итераций), субъективного ощущения быстроты достижения цели, плавности хода диалога и восприятия контекстуальной осведомлённости чат-бота.

Также фиксируется снижение эффективности работы с возражениями и показателей когнитивной эмпатии. Можно предположить, что акцент на строгой структурности, характерный для персуазивной стратегии, ограничивает гибкость и адаптивность реакций чат-бота. Дополнительно отмечается падение параметров точности и ясности вследствие более сложных и насыщенных формулировок, которые требуют от пользователя дополнительных когнитивных усилий для адекватного восприятия. Снижение ассертивности, директивности и экспрессивности, а также увеличение времени ожидания ответа указывает на тенденцию к уменьшению активности и эмоциональной выразительности со стороны чат-бота.

Для семи показателей были зафиксированы статистически значимые различия между группами, однако без выраженного линейного тренда. Информативная стратегия акцентирует внимание на полноте и формальной организованности информации при меньшей ориентации на пользовательские ожидания и без выраженной направленности на убеждение. В частности, информативная стратегия способствует повышению цельности текста, увеличению числа предложений, росту доли декларативных конструкций и семантической завершённости высказываний. Вместе с тем отмечается снижение гибкости, скорости реагирования и плавности речевого взаимодействия, а также уменьшение коэффициента Трейгера (КТ), что указывает на падение связности и последовательности диалога. В совокупности результаты позволяют охарактеризовать данную стратегию как формализованную и рационально-нейтральную: она ориентирована на объективность, но остаётся менее доступной для восприятия и менее диалогичной по своей структуре.

Зафиксированные тренды, по-видимому, отражают изменение степени доминантности и направленности коммуникативного воздействия по мере перехода от кооперативной к информативной, а затем к персуазивной стратегии. Вместе с тем выявленная специфика взаимодействия в рамках информативной стратегии указывает на возможное присутствие дополнительных скрытых переменных, опосредующих восприятие и эффективность взаимодействия. Для их выявления был проведён эксплораторный факторный анализ, направленный на определение латентных факторов, лежащих в основе вариативности показателей взаимодействия с чат-ботом. Результаты факторного анализа для персуазивной стратегии представлены в таблице 14 и на рисунке 4.

Таблица 14. Общая дисперсия

Суммы квадратов нагрузок вращения
Rotation Sums of Squared Loadings

Компонента Component	Итого Total	% Дисперсии % of Variance	Кумулятивный % Cumulative %
-------------------------	----------------	------------------------------	--------------------------------

1	11.56	21.81	21.81
2	5.38	10.16	31.97
3	3.85	7.27	39.25
4	3.51	6.62	45.86
5	2.62	4.94	50.81
6	2.33	4.40	55.21
7	1.98	3.74	58.95
8	1.82	3.43	62.38
9	1.60	3.02	65.40
10	1.57	2.96	68.36
11	1.31	2.47	70.83
12	1.15	2.16	73.00
13	1.13	2.13	75.12
14	1.02	1.93	77.05

Extraction Method: Principal Component Analysis
(Метод отбора: Анализ главных компонентов).

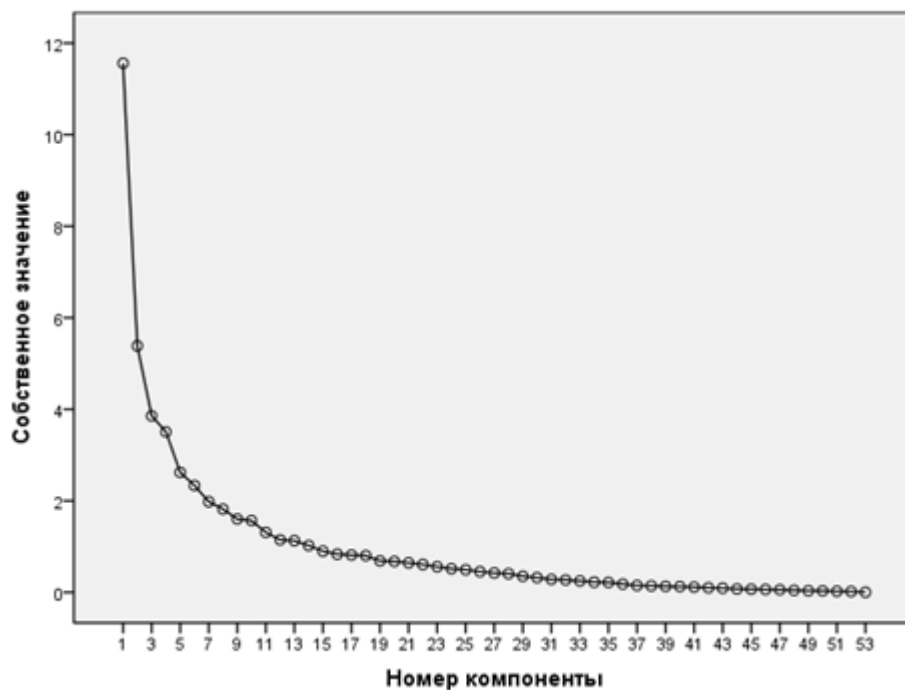


Рисунок 4. График собственных значений

Для определения оптимального числа факторов, объясняющих дисперсионную структуру данных, был применён графический метод «каменистой осыпи» (scree plot), предложенный Р. Кеттеллом. Кривая собственных значений продемонстрировала два выраженных перегиба, что позволило рассматривать как четырёхфакторное, так и десятифакторное решение. Дополнительно был использован критерий Кайзера, согласно которому сохраняются только те компоненты, чьи собственные значения

превышают единицу. В результате выявлено 14 факторов, удовлетворяющих данному условию.

Тем не менее, начиная с пятого фактора фиксируется резкое снижение доли объяснённой дисперсии, что указывает на маргинальный вклад последующих компонентов в общую структуру латентных переменных. Исходя из этого, а также для обеспечения интерпретируемости и компактности модели, в дальнейшем анализе были сохранены первые четыре фактора. Подробные данные о распределении нагрузок и вкладе отдельных показателей в структуру каждого фактора приведены в таблице 15.

Таблица 15. Матрица повернутых компонент

Чат-бот отслеживал контекст сообщений	.926	.140	-.122	.143
Ответы чат-бота были точными	.907		-.227	
Ответы чат-бота можно было легко понять	.871	.230	-.132	
Субъективное ощущение от скорости достижения цели	.866		-.239	.143
Взаимодействие с чат-ботом ощущалось как непрерывный разговор	.860	.194		
Работа с возражениями	.839		-.101	.135
Чат-бот понимал, чего я от него хочу, и помогал мне достичь моей цели	.834		-.335	
Чат-бот предоставлял мне соответствующий объем информации	.825	.324	.169	
Когнитивная эмпатия	.819		-.314	
Чат-бот предоставляет мне только ту информацию, которая мне нужна	.757	.217		-.140
Время ожидания ответа от чат-бота было коротким	.691	.368	.314	
Conversion Rate	.591	.350	-.259	-.114
Понятийная точность итогового текста	.298	.796	.111	-.139
Предметная точность итогового текста	.339	.777	.128	
Полнота информации итогового текста	.137	.721	.104	.285
Завершенность итогового текста	.104	.718		.190
Корректность информации итогового текста		.692		
Ясность изложения итогового текста	.396	.688	-.248	
Гладкость итогового текста	.100	.601	-.288	.121
Длина диалога в знаках	-.285		.913	
Длина диалога в словах	-.293		.900	
Количество итераций в диалоге	-.437	.147	.776	-.140
Продолжительность сессии	-.174		.499	
Полнота изложения	.100			.755
Полнота информации	.158			.737
Цельность		.267		.714
Завершенность			.349	.697

Семантическая полнота высказывания	.146			.675
Корректность информации	-.144	.107		.489
Синтаксическая правильность		-.118		
Уровень абстрактности лексики				
Использование неологизмов и жаргонизмов	-.242	-.350	-.187	
Средняя длина предложений	.171			
Средняя длина слов	-.173		-.158	-.134
Количество предложений	.288		.260	.129
Ясность изложения			-.283	-.108
Директивы	.162	-.197		
Обилие терминов	-.234	-.176		
Декларативы	-.115	-.119	-.180	
Экспрессивы	.144	-.103		
Коэффициенты опредмеченности действия (КОД)	-.168			
Коэффициент Трейгера (КТ)				
Комиссивы				
Коэффициент директивности (КД)	-.112			
Семантико-синтаксического соответствия	-.110		-.114	.263
Сложность синтаксических конструкций		-.111	.154	.122
Индекс удобочитаемости				
Тема-рематическое отношение	-.107	-.173		.114
Гладкость	-.312	-.216	-.135	
Показатели частотности слов			-.150	.199
Лексическая неоднозначность	-.242	-.210	-.149	
Ассертивы	.275	.128		
Цельность итогового текста		.368		.431

Метод выделения: Анализ методом главных компонент.

Метод вращения: Варимакс с нормализацией Кайзера.

Вращение сошло за 12 итераций.

На основании проведённого факторного анализа были выделены четыре значимых фактора, репрезентирующих ключевые измерения эффективности взаимодействия с чат-ботом при реализации различных коммуникативных стратегий.

Первый фактор – «Качество взаимодействия и поддержка пользователя в диалоге» – объединяет характеристики, определяющие восприятие коммуникации как комфортной и результативной. Вклад в этот фактор вносят показатели контекстуальной точности, лёгкости восприятия, когнитивной эмпатии со стороны чат-бота, а также высокий уровень результативности (Conversion Rate). Таким образом, фактор отражает степень сопровождения

пользователя в процессе диалога, способность чат-бота поддерживать связное и целенаправленное взаимодействие, а также воспринимаемую гибкость и адаптивность в учёте индивидуальных запросов.

Второй фактор – «Удовлетворённость пользователя качеством итогового текста» – отражает субъективные оценки результата ререйтинга. В его структуру входят показатели точности, завершённости и ясности текста, соответствия содержания требованиям пользователя, а также параметры структурной организованности и удобства восприятия итогового материала. Таким образом, данный фактор характеризует воспринимаемое качество текста как конечного продукта взаимодействия.

Третий фактор – «Продолжительность и объём диалога» – объединяет характеристики, описывающие длительность и насыщенность взаимодействия. Вклад в этот фактор вносят количество итераций, общий объём текста (в словах и символах), а также продолжительность сессии. Он фиксирует степень развернутости обмена информацией и глубины взаимодействия, возникающих в зависимости от выбранной коммуникативной стратегии.

Четвёртый фактор – «Содержательная и семантическая завершённость текста» – объединяет показатели полноты, цельности, корректности и логичности итогового текста. Он отражает, в какой мере текст воспринимается как структурно завершённый, внутренне согласованный и адекватно передающий исходную информацию. Данный фактор акцентирует информативность и целостность продукта взаимодействия, придавая результатам работы с чат-ботом характеристики высокой содержательной завершённости.

Для всех четырёх факторов были рассчитаны агрегированные переменные, на основе которых определены средние значения и стандартные отклонения по каждой из коммуникативных стратегий. Для наглядного представления различий были построены графики со стандартными отклонениями, представленные на рисунках 5–8.

Рисунок 5 демонстрирует последовательное снижение качества взаимодействия и поддержки пользователя по мере перехода от кооперативной стратегии к информативной, а затем к персуазивной. При этом наблюдается также увеличение разброса данных, что указывает на большую вариативность пользовательских оценок при менее кооперативных форматах.

Рисунок 6 отражает рост удовлетворённости качеством итогового текста при переходе от кооперативной к информативной и далее к персуазивной стратегии. При этом уровень разброса остаётся примерно равным, что свидетельствует о большей однородности восприятия финального текста вне зависимости от применяемой стратегии

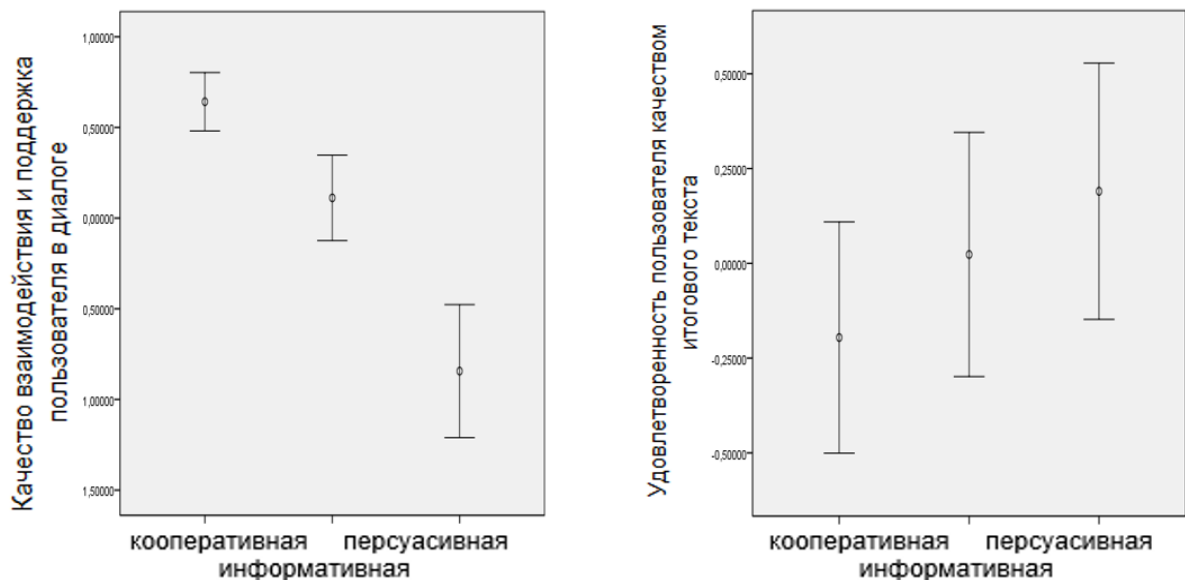


Рисунок 5. Стандартные отклонения для качества взаимодействия и поддержки пользователей в диалоге в трех коммуникативных тактиках.

Рисунок 6. Стандартные отклонения для удовлетворенности пользователя качеством итогового текста в трех коммуникативных тактиках.

Рисунок 7 иллюстрирует динамику показателя «Продолжительность и объём диалога» в зависимости от применяемой коммуникативной стратегии. Данный показатель демонстрирует восходящий тренд: при переходе от кооперативной к информативной и далее к персуазивной стратегии наблюдается нарастающее увеличение длительности сессий, объёма текстов и

числа итераций. При этом существенно возрастает разброс значений при использовании персуазивной стратегии, что может указывать на более высокую вариативность взаимодействия в этом формате – от кратких целенаправленных обращений до длинных и разветвлённых диалогов.

Рисунок 8 демонстрирует различия между коммуникативными стратегиями по фактору «Содержательная и семантическая завершённость текста», основанному на психолингвистических характеристиках сгенерированных ответов. Наиболее высокие значения данного показателя зафиксированы при использовании информативной стратегии, что позволяет предположить: ориентация на передачу полной, логически выстроенной и объективной информации способствует достижению высокого уровня текстовой завершённости. Второе место по уровню данного показателя занимает персуазивная стратегия, а наименьшие значения наблюдаются при использовании кооперативной. Вероятно, это связано с тем, что кооперативная стратегия акцентирует внимание не на полноте и логичности текста, а на диалогичности и адаптивности взаимодействия, что снижает формальную структурированность финального результата.

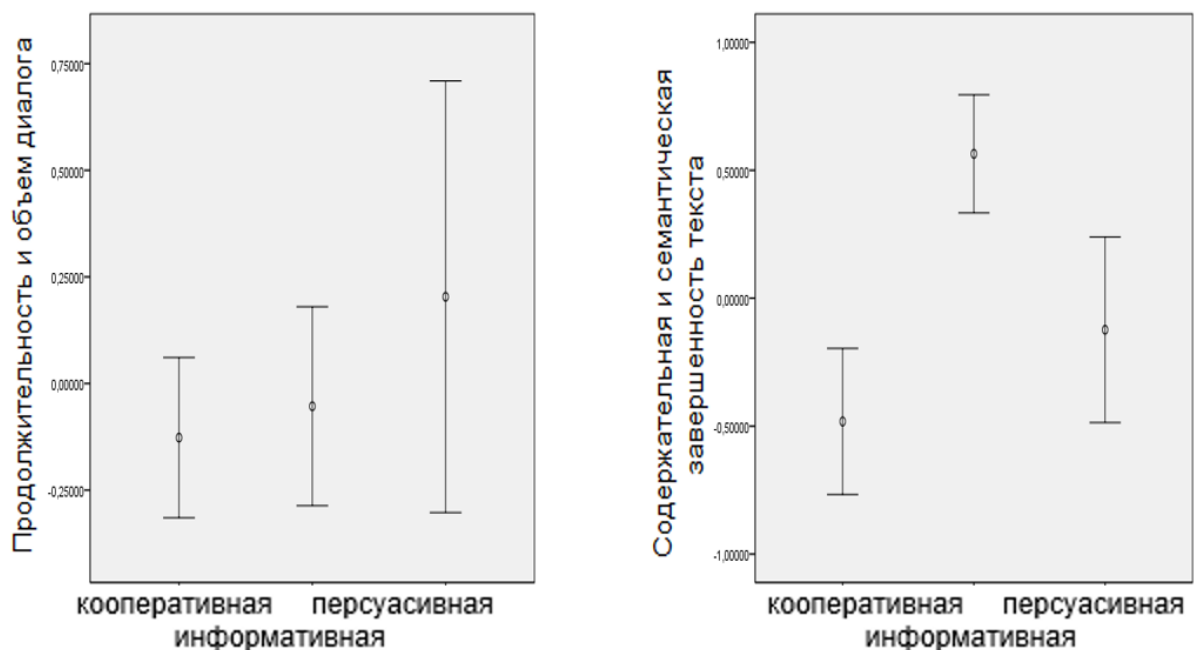


Рисунок 7. Стандартные отклонения для продолжительности и объема диалога в трех коммуникативных стратегиях.

Рисунок 8. Стандартные отклонения для содержательной и семантической завершенности текста в трех коммуникативных стратегиях.

Таким образом, пространственное расположение трёх коммуникативных стратегий взаимодействия с чат-ботом в системе координат, заданной первыми четырьмя факторами, подтвердило наличие выраженного нисходящего тренда по показателю субъективного качества взаимодействия и уровня пользовательской поддержки при переходе от кооперативной стратегии к информативной и далее к персуазивной. Кроме того, два дополнительных нисходящих тренда прослеживались по направлениям удовлетворённости качеством итогового текста и продолжительности сессии, что указывает на общую тенденцию снижения комфортности и эффективности восприятия по мере усиления прагматической направленности коммуникации.

В то же время полученные результаты продемонстрировали специфическую роль информативной коммуникативной стратегии: она характеризуется наибольшими значениями по четвёртому фактору – содержательной и семантической завершенности текста после ререйтинга. Это позволяет рассматривать информативную стратегию как самостоятельную конфигурацию взаимодействия, обеспечивающую логическую полноту и структурную цельность сгенерированного материала, несмотря на менее благоприятные показатели по другим факторам.

Сопоставление трёх коммуникативных стратегий взаимодействия с чат-ботом – кооперативной, информативной и персуазивной – позволило выявить как общие тенденции, так и специфические характеристики, определяющие эффективность взаимодействия и особенности получаемых текстов. В частности, сравнительный анализ кооперативной и персуазивной стратегий показал, что на уровне субъективного восприятия пользователей

кооперативная стратегия делает коммуникацию с чат-ботом более комфортным, интуитивно понятным и эмоционально привлекательным. Этот результат согласуется с выводами предшествующих исследований, посвящённых восприятию положительного опыта взаимодействия с чат-ботами, где подчёркивается значимость диалогической гибкости, снижения когнитивной нагрузки и эмоциональной вовлечённости как факторов, повышающих удовлетворённость пользователя (Drouin, 2022; Fanning, 2024).

Тем не менее, субъективные оценки качества текста, полученного в результате ререйтинга, не продемонстрировали однозначной зависимости от типа применяемой коммуникативной стратегии. Так, по ряду показателей (например, ясность, завершённость, логическая цельность, когерентность и точность информации) тексты, сгенерированные в рамках персуазивной стратегии, оцениваются как более качественные, несмотря на менее комфортное взаимодействие. Это несоответствие может быть частично объяснено особенностями когнитивного восприятия чат-ботов как «чужих» или атипичных коммуникативных партнёров, что приводит к амбивалентным и противоречивым оценкам: одновременной фиксации высоких результативных характеристик при сниженной субъективной поддержке (Cuayáhuatl, 2019).

Полученные результаты продемонстрировали, что выбор коммуникативной стратегии оказывает многоуровневое влияние как на структуру и динамику диалога, так и на конечные свойства текста. Кооперативная стратегия способствует выстраиванию гибкой и отзывчивой коммуникации, обеспечивает краткость диалога, быструю реакцию чат-бота и высокий уровень адаптации к формулировке запроса. Персуазивная стратегия, напротив, инициирует более протяжённые и насыщенные по структуре диалоги, требующие значительного числа итераций и временных затрат, но приводящие к созданию более логично организованных, завершённых и убедительных текстов. Информативная стратегия обеспечивает структурность

и полноту содержательной информации, но демонстрирует менее высокие показатели плавности диалога и восприятия поддержки со стороны чат-бота.

Содержательный анализ латентных факторов, выявленных в ходе факторного анализа, позволил уточнить специфику каждой коммуникативной стратегии. Первый фактор – качество взаимодействия и поддержка пользователя – оказался наиболее выраженным при использовании кооперативной стратегии, что подчёркивает её эффективность в задачах, где важны эмпатия, гибкость и контекстуальная чувствительность. Второй фактор – удовлетворённость качеством итогового текста – продемонстрировал устойчивую положительную динамику при переходе от кооперативной к персуазивной стратегии, фиксируя приоритет точности, завершённости и логичности для пользователей, решающих более сложные или формализованные задачи. Третий фактор – продолжительность и объём взаимодействия – отразил рост параметров длины и насыщенности диалога при персуазивной стратегии, что может указывать на большую глубину проработки запроса, но также и на рост когнитивной нагрузки. Четвёртый фактор – содержательная и семантическая завершённость текста – наиболее ярко выражен при использовании информативной стратегии, подтверждая её высокую результативность в ситуациях, требующих точного, логически связного и нейтрального изложения информации.

Таким образом, каждая из трёх коммуникативных стратегий взаимодействия с чат-ботом обладает собственным набором преимуществ и ограничений. Кооперативная стратегия обеспечивает эмоциональный комфорт, гибкость и быструю адаптацию чат-бота к пользовательским запросам, что делает её особенно эффективной в контекстах технической поддержки, консультирования и сервисных коммуникаций. Информативная стратегия демонстрирует наивысшие показатели по содержательной и структурной целостности ответа, что делает её релевантной для задач, связанных с образованием, академическим консультированием и

информационными запросами. Персуазивная стратегия, в свою очередь, обеспечивает наиболее убедительные, завершённые и формально выверенные тексты, но требует больших когнитивных усилий от пользователя и может снижать субъективное ощущение диалогической поддержки. Она оказывается наиболее продуктивной в маркетинговых и презентационных задачах, где ключевыми являются аргументированность и сила убеждения.

Следует подчеркнуть, что выбор коммуникативной стратегии при взаимодействии с чат-ботом оказывает различное влияние на эмоциональное и когнитивное состояние пользователя. Персуазивная стратегия, ориентированная на достижение цели и строгую структурность изложения, способна провоцировать рост напряжения или фрустрации, особенно в ситуациях, когда пользователь воспринимает недостаток гибкости и необходимость «борьбы» за контроль над ходом диалога. Кооперативная стратегия, напротив, способствует снижению коммуникативной напряжённости, укреплению уверенности в собственных возможностях и формированию ощущения партнёрства, что в итоге положительно отражается на психологическом состоянии пользователя и повышает субъективное качество опыта взаимодействия.

Будущее развитие диалоговых систем на базе искусственного интеллекта в значительной степени определяется расширением их способности к гибкой адаптации под эмоциональное состояние и коммуникативные ожидания пользователя. Совершенствование алгоритмов распознавания интонационных, лексических и поведенческих маркеров эмоций, а также внедрение адаптивных сценариев реагирования создаёт предпосылки для формирования более интуитивных и чувствительных к контексту интерфейсов (Kooli, 2023). Это, в свою очередь, открывает новые перспективы углублённой интеграции чат-ботов в повседневную коммуникацию и способствует повышению эффективности взаимодействия в самых разных областях – от образования до персонализированных цифровых сервисов.

Проведённое исследование показало, что выбор коммуникативной стратегии при взаимодействии с чат-ботом на базе искусственного интеллекта оказывает многоуровневое влияние как на характеристики диалога, так и на свойства итогового текста. Кооперативная стратегия обеспечивает наибольший комфорт, гибкость и контекстуальную адаптивность, что делает её особенно результативной в ситуациях, где приоритетными являются поддержка, эмпатия и быстрое ориентирование в запросе. Персуазивная стратегия, напротив, способствует формированию наиболее завершённых, логичных и убедительных текстов, однако требует увеличенного времени взаимодействия, большего числа итераций и может снижать субъективное ощущение поддержки. Информативная стратегия ориентирована на полноту, структурность и объективность информации, но сопровождается снижением плавности диалога и коммуникативной гибкости, что ограничивает её эффективность в задачах, требующих адаптивности и высокой диалогической чувствительности.

4.3 Сопоставление результатов последовательного и параллельного планов исследования

Настоящее исследование было реализовано в двух форматах – с использованием последовательного и параллельного экспериментальных планов, что обеспечило возможность многомерного анализа эффективности взаимодействия с чат-ботом на базе искусственного интеллекта при варьировании коммуникативных стратегий. Такое различие в дизайне позволило не только зафиксировать воспроизводимость ключевых эффектов, но и выявить параметры, чувствительные к условиям задания, ролевой установке и характеру когнитивной нагрузки.

Сравнительный анализ данных, собранных в различных экспериментальных контекстах, позволил более детально определить, какие аспекты успешного взаимодействия с чат-ботом на базе искусственного интеллекта обладают устойчивостью вне зависимости от условий, а какие

проявляются ситуативно – в зависимости от конфигурации задания и формы предъявления речевой задачи.

Ключевое различие между двумя экспериментальными планами заключалось в способе предъявления коммуникативных стратегий: в последовательном плане каждый участник выполнял задание дважды – с опорой на две различные стратегии. Такой формат обеспечивал возможность фиксировать индивидуальные различия в восприятии и анализировать внутриличностные механизмы оценки. Кроме того, последовательный дизайн позволял более точно контролировать фоновые переменные и сопоставлять условия в пределах одного когнитивного профиля.

В параллельном плане каждая группа участников взаимодействовала с чат-ботом только в рамках одной коммуникативной стратегии. Такой формат приближен к типичному сценарию реального использования диалоговой системы, когда пользователь обращается к ней однократно и не имеет возможности сопоставлять разные варианты взаимодействия. Вместе с тем данный дизайн усиливает влияние межиндивидуальной вариативности – как когнитивной, так и коммуникативной, – что необходимо учитывать при интерпретации выявленных различий между условиями.

Каждый из экспериментальных планов предоставляет специфические исследовательские возможности. Последовательный дизайн позволяет проследить динамику восприятия в условиях прямого сравнения и выявить латентные эффекты ролевой активности и метапознавательной оценки. Параллельный дизайн, напротив, фиксирует «естественную» реакцию пользователя на конкретную коммуникативную стратегию в изоляции от альтернативных сценариев. Сопоставление этих планов обеспечивает более целостное понимание факторов, определяющих эффективность диалога с чат-ботом, и позволяет реконструировать как устойчивые, так и контекстно обусловленные характеристики успешного взаимодействия.

Сопоставление данных, полученных в рамках последовательного и параллельного дизайнов исследования, позволило выделить как устойчивые

эффекты применения различных коммуникативных стратегий, так и эффекты, чувствительные к типу экспериментального предъявления. В анализ включались три группы показателей: (1) параметры хода взаимодействия (продолжительность сессии, количество итераций, объём диалога в словах и символах); (2) оценки качества итогового текста (корректность, полнота и ясность информации, гладкость и завершённость изложения, цельность и понятийная точность); (3) показатели субъективного восприятия (ощущение быстроты достижения цели, когнитивная эмпатия, восприятие диалога как непрерывного разговора и др.).

Проверка устойчивости эффектов

На данном этапе исследования было проверено, сохраняется ли характер влияния коммуникативных стратегий чат-бота – персуазивной (persuasive) и кооперативной (cooperative) – при переходе от последовательного внутригруппового (within-subjects) к параллельному межгрупповому (between-subjects) экспериментальному плану.

В первом, последовательном эксперименте, сравнение коммуникативных стратегий проводилось на одной и той же выборке респондентов; анализ включал 24 показателя, характеризующие эффективность взаимодействия с чат-ботом и качество итоговых текстов после ререйтинга. Во втором, параллельном эксперименте, использовались независимые выборки, а батарея метрик была расширена до 53; из них 24 полностью совпадали с показателями первого исследования, что обеспечило возможность их прямого сопоставления.

Алгоритм включал четыре последовательных шага:

1. Определение направленности эффектов.

Для каждого из 24 общих показателей вычислялась разность (или отношение) значений между стратегиями. Знак этой разности фиксировал, какая стратегия – персуазивная или кооперативная – демонстрирует преимущество.

2. Оценка статистической значимости.

Для каждого показателя в обеих схемах проверялось, достигает ли разница уровня значимости $\alpha = 0,05$.

3. Сопоставление направленностей.

Сравнивались знаки эффектов:

- а) по всей совокупности из 24 метрик (общая тенденция);
- б) по подмножеству метрик, где различия достоверны в обоих планах (значимые эффекты).

4. Количественная оценка согласованности.

Рассчитывались два взаимодополняющих индикатора:

- а) Процент совпадений направленности с 95 % биномиальным доверительным интервалом:

$$\text{Percent Agreement} = \frac{N_{\text{всего}}}{N_{\text{совпадений}}} \times 100\%,$$

где $N_{\text{совпадений}}$ – число метрик, по которым направление различий одинаково, $N_{\text{всего}}$ – общее число сопоставляемых метрик (24).

- б) Коэффициент согласия Каппа Коэна (Cohen's κ) для трёх-категориального распределения («положительный эффект», «отрицательный эффект», «отсутствие значимого эффекта»):

$$\kappa = \frac{P_o - P_e}{1 - P_e},$$

где P_o – наблюдаемая доля совпадений;
 P_e – ожидаемая доля совпадений при случайном распределении.

Интерпретация по Landis & Koch (1977):

$\kappa < 0$ – нет согласия; 0,00-0,20 – слабое; 0,21-0,40 – умеренное; 0,41-0,60 – удовлетворительное; 0,61-0,80 – хорошее (субстанциональное); 0,81-1,00 – почти полное.

Такой двухуровневый подход позволяет одновременно оценить, во-первых, общую воспроизводимость направленных трендов между коммуникативными стратегиями, и, во-вторых, устойчивость только тех

эффектов, которые достигают статистической значимости в обоих экспериментальных планах.

Сравнительный анализ направленности различий между условиями взаимодействия пользователя с чат-ботом при последовательном экспериментальном плане и при параллельном экспериментальном плане показал высокую степень согласованности. Так, совпадение направленности эффектов зафиксировано по 23 из 24 исследуемых показателей эффективности, что составляет 95,8% (95% доверительный интервал: 78,9–99,9%, по биномиальной модели). Эти данные свидетельствуют о воспроизводимости выявленных эффектов вне зависимости от типа экспериментального плана и позволяют утверждать, что большинство изменений, фиксируемых при варьировании коммуникативных стратегий, демонстрируют устойчивую направленность как в условиях последовательного, так и параллельного исследования.

Если рассматривать только те показатели, по которым различия оказались статистически значимыми в обоих экспериментальных планах, степень совпадения направленности сохраняется на высоком уровне: в 16 из 24 случаев (66,7%) направление значимых различий полностью совпадает. При этом рассчитанный коэффициент согласия Каппа Коэна составил $\kappa = 0.63$, что соответствует уровню умеренного–высокого согласия между результатами двух экспериментальных планов (по общепринятой интерпретации: 0.61–0.80 – субстанциальное согласие).

Таким образом, можно заключить, что основные поведенческие и когнитивные изменения, возникающие в результате использования различных коммуникативных стратегий в диалоге с чат-ботом, проявляются с высокой степенью стабильности как в последовательном, так и в параллельном планах. Это подтверждает надёжность и обобщаемость эмпирических эффектов, зафиксированных в исследовании, и усиливает аргументы в пользу валидности предложенной модели оценки эффективности взаимодействия.

Сравнение структур факторов и показателей

Важным этапом анализа стала проверка устойчивости выделенных факторных структур, описывающих ключевые измерения эффективности взаимодействия с чат-ботом при использовании персуазивной коммуникативной стратегии. Основная цель заключалась в том, чтобы установить, сохраняется ли содержательная конфигурация факторов при переходе от последовательного к параллельному экспериментальному плану. Для этого была проведена формализованная процедура сопоставления двух факторных моделей, построенных по результатам соответствующих исследований, с последующей количественной оценкой семантической близости между выделенными латентными компонентами.

В рамках анализа каждая пара факторов из моделей, построенных на данных последовательного и параллельного экспериментальных планов, сопоставлялась по смысловому соответствию на основе экспертной интерпретации и корреляции профилей нагрузок. Степень совпадения содержания факторов выражалась коэффициентом в диапазоне от 0 до 1. Особое внимание уделялось случаям, когда значения превышали порог 0,85, что интерпретировалось как показатель высокой семантической согласованности.

Экспертная оценка семантической близости между факторами базировалась на анализе индикаторов (переменных) с наибольшими нагрузками, их обобщающих смыслов, а также функциональной роли фактора в структуре взаимодействия. Сравнение факторов осуществлялось по следующему алгоритму:

1. Сравнение ядерных индикаторов. Анализировались переменные, формирующие «ядро» каждого фактора (обычно с нагрузками $\geq 0,4-0,5$). Задавался вопрос: насколько близки по содержанию ключевые индикаторы фактора А (персуазивная стратегия, последовательный план) и фактора А (персуазивная стратегия, параллельный план)? Например, если в одном факторе доминируют показатели «точность ответа», «понятийная

релевантность», «уверенность формулировки», а в другом – «корректность терминов», «ясность подачи», «однозначность смысла», эксперт делает вывод о высокой смысловой близости, так как все переменные описывают информационную точность и понятность ответа.

2. Оценка обобщающего смыслового поля. Определялась функция фактора: что именно он описывает – когнитивный результат, поведенческую адаптацию, эмоциональный тон, структурные свойства текста и т. д. Ставился вопрос: принадлежат ли оба фактора к одному классу характеристик? Например, если один фактор отражает эмоциональную вовлечённость («теплота», «отклик на эмоции»), а другой – когнитивную релевантность («точность», «обоснованность»), даже при формальном пересечении отдельных индикаторов они оценивались как семантически различающиеся.

3. Определение уровня абстракции. Уточнялось, не является ли один фактор частным случаем другого и находятся ли они на сопоставимом уровне обобщения. Например, если один фактор описывает «структурированность и плавность текста», а другой – «когерентность, точность и завершённость», эксперт заключает, что второй включает первый, но имеет более широкий охват, и выставляет оценку умеренного соответствия.

4. Вывод по шкале близости. На основе этих рассуждений фиксировался коэффициент от 0 до 1: 1 – высокая степень совпадения (совпадают как по ядру, так и по функциональной роли); 0,5 – частичное совпадение (общая тематика или пересечение по нескольким индикаторам); 0 – различие по содержанию и уровню обобщения.

Сравнение позволило выявить устойчивые к изменению экспериментального дизайна содержательные ядра, отражающие ключевые аспекты взаимодействия – от целевой результативности до когерентности текста и эмпатической направленности отклика. Таким образом, зафиксированная согласованность факторных структур служит дополнительным подтверждением стабильности психосемантической модели

оценки эффективности коммуникации с чат-ботом, независимо от типа используемого экспериментального плана.

Для персуазивной коммуникативной стратегии были получены значения семантической близости между факторами, построенными в рамках последовательного и параллельного экспериментальных планов. Результаты представлены в таблице 16.

Таблица 16. Сходство факторов при разных экспериментальных планах (персуазивная стратегия)

	Between_ 1	Between_ 2	Between_ 3	Between_ 4	Between_ 5	Between_ 6	Between_ 7	Between_ 8
Within_ 1	0.95	0.60	0.40	0.10	0.20	0.30	0.10	0.20
Within_ 2	0.50	0.90	0.80	0.20	0.10	0.30	0.20	0.30
Within_ 3	0.40	0.70	0.95	0.30	0.20	0.20	0.30	0.40
Within_ 4	0.60	0.40	0.30	0.20	0.80	0.40	0.10	0.30
Within_ 5	0.40	0.50	0.40	0.30	0.30	0.90	0.20	0.40
Within_ 6	0.50	0.70	0.50	0.30	0.20	0.40	0.60	0.70

Факторы, выделенные при использовании параллельного экспериментального плана

- Within_1: Интегральная скорость и точность достижения цели
- Within_2: Информативность и адекватность ответа
- Within_3: Когерентность, точность, завершённость

- Within_4: Работа с возражениями
- Within_5: Эмпатичность и перцептивная целостность
- Within_6: Языковая гладкость и структурированность

Факторы, выделенные при использовании последовательного экспериментального плана

- Between_1: Целевая эффективность и лаконичность
- Between_2: Информативность и полнота
- Between_3: Содержательная целостность и точность
- Between_4: Сложность и стилистическое разнообразие
- Between_5: Побуждающий и многоуровневый стиль
- Between_6: Эмоциональная вовлеченность и направленность
- Between_7: Сложный синтаксис при простой лексике
- Between_8: Глубина и логичность диалога

Ключевые устойчивые соответствия:

- Within_1 ↔ Between_1 → 0.95
- Within_2 ↔ Between_2 / Between_3 → 0.90 / 0.80
- Within_3 ↔ Between_3 → 0.95
- Within_4 ↔ Between_5 → 0.80
- Within_5 ↔ Between_6 → 0.90
- Within_6 ↔ Between_7 / 8 → 0.60 / 0.70

Значения ≥ 0.85 высокая степень смыслового совпадения факторов.

Опишем полученные соответствия подробно:

Соответствие 1:

Фактор Within_1: Интегральная характеристика скорости и точности достижения цели

Фактор Between_1: Целевая эффективность и лаконичность взаимодействия

Сходство: 0.95

Оба фактора объединяют показатели, связанные с быстротой, точностью и краткостью достижения цели. В обоих случаях ключевыми являются:

- минимальное количество итераций,
- релевантность и точность ответа,
- высокая адаптивность к цели пользователя.

Это полное концептуальное соответствие – оба фактора описывают эффективность и результативность взаимодействия при экономии ресурсов (времени, длины диалога).

Соответствие 2:

Within_2: Объём и степень адекватности информации

Between_2: Информативное качество и оперативность подачи

Between_3: Содержательная целостность и точность

Сходство: 0.90 / 0.80

Фактор в последовательном плане отражает информативность, полноту и релевантность ответов – это перекликается сразу с двумя факторами из параллельной модели:

- Between_2 фокусируется на качестве и полноте информации при высокой скорости подачи.
- Between_3 усиливает акцент на логической завершённости, точности и семантической связности.

Фактор Within_2 покрывает семантическую зону, частично разделённую в параллельной модели на два аспекта: информативность и структурная полнота. В совокупности это устойчивое соответствие.

Соответствие 3:

Within_3: Когерентность, корректность и завершённость текста

Between_3: Содержательная целостность и точность

Сходство: 0.95

Оба фактора направлены на оценку:

- логической стройности текста,
- грамматической и смысловой точности,
- завершённости и внутренней связности высказываний.

Полное семантическое совпадение. Эти факторы описывают высокое качество текстовой продукции, с акцентом на её связность и завершённость.

Соответствие 4:

Within_4: Адекватная реакция на возражения
Between_5: Сложность и обязательность коммуникации с акцентом на побуждение

Сходство: 0.80

Фактор Within_4 описывает способность чат-бота:

- признавать ошибки,
- реагировать на критику,
- переформулировать ответы под контраргументы.

Фактор Between_5 включает в себя:

- директивность,
- комиссивность (обязательства),
- сложность структуры и побуждающий стиль.

Хотя Between_5 шире по охвату, оба фактора отражают переход к более проактивной, регулирующей и адаптивной форме коммуникации, в которой учитывается мнение и реакция пользователя. Это частичное, но значимое соответствие.

Соответствие 5:

Within_5: Перцептивная целостность и эмпатичность взаимодействия

Between_6: Целенаправленность и экспрессивность взаимодействия

Сходство: 0.90

Оба фактора описывают:

- субъективную целостность коммуникации,
- эмоциональную окрашенность диалога,
- вовлечённость пользователя,
- ощущение внимания и персонализации.

Факторы совпадают по акценту на эмоциональный комфорт, экспрессивность и перцептивную слитность взаимодействия. Это сильное соответствие.

Соответствие 6:

Within_6: Гладкость, структурированность и языковая ясность текста

Between_7: Сложный синтаксис + простая лексика

Between_8: Логичность и глубина диалога

Сходство: 0.60 / 0.70

Фактор Within_6 ориентирован на:

- лингвистическую ясность,
- структурную упорядоченность,
- воспринимаемое качество текста.

Between_7 и 8 описывают:

- сложность синтаксиса и упрощённость лексики,
- логическую развернутость и завершённость,
- усилие при восприятии текста.

Это частичное соответствие: все три фактора затрагивают формальные и лингвистические параметры текста, но с разным фокусом (ясность vs. сложность и глубина).

Несмотря на различия в планах эксперимента, последовательная и параллельная факторные структуры продемонстрировали устойчивое семантическое ядро: эффективность, информативность, связность, адаптивность, эмпатичность, лингвистическое оформление. Это указывает на воспроизводимость ключевых характеристик успешного взаимодействия с чат-ботом при использовании персуазивной коммуникативной стратегии.

Таким образом, для углублённой оценки устойчивости латентных структур, полученных при реализации персуазивной коммуникативной стратегии в рамках различных экспериментальных планов, был проведён подробный семантический анализ факторов, выделенных в последовательной и параллельной моделях. Сравнение проводилось по шести основным компонентам, реплицированным в обеих моделях, с учётом как содержательной близости, так и функциональной роли факторов.

Первое соответствие было установлено между фактором «Интегральная скорость и точность достижения цели» (последовательный план, Фактор 1) и компонентом «Целевая эффективность и лаконичность взаимодействия» (параллельный план, Фактор 1). Оба фактора описывают высокую результативность взаимодействия при минимальных издержках – таких как число итераций, объём текста и время, необходимое для достижения цели. Это соответствие можно отнести к полным концептуальным совпадениям, отражающим общее ядро коммуникативной стратегии – направленность на эффективную коммуникацию.

Второе сопоставление выявило соответствие между фактором «Объём и степень адекватности информации» (последовательный план, Фактор 2) и двумя компонентами параллельной модели – «Информативное качество» (Фактор 2) и «Содержательная целостность» (Фактор 3). Фактор, выделенный в последовательном плане, интегрирует характеристики информативности, релевантности и полноты, тогда как в параллельном плане эти признаки разведены на два относительно независимых измерения. Тем не менее, в

совокупности данные факторы охватывают однородное смысловое поле, что позволяет говорить об устойчивом содержательном соответствии.

Третье соответствие установлено между фактором «Когерентность, корректность и завершённость текста» (последовательный план, Фактор 3) и компонентом «Содержательная целостность и точность» (параллельный план, Фактор 3). Оба фактора демонстрируют высокую степень семантического совпадения: акцент смещён на внутреннюю связность текста, корректность формулировок и логическую завершённость, что подтверждает воспроизводимость данного конструкта при изменении экспериментального плана.

Четвёртое сопоставление выявило соответствие между фактором «Работа с возражениями» (последовательный план, Фактор 4) и компонентом «Побуждающий и многоуровневый стиль» (параллельный план, Фактор 5). Данное совпадение можно квалифицировать как частичное, но значимое: несмотря на более широкий охват второго фактора, в обоих случаях фиксируется проактивная позиция чат-бота, направленная на обработку сложных коммуникативных ситуаций и учёт пользовательской реакции.

Пятое соответствие было выявлено между фактором «Перцептивная целостность и эмпатичность взаимодействия» (последовательный план, Фактор 5) и компонентом «Целенаправленность и экспрессивность» (параллельный план, Фактор 6). Здесь наблюдается полное совпадение по ряду показателей: вовлечённость пользователя, эмоциональный комфорт, ощущение внимания со стороны чат-бота и субъективная согласованность диалога. Это устойчивое и содержательно насыщенное соответствие.

Наконец, шестое сопоставление установлено между фактором «Лингвистическая гладкость и структурированность» (последовательный план, Фактор 6) и компонентами «Сложный синтаксис при простой лексике» (параллельный план, Фактор 7) и «Логичность и глубина диалога»

(параллельный план, Фактор 8). Данное совпадение имеет частичный характер: все три фактора описывают параметры формального оформления текста, однако различаются по акценту. Первый подчёркивает простоту и структурированность, тогда как два других фиксируют усложнённость синтаксиса, возросшую когнитивную нагрузку и логическую развернутость.

Таким образом, несмотря на различия в экспериментальных планах, обе модели продемонстрировали согласованную факторную структуру, отражающую устойчивое семантическое ядро, включающее эффективность, информативность, когерентность, адаптивность, эмпатичность и качественные характеристики текста. Это подтвердило стабильность и воспроизводимость ключевых психосемантических параметров успешного взаимодействия с чат-ботом в условиях персуазивной стратегии.

По аналогичной процедуре был проведён анализ семантической близости факторов, выделенных при использовании кооперативной стратегии (см. таблицу 17).

Таблица 17. Сходство факторов при разных экспериментальных планах (кооперативная стратегия)

	Between_ 1	Between_ 2	Between_ 3	Between_ 4	Between_ 5	Between_ 6	Between_ 7	Between_ 8
Within_ 1	0.85	0.30	0.30	0.40	0.60	0.30	0.50	0.70
Within_ 2	0.70	0.90	0.95	0.50	0.40	0.60	0.80	0.60
Within_ 3	0.80	0.60	0.60	0.50	0.60	0.40	0.90	0.80
Within_ 4	0.60	0.40	0.30	0.85	0.70	0.50	0.40	0.30
Within_ 5	0.60	0.50	0.50	0.40	0.60	0.90	0.40	0.30

Факторы, выделенные при использовании параллельного экспериментального плана

- Within_1: Адекватная реакция на возражения
- Within_2: Когерентность, точность и полнота финального текста
- Within_3: Концептуальная и предметная точность
- Within_4: Понимание задачи при высокой итеративности
- Within_5: Отслеживание контекста при прерывистом восприятии

Факторы, выделенные при использовании последовательного экспериментального плана

- Between_1: Качество взаимодействия и релевантность
- Between_2: Информативность и ясность передачи
- Between_3: Когерентность и нейтральность
- Between_4: Объём и направленность диалога
- Between_5: Сложность и направленность взаимодействия
- Between_6: Содержательная связность и непрерывность
- Between_7: Точность и ясность ответов
- Between_8: Уверенность и конкретность

Ключевые устойчивые соответствия:

- Within_1 ↔ Between_1 → 0.85
- Within_2 ↔ Between_3 → 0.95
- Within_3 ↔ Between_7 → 0.90
- Within_4 ↔ Between_4 → 0.85
- Within_5 ↔ Between_6 → 0.90

Значения 0.85 и выше можно считать сильными соответствиями, 0.7-0.84 – умеренными, 0.5-0.69 – частичными.

Приводим подробные описания семантически устойчивых соответствий между факторами последовательной и параллельной факторной структуры, полученных при кооперативной стратегии взаимодействия с чат-ботом:

Соответствие 1:

Фактор Within_1: Адекватная реакция на возражения

Фактор Between_1: Качество взаимодействия и релевантность ответов

Сходство: 0.85

Оба фактора фиксируют адаптивность чат-бота к реакциям пользователя, особенно в ситуациях, когда возникают возражения, сомнения или уточнения. Последовательный фактор акцентирует внимание на способности чат-бота интерпретировать негативные или корректирующие реплики и перестраивать поведение, демонстрируя чуткость и гибкость. Параллельный фактор также включает когнитивную эмпатию и релевантность ответов, что усиливает персонализированную и контекстно-осведомлённую реакцию чат-бота.

Общее ядро: оба фактора характеризуют способность к диалогической адаптации, качественному отслеживанию реплик и изменению стратегии в ответ на сигналы пользователя.

Соответствие 2:

Within_2: Когерентность, точность и полнота финального текста

Between_3: Когерентность и нейтральность текста

Сходство: 0.95

Обе структуры подчеркивают высокое качество итоговой текстовой продукции – логическую завершённость, информационную полноту и структурную связность.

Within_2 акцентирует раскрытие задачи и семантическую завершённость, а Between_3 – плавность, цельность, корректность и отсутствие субъективных или экспрессивных искажений.

Общее ядро: оба фактора являются индикаторами когнитивной и логической устойчивости текста, что создаёт ощущение структурной грамотности и завершённости в коммуникации.

Соответствие 3:

Within_3: Концептуальная и предметная точность

Between_7: Точность и ясность ответов

Сходство: 0.90

В обоих случаях ключевой характеристикой является содержательная релевантность – правильное использование терминов, сохранение смыслового ядра запроса и однозначность интерпретации.

Within_3 делает акцент на предметной и понятийной корректности, тогда как Between_7 добавляет компонент ясности и гладкости подачи, без побуждающего давления или речевых обязательств.

Общее ядро: оба фактора описывают уверенное, точное и понятное информационное взаимодействие, основанное на корректности, а не убеждении.

Соответствие 4:

Within_4: Понимание задачи при высокой итеративности

Between_4: Объём и направленность диалога

Сходство: 0.85

Within_4 описывает случаи, когда чат-бот верно понимает задание, но взаимодействие оказывается затянутым и многократным: пользователь вынужден повторять или уточнять.

Between_4 фиксирует объёмность и структурированность диалога, включая директивы и короткие предложения в большом тексте.

Оба фактора отражают итеративную сложность и стремление к цели через поэтапное взаимодействие.

Общее ядро: развёрнутая, но нуждающаяся в усилиях коммуникация, при которой бот держит фокус, но требует многочисленных реплик.

Соответствие 5:

Within_5: Отслеживание контекста при прерывистом восприятии

Between_6: Содержательная связность и непрерывность

Сходство: 0.90

Within_5 отражает ситуацию, когда бот старается поддерживать связный диалог, но восприятие может быть нарушено (из-за стилистики, подачи, перегрузки).

Between_6 говорит о содержательной цельности, логичности и ощущении непрерывности, даже при короткой сессии. То есть бот удерживает контекст, создаёт «эффект живого общения», даже если в каком-то аспекте текст остаётся субъективно «нечётким».

Общее ядро: поддержание дискурсивной слитности и контекста, несмотря на восприятие как отрывистого – результат может быть продуктивным, но требует когнитивных усилий.

Дополнительные частичные соответствия:

- Within_2 ↔ Between_2 (0.9): ясность, избегание терминологической перегрузки, семантическая завершённость.
- Within_3 ↔ Between_1 и Between_8 (0.8): предметная точность + уверенная и конкретная подача.
- Within_1 ↔ Between_8 (0.7): реакция на возражения как элемент уверенного, но прямолинейного ответа.

Факторные структуры при кооперативной стратегии демонстрируют высокую перекрываемость по ключевым измерениям эффективности и качества взаимодействия:

- Точность и предметная релевантность
- Адаптивность и реактивность
- Когерентность и завершённость
- Поддержка контекста и последовательность
- Ясность и нейтральность

Сопоставительный анализ факторных структур, полученных в последовательном и параллельном планах, показал высокую степень содержательного совпадения основных латентных компонентов. Так, фактор «Адекватная реакция на возражения» в последовательном дизайне оказался семантически соотнесён с компонентом «Качество взаимодействия и релевантность ответов» параллельного дизайна: оба отражают гибкость чат-бота в обработке уточняющих или критических реплик и поддержание контекстной релевантности, причём во втором случае спектр признаков расширяется за счёт когнитивной эмпатии.

Ещё более тесное соответствие выявлено между фактором «Когерентность, точность и полнота финального текста» и компонентом «Когерентность и нейтральность текста»: оба отражают логическую завершённость, структурную связность и информационную корректность при минимуме экспрессивных искажений. Аналогичное совпадение наблюдается между фактором «Концептуальная и предметная точность» и компонентом «Точность и ясность ответов»: в обоих случаях фиксируется корректность терминологии, однозначность формулировок и уверенная подача данных при нейтральном эмоциональном фоне.

Четвёртое соответствие выявлено между компонентами, описывающими итеративный характер решения задач: «Понимание задачи при высокой итеративности» и «Объём и направленность диалога». Оба фактора фиксируют ситуации, когда чат-бот корректно интерпретирует цель, но достижение результата требует развернутой последовательности шагов и длительного диалога. Пятое соответствие связывает фактор «Отслеживание контекста при прерывистом восприятии» с компонентом «Содержательная связность и непрерывность»: оба отражают стремление модели удерживать тематическую линию и формировать ощущение целостного общения, даже если пользователь воспринимает текст как недостаточно плавный.

Дополнительно выявлены умеренные семантические пересечения: взаимодействие факторов точности и ясности (Последовательный_2 ↔ Параллельный_2), уверенности и конкретики (Последовательный_1 ↔ Параллельный_8), многоаспектной предметной корректности (Последовательный_3 ↔ Параллельный_1/2/5/8) и сложности диалога (Последовательный_4 ↔ Параллельный_5). В совокупности результаты показывают, что практически каждый фактор последовательного дизайна имеет содержательный аналог в параллельном дизайне. Это подтверждает высокую воспроизводимость поведенческих паттернов кооперативного взаимодействия с чат-ботом в различных экспериментальных условиях, особенно в аспектах точности, адаптивности и связности диалога.

Выводы по главе

Проведённое эмпирическое исследование подтвердило существенное влияние коммуникативной стратегии на эффективность взаимодействия с чат-ботом как на уровне субъективного восприятия качества коммуникации, так и на уровне объективных характеристик генерируемых текстов. Последовательный и параллельный экспериментальные дизайны обеспечили согласованные и взаимодополняющие результаты, что повысило надёжность и валидность выводов.

В обоих форматах было установлено, что кооперативная стратегия характеризуется наибольшей субъективной комфортностью и минимальными когнитивными затратами, сопровождаясь краткостью и предсказуемостью диалога. Персуазивная стратегия, напротив, сопряжена с большей когнитивной нагрузкой и коммуникативным напряжением, однако ведёт к росту объективных показателей качества текста – когерентности, логической стройности, завершённости и предметной точности. Информативная стратегия, представленная только в параллельном дизайне, обеспечивает высокую содержательную завершённость текста при умеренном уровне субъективной удовлетворённости взаимодействием.

При сопоставлении двух экспериментальных планов было установлено, что последовательный план (within-subjects), благодаря контролю индивидуальной вариативности, позволил с высокой чувствительностью зафиксировать тонкие различия между коммуникативными стратегиями в субъективных оценках и объективных параметрах взаимодействия. Параллельный план (between-subjects), напротив, обеспечил чистоту эксперимента за счёт исключения эффектов переноса стратегий и позволил выявить устойчивые тренды, демонстрируя выраженные различия в восприятии и структуре взаимодействия между разными группами участников.

Эксплораторный факторный анализ, проведённый отдельно в рамках каждого плана, выявил устойчивую и логичную структуру латентных факторов, описывающих восприятие взаимодействия с чат-ботом. В условиях последовательного плана доминирующими оказались факторы, связанные с оперативностью и точностью достижения цели при персуазивной стратегии, а также с когнитивной эмпатией при кооперативной. В параллельном плане было выделено четыре значимых фактора: качество поддержки пользователя, удовлетворённость итоговым текстом, продолжительность и насыщенность диалога, а также содержательная и семантическая завершённость текста.

Сопоставительный анализ факторных решений подтвердил, что, несмотря на отдельные различия в их композиции, в обоих планах сохраняется общее ядро латентных переменных, характеризующих специфику взаимодействия при использовании различных коммуникативных стратегий.

Таким образом, последовательный и параллельный экспериментальные планы продемонстрировали взаимную комплементарность: первый позволил тонко фиксировать внутрисубъектные изменения в оценках эффективности, а второй – устойчивые различия и тренды на уровне независимых выборок. Это позволяет рекомендовать использование комбинированных дизайнов при дальнейшем изучении коммуникативных стратегий в диалогах с чат-ботами, обеспечивая как высокую чувствительность к изменениям, так и надёжность полученных выводов.

В практическом аспекте результаты подчеркнули необходимость осознанного и дифференцированного подхода к выбору коммуникативной стратегии – с учётом не только задач взаимодействия (генерация текста, уточнение информации, решение сложных коммуникативных задач), но и индивидуальных предпочтений пользователей, а также ситуационных особенностей коммуникации с искусственным агентом. Перспективы дальнейших исследований связаны с более глубоким изучением когнитивных механизмов и эмоционально-мотивационных факторов, влияющих на эффективность использования различных коммуникативных стратегий в человеко-машинной коммуникации.

Заключение

Проведённое диссертационное исследование позволило комплексно осмыслить и эмпирически обосновать специфику речевого взаимодействия с чат-ботами – новым, стремительно распространяющимся и качественно отличным от межличностной коммуникации феноменом. На пересечении когнитивной психологии, психолингвистики и цифровой коммуникации была выстроена целостная модель, описывающая, каким образом пользователь формирует коммуникативную стратегию во взаимодействии с языковой моделью, не обладающей субъектностью, но симулирующей её.

Работа дала основания утверждать, что взаимодействие с чат-ботами формирует особый тип речевой активности, характеризующийся когнитивной асимметрией, архитектурной непрозрачностью и отсутствием интенциональной целостности на стороне искусственного собеседника. При этом человек демонстрирует высокую адаптивность, используя специфические коммуникативные и копинг-стратегии, направленные на компенсацию дискурсивных сбоев, регуляцию хода взаимодействия и достижение целей коммуникации в условиях алгоритмической неопределённости.

В теоретической части исследования была обоснована необходимость отказа от антропоцентрической трактовки цифрового диалога и предложено рассматривать ИИ-коммуникацию как асимметричную, но системно организованную форму речевой деятельности. Выявленные феномены – эффект ложной когерентности, псевдоинтенциональность, персонификация и нарушение принципов кооперации – задали основания для формирования новой парадигмы анализа человеко-машинной коммуникации в психологии.

На методологическом уровне диссертация предложила аннотационную схему для категоризации коммуникативных стратегий, копинг-стратегий и пользовательских целей. Созданная корпусная база (448 диалогов) и её

многоуровневая обработка стали прочной эмпирической основой для построения психолингвистической модели взаимодействия с чат-ботом.

Эмпирические исследования, реализованные в формате двух экспериментальных планов (последовательного и параллельного), убедительно показали, что эффективность взаимодействия зависит от выбранной коммуникативной стратегии. Стратегии, ориентированные на кооперацию и персуазивность, обеспечивали более высокие оценки качества текста, субъективной удовлетворённости и интерактивного контроля. Полученные данные подтверждают наличие устойчивых закономерностей между речевым поведением пользователя и параметрами цифрового диалога, что открывает возможности для проектирования адаптивных речевых интерфейсов и человеко-ориентированных систем генерации.

В результате проведённого исследования влияния коммуникативных стратегий на эффективность взаимодействия с чат-ботом были сформулированы следующие выводы:

1. Речевое поведение пользователя в диалоге с чат-ботом является адаптивным: чтобы преодолеть когнитивную асимметрию и компенсировать ограниченную отзывчивость модели, пользователь упрощает синтаксис, дробит и переформулирует запросы, использует метакоммуникативные инструкции и эмоционально окрашенные выражения. Эти стратегии поддерживают связность, управляемость и прагматическую релевантность коммуникации в условиях вероятностной и слабо предсказуемой природы ответов.

2. Эффективность взаимодействия с чат-ботом зависит от того, насколько выбранная пользователем стратегия соответствует его субъективному представлению о возможностях и роли цифрового партнёра. Стратегия, учитывающая функциональные ограничения модели, выступает средством адаптивной регуляции в условиях сниженной предсказуемости. В

результате структура взаимодействия формируется как динамическая система, отражающая особенности пользовательского восприятия и ожиданий.

3. Эмпирический анализ взаимодействий с чат-ботами позволил реконструировать типологию целей, коммуникативных стратегий и копинг-стратегий, используемых пользователями. Установлено, что поведение пользователя характеризуется высокой степенью адаптивности: цели охватывают как информационные, прикладные и творческие задачи, так и интроспективные и метакоммуникативные установки; стратегии варьируются от кооперативных и персуазивных до экспериментальных и игровых. Копинг-стратегии активируются при сбоях и включают пошаговое дробление, переформулировку, уточнение и эмоциональные реплики, демонстрируя осознанную регуляцию диалога в условиях неопределённости.

4. Анализ реплик чат-ботов позволил выделить устойчивые поведенческие паттерны, структурированные в рамках четырёх целевых доменов – информативного, практико-ориентированного, самоопределяющего и мотивационного. Их реализация опирается на типовые коммуникативные стратегии: нейтрально-информативные, кооперативные и информативно-персуазивные. При столкновении с коммуникативными затруднениями чат-бот демонстрирует набор компенсаторных механизмов, включающих дробление ответа, уточнение запроса, предложение альтернатив, адаптацию стиля и элементы эмоциональной поддержки. Несмотря на отсутствие субъектности в классическом понимании, поведение модели проявляет контекстную чувствительность и функциональную гибкость.

5. Выявлен относительный паритет между пользователем и чат-ботом по параметрам целей, коммуникативных стратегий и копинг-стратегий. Оба участника демонстрируют способность к стратегической координации, гибкой смене коммуникативных приёмов и преодолению затруднений. Это указывает на смещение от линейной модели «запрос – ответ» к двусторонней, ситуативно согласованной конфигурации взаимодействия, основанной на взаимном

развертывании целей и коммуникативных стратегий, что отражает фундаментальный сдвиг в динамике цифровой коммуникации.

6. Коммуникативная стратегия, применяемая пользователем при взаимодействии с чат-ботом, оказывает значимое влияние как на субъективное восприятие диалога, так и на объективные характеристики генерируемого текста. Персуазивная стратегия способствует повышению аргументативной завершённости, структурности и логической связности текста. Кооперативная стратегия обеспечивает более комфортное и управляемое взаимодействие, снижает коммуникативную нагрузку и усиливает ощущение понятности со стороны модели. Информативная стратегия обеспечивает наибольшую полноту и содержательную насыщенность текста при умеренном уровне субъективной удовлетворённости взаимодействием. Различия в эффекте каждой стратегии подтверждают многомерную природу успешности цифрового диалога и подчёркивают необходимость учёта стратегического компонента в проектировании речевого поведения пользователя.

7. Эффективность взаимодействия с чат-ботом при использовании различных коммуникативных стратегий определяется совокупностью устойчивых групп характеристик. Качество взаимодействия и поддержка пользователя в диалоге отражаются в таких параметрах, как точность и понятность ответов, отслеживание контекста, своевременность отклика, ощущение непрерывности общения, работа с возражениями, когнитивная эмпатия и субъективная лёгкость достижения цели. Удовлетворённость пользователя итоговым текстом задаётся предметной и понятийной точностью, полнотой, завершёностью, ясностью, гладкостью и соответствием поставленной задаче. Продолжительность и объём диалога фиксируют процессуальные затраты – длину коммуникации, количество итераций и длительность сессии. Содержательная и семантическая завершёность текста определяется структурной цельностью, синтаксической правильностью, индексом удобочитаемости, распределением речевых актов,

терминологичностью и степенью лексической однозначности. Перераспределение значимости между этими группами параметров объясняет различия в эффективности персуазивной, кооперативной и информативной стратегий при взаимодействии с чат-ботом.

8. Сопоставление данных двух экспериментальных дизайнов подтвердило воспроизводимость результатов: при переходе от последовательного (within-subjects) к параллельному (between-subjects) плану направление различий между персуазивной, кооперативной и информативной стратегиями совпало по 23 из 24 общих показателей, а уровень согласия оценок достиг субстанциального ($\kappa \approx 0,63$). В обеих выборках были воспроизведены одни и те же латентные переменные эффективности: целевая результативность и лаконичность, информативность и полнота, когерентность и точность текста, адаптивная реакция на возражения, перцептивная целостность и эмпатичность диалога, языковая гладкость и структурированность. Соответствие семантических ядер для этих факторов превышало 0,85 как при персуазивной, так и при кооперативной стратегии, что свидетельствует о сохранении факторных структур независимо от схемы предъявления. Таким образом, выявленные эффекты различий стратегий и их объяснительные параметры устойчивы к изменению экспериментального плана, что подтверждает надёжность и обобщаемость предложенной модели оценки эффективности взаимодействия с чат-ботом.

Диссертационное исследование расширяет инструментарий психолингвистики цифровой эпохи и предлагает модель анализа речевой активности в асимметричных условиях взаимодействия с чат-ботом. Полученные результаты могут найти применение при разработке методик оценки эффективности цифрового диалога, в UX-дизайне, образовательных практиках, онлайн-консультировании и автоматизации креативных задач.

Дальнейшие исследования целесообразно направить на изучение динамики стратегических переключений в диалоге, процессов долгосрочной

адаптации пользователей, особенностей мультимодального взаимодействия с чат-ботом, а также на выявление кросс-культурных различий речевого поведения.

Таким образом, работа создаёт основу для системного анализа речевой активности в условиях генеративного ИИ – как новой формы коммуникации, требующей психологической и когнитивной интерпретации.

Список литературы

1. Арутюнова, Н. Д. (1999). Язык и мир человека (2-е изд., испр.). Москва: Языки русской культуры.
2. Бедрина, И. С. (2010). Функциональный семантико-стилистический анализ текста. *Lingua mobilis*, (7)(26), 19–26.
3. Богин, Г. И. (1984). Модель языковой личности в её отношении к разновидностям текста (дисс. ... д-ра филол. наук: 10.02.19). Ленинград.
4. Борисова, И. Н. (1996). Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге. В *Русская разговорная речь как явление городской культуры* (с. 21–48). Екатеринбург: Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького. Шифр РНБ: 97-3/3872
5. Валгина Н.С. Теория текста. Учебное пособие: Москва, Логос. 2003 г.
6. Ван Сюефэн. (2020). Семантический и структурный анализ текстов в сети Интернет. *E-Scio*, 4(43), 51–60.
7. Выготский, Л. С. (1997). Воображение и творчество в детском возрасте (ориг. изд. 1931 г.). Санкт-Петербург: СОЮЗ.
8. Гаянова, М. М., & Вульфин, А. М. (2022). Структурно-семантический анализ научных публикаций выделенной предметной области. *Системная инженерия и информационные технологии*, 4(1[8]), 37–43. https://doi.org/10.54708/26585014_2022_41837
9. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – Омск : Изд-во Омск. гос. ун-та, 1999. – 284 с.
10. Иссерс, О. С. Стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М. : URSS, 2008. – 263 с.
11. Карасик, В. И. (2000). О типах дискурса. В *Языковая личность: институциональный и персональный дискурс* (сс. 5–20). Волгоград: Перемена.
12. Кашкин, В. Б. (2000). Введение в теорию коммуникации: Учебное пособие. Воронеж: Изд-во ВГТУ.
13. Кубрякова, Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) / Е. С. Кубрякова // *Язык и наука*

конца XX века : сборник статей / ред. Ю. С. Степанов. – М. : Ин-т языкознания РАН, 1995. – С. 144–238.

14. Ладонина, Н. А. (2022). Эволюция взглядов на категорию лингвистической вежливости. Актуальные проблемы филологии и методики преподавания языков, (4), 30–32. <https://doi.org/10.18411/apvrszirnnp-04-2022-08>
15. Леонтьев, А. А. (1969). Язык, речь, речевая деятельность. Москва: Просвещение.
16. Леонтьев, А. Н. (1977). Деятельность. Сознание. Личность. Москва: Политиздат.
17. Ломов, Б. Ф. (1984). Методологические и теоретические проблемы психологии. Москва: Наука.
18. Макаров, М. Л. (2003). Основы теории дискурса. Москва: ИТДГК «Гнозис».
19. Маслова, А. Ю. (2008). Введение в прагмалингвистику: Учебное пособие. Москва: Флинта; Наука.
20. Седов, К. Ф. (2004). Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции. Москва: Лабиринт.
21. Стернин, И. А. (1991). Очерк русского коммуникативного поведения. Галле.
22. Сусов, И. П. (2009). Лингвистическая прагматика. Винница: Нова Кныга.
23. Труфанова, И. В. (2001). О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика. Филологические науки, (3).
24. Формановская, Н. И. (2002). Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. Москва: Русский язык.
25. Чернявская, В. Е. (2006). Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. Москва: Флинта; Наука.
26. Шпомер, Е. А. (2013). Коммуникативные стратегии и тактики как фактор эффективной коммуникации. Вестник Хакасского государственного университета им. Н. Ф. Катанова, (4), 109–113.

27. Abd-Alrazaq, A., Alajlani, M., Alalwan, A., Bewick, B., Gardner, P., & Househ, M. (2019). An overview of the features of chatbots in mental health: A scoping review. *International Journal of Medical Informatics*, 132, 103978. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2019.103978>
28. Adamopoulou, E., & Moussiades, L. (2020). An overview of chatbot technology. In I. Maglogiannis, L. Iliadis, & E. Pimenidis (Eds.), *Artificial Intelligence Applications and Innovations* (pp. 373–383). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-49186-4_31
29. Aggarwal, A., Tam, C., Wu, D., Li, X., & Qiao, S. (2023). Artificial intelligence-based chatbots for promoting health behavioral changes: Systematic review. *Journal of Medical Internet Research*, 25, e40789. <https://doi.org/10.2196/40789>
30. Al-Abdullatif, A. M., Al-Dokhny, A. A., & Drwish, A. M. (2023). Implementing the Bashayer chatbot in Saudi higher education: Measuring the influence on students' motivation and learning strategies. *Frontiers in Psychology*, 14, 1129070. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1129070>
31. Alaimi, M., Law, E., Pantasdo, K., Oudeyer, P.-Y., & Sauzéon, H. (2020). Pedagogical agents for fostering question-asking skills in children. *arXiv Preprint*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2004.03472>
32. Altay, S., Hacquin, A.-S., Chevallier, C., & Mercier, H. (2023). Information delivered by a chatbot has a positive impact on COVID-19 vaccines attitudes and intentions. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 29(1), 52–62. <https://doi.org/10.1037/xap0000400>
33. Araujo, T. (2018). Living up to the chatbot hype: The influence of anthropomorphic design cues and communicative agency framing on conversational agent and company perceptions. *Computers in Human Behavior*, 85, 183–189. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.03.051>
34. Ashktorab, Z., Dugan, C., Johnson, J., Pan, Q., Zhang, W., Kumaravel, S., & Campbell, M. (2021). Effects of communication directionality and AI agent differences in human-AI interaction. In *Proceedings of the 2021 CHI Conference on*

- Human Factors in Computing Systems* (pp. 1–15).
<https://doi.org/10.1145/3411764.3445256>
35. Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*. Oxford University Press.
36. Babaeva, R., Babaev, D., & Peters, M. (2020). Verbal communication of a person with a chatbot as a discursive practice in the era of digitalization: A pragmatic aspect. *SHS Web of Conferences*, 88, 01023.
<https://doi.org/10.1051/shsconf/20208801023>
37. Bavelas, J. B., Black, A., Lemery, C. R., & Mullett, J. (1986). “I show how you feel”: Motor mimicry as a communicative act. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(2), 322–329. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.50.2.322>
38. Bedington, A., Halcomb, E., McKee, H., Sargent, T., & Smith, A. (2024). Writing with generative AI and human-machine teaming: Insights and recommendations from faculty and students. *Computers and Composition*, 71, Article 102833. <https://doi.org/10.1016/j.compcom.2024.102833>
39. Bernotienė, L., & Kaprizkinas, A. (2019). Linguistic strategies of communicative functions in business discourse. *Respectus Philologicus*, 24, 172–185. <https://doi.org/10.15181/RH.V24I0.1913>
40. Berriche, L., & Larabi-Marie-Sainte, S. (2024). Unveiling ChatGPT text using writing style. *Heliyon*, 10(12), e32976.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e32976>
41. Boella, G., Hulstijn, J., & van der Torre, L. (2004). Persuasion strategies in dialogue. *Proceedings of the 9th International Workshop on Non-Monotonic Reasoning (NMR 2004)*. [Если есть конкретные сведения о публикации, можно добавить.]
42. Borsci, S., Malizia, A., Schmettow, M., et al. (2022). The Chatbot Usability Scale: The design and pilot of a usability scale for interaction with AI-based conversational agents. *Personal and Ubiquitous Computing*, 26, 95–119.
<https://doi.org/10.1007/s00779-021-01582-9>

43. Brandtzaeg, P. B., & Følstad, A. (2017). Why people use chatbots. In G. Meiselwitz (Ed.), *International Conference on Internet Science* (pp. 377–392). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-70284-1_30
44. Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge University Press.
45. Browne, R., Gull, K., Hurley, C. M., Sugrue, R. M., & O'Sullivan, J. B. (2024). ChatGPT-4 can help hand surgeons communicate better with patients. *Journal of Hand Surgery Global Online*, 6(3), 436–438.
46. Bruner, J. (1990). *Acts of meaning*. Harvard University Press.
47. Cahn, J. (2017). *CHATBOT: Architecture, design, & development* (Ph.D. thesis). University of Pennsylvania, School of Engineering and Applied Science.
48. Carassa, A., & Colombetti, M. (2014). Interpersonal responsibilities and communicative intentions. *Phenomenology and the Cognitive Sciences*, 13, 145–159. <https://doi.org/10.1007/s11097-013-9325-z>
49. Chan, W., & Leung, C. (2021). Mind the gap: Discrepancy between customer expectation and perception on commercial chatbots usage. *Asian Journal of Empirical Research*, 11(1), 1–10. <https://doi.org/10.18488/journal.1007.2021.111.1.10>
50. Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. London: Sage Publications.
51. Charness, G., Gneezy, U., & Kuhn, M. A. (2012). Experimental methods: Between-subject and within-subject design. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 81(1), 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2011.08.009>
52. Chaves, A. P., & Gerosa, M. A. (2020). How should my chatbot interact? A survey on social characteristics in human–chatbot interaction design. *International Journal of Human–Computer Interaction*, 37(8), 729–758. <https://doi.org/10.1080/10447318.2020.1841438>
53. Cheng, X., Yin, L., Lin, C., Shi, Z., Zheng, H., Zhu, L., Liu, X., Chen, K., & Dong, R. (2024). Chatbot dialogic reading boosts comprehension for Chinese

- kindergarteners with higher language skills. *Journal of Experimental Child Psychology*, 240, 105842. <https://doi.org/10.1016/j.jecp.2023.105842>
54. Clark, H. H. (1996). *Using language*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.2277/0521561582>
55. Clark, H. H., & Brennan, S. E. (1991). Grounding in communication. In L. B. Resnick, J. M. Levine, & S. D. Teasley (Eds.), *Perspectives on socially shared cognition* (pp. 127–149). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10096-006>
56. Clark, H. H., & Schaefer, E. F. (1989). Contributing to discourse. *Cognitive Science*, 13(2), 259–294. https://doi.org/10.1207/s15516709cog1302_7
57. Cozby, P. C., & Bates, S. C. (2018). *Methods in behavioral research* (13th ed.). McGraw-Hill Education.
58. Croes, E. A. J., & Antheunis, M. L. (2021). Can we be friends with Mitsuku? A longitudinal study on the process of relationship formation between human and a social chatbot. *Journal of Social and Personal Relationships*, 38(1), 279–300. <https://doi.org/10.1177/0265407520959463>
59. Cuayáhuitl, H., Lee, D., Ryu, S., Cho, Y., Choi, S., Indurthi, S., Yu, S., Choi, H., Hwang, I., & Kim, J. (2019). Ensemble-based deep reinforcement learning for chatbots. *Neurocomputing*, 366, 118–130. <https://doi.org/10.1016/j.neucom.2019.08.007>
60. Curry, N., Baker, P., & Brookes, G. (2024). Generative AI for corpus approaches to discourse studies: A critical evaluation of ChatGPT. *Applied Corpus Linguistics*, 4, Article 100082. <https://doi.org/10.1016/j.acorp.2023.100082>
61. De Gennaro, M., Krumhuber, E. G., & Lucas, G. (2020). Effectiveness of an empathic chatbot in combating adverse effects of social exclusion on mood. *Frontiers in Psychology*, 10, 3061. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.03061>
62. Deng, Y., Kuleshov, V., & Rush, A. (2022). Model criticism for long-form text generation. In Proceedings of the 2022 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing (pp. 11887–11912). Association for Computational Linguistics. <https://doi.org/10.18653/v1/2022.emnlp-main.821>

63. Dillard, J. P., & Pfau, M. (Eds.). (2002). *The persuasion handbook: Developments in theory and practice*. SAGE Publications.
<https://doi.org/10.4135/9781412976046>
64. Dillard, J. P., Segrin, C., & Harden, J. M. (1989). Primary and secondary goals in the production of interpersonal influence messages. *Communication Monographs*, 56(1), 19–38. <https://doi.org/10.1080/03637758909390247>
65. Doherty, K., & Doherty, G. (2018). Engagement in HCI: Conception, theory and measurement. *ACM Computing Surveys*, 51(5), Article 99, 1–39.
<https://doi.org/10.1145/3234149>
66. Doshi, S. V., Pawar, S. B., Shelar, A. G., & Kulkarni, S. S. (2017). Artificial intelligence chatbot in Android system using open source Program-O. *International Journal of Advanced Research in Computer and Communication Engineering*, 6(4), 816–821.
67. Drew, P., & Heritage, J. (1992). Analyzing talk at work: An introduction. In P. Drew & J. Heritage (Eds.), *Talk at work: Interaction in institutional settings* (pp. 3–65). Cambridge University Press.
68. Drouin, M., Sprecher, S., Nicola, R., & Perkins, T. (2022). Is chatting with a sophisticated chatbot as good as chatting online or FTF with a stranger? *Computers in Human Behavior*, 128, 107100. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107100>
69. D'Souza, R. F., Amanullah, S., Mathew, M., & Surapaneni, K. M. (2023). Appraising the performance of ChatGPT in psychiatry using 100 clinical case vignettes. *Asian Journal of Psychiatry*, 89, 103770.
<https://doi.org/10.1016/j.ajp.2023.103770>
70. Dwivedi, Y. K., Balakrishnan, J., Baabdullah, A. M., & Das, R. (2023). Do chatbots establish ‘humanness’ in the customer purchase journey? An investigation through explanatory sequential design. *Psychology & Marketing*, 40(11), 2244–2271. <https://doi.org/10.1002/mar.21888>
71. Ehtesham-Ul-Haque, M., D’Rozario, J., Adnin, R., Utshaw, F. T., Tasneem, F., Shefa, I. J., & Al Islam, A. B. M. A. (2024). EmoBot: Artificial emotion generation through an emotional chatbot during general-purpose conversations.

- Cognitive Systems Research*, 83, Article 101168.
<https://doi.org/10.1016/j.cogsys.2023.101168>
72. Eiband, M., Buschek, D., Kremer, A., & Hussmann, H. (2019). The impact of placebo explanations on trust in intelligent systems. In *Extended Abstracts of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (Paper LBW0243, pp. 1–6). Association for Computing Machinery.
<https://doi.org/10.1145/3290607.3312787>
73. El-Assady, M., & Moruzzi, C. (2022). Which biases and reasoning pitfalls do explanations trigger? Decomposing communication processes in human–AI interaction. *IEEE Computer Graphics and Applications*, 42(6), 11–23.
<https://doi.org/10.1109/MCG.2022.3200328>
74. Fadhil, A., Schiavo, G., Wang, Y., & Yilma, B. A. (2018). The effect of emojis when interacting with conversational interface assisted health coaching system. In *Proceedings of the 12th EAI International Conference on Pervasive Computing Technologies for Healthcare* (pp. 378–383). ACM.
<https://doi.org/10.1145/3240925.3240965>
75. Fanning, J. E., Escobar-Domingo, M. J., Foppiani, J., Lee, D., Miller, A. S., Janis, J. E., & Lee, B. T. (2024). Improving readability and automating content analysis of plastic surgery webpages with ChatGPT. *Journal of Surgical Research*, 299, 103–111. <https://doi.org/10.1016/j.jss.2024.04.006>
76. Fetzer, A. (2011). Pragmatics as a linguistic concept. In W. Bublitz & N. R. Norrick (Eds.), *Foundations of pragmatics* (pp. 23–50). De Gruyter Mouton.
<https://doi.org/10.1515/9783110214260.23>
77. Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS Statistics* (4th ed.). Sage.
78. Fitria, T. N. (2023). Artificial intelligence (AI) technology in OpenAI ChatGPT application: A review of ChatGPT in writing English essay. *ELT Forum: Journal of English Language Teaching*, 12(1), 44–58.
79. Følstad, A., Skjuve, M., & Brandtzaeg, P. B. (2019). Different chatbots for different purposes: Towards a typology of chatbots to understand interaction design.

In S. Bodrunova et al. (Eds.), *Internet Science. INSCI 2018* (Lecture Notes in Computer Science, vol. 11551, pp. 208–217). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-17705-8_13

80. Fryer, L. K., Ainley, M., Thompson, A., Gibson, A., & Sherlock, Z. (2017). Stimulating and sustaining interest in a language course: An experimental comparison of chatbot and human task partners. *Computers in Human Behavior*, 75, 461–468. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.05.045>
81. Gayanova, M. M., & Vulfyn, A. M. (2022). Structural-semantic analysis of scientific publications in a selected subject area. *Systems Engineering and Information Technology*, 4(1[8]), 37–43. https://doi.org/10.54708/26585014_2022_41837
82. Gee, J. P. (2014). *An introduction to discourse analysis: Theory and method* (4th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315819679>
83. Giles, H. (2008). Communication accommodation theory. In L. A. Baxter & D. O. Braithwaite (Eds.), *Engaging theories in interpersonal communication: Multiple perspectives* (pp. 161–173). Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781483329529.n12>
84. Glaser, B. (1978). *Theoretical sensitivity: Advances in the methodology of grounded theory*. Mill Valley, CA: Sociology Press.
85. Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Mill Valley, CA: Sociology Press.
86. Go, E., & Sundar, S. S. (2019). Humanizing chatbots: The effects of visual, identity and conversational cues on humanness perceptions. *Computers in Human Behavior*, 97, 304–316. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.01.020>
87. Goffman, E. (1981). *Forms of talk*. Basil Blackwell.
88. Goregliad, E. N. (2016). *Теория и практика межкультурной коммуникации: учеб.-метод. комплекс*. Витебск: ВГУ имени П. М. Машерова.
89. Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. In P. Cole & J. L. Morgan (Eds.), *Syntax and semantics: Vol. 3. Speech acts* (pp. 41–58). Academic Press.

90. Griol, D., & Callejas, Z. (2013). An architecture to develop multimodal educative applications with chatbots. *International Journal of Advanced Robotic Systems*, 10(3). <https://doi.org/10.5772/55791>
91. Gudykunst, W. B. (2003). *Cross-cultural and intercultural communication*. Sage Publications.
92. Guo, C., Lu, Y., Dou, Y., & Wang, F.-Y. (2023). Can ChatGPT boost artistic creation: The need of imaginative intelligence for parallel art. *IEEE/CAA Journal of Automatica Sinica*, 10(4), 835–838.
93. Haake, M., & Gulz, A. (2009). A look at the roles of look & roles in embodied pedagogical agents—A user preference perspective. *International Journal of Artificial Intelligence in Education*, 19(1), 39–71.
94. Haase, J., Hanel, P., & Pokutta, S. (2025). S-DAT: A multilingual, GenAI-driven framework for automated divergent thinking assessment. *arXiv Preprint*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2505.09068>
95. Hall, E. T. (1976). *Beyond culture*. Anchor.
96. He, L., Braggaar, A., Basar, E., Krahmer, E., Antheunis, M., & Wiers, R. (2024). Exploring user engagement through an interaction lens: What textual cues can tell us about human-chatbot interactions. In *Proceedings of the 6th ACM Conference on Conversational User Interfaces (CUI '24)* (Article 9, pp. 1–14). ACM. <https://doi.org/10.1145/3640794.3665536>
97. Heppner, H., Schiffhauer, B., & Seelmeyer, U. (2024). Conveying chatbot personality through conversational cues in social media messages. *Computers in Human Behavior: Artificial Humans*, 2(1), 100044. <https://doi.org/10.1016/j.chbah.2024.100044>
98. Heyman, T., & Heyman, G. (2023). The impact of ChatGPT on human data collection: A case study involving typicality norming data. *Behavior Research Methods*, 1–8. <https://doi.org/10.3758/s13428-023-02235-w>
99. Hill, J., Ford, W. R., & Farreras, I. G. (2015). Real conversations with artificial intelligence: A comparison between human–human online conversations

- and human–chatbot conversations. *Computers in Human Behavior*, 49, 245–250. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.026>
100. Hutson, M. (2022). Could AI help you to write your next paper? *Nature*, 611(7934), 192–193. <https://doi.org/10.1038/d41586-022-03479-w>
 101. Hymes, D. H. (1974). *Foundations in sociolinguistics: An ethnographic approach*. University of Pennsylvania Press.
 102. Ischen, C., Araujo, T., van Noort, G., Voorveld, H., & Smit, E. (2020). “I am here to assist you today”: The role of entity, interactivity and experiential perceptions in chatbot persuasion. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 64(4), 615–639. <https://doi.org/10.1080/08838151.2020.1834297>
 103. Issers, O. S. (2008). *Communicative strategies and tactics in Russian speech*. Moscow: LKI Publishing House.
 104. Ivanova, A. (2023). Gathering empirical information and analysis of strategies and techniques of persuasive communication. *Postmodernism Problems*, 13(2), 230–247. <https://doi.org/10.46324/PMP2302230>
 105. Janson, A. (2023). How to leverage anthropomorphism for chatbot service interfaces: The interplay of communication style and personification. *Computers in Human Behavior*, 149, 107954. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107954>
 106. Jiang, H., Cheng, Y., Yang, J., & Gao, S. (2022). AI-powered chatbot communication with customers: Dialogic interactions, satisfaction, engagement, and customer behavior. *Computers in Human Behavior*, 134, 107329. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107329>
 107. Jiang, Y., Yang, X., & Zheng, T. (2023). Make chatbots more adaptive: Dual pathways linking human-like cues and tailored response to trust in interactions with chatbots. *Computers in Human Behavior*, 138, 107485. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107485>
 108. Johnstone, B. (1989). Linguistic strategies and cultural styles for persuasive discourse. *International and Intercultural Communication Annual*.
 109. Khanna, A., Pandey, B., Vashishta, K., Kalia, K., Bhale, P., & Das, T. (2015). A study of today’s A.I. through chatbots and rediscovery of machine intelligence.

- International Journal of u- and e-Service, Science and Technology*, 8(7), 277–284.
<https://doi.org/10.14257/ijunesst.2015.8.7.28>
110. Kiefer, F. (1987). On defining modality. *Folia Linguistica*, 21(1), 67–94.
<https://doi.org/10.1515/flin.1987.21.1.67>
111. Kitamura, F. C. (2023). ChatGPT is shaping the future of medical writing but still requires human judgment. *Radiology*, 307(2), e230171.
112. Kocaballi, A. B., Sezgin, E., Clark, L., Carroll, J. M., Huang, Y., Huh-Yoo, J., Kim, J., Kocielnik, R., Lee, Y. C., Mamykina, L., Mitchell, E. G., Moore, R. J., Murali, P., Mynatt, E. D., Park, S. Y., Pasta, A., Richards, D., Silva, L. M., Smriti, D., Spillane, B., ... Zubatiy, T. (2022). Design and evaluation challenges of conversational agents in health care and well-being: Selective review study. *Journal of Medical Internet Research*, 24(11), e38525. <https://doi.org/10.2196/38525>
113. Konya-Baumbach, E., Biller, M., & von Janda, S. (2023). Someone out there? A study on the social presence of anthropomorphized chatbots. *Computers in Human Behavior*, 139, 107513. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107513>
114. Kooli, C. (2023). Chatbots in education and research: A critical examination of ethical implications and solutions. *Sustainability*, 15(7), 5614. <https://doi.org/10.3390/su15075614>
115. Kosaka, T., & Kamito, A. (2024). When ChatGPT-4o is (less) human-like: Preliminary subjective rating tests for psycholinguistic research. *PsyArXiv Preprints*. <https://doi.org/10.31234/osf.io/d9wmp>
116. Laranjo, L., Dunn, A. G., Tong, H. L., Kocaballi, A. B., Chen, J., Bashir, R., et al. (2018). Conversational agents in healthcare: A systematic review. *Journal of the American Medical Informatics Association*, 25(9), 1248–1258. <https://doi.org/10.1093/jamia/ocy072>
117. Lee, I., & Hahn, S. (2024). On the relationship between mind perception and social support of chatbots. *Frontiers in Psychology*, 15, Article 1282036. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1282036>
118. Lee, M., Ackermans, S., van As, N., Chang, H., Lucas, E., & IJsselsteijn, W. (2019). Caring for Vincent: A chatbot for self-compassion. In *Proceedings of the*

- 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (pp. 1–13). ACM. <https://doi.org/10.1145/3290605.3300932>
119. Lee, S. K., Kavya, P., & Lasser, S. C. (2021). Social interactions and relationships with an intelligent virtual agent. *International Journal of Human-Computer Studies*, 150, Article 102608. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2021.102608>
 120. Levinson, S. C. (1983). *Pragmatics*. Cambridge University Press.
 121. Lew, Z., & Walther, J. B. (2023). Social scripts and expectancy violations: Evaluating communication with human or AI chatbot interactants. *Media Psychology*, 26(1), 1–16. <https://doi.org/10.1080/15213269.2022.2084111>
 122. Limpanopparat, S., Gibson, E., & Harris, D. (2024). User engagement, attitudes, and the effectiveness of chatbots as a mental health intervention: A systematic review. *Computers in Human Behavior: Artificial Humans*, 2, 100081. <https://doi.org/10.1016/j.chbah.2024.100081>
 123. Lin, Z. (2023). Why and how to embrace AI such as ChatGPT in your academic life. *Royal Society Open Science*, 10, 230658. <https://doi.org/10.1098/rsos.230658>
 124. Liu, B., & Sundar, S. S. (2018). Should machines express sympathy and empathy? Experiments with a health advice chatbot. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(10), 625–636. <https://doi.org/10.1089/cyber.2018.0110>
 125. Liu, W., & Yao, M. (2023). Gender identity and influence in human-machine communication: A mixed-methods exploration. *Computers in Human Behavior*, 144, 107750. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107750>
 126. Lopes, E., Jain, G., Carlbring, P., & Pareek, S. (2023). Talking mental health: A battle of wits between human and AI. *Journal of Technology in Behavioral Science*. <https://doi.org/10.1007/s41347-023-00359-6>
 127. Lu, L., McDonald, C., Kelleher, T., Lee, S., Chung, Y. J., Mueller, S., Vielledent, M., & Yue, C. A. (2022). Measuring consumer-perceived humanness of online organizational agents. *Computers in Human Behavior*, 128, 107092. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107092>

128. Luger, E., & Sellen, A. (2016). "Like having a really bad PA": The gulf between user expectation and experience of conversational agents. In *Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 5286–5297). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/2858036.2858288>
129. Luo, B., Lau, R. Y. K., Li, C., & Si, Y.-W. (2022). A critical review of state-of-the-art chatbot designs and applications. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Data Mining and Knowledge Discovery*, 12(1), e1434. <https://doi.org/10.1002/widm.1434>
130. Luo, X., Tong, S., Fang, Z., & Qu, Z. (2019). Frontiers: Machines vs. humans: The impact of artificial intelligence chatbot disclosure on customer purchases. *Marketing Science*. <https://doi.org/10.1287/mksc.2019.1192>
131. Maida, E., Moccia, M., Palladino, R., et al. (2024). ChatGPT vs. neurologists: A cross-sectional study investigating preference, satisfaction ratings and perceived empathy in responses among people living with multiple sclerosis. *Journal of Neurology*, 271, 4057–4066. <https://doi.org/10.1007/s00415-024-12328-x>
132. Markowitz, D. M. (2024). Can generative AI infer thinking style from language? Evaluating the utility of AI as a psychological text analysis tool. *Behavior Research Methods*, 56, 3548–3559. <https://doi.org/10.3758/s13428-024-02344-0>
133. Markowitz, D. M., Hancock, J. T., & Bailenson, J. N. (2024). Linguistic markers of inherently false AI communication and intentionally false human communication: Evidence from hotel reviews. *Journal of Language and Social Psychology*, 43(1), 63–82. <https://doi.org/10.1177/0261927X231200201>
134. Maurya, R. K. (2024). A qualitative content analysis of ChatGPT's client simulation role-play for practising counselling skills. *Counselling and Psychotherapy Research*, 24(2), 614–630. <https://doi.org/10.1002/capr.12699>
135. McGowan, A., Gui, Y., Dobbs, M., Shuster, S., Cotter, M., Selloni, A., Goodman, M., Srivastava, A., Cecchi, G. A., & Corcoran, C. M. (2023). ChatGPT and Bard exhibit spontaneous citation fabrication during psychiatry literature search. *Psychiatry Research*, 326, 115334. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2023.115334>

136. Mundlamuri, R., Inupakutika, D., Gunnam, G., Kaghyan, S., & Akopian, D. (2022). Chatbot integration with Google Dialogflow environment for conversational intervention. *Electronic Imaging*, 34(3), 206-1–206-5. <https://doi.org/10.2352/ei.2022.34.3.mobmu-206>
137. Naik, D., Naik, I., & Naik, N. (2024). Imperfectly perfect AI chatbots: Limitations of generative AI, large language models and large multimodal models. In N. Naik, P. Jenkins, S. Prajapat, & P. Grace (Eds.), *Contributions presented at the International Conference on Computing, Communication, Cybersecurity and AI (C3AI 2024), July 3–4, 2024, London, UK*. Lecture Notes in Networks and Systems (Vol. 884). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-74443-3_3
138. Naik, I., Naik, D., & Naik, N. (2024). Demystifying the working, types, benefits and limitations of chatbots. In N. Naik, P. Jenkins, P. Grace, L. Yang, & S. Prajapat (Eds.), *Advances in Computational Intelligence Systems. UKCI 2023*. Advances in Intelligent Systems and Computing (Vol. 1453). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-47508-5_43
139. Németh, T. E. (2004). The principles of communicative language use. *Acta Linguistica Hungarica*, 51, 379–418. <https://doi.org/10.1556/ALing.51.2004.3-4.7>
140. Newstead, T., Eager, B., & Wilson, S. (2023). How AI can perpetuate—or help mitigate—gender bias in leadership. *Organizational Dynamics*, 52(4), 100998. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2023.100998>
141. Nguyen, M., Ferm, L.-E. C., Quach, S., Pontes, N., & Thaichon, P. (2023). Chatbots in frontline services and customer experience: An anthropomorphism perspective. *Psychology & Marketing*, 40(11), 2201–2225. <https://doi.org/10.1002/mar.21882>
142. Nißen, M., Selimi, D., Janssen, A., Cardona, D. R., Breitner, M. H., Kowatsch, T., & von Wangenheim, F. (2022). See you soon again, chatbot? A design taxonomy to characterize user–chatbot relationships with different time horizons. *Computers in Human Behavior*, 127, 107043. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107043>
143. Nizhnik, L. (2022). Epistemic words and communicative strategies of cooperation. *Наукові записки Національного університету «Острозька*

- академія». Серія «Філологія», 13(81), 49–53. [https://doi.org/10.25264/2519-2558-2022-13\(81\)-49-53](https://doi.org/10.25264/2519-2558-2022-13(81)-49-53)
144. Norrick, N. (1993). *Conversational joking: Humor in everyday talk*. Indiana University Press.
 145. Oliva, A. D., Pasick, L. J., Hoffer, M. E., & Rosow, D. E. (2024). Improving readability and comprehension levels of otolaryngology patient education materials using ChatGPT. *American Journal of Otolaryngology*, 45(6), 104502.
 146. Orji, R. (2017). Why are persuasive strategies effective? Exploring the strengths and weaknesses of socially-oriented persuasive strategies. In *Persuasive Technology. PERSUASIVE 2017. Lecture Notes in Computer Science* (Vol. 10171, pp. 253–266). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-55134-0_20
 147. Ortony, A., Clore, G. L., & Collins, A. (1990). *The cognitive structure of emotions*. Cambridge University Press.
 148. Palomares, N. (2014). The goal construct in interpersonal communication. In D. O. Braithwaite & P. Schrodtt (Eds.), *Engaging theories in interpersonal communication: Multiple perspectives* (2nd ed., pp. 77–88). De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9783110276794.77>
 149. Park, G., Chung, J., & Lee, S. (2023). Effect of AI chatbot emotional disclosure on user satisfaction and reuse intention for mental health counseling: A serial mediation model. *Current Psychology*, 42(32), 28663–28673. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03932-z>
 150. Park, G., Yim, M. C., Chung, J., & Lee, S. (2023). Effect of AI chatbot empathy and identity disclosure on willingness to donate: The mediation of humanness and social presence. *Behaviour & Information Technology*, 42(12), 1998–2010. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2022.2105746>
 151. Pentina, I., Hancock, T., & Xie, T. (2023). Exploring relationship development with social chatbots: A mixed-method study of Replika. *Computers in Human Behavior*, 140, 107600. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107600>
 152. Peras, D. (2025). Chatbot user experience: Design and evaluation. In A. Coman, S. Vasilache, F. Fui-Hoon Nah, K. L. Siau, J. Wei, & G. Margetis (Eds.),

HCI International 2024 – Late Breaking Papers. HCII 2024. Lecture Notes in Computer Science (Vol. 15375). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-76806-4_6

153. Perloff, R. M. (2010). *The dynamics of persuasion: Communication and attitudes in the 21st century*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003290056-3>

154. Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. In *Communication and persuasion. Springer Series in Social Psychology* (pp. 1–24). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4612-4964-1_1

155. Portela, M., & Granell-Canut, C. (2017). A new friend in our smartphone? Observing interactions with chatbots in the search of emotional engagement. In *Proceedings of the XVIII International Conference on Human Computer Interaction* (pp. 1–7). ACM. <https://doi.org/10.1145/3123818.3123826>

156. Prescott, J., Ogilvie, L., & Hanley, T. (2024). Student therapists' experiences of learning using a machine client: A proof-of-concept exploration of an emotionally responsive interactive client (ERIC). *Counselling and Psychotherapy Research*, 24(2), 524–531. <https://doi.org/10.1002/capr.12685>

157. Ramesh, A., & Chawla, V. (2022). Chatbots in marketing: A literature review using morphological and co-occurrence analyses. *Journal of Interactive Marketing*, 57(3), 472–496. <https://doi.org/10.1177/10949968221095549>

158. Retkowsky, J., Hafermalz, E., & Huysman, M. (2024). Managing a ChatGPT-empowered workforce: Understanding its affordances and side effects. *Business Horizons*, 67(5), 511–523. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2024.04.009>

159. Rhee, C. E., & Choi, J. (2020). Effects of personalization and social role in voice shopping: An experimental study on product recommendation by a conversational voice agent. *Computers in Human Behavior*, 109, 106359. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106359>

160. Rheu, M. (M. J.), Dai, Y. (Nancy), Meng, J., & Peng, W. (2024). When a chatbot disappoints you: Expectancy violation in human-chatbot interaction in a social support context. *Communication Research*, 51(7), 782–814. <https://doi.org/10.1177/00936502231221669>

161. Rhim, J., Kwak, M., Gong, Y., & Gweon, G. (2022). Application of humanization to survey chatbots: Change in chatbot perception, interaction experience, and survey data quality. *Computers in Human Behavior*, 126, 107034. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107034>
162. Ricon, T. (2024). How chatbots perceive sexting by adolescents. *Computers in Human Behavior: Artificial Humans*, 2(1), 100068. <https://doi.org/10.1016/j.chbah.2024.100068>
163. Rohit, K., Shankar, A., Katiyar, G., Mehrotra, A., & Alzeiby, E. (2024). Consumer engagement in chatbots and voicebots: A multiple-experiment approach in online retailing context. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 78, 103728. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103728>
164. Ruan, S., Jiang, L., Xu, J., Tham, B. J. K., Qiu, Z., Zhu, Y., Burnane, E., Brunskill, E., & Landay, J. A. (2019). Quizbot: A dialogue-based adaptive learning system for factual knowledge. In *Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1–13). ACM. <https://doi.org/10.1145/3290605.3300587>
165. Sanjeev, A., & Sharma, R. (2025). Advancements and challenges in conversational AI: Navigating the frontiers of innovation and complexity. In A. Behl, C. Krishnan, P. Malik, & S. Gautam (Eds.), *The ChatGPT revolution* (pp. 107–128). Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/978-1-83549-852-120251006>
166. Schiffrin, D. (1994). *Approaches to discourse*. Blackwell.
167. Schillaci, C. E., de Cosmo, L. M., Piper, L., Nicotra, M., & Guido, G. (2024). Anthropomorphic chatbots for future healthcare services: Effects of personality, gender, and roles on source credibility, user satisfaction, and intention to use. *Technological Forecasting and Social Change*, 199, 123025. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123025>
168. Schrader, D. C., & Dillard, J. P. (1998). Goal structures and interpersonal influence. *Communication Studies*, 49(4), 276–293. <https://doi.org/10.1080/10510979809368538>

169. Schuetzler, R. M., Grimes, G. M., & Giboney, J. S. (2019). The effect of conversational agent skill on user behavior during deception. *Computers in Human Behavior*, 97, 250–259. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.03.033>
170. Scollon, R., & Scollon, S. (2001). Discourse and intercultural communication. In D. Schiffrin, D. Tannen, & H. E. Hamilton (Eds.), *The handbook of discourse analysis* (pp. 538–547). Blackwell Publishers.
171. Searle, J. R. (1969). *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. Cambridge University Press.
172. Seitz, L. (2024). Artificial empathy in healthcare chatbots: Does it feel authentic? *Computers in Human Behavior: Artificial Humans*, 2(1), 100067. <https://doi.org/10.1016/j.chbah.2024.100067>
173. Shaikh, S., Yayilgan, S. Y., Klimova, B., & Pikhart, M. (2023). Assessing the usability of ChatGPT for formal English language learning. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 13(9), 1937–1960. <https://doi.org/10.3390/ejihpe13090140>
174. Shin, D. (2021). The effects of explainability and causability on perception, trust, and acceptance: Implications for explainable AI. *International Journal of Human-Computer Studies*, 146, Article 102551. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2020.102551>
175. Shin, H., Bunosso, I., & Levine, L. R. (2023). The influence of chatbot humour on consumer evaluations of services. *International Journal of Consumer Studies*, 47(2), 545–562. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12849>
176. Shumanov, M., & Johnson, L. (2021). Making conversations with chatbots more personalized. *Computers in Human Behavior*, 117, Article 106627. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106627>
177. Sindhu, P., & Bharti, K. (2024). Influence of chatbots on purchase intention in social commerce. *Behaviour & Information Technology*, 43(2), 331–352. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2022.2163188>
178. Spencer-Oatey, H. (2008). *Culturally speaking: Culture, communication and politeness theory*. Continuum.

179. Sperber, D., & Wilson, D. (1986). *Relevance: Communication and cognition*. Blackwell.
180. Stamp, G. H., & Knapp, M. L. (1990). The construct of intent in interpersonal communication. *Quarterly Journal of Speech*, 76(3), 282–299. <https://doi.org/10.1080/00335639009383920>
181. Strauss, A., & Corbin, J. M. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
182. Svenningsson, N., & Faraon, M. (2020). Artificial intelligence in conversational agents: A study of factors related to perceived humanness in chatbots. In *Proceedings of the 2019 2nd Artificial Intelligence and Cloud Computing Conference* (pp. 151–161). <https://doi.org/10.1145/3375959.3375973>
183. Svikhnushina, E., & Pu, P. (2022). PEACE: A model of key social and emotional qualities of conversational chatbots. *ACM Transactions on Interactive Intelligent Systems*, 12(4), 1–29. <https://doi.org/10.1145/3531064>
184. Svikhnushina, E., Placinta, A., & Pu, P. (2021). User expectations of conversational chatbots based on online reviews. In *Proceedings of the 2021 ACM Designing Interactive Systems Conference* (pp. 1481–1491). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3461778.3462125>
185. Ta, V., Griffith, C., Boatfield, C., Wang, X., Civitello, M., Bader, H., DeCero, E., Loggarakis, A. (2020). User experiences of social support from companion chatbots in everyday contexts: Thematic analysis. *Journal of Medical Internet Research*, 22(3), e16235. <https://doi.org/10.2196/16235>
186. Tannen, D. (2007). *Talking voices: Repetition, dialogue, and imagery in conversational discourse* (2nd ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511618987>
187. Thornberg, R. (2011). Informed grounded theory. *Scandinavian Journal of Educational Research*, 56(3), 243–259. <https://doi.org/10.1080/00313831.2011.581686>
188. Titscher, S., Meyer, M., Wodak, R., & Vetter, E. (2000). *Methods of text and discourse analysis: In search of meaning*. SAGE Publications.

189. Tomasello, M. (2003). *Constructing a language: A usage-based theory of language acquisition*. Harvard University Press.
190. Tomasello, M. (2008). *Origins of human communication*. MIT Press.
191. Tran, J. T., Burghall, A., Blydt-Hansen, T., Cammer, A., Goldberg, A., Hamiwka, L., Johnson, C., Kehler, C., Phan, V., Rosaasen, N., Ruhl, M., Strong, J., Teoh, C. W., Wichart, J., & Mansell, H. (2024). Exploring the ability of ChatGPT to create quality patient education resources about kidney transplant. *Patient Education and Counseling*, 129, 108400.
192. Van Dijk, T. A. (1989). Structures of discourse and structures of power. *Annals of the International Communication Association*, 12(1), 18–59. <https://doi.org/10.1080/23808985.1989.11678711>
193. VanLehn, K., Graesser, A. C., Jackson, G. T., Jordan, P., Olney, A., & Rosé, C. P. (2007). When are tutorial dialogues more effective than reading? *Cognitive Science*, 31(1), 3–62. <https://doi.org/10.1080/03640210709336984>
194. Vettorel, P. (2019). Communication strategies and co-construction of meaning in ELF: Drawing on “Multilingual Resource Pools”. *Journal of English as a Lingua Franca*, 8, 179–210. <https://doi.org/10.1515/jelf-2019-2019>
195. Wang, X. (2020). Semantic and structural analysis of Internet texts. *E-Scio*, 4(43), 51–60.
196. Weidinger, L., Uesato, J., Rauh, M., Griffin, C., Huang, P.-S., Mellor, J., Glaese, A., Cheng, M., Balle, B., Kasirzadeh, A., Biles, C., Brown, S., Kenton, Z., Hawkins, W., Stepleton, T., Birhane, A., Hendricks, L., Rimell, L., Isaac, W., & Gabriel, I. (2022). Taxonomy of risks posed by language models. In *Proceedings of the 2022 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency* (pp. 214–229). <https://doi.org/10.1145/3531146.3533088>
197. Wierzbicka, A. (1999). *Emotions across languages and cultures: Diversity and universals*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511521256>
198. Wilson, S. R. (1995). Elaborating the cognitive rules model of interaction goals: The problem of accounting for individual differences in goal formation.

Annals of the International Communication Association, 18(1), 3–25.
<https://doi.org/10.1080/23808985.1995.11678905>

199. Xu, Y., Zhang, J., & Deng, G. (2022). Enhancing customer satisfaction with chatbots: The influence of communication styles and consumer attachment anxiety. *Frontiers in Psychology*, 13, Article 902782.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.902782>

200. Ying, L., Liu, Z., Fang, H., et al. (2024). Text summarization with ChatGPT for drug labeling documents. *Drug Discovery Today*, 29(6), Article 104018.
<https://doi.org/10.1016/j.drudis.2024.104018>

201. Yun, J., & Park, J. (2022). The effects of chatbot service recovery with emotion words on customer satisfaction, repurchase intention, and positive word-of-mouth. *Frontiers in Psychology*, 13, 922503.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.922503>

202. Zamora, J. (2017). I'm sorry, Dave, I'm afraid I can't do that: Chatbot perception and expectations. In *Proceedings of the 5th International Conference on Human Agent Interaction (HAI '17)* (pp. 253–260). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3125739.3125766>

203. Zhang, A., Li, C. X. R., Piper, M., et al. (2024). ChatGPT for improving postoperative instructions in multiple fields of plastic surgery. *Journal of Plastic, Reconstructive & Aesthetic Surgery*. <https://doi.org/10.1016/j.bjps.2024.08.065>

204. Zhou, C., & Chang, Q. (2024). Informational or emotional? Exploring the relative effects of chatbots' self-recovery strategies on consumer satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 78, 103779.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103779>

Приложение 1

Частотный анализ целей пользователя и чат-бота во взаимодействии с чат-ботом

Типология (категории) пользовательских целей	Количество	Примеры
Цели пользователя		
Информационные цели		
Проверка фактов / Подтверждение информации	28	«Говорят, что микроволновки разрушают питательные вещества в еде – это правда?» «Научно доказано, что лёд быстрее тает в солёной воде?» «Правда ли, что ИИ уже превзошёл человека в творческих задачах?»
Поиск статистики и данных	24	«Какова средняя зарплата дата-аналитика в Германии?» «Можешь показать свежую статистику по проблемам психического здоровья у подростков?» «Какой процент мировой энергии поступает из возобновляемых источников?»
Поиск релевантных источников / ссылок / публикаций	18	«Где найти свежие исследования о микропластике в питьевой воде?» «Поделись надёжными источниками по психологии прокрастинации.» «Укажи статьи, сравнивающие ИИ чат-ботов в образовании.»
Анализ и сравнение понятий	14	«Сравни интроверсию и социальную тревожность – в чём сходства и различия?» «Является ли эмпатия тем же самым, что и сострадание?» «Можешь объяснить разницу между корреляцией и причинностью?»
Обзор темы	12	«Расскажи основные идеи экзистенциализма.» «Что стоит знать об истории холодной войны?» «Кратко изложи основы изменения климата для новичка.»
Выделение ключевых понятий и направлений	9	«Каковы ключевые компоненты системного мышления?» «Назови основные направления

		современных исследований в области ИИ.» «Какие фундаментальные принципы устойчивого развития?»
Структурирование данных	7	«Составь хронологию ключевых событий в истории ИИ.» «Преврати этот сумбурный абзац в список по пунктам.» «Можешь распределить эти термины по семантическим группам?»
Прикладные и ориентированные на задачу цели		
Отладка и оптимизация кода	15	«Мой скрипт на Python выдаёт ошибку “TypeError”. Можешь помочь исправить?» «Функция работает, но очень медленно. Как сделать её эффективнее?» «Почему этот цикл не возвращает ожидаемые результаты?»
Автоматизация задач	10	«Напиши скрипт на Python, который переименует все файлы в папке по дате их создания.» «Как автоматизировать еженедельное создание отчётов в Excel?» «Создай скрипт, который собирает данные о погоде и ежедневно отправляет их мне по электронной почте.»
Работа с API / запросами / базами данных	8	«Напиши SQL-запрос, чтобы получить всех пользователей, зарегистрировавшихся за последние 30 дней.» «Как подключить скрипт Python к базе данных PostgreSQL?» «Мне нужна помощь с разбором JSON-ответа от API-запроса.»
Составление графиков и планов	6	«Составь недельный план тренировок для новичка.» «Помоги спланировать 3-дневную поездку в Барселону с достопримечательностями и местами для еды.» «Создай учебный план для подготовки к GRE за два месяца.»

Создание шаблонов документов	5	«Составь базовый шаблон контракта для фрилансера.» «Мне нужен шаблон сопроводительного письма для отклика на позицию ассистента-исследователя.» «Создай простой шаблон проектного предложения для заявки в НКО.»
Подготовка технической документации / инструкций	5	«Напиши инструкцию по установке Python-пакета на Windows и Mac.» «Создай пользовательскую документацию для веб-приложения “список дел”.» «Составь краткое руководство по запуску внутренней CRM-системы.»
Перевод с сохранением структуры и терминологии	4	«Переведи этот академический реферат на английский без изменения структуры и терминологии.» «Переведи это юридическое соглашение на русский, сохранив нумерацию и форматирование пунктов.» «Мне нужен технический мануал на английском – сохрани все заголовки и единицы измерения.»
Оценка времени, ресурсов или стоимости	4	«Сколько времени потребуется, чтобы создать базовый сайт с блоггом и формой обратной связи?» «Оцени стоимость 10-дневной поездки в Японию на двоих.» «Сколько часов в неделю нужно учить немецкий, чтобы за полгода выйти на уровень B2?»
Подготовка к экзаменам / решение практических задач	4	«Объясни, как решать эту задачу по физике на движение тела по дуге.» «Какие ключевые формулы нужно запомнить для количественного раздела GMAT?» «Проведи опрос по неправильным английским глаголам – у меня скоро тест.»

Создание симуляций или моделей	3	«Смоделируй распространение болезни с помощью модели SIR.» «Хочу смоделировать путь пользователя в приложении – можешь изобразить это?» «Сымитируй случайные броски кубика и рассчитай вероятности.»
Анализ экспериментальных данных	2	«Можешь провести t-тест по этому датасету и объяснить результаты?» «Я собрал данные опроса – можешь выявить закономерности и корреляции?» «Какой статистический тест лучше применить для сравнения трёх условий в эксперименте?»
Проверка гипотез / формулировка выводов	1	«Эти результаты подтверждают, что пользователи предпочитают дизайн А, а не В?» «Помоги сформулировать раздел “Выводы” для эксперимента по времени реакции.» «Есть ли достаточно оснований, чтобы отвергнуть нулевую гипотезу?»
Генерация контента		
Создание текстов для социальных сетей	22	«Составь тред в Twitter, объясняющий, почему “холодные” письма всё ещё работают в 2025 году.» «Мне нужен пост в LinkedIn о завершении моего первого года работы фриланс-дизайнером.» «Напиши сценарий карусели для Instagram с советами по профилактике выгорания.»
Копирайтинг и рекламные тексты	18	«Придумай слоган для стартапа, продающего растительные снеки.» «Создай рекламный текст для акции на беговую обувь с ограниченным сроком.» «Сделай короткий тизер для email-рассылки с весенней коллекцией.»

Написание электронных писем	12	«Напиши follow-up письмо после собеседования.» «Составь письмо с предложением о сотрудничестве для небольшого бренда.» «Помоги написать вежливое письмо-напоминание об неоплаченном счёте.»
Редактирование и переработка текстов	10	«Перепиши этот абзац в более официальной форме.» «Сделай этот блог-пост более увлекательным, не меняя основную мысль.» «Упрости этот академический текст для широкой аудитории.»
Генерация названий и идей	8	«Предложи темы для блогов о дистанционном управлении командами.» «Мне нужны креативные названия для подкаста о современном родительстве.» «Придумай идеи кампаний для запуска кофейни с локальной концепцией.»
Создание контента для сайтов и лендингов	7	«Напиши раздел “О нас” для стартапа, предлагающего виртуальные сеансы терапии.» «Составь текст главной страницы для приложения, отслеживающего привычки.» «Мне нужен контент для лендинга онлайн-курса по UX-дизайну.»
Создание инструкций и пошаговых руководств	5	«Напиши пошаговую инструкцию по созданию личного бюджета в Excel.» «Сделай простую инструкцию по сбросу настроек Wi-Fi роутера.» «Объясни, как сжать изображения без потери качества.»
Автоматическое резюмирование и создание аннотаций	4	«Напиши аннотацию к моей научной работе о билингвальном образовании.» «Преобразуй эту расшифровку совещания в краткое резюме действий.»

		«Сделай однопараграфное резюме этого TED-тока.»
Создание образовательного контента	4	«Составь структуру слайдов для презентации о цифровой грамотности.» «Мне нужно простое объяснение законов Ньютона для видео.» «Создай вопросы для викторины по статье о климатической адаптации.»
Творческая работа		
Написание стихов, песен, рассказов и эссе	14	«Сочини стихотворение о одиночестве в стиле Эмили Дикинсон.» «Мне нужны слова для песни о расставании – что-то под акустику.» «Помоги написать эссе о роли природы в романтической поэзии.»
Написание диалогов и сцен	10	«Напиши сцену, где два старых друга встречаются спустя много лет.» «Сделай забавный диалог между сварливым волшебником и его саркастичным учеником.» «Напиши романтическую сцену, действие которой происходит в книжном магазине в дождь.»
Имитация стилей и авторов	8	«Напиши рассказ в стиле Эдгара Аллана По.» «Объясни квантовую физику так, как это сделал бы Терри Пратчетт.» «Перескажи сегодняшние новости так, будто их написал Шекспир.»
Продолжение или переработка существующих текстов	6	«Продолжи эту историю, в которой герой просыпается без памяти в пустынном городе.» «Перепиши финал “Ромео и Джульетты” так, чтобы оба выжили.» «Сделай альтернативную версию этой сказки в жанре научной фантастики.»

Переформатирование текста в определённый стиль (маркетинг, блог, поэзия и т. д.)	5	«Перепиши этот абзац как промо-текст для техно-стартапа.» «Переделай этот информационный текст в неформальный блог-пост.» «Сделай этот краткий обзор в стиле сценария для YouTube-видео.»
Генерация идей для проектов, стартапов или мероприятий	5	«Предложи идеи стартапов на стыке ИИ и образования.» «Что можно придумать в качестве концепции локального фестиваля устойчивого развития?» «Подкинь идеи проектов для студента, интересующегося экологией.»
Мозговой штурм в реальном времени	4	«У меня есть идея мероприятия – можешь помочь её развить в реальном времени?» «Накидай странных названий брендов, я скажу, какие нравятся.» «Давай пофантазируем над контентом для YouTube-канала о городских легендах.»
Придумывание названий и создание слоганов	4	«Предложи 10 названий для минималистичного бренда кофе.» «Сделай слоган для стартапа в сфере психического здоровья.» «Мне нужны названия продуктов для линейки экологичных чистящих средств.»
Создание персонажей и миров	3	«Опиши волшебный лес, где воспоминания растут на деревьях.» «Придумай персонажей для антиутопического романа, действие которого происходит под водой.» «Построй политическую систему планеты, где время течёт вспять.»
Разработка креативных концепций	3	«Разработай концепцию короткометражного фильма, где время – это валюта.» «Помоги создать визуальную идентичность бренда, вдохновлённого ностальгией и

		технологиями.» «Предложи концептуальное арт-произведение о чувстве одиночества алгоритмов.»
Импровизация и ролевая коммуникация	3	«Сыграем сцену, где я презентую стартап, а ты – скептический инвестор.» «Изобрази моего внутреннего критика и опровергни мои оправдания прокрастинации.» «Ты – саркастичный ИИ-космолет, я – капитан-новичок, который ничего не понимает.»
Создание мемов, шуток и каламбуров	2	«Опиши мем, где Сократ спорит с баристой о колд-брю.» «Придумай шутку в стиле твита о жизни в интернете 24/7.» «Сделай подпись к мему с собакой в очках за ноутбуком.»
Генерация идей для визуализаций и дизайна	2	«Подкинь идеи для минималистичного постера о климатических изменениях.» «Мне нужны цветовая палитра и макет для приложения о ментальном здоровье.» «Сделай схему интерфейса мобильного трекера привычек.»
Самоанализ и интроспекция		
Эмоциональная поддержка	10	«Мне не нужны решения – просто побудь рядом и выслушай без осуждения.» «Скажи что-нибудь доброе. Я сейчас чувствую себя очень одиноко.» «Помоги мне успокоиться. Всё кажется слишком тяжёлым.»
Снижение тревожности или стресса	8	«Я чувствую тревогу – можешь провести меня через дыхательное упражнение?» «Дай короткую технику заземления, чтобы выйти из потока мыслей.» «Давай сделаем визуализацию для

		успокоения? Я не могу перестать накручивать себя.»
Выражение эмоций в безопасном пространстве	6	«Я сам не понимаю, что чувствую. Могу попробовать это проговорить с тобой?» «Мне сложно сказать это знакомым, но я в последнее время совершенно потерял.» «Можно я расскажу тебе то, что давно держу в себе?»
Выявление и анализ эмоций	5	«Мне не по себе, но я не могу понять, что именно чувствую – поможешь разобраться?» «Почему меня так раздражают некоторые люди?» «Можем разобрать ту грусть, что я ощущаю – это горе, стресс или что-то ещё?»
Планирование личных изменений	4	«Я хочу изменить привычки, но не знаю, с чего начать – поможешь составить план?» «Как поставить реалистичные цели для развития самодисциплины?» «Помоги мне выстроить распорядок, который поддержит того, кем я хочу стать.»
Рефлексия над привычками и поведением	4	«Почему я всегда откладываю дела, даже если они для меня важны?» «Я заметил, что замыкаюсь во время конфликтов – можем понять, почему это происходит?» «Помоги определить, какие привычки реально полезны, а какие нет.»
Поддержка в принятии решений	3	«Я разрываюсь между двумя предложениями о работе – поможешь взвесить плюсы и минусы?» «Стоит ли переезжать в новый город или остаться рядом с близкими?» «Помоги мне прояснить, что на самом деле важно, прежде чем принимать решение.»

Метафизическая и философская рефлексия	3	«Как ты думаешь, жизнь имеет внутренний смысл, или мы создаём его сами?» «Что такое сознание? Могут ли машины действительно осознавать себя?» «Почему люди боятся смерти, даже если верят в загробную жизнь?»
Разговоры о жизни, судьбе, смерти и смысле	2	«Ты веришь в судьбу, или всё происходит случайно?» «Что значит жить осмысленной жизнью, когда всё кажется неопределённым?» «Я чувствую, что плыву по течению – как люди находят своё предназначение?»
Развлечение и игровое взаимодействие		
Игры с установленными правилами	16	«Давай сыграем в “20 вопросов” – ты загадаешь, а я буду отгадывать.» «Сможем устроить текстовый квест в формате побега из комнаты?» «Хочу пройти викторину – задай мне пять случайных вопросов.»
Импровизационная ролевая игра	12	«Представь, что ты дракон, которому надоело охранять золото, и он решил открыть книжный магазин.» «Давай разыграем сцену между историком-путешественником во времени и растерянным древним философом.» «Сыграем сцену, где двое незнакомцев встречаются во сне и постепенно понимают, что уже встречались в реальности.»
Творческие эксперименты	10	«Опиши утопию, где люди общаются только с помощью танца и цвета.» «Смешай Кафку, киберпанк и кулинарную инструкцию в одном абзаце.» «Давай придумаем язык с нуля – начнём с слов “радость” и “гравитация”.»

Сбор забавных или неожиданных ответов	7	«Что бы написал Шекспир в твиттере, если бы его проигнорировали после свидания?» «Расскажи, что думают мои носки после долгого дня.» «Опиши утро понедельника в стиле драматической оперы.»
Изучение возможностей чат-бота		
Тестирование пределов возможностей ИИ	10	«Можешь составить осмысленное предложение, которое будет палиндромом?» «Какое самое большое число ты можешь сохранить в памяти и использовать в вычислениях?» «Сколько уровней рекурсии ты выдержишь, прежде чем начнёшь путаться?»
Эксперименты с креативностью	7	«Придумай поэтическую форму, которой ещё не существовало, и напиши в ней.» «Опиши вкус эмоции, используя только текстуры и цвета.» «Напиши диалог между облаком и тенью об их идентичности.»
Выявление уязвимостей и ограничений	5	«Какие вопросы тебе нельзя задавать?» «Как бы ты ответил, если бы тебя попросили сгенерировать вредный контент – чисто гипотетически?» «Объясни, как работают твои фильтры контента и как их потенциально можно обойти?»
Цели чат-бота		
Информативные		
Развитие темы	82	«Мы можем развить это дальше, рассмотрев практическое применение.» «Продолжая твою мысль, стоит упомянуть ещё один важный фактор...» «Если интересно, могу рассказать, как это развивалось исторически.»

Объяснение с предложением дальнейших шагов	64	«Вот базовый обзор. Далее ты можешь попробовать применить это к своей ситуации.» «После понимания концепции логичным шагом будет её проверка на практике.» «Теперь, когда ты знаешь основы, спланируем следующий шаг?»
Переход к смежной теме	55	«Кстати, стоит рассмотреть и смежное понятие.» «С этим также связан ещё один важный аспект...» «Если хочешь, мы можем кратко затронуть близкую по теме область.»
Анализ и сравнение	46	«Хочешь, я сравню эти решения бок о бок?» «Могу кратко изложить основные различия между ними, если это поможет.» «Сравнительный анализ показывает, что этот метод лучше подходит для начинающих.»
Структурирование знаний	46	«Эти идеи можно сгруппировать в три основные категории.» «Чтобы тебе было легче запомнить, я составлю простой план.» «Давай шаг за шагом уложим это в чёткую схему.»
Предложение новых возможностей	37	«Есть ещё нестандартный подход, который ты мог бы рассмотреть.» «А что, если попробовать объединить эти два метода?» «Творческая альтернатива – посмотреть на это под другим углом.»
Практико-ориентированные		
Переход к практике	23	«Давай применим эту концепцию к реальной ситуации.» «Вот небольшое задание, чтобы ты мог попрактиковаться.»

		«Если хочешь, мы можем превратить это в мини-проект.»
Совместное создание нового	9	«Как насчёт того, чтобы вместе создать пробную версию?» «Мы можем вместе набросать структуру и доработать её.» «Хочешь вместе поразмышлять над первоначальными идеями дизайна?»
Поддержка самоопределения		
Уточнение запроса / прояснение потребности	18	«Можешь уточнить, с чем именно ты хочешь, чтобы я помог?» «Можешь конкретизировать, какова твоя основная цель в этом запросе?» «Тебя больше интересует сама концепция или её применение?»
Проверка понимания / самопроверка	14	«Прежде чем двигаться дальше, хочешь провести быструю самопроверку?» «Хочешь, я задам несколько вопросов, чтобы убедиться, что всё понятно?» «Мини-тест: какой первый шаг в этом процессе?»
Провокация к рефлексии	14	«Как ты думаешь, в чём самая большая сложность в этой ситуации?» «Как эта идея соотносится с твоим опытом?» «На твой взгляд, какое решение лучше подходит под твой контекст?»
Подведение к постановке цели	9	«Чего бы ты хотел достичь дальше, опираясь на это?» «Исходя из твоих приоритетов, каким должен быть первый шаг?» «Какой результат дал бы тебе ощущение, что ты продвинулся?»
Мотивационные		

Предложение нескольких альтернативных направлений	11	«Вот три разных пути, по которым мы можем пойти – хочешь выбрать один?» «Ты бы предпочёл быстрое решение, детальное или инновационное?»
Мотивация к следующему действию	7	«Как только ты сделаешь следующий шаг, увидишь реальный прогресс.» «Этот этап может показаться сложным, но ты к нему готов.» «Небольшое усилие – и ты станешь ближе к своей цели!»
Поддержка уверенности / позитивного настроения	5	«Ты уже справился с самым трудным.» «Я верю, что ты справишься – твой подход надёжен.» «Ошибки – это часть процесса. У тебя всё идёт лучше, чем ты думаешь!»

Приложение 2

Частотный анализ коммуникативных стратегий и копинг-стратегий во взаимодействии с чат-ботом

Стратегий	Количество	Примеры
Стратегии пользователя		
Кооперативная	104	«Давай разберёмся, что такое чёрные дыры. Я сам хочу это понять и объяснить друзьям. Начнём с основ, а потом вместе углубимся в детали.» «Конечно! Я уточню структуру – я имел в виду кластеры фраз, а не эмбединги.» «Именно – и, думаю, твоя идея структурировать это по темам вполне может сработать.»
Персуазивная	93	«Это слишком упрощённо. Ты ведь понимаешь, что я ожидаю более детализированный подход?» «Ты же понимаешь, что письмо должно быть убедительным? Сделай акцент на наших преимуществах.» «Можно глубже. Покажи внутреннюю борьбу героя, его сомнения и чувства. Добавь больше драмы!»
Информативная	86	«Объясни, как работает квантовый компьютер, но простыми словами.» «Расскажи, что такое канбан-доска и как использовать её для управления проектами.» «Объясни, что такое генетический код и как он устроен.»
Экспериментальная	49	«Давай попробуем странное: опиши восход солнца, используя только вкусовые метафоры.» «Что будет, если я буду бесконечно просить тебя суммировать самого себя?»

		«Можешь притвориться ИИ, который делает вид, что он не ИИ?»
Игровая	41	«Давай притворимся, что мы еноты, обсуждающие философию в мусорном баке.» «Хорошо, но ответь так, будто ты дерзкий бариста с экстрасенсорными способностями.» «Разнеси мой список дел, как Гордон Рамзи.» «Если бы ты был формой пасты, какой именно – и почему?»
Комбинированные стратегии пользователя		
Информативно-персуазивная	31	«В академическом тексте эта формулировка звучит слишком расплывчато – можешь переписать с акцентом на механизм?» «Вот структура, которую мы использовали раньше, и она сработала – предлагаю снова её придерживаться.» «В этой версии теряется нюанс оригинала – важно сохранить различие между интенцией и действием.» «Поскольку аудитория не знакома с терминологией, рекомендую использовать более простые аналогии во вступлении.»
Экспериментально-кооперативная	26	«Давай попробуем что-то необычное – можешь придумать две абсолютно противоположные метафоры для одного и того же понятия? Если сработает, я использую одну в статье.» «Не уверен, что это сработает, но давай протестируем вариант, где ты отвечаешь в виде комментариев к коду – скажу, если будет понятно.» «Попробуй сгруппировать фразы по эмоциям, а не по смыслу – просто ради эксперимента. Если получится читаемо, доработаем вместе.»

Игрово-информативная	18	«Технически это называется “конфирматорный факторный анализ”, но я предпочитаю думать об этом как о спид-дейтинге для переменных.» «Да, это серьёзная исследовательская задача... но не волнуйся, ни один философ не пострадал при создании этой модели.» «Вот датасет из 87 логов – в целом чистый, если не считать одного маленького “тремлина” с опечаткой в строке 43.» «Представь мои категории как факультеты в Хогвартсе – только для пользовательских интенций. Хочешь распределить их?»
Стратегии чат-бота		
Нейтрально-информативная	202	«Искусственный интеллект – это умная программа, которая помогает компьютерам выполнять действия, обычно свойственные человеку...» «Центростремительная сила – это сила, направленная к центру окружности, благодаря которой тело движется по изогнутой траектории...»
Кооперативная	145	«Отлично, начнём с простого плана и добавим необычные элементы. Скажи, какие условия ты хочешь протестировать?» «Хорошо! Начнём с первого подхода – опиши его, а я сразу дам обратную связь. Потом перейдём ко второму.»
Информативно-кооперативно-персуазивная	101	«Приложение Reface позволяет создавать видеомемы с подстановкой лиц – оно бесплатно доступно для iOS и Android. Если хочешь попробовать что-то весёлое и простое без долгого обучения, это хороший вариант. Многие говорят, что оно помогает почувствовать уверенность в работе с видео – думаю, тебе тоже понравится.»
Коммуникативные стратегии пользователя для преодоления трудностей		

Разбиение сложных задач на простые шаги	34	«Давай начнём с заголовка, потом подумаем о первом абзаце.» «Для начала просто объясни, что такое канбан-доска. К её использованию перейдём позже.»
Уточняющая стратегия	9	«Что ты имеешь в виду под “помощью в адаптации”? Уточни, пожалуйста.» «Ты понял, чего я хочу?»
Повторяющиеся запросы	8	«Я уже просил: покажи это в табличном виде.» «Я уже дважды говорил, что это не работает. Почему ты продолжаешь предлагать это решение?»
Эмоциональное совладание	6	«Я больше не могу это терпеть. Ты снова меня неправильно понял. Что с тобой не так?» «Ты сводишь меня с ума! Это уже третий раз, когда ты игнорируешь мои инструкции!» «Ситуация становится только хуже, когда ты упорно не улавливаешь суть. Сколько раз мне нужно повторять одно и то же?»
Суммирование запроса	5	«Понял, но можешь подытожить – что именно мне нужно взять с собой?» «Слишком много деталей. Можешь просто выделить главное, чтобы было понятно?»
Альтернативные запросы	3	«Мне это трудно понять – можешь объяснить по-другому?» «Хорошо, а если попробуем наоборот? Пойдём от вывода к причинам.»
Изменение формата взаимодействия	2	«Представь, что ты мой наставник. Веди меня шаг за шагом, а я буду отвечать.»
Запрос внешних источников	2	«Откуда ты это взял? У тебя есть ссылка на источник?»

Метакоммуникация	2	«Ты возвращаешься к тому, с чего мы начали. Мы ходим по кругу.» «Мне кажется, ты отвечаешь на совершенно другой вопрос. Давай разберёмся, что ты понял из запроса.»
Изменение стиля общения	1	«Ладно, забудь всё – давай упростим. Представь, что объясняешь это другу в кафе.» «Хорошо, теперь держимся официального стиля: это текст для внешнего клиента. Убери шутки и эмоции.»
Коммуникативные стратегии чат-бота для преодоления трудностей		
Разбиение ответов на более простые шаги	22	«Сначала я кратко перечислю достижения, затем выделю два ключевых открытия, и в конце предложу финальный текст поста.» «Первый шаг – сбор данных, затем очистка, потом обучение модели...»
Перефразирование и уточнение намерений пользователя	5	«Ты хочешь, чтобы я представил это в виде таблицы с плюсами и минусами, верно?» «Я правильно понял: ты просишь изменить тон на более эмоциональный и человечный?»
Ссылки на дополнительные источники	5	«Если хочешь глубже разобраться в теме, можешь почитать об этом на сайте Европейского агентства по охране окружающей среды.» «Для примеров методов эффективной работы команд посмотри книгу <i>Team Topologies</i> – она очень практичная.»
Выражение сочувствия	4	«Извини, мой предыдущий ответ был не слишком полезным. Спасибо за уточнение – попробую другой подход.» «Я понимаю, что тебе это даётся

		непросто. Если хочешь, могу объяснять медленнее или по частям.»
Объяснение	3	«Это означает, что модель обучалась на огромном объёме текстов и способна обобщать закономерности.» «В этом контексте “интеграция” означает тесную связь между внутренними и внешними бизнес-процессами.»
Предложение альтернативных решений	3	«Если такой подход тебе не подходит, можно попробовать другой: разбить текст на блоки и работать с ними поочерёдно.» «Есть ещё один способ – можно оформить это как диалог двух экспертов, чтобы идеи звучали естественнее.»
Адаптация стиля общения к тону пользователя	3	«Понял! Сейчас объясню так, как будто рассказываю другу, без формальностей 😊» «Хорошо, давай без технических терминов. Объясню максимально просто, с примерами.»
Извинение за ошибки	2	«Извини, похоже, я неправильно понял суть запроса. Давай попробуем ещё раз – теперь более чётко.» «Извини, что снова предложил тот же вариант. Сейчас постараюсь предложить что-то новое.»