

Оригинальная статья
УДК 811.161.1; 316.772
<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2022-8-3-128-146>

«Чат-бот коммуникация» как объект лингвистического исследования в системе цифровых коммуникаций

**Светлана Владимировна Киселева¹, Анна Андреевна Смирнова^{2✉},
Нэлла Аркадьевна Трофимова³**

^{1, 2, 3}Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
Санкт-Петербург, Россия

¹svkiseljeva@bk.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3814-1111>

^{2✉}Smirnova_a.a.spb@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1392-2832>

³nelart@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4088-0730>

Введение. Авторы статьи рассматривают одну из интересных технологий в сегменте диджитализации – чат-бота – с лингвистической точки зрения. Тема представляет особый интерес для лингвистов, поскольку активное развитие цифровой среды ведет к появлению новых средств и форм речепорождения и речевосприятия, со своими отличительными особенностями, закономерностями и правилами конструирования. Речевые акты в системе интернет-дискурса в рамках данной работы имеют ключевое значение: объект исследования находится на стыке нескольких дисциплин (IT, Реклама и PR), однако с лингвистической точки зрения практически не рассматривается.

Методология и источники. Для прояснения некоторых теоретических неточностей в научной работе применяется корпусный анализ текстов англоязычных и русскоязычных веб-корпусов. Англоязычные веб-корпуса: «NOW» (News on the Web), «iWeb», «GloWbE» (Global Web-based English). Русскоязычные веб-корпуса: «ruTenTen11» и ГИКРЯ. Анализ особенностей построения речевых актов в чат-бот коммуникации проводится на языковом материале английских и русских чат-ботов в разных социальных сетях и мессенджерах.

Результаты и обсуждение. Корпусный анализ текста помогает рассмотреть объект исследования с лингвистической точки зрения и дополнить уже имеющиеся знания языковыми данными. Анализ эмпирического материала на базе двух языков позволяет провести сопоставление, выявить характеристики текстов чат-бот коммуникации, проследить сходства и различия в когнитивном восприятии речи, а также найти ошибки при построении речевых актов.

Заключение. Систематизация данных и более детальный анализ такого понятия как «чат-бот коммуникация» поможет в дальнейшем создать универсальные лингвокогнитивные модели для ботов с конечным сценарием, что поможет избежать ошибок и сделать коммуникативный акт максимально успешным. Чат-боты с точки зрения коммуникативной функции при организации речевых актов должны пользоваться специальными правилами и лингвистическими моделями, чтобы привести речевой акт к успеху. Как самообучающиеся боты в категории искусственного интеллекта создаются при активном участии лингвистов, так и чат-боты в социальных сетях и мессенджерах должны быть подчинены единым лингвистическим законам.

© Киселева С. В., Смирнова А. А., Трофимова Н. А., 2022

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.



Ключевые слова: чат-бот коммуникация, корпусное исследование, речевой акт, текст, категории текста, когнция, сетевой дискурс

Для цитирования: Киселева С. В., Смирнова А. А., Трофимова Н. А. «Чат-бот коммуникация» как объект лингвистического исследования в системе цифровых коммуникаций // ДИСКУРС. 2022. Т. 8, № 3. С. 128–146. DOI: 10.32603/2412-8562-2022-8-3-128-146.

Original paper

“Chatbot Communication” as an Object of Linguistic Research in the System of Digital Communications

Svetlana V. Kiseleva¹, Anna A. Smirnova^{2✉}, Nella A. Trofimova³

^{1, 2, 3}*Saint Petersburg State Economic University, St Petersburg, Россия*

¹*svkiseleva@bk.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3814-1111>*

^{2✉}*Smirnova_a.a.spb@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1392-2832>*

³*nelart@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4088-0730>*

Introduction. The authors of the article consider one of the interesting technologies in the digitalization segment – a chatbot – from a linguistic point of view. The topic is of particular interest to linguists, since the active development of the digital environment leads to the emergence of new means and forms of speech production and speech perception, with their own distinctive features, patterns and rules of construction. Speech acts in the Internet discourse system within the framework of this work are of key importance: the object of study is located at the intersection of several disciplines (IT, Advertising and PR), but from a linguistic point of view it is practically not considered.

Methodology and sources. To clarify some theoretical inaccuracies in the scientific work, corpus analysis of the texts of English-language and Russian-language web corpus is used. English-language web corpus: “NOW corpus” (News on the Web), “iWeb corpus”, “GloWbE corpus” (Global Web-based English). Russian-language web corpora: “ruTenTen2011” and GIKRYA. The analysis of the features of the construction of speech acts in chatbot communication is carried out on the basis of the language material of English and Russian chatbots in various social networks and instant messengers.

Results and discussion. Corpus text analysis helps to consider the object of study from a linguistic point of view and supplement existing knowledge with linguistic data. The analysis of empirical material based on two languages allows us to compare, identify the characteristics of chatbot communication texts, trace similarities and differences in the cognitive perception of speech, and also find errors in the construction of speech acts.

Conclusion. Systematization of data and a more detailed analysis of such a concept as “chatbot communication” will help in the future to create universal linguistic-cognitive models for bots with a final scenario, which will help to avoid mistakes and make the communication act as successful as possible. Chatbots, from the point of view of the communicative function, when organizing speech acts, must use special rules and linguistic models in order to bring the speech act to success. Just as self-learning bots in the category of artificial intelligence are created with the active participation of linguists, so chatbots in social networks and instant messengers must be subject to uniform linguistic laws.

Keywords: chatbot communication, corpus research, speech act, text, text categories, cognition, network discourse

For citation: Kiseleva, S.V., Smirnova, A.A. and Trofimova, N.A. (2022), "Chatbot Communication" as an Object of Linguistic Research in the System of Digital Communications", *DISCOURSE*, vol. 8, no. 3, pp. 128–146. DOI: 10.32603/2412-8562-2022-8-3-128-146 (Russia).

Введение. Цифровизация, активно распространившаяся на все сферы жизни общества, оказала сильное воздействие и подтолкнула коммуникативную сферу к трансформации традиционных методов речевого взаимодействия. По прогнозам аналитиков «We Are Social», в 2022 г. пользователи во всем мире могут провести в Интернете более 12,5 трлн часов [1].

«Цифровая коммуникация» – новый термин, введенный в активный оборот средствами массовой информации, отражает всю специфику современных речевых актов, большая часть которых протекает через Интернет и социальные сети. Цифровые коммуникации находятся на стыке минимум трех дисциплин: IT как сферы, где создаются цифровые технологии; маркетинга, рекламы и PR, где данные коммуникации являются наиболее применимыми и востребованными; лингвистики как науки, которая занимается изучением коммуникационных процессов, описанием алгоритмов речевого взаимодействия и т. д. Междисциплинарность предопределяет специфику объекта: в каждой из представленных сфер ученые будут уделять большое внимание изучению различных вопросов, связанных с цифровыми технологиями. Эти исследования могут иметь общие моменты и точки пересечения, открывающие новые особенности объекта.

В лингвистической науке большое значение придается цифровым коммуникациям с точки зрения организации речевых актов, прагматической, когнитивной, семантической направленности. Коммуникационные процессы в сети строятся по своим законам, создавая новые сферы интереса лингвистической науки. Еще в 2010 г. Д. Кристал создал новый раздел, названный «Интернет-лингвистика» [2]. В качестве отличительных особенностей известный лингвист определил также четыре основные концепции, господствующие в сети: «социолингвистическую, образовательную, стилистическую и практическую» [2, р. 51]. Каждая из перечисленных концепций имеет свою специфику, свои отличительные особенности по сравнению с традиционными речевыми актами.

Вместе с тем возникает особый вид дискурса, отражающий в контекстах всю специфику интернет-коммуникации: сетевой дискурс. Это еще одна сфера интереса лингвистов, изучающих коммуникацию в веб-пространстве. Ведь «дискурс», согласно определению, данному Н. Д. Арутюновой, «это речь, погруженная в жизнь» [3, с. 132]. А. Т. А. ван Дейк дает термину более конкретное определение: «Дискурс – это сложное единство языковой формы, значения и действия, которое соответствует понятию “коммуникативное событие”» [4, р. 212]. В. И. Карасик под дискурсом понимает «единство текста и коммуникативной ситуации» [5]. Таким образом, дискурс неразрывно связан с коммуникацией, и при появлении нового объекта (Интернета, социальных сетей и т. д.) возникает новый дискурс, отраженный в текстах и устных речевых актах.

Однако несмотря на популярность интернет-среды как объекта организации коммуникативных актов, существуют некоторые трудности в организации процесса ее исследования. Определенное ограничение на лингвистические исследования накладывает постоянная подвижность сферы: цифровые технологии очень активно развиваются, привнося все новые и новые аспекты в интернет-коммуникацию. Помимо этого, политические, социальные,

экономические, технологические и многие другие события могут накладывать серьезный отпечаток на эти процессы, ускоряя темп роста цифровизации или, наоборот, замедляя его.

Коммуникация в сети Интернет стала ключевым аспектом для внедрения искусственного интеллекта и чат-ботов. Объемы коммуникации в сети непрерывно растут, а это значит, что бизнес-структуры вынуждены применять технологии для организации чатов с клиентами, отслеживания ряда процессов, внедрения более широкого функционала и т. д.

Чат-бот как явление технологическое и коммуникативное может быть представлен на стыке трех уже упомянутых сфер: IT; маркетинг, реклама и PR и лингвистика. В IT-среде чат-бот является «формой разговорного искусственного интеллекта, предназначенной для упрощения взаимодействия человека с компьютерами» [6]. Важными аспектами исследований в данной среде являются закономерности функционирования алгоритмов, разработки и внедрение чат-ботов как программ. Для маркетинговой, рекламной и PR-сферы чат-бот является инструментом для налаживания коммуникации с ключевым сегментом базисного субъекта – целевой аудиторией и/или достижения рекламных целей компании [7, с. 13]. Лингвистическая сторона на данном этапе остается наименее исследованной. Однако именно лингвистическая сфера способна помочь в настройке чат-ботов и достижении эффективности коммуникационных процессов. Модели коммуникации Р. О. Якобсона [8], М. М. Бахтина [9], Д. Х. Хаймса [10]; речевые акты и критерии их успешности/неуспешности Дж. Остина [11], Дж. Серля [12] и Г. П. Грайса [13]; интернет-жанры В. И. Карасика [14]; категории текста И. Р. Гальперина [15]; современные тенденции интернет-коммуникации [16–18] и другие аспекты помогут специалистам в грамотной и точной настройке чат-ботов.

Чат-боты в лингвистическом аспекте в рамках данной работы рассматриваются как объект коммуникации, поэтому применительно к данному тексту необходимо ввести термин «чат-бот коммуникация» для обозначения специфики лингвистической схемы. Поскольку пространство для исследования обширно и методы исследования могут быть абсолютно разными, необходимо сфокусироваться на нескольких узких аспектах.

Методология и источники. Важным для исследования понятия «чат-бот коммуникация» представляется определение границ термина, его сходств и отличий по сравнению с более глобальным понятием «искусственный интеллект». В сфере IT у понятия «чат-бот» есть два определения:

– «работающие по заранее известным командам на основе ограниченного списка ключевых слов. Их гораздо проще создавать, однако практическое применение таких чат-ботов ограничено ключевыми словами, при отсутствии которых в запросе бот не сможет помочь пользователю;

– самообучающиеся на базе алгоритмов Machine Learning и методов понимания естественного языка (NLU, Natural Language Understanding). Создавать такие боты намного сложнее, однако на практике они оказываются намного эффективнее за счет накопления знаний на основе предыдущих взаимодействий с пользователем» [19].

В лингвистическом аспекте нет уточняющих данных по термину «чат-бот». Именно поэтому необходимо прибегнуть к корпусному анализу текстов. Под корпусом в лингвистике понимают «унифицированный, структурированный и размеченный массив языковых (речевых) данных в электронном виде, предназначенный для определенных филологических и, более широко, гуманитарных изысканий» [20, с. 52]. По мнению В. А. Райскиной

и О. А. Дубняковой, «методы корпусного анализа текста позволяют значительно повысить эффективность исследовательской деятельности ввиду автоматизированной системы отбора, обработки и вывода результатов» [21, с. 153]. Лингвисты Л. А. Кочетова и И. В. Кононова подчеркивают, что «в корпусной лингвистике исследователи анализируют ключевые слова корпуса, понимаемого как некая совокупность текстов, удовлетворяющая критериям сбалансированности и репрезентативности и снабженная компьютерным инструментарием» [22].

Для исследования предлагается воспользоваться корпусами русского и английского языков, отражающих специфику веб-технологий, Интернета, социальных сетей. Английскими корпусами текстов для анализа выступили «GloWbE», «iWeb», «NOW» [23].

Корпус «News on the Web», или «NOW», содержит 14,4 млрд слов: данные из интернет-газет и журналов. Сбор текстов для корпуса начался в 2010 г. и продолжается по настоящее время. Корпус увеличивается примерно на 2 млрд слов каждый год. В то время как другие ресурсы, такие как Google Trends, покажут самые частотные запросы в Интернете, данный корпус продемонстрирует языковые изменения в сетевом дискурсе [23].

Корпус «iWeb» содержит 14 млрд слов, расположенных в текстах 22 млн веб-страниц. Он связан со многими другими корпусами английского языка, однако ограничен временными рамками: тексты были выпущены в 2017 г. [23].

Корпус «GloWbE» собирался в период 2012–2013 гг., содержит гораздо меньше слов (1,9 млрд), но уникален тем, что позволяет проводить сравнения между различными вариантами английского языка [23].

Для русского языка будет актуально рассмотрение двух корпусов: «Russian Web 2011 (ruTenTen11)» [24] и Генеральный интернет-корпус русского языка (ГИКРЯ) [25].

Доступ в корпус «ruTenTen11» осуществляется через программу «Sketch Engine», данные корпуса представлены текстами за 2011 г.

ГИКРЯ открыт в 2013 г., содержит более 20 млрд слов. Он создан при помощи автоматической технологии сбора и разметки текстов из Рунета и основан на современных достижениях компьютерной лингвистики [25].

Анализ результатов корпусного исследования поможет проследить «языковую историю» термина, а также определить динамику изменений в частотных выражениях, употребляемых в предложениях, сверхфразовых единицах, контекстах.

После корпусного исследования следует обратить внимание на речевые акты, функционирующие в чат-бот коммуникации. Поскольку специфика термина рассматривается нами с двух сторон: с точки зрения английского языка и с точки зрения русского языка, речевые акты также стоит изучить на примере текстов русского и английского языков. Англоязычный материал представлен ботом «HealthTap» в мессенджере Telegram. В качестве эмпирического материала исследования в русскоязычном сегменте следует рассмотреть бот от компании «МТС», функционирующий в социальной сети «ВКонтакте».

Теоретической базой исследования служат труды известных лингвистов: категории текста И. Р. Гальперина [15] (информативность, членимость, когезия (внутритекстовые связи), континуум, автосемантия отрезков текста, ретроспекция и проспекция, модальность, интеграция и завершенность текста), критерии успешности/неуспешности речевых актов Дж. Остина [11] и постулаты Г. П. Грайса [13].

Результаты и обсуждение. В первую очередь стоит рассмотреть результаты корпусного исследования термина (табл. 1).

Таблица 1. Корпусный анализ текстов, содержащих термин «чат-бот»
Table 1. Corpus analysis of texts containing the term “chatbot”

| Критерии | NOW | iWeb | GloWbE | RUSSIAN WEB |
|----------------------|-----------------|---------------------|------------------|-----------------|
| Частота употребления | 782 | 759 | 11 | 51 |
| Коллокации | gradually (83) | Facebook (25) | create (2) | самообучающийся |
| | Facebook (31) | messenger (21) | artificially (1) | текстовый |
| | messenger (30) | conversational (20) | AI (1) | запускать |
| | AI (29) | technology (20) | mode (1) | Паганель |
| | Whatsapp (18) | future (20) | – | – |
| | launched (18) | create (18) | – | – |
| | using (18) | AI (16) | – | – |
| | artificial (17) | – | – | – |

При анализе контекста можно выделить несколько особенностей употребления термина. Первым по хронологии стоит рассмотреть корпус «GloWbE»: из 11 употреблений 3 связаны со спецификой рекламы и PR:

«<...>We will create a “chat bot” that will connect with other site visitors and advertise you <...>»; «<...>We can create a chat bot which will be working 24 hours per day and will tell other site visitors about <...>»; «<...>In the text messages which this chat bot will send to opponents you can add some contact details, so people who are<...>» [23].

Здесь чаще всего употребляется «create» (то, что было отмечено в коллокатах). Помимо глагола, указателем на сферу становятся выражения «site visitors», «advertise you», «tell other site visitors about».

Помимо указания на сферу, слово «create» можно отнести и к технологии – процесс создания чат-ботов больше отражается в текстах, и, соответственно, можно предположить, что в этот период идет развитие сферы ИТ (по разработке ботов).

Также интересны три следующих примера употребления термина в тексте:

«<...>The android had two modes. A “chat bot” mode, which was essentially an interactive, scripted mode. The android was <...>»; «<...>How do you know it isn't a highly sophisticated artificially intelligent chat bot designed by the whiz kids at Carnegie Mellon's artificial intelligent computer sciences lab? <...>»; «<...>Dan: Are you a chat bot? Sylvie: Actually I'm an intelligent agent. Dan: Are you AI <...>» [23].

Мы видим систему: чат-бот как искусственный интеллект и чат-бот как сценарный механизм (прописанный сценарий). Это отсылает нас к определению чат-бота в ИТ-среде, которое уже рассматривалось выше [19]. Это и есть одна из точек пересечения двух дисциплин. Так через язык подтверждается наличие двух разных объектов: чат-бот как искусственный интеллект и чат-бот как сценарий, который прописывается коммуникатором в особой программе.

В корпусе «iWeb» за 2017 г. можно увидеть динамику изменения: во-первых, выросла частотность употребления по сравнению с 2012–2013 гг. Также по коллокатам можно определить: на первый план выходит коммуникативная составляющая термина, а не технологическая. «Facebook» и «messenger» указывают на коммуникативную составляющую. Причем,

зная специфику мессенджеров и социальных сетей, можно предположить, что в данный конкретный момент времени идет активное становление чат-ботов с конечным сценарием (они технологически проще в конструировании и дешевле, чем искусственный интеллект).

Следующие три частотных коллоката – «conversational», «technology», «future». Они подчеркивают саму технологию: технология будущего (относящаяся к диджитал-среде, виртуальной среде), ведение диалога (прямое предназначение чат-бота).

В корпусе «NOW» также есть интересные данные. В первую очередь можно увидеть динамику употребления термина в текстах с 2011 г. по настоящее время (рисунок).

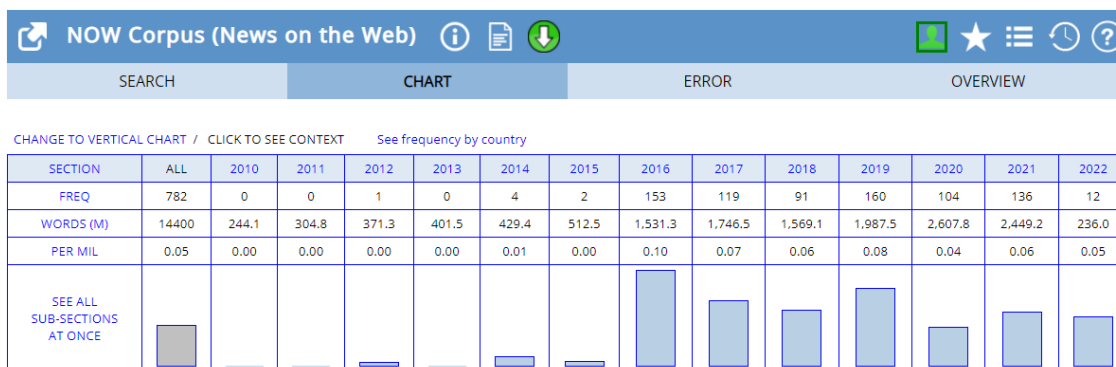


График распределения частоты употребления термина «чат-бот» в корпусе NOW
Graph of the frequency distribution of the use of the term chatbot in the NOW corpus

Употребление термина идет неравномерно: максимальная частотность наблюдается в 2019 г., далее в 2016, потом в 2021 г. Однако можно утверждать, что с 2016 г. произошел резкий рост употребления термина в новостных интернет-текстах. Это может быть связано с экстралингвистическими факторами, в частности, в 2016 г. на президентских выборах в США победу одержал республиканец Дональд Трамп, используя в качестве инструмента политического продвижения и агитации Интернет. Это событие показало, что телевидение уступило свои лидерские позиции Интернету [26]. Вероятнее всего, именно это событие дало такой заметный всплеск по частотности употребления термина.

Коллокаты также меняются: на сегодняшний момент самым частотным является «gradually». Сопоставив с предыдущими вариациями «conversational», «technology», «future», видим, что текущая реальность отражает настоящее (постепенное внедрение против размышлений о будущем). Теперь это не технология будущего, а технология настоящего.

На вторых позициях остаются «Facebook» и «messenger», но также к ним добавляется «Whatsapp» – еще один мессенджер. Whatsapp после 2014 г. (покупки приложения американской транснациональной холдинговой компанией Meta Platforms Inc., в которую входит Facebook) начинает активно набирать обороты, в связи с чем мы находим и его отражение в корпусе. По частотности употребления он немного уступает Facebook, однако можно смело предположить, что через три года к этому списку добавятся и другие мессенджеры и, возможно, они обгонят по частотности коллокат «Facebook».

В русскоязычном корпусе дела обстоят хуже. «RUSSIAN WEB» показывает всего 51 употребление. Этому также есть объяснение: корпус собирался в 2011 г., практически одновременно с «GloWbE». Однако то, что было развито за рубежом, до России еще только доходило. Поэтому наблюдается такая большая разница.

Особый интерес здесь вызывает коллокат «Паганель». Из сети Интернет удастся узнать, что в 2009–2012 гг. была популярна сетевая игра, для которой был создан чат-бот «Паганель», видимо, в целях организации сетевого взаимодействия. Игроки создали отдельную тему на сайте, где даже своеобразно отметили 1000 дней со дня создания чат-бота:

«Только в честь дня рождения нашего любимого Паганельки мы примем от вас оригинальную мечту для него. Празднование днюшки Паганеля состоится 23 мая, ему исполнится 1000 дней! Поэтому ваши интересные, оригинальные и незабываемые мечты вы можете писать нам до 20 мая включительно» [27].

При поиске «чат-бот» в генеральном интернет-корпусе русского языка найдено очень мало результатов – 16 упоминаний. Однако в связи с тем, что поиск идет через подкорпуса «ВКонтакте» (9820 млн слов) и «Живой Журнал» (8110 млн слов), можно предположить, что написание слова в текстах будет и «чатбот», и «чат бот». Предположение оказалось верным: лемма «чатбот» встречается 42 раза, а «чат бот» – 31 раз. Результаты даются за 2011–2015 гг.

Основные примеры употребления по лемме «чат-бот» связаны с представлением конкретных ботов, например, «Знакомство со мной! Я, Чат-Бот Маша Яськина, я создан(-а) для общения!»; «* Вас приветствует Чат-Бот Феликс * Добавляйте меня в беседы, если возникли вопросы, напиши»; «Всем привет! Я Чат-Бот! Хочешь пообщаться? Тогда пиши в лс!» [25]. Анализируя примеры, можно увидеть специфику приветствия в русскоязычном сегменте чат-ботов. Чат-боты в социальной сети «ВКонтакте» не обходятся без описания и приветствия: «вас приветствует», «всем привет!». Также в проанализированных примерах встретились фразы для начала диалога: «знакомство со мной!», «новый», «Я, саморазвивающаяся программа» [25]. После приветствия и представления идет обязательное описание функционала: «я создан(-а) для общения», «Добавляй в друзья и переписывайся», «Хочешь пообщаться?», «Я скрашу ваше одиночество и уберу грусть из ваших сердец» [25]. Видно, что основной упор при раскрытии функциональных возможностей делается на общение, коммуникацию, переписку. Интересно и то, что практически у каждого бота в примере есть свое имя, а иногда даже фамилия: «Маша Яськина», «Феликс», «Роман-Ромка».

Однако по представленным данным очень сложно делать полноценные выводы: основной упор сделан на социальную сеть «ВКонтакте», не учтены русскоязычные сегменты Instagram, Facebook. Данные по подкорпусу «Живой Журнал» уже устарели: в 2011 г. TNS Media Research зарегистрировал спад активности на 20–10 %, который наблюдается и в настоящее время [28].

Таким образом, делая промежуточный вывод по проведенному исследованию, можно отметить, что данные, представленные в англоязычном варианте употребления термина «чат-бот», указывают на наличие минимум двух значений: «чат-бот как программа искусственного интеллекта» и «чат-бот как программа с определенным конечным алгоритмом». Наблюдаемый интерес к слову возрастает с укреплением Интернетом своих лидерских позиций. В диахроническом аспекте термин трансформировался: в первоначальной трактовке большую часть занимала сама технология создания (но уже тогда прослеживалась частотная сфера употребления), далее чат-бот приобретает коммуникационный аспект, который выходит на первый план и остается у термина до сих пор. Меняется и парадигма: если в 2017 г. чат-бот – технология будущего, то сегодня – технология настоящего.

Русскоязычные данные также указывают на некоторую специфику употребления: во-первых, основная потребность в чат-боте – это коммуникация (общение, переписка и т. д.). Во-вторых, чат-боты практически всегда имеют приветственное сообщение и имя, что указывает на попытки придать программе определенную личность. Также чат-бот отражает ту парадигму, которая присутствует в обществе: пример с «Паганель». Устойчивость данных не позволяет сделать более точные выводы.

Далее необходимо рассмотреть тексты внутри чат-бота. Точнее, речевые акты, зафиксированные в письменных текстах. Поскольку настройкой чат-ботов как искусственного интеллекта занимаются целые команды специалистов, включающие профессиональных лингвистов, текст в чат-бот с конечным алгоритмом прописывается чаще всего маркетологами, SMM-специалистами, рекламистами. В связи с этим могут возникать ошибки в коммуникационном процессе. Рассмотрим бота в сети Telegram «HealthTap». Данный бот представлен медицинской организацией. Его задачей является запись пациентов на прием к определенным врачам. Ниже представлен текст:

«[7:44PM] Ann:/start

[7:44PM] Healthtap: Hello!! What is your name?

[7:44PM] Ann: Ann

[7:44PM] Healthtap: Hello Ann!! I am HealthTap a Medical Chatbot, do you need any help?

[7:47PM] Ann: Yes

[7:47PM] Healthtap: How may i help you? (Type the number) 1. Book an appointment 2. Cancel an appointment» [29].

Это лишь часть текста, поскольку далее алгоритм имеет расхождения в зависимости от выбранного варианта ответа:

«[7:48PM] Ann: 1

[7:48PM] Healthtap: Who would you like to visit? (Type the number)

1. Cardiologist

2. Dermatologist

3. Neurologist

[7:52PM] Ann: 2

[7:52PM] Healthtap: You had an appointment with which Doctor? (Dr First name Lastname)

[7:53PM] Ann: Dr Minal Desai

[7:53PM] Healthtap: Okay your appointment with Dr Minal is cancelled» [29].

У варианта 1 есть также несколько вариаций, но они все идут по классическому сценарию:

«[7:49PM] Ann: 1

[7:49PM] Healthtap: Cardiologist available with us are

1. Dr Amit Trivedi

2. Dr Minal Desai

Select the number of the Doctor you would like to have an appointment with or else type no

[7:49PM] Ann: 1

[7:50PM] Healthtap: When you you like to visit Dr Amit Trivedi?

[7:50PM] Ann: 06.12.2021

[7:51PM] Healthtap: Great your appointment for 2021-06-12 at 2021-05-21T06:00:00+06:00 is booked!!» [29].

С точки зрения организации текста это диалог. Согласно категориям текста И. Р. Гальперина нам необходимо просмотреть следующие: информативность, членимость, когезия (внутритекстовые связи), континуум, автосемантия отрезков текста, ретроспекция и проспекция, модальность, интеграция и завершенность текста [15] (табл. 2).

Таблица 2. Анализ категорий текста в боте «HealthTap»
Table 2. Analysis of text categories in the HealthTap bot

| Категория текста | Анализ данных коммуникации бота «HealthTap» |
|------------------------------|--|
| Информативность | Данный текст с точки зрения формы является набором сообщений. Каждое сообщение, присланное ботом, требует ответного сообщения от пользователя (тем самым выстраивается диалогическая составляющая текста). Поскольку сообщение не обладает концептуальностью, оно не несет содержательно-концептуальной информации. Однако представлена содержательно-фактуальная информация: все, что идет с выборкой (имена докторов, категории лечения, действия, выбор даты и времени) |
| Членимость | Текст обладает особой членимостью, так как представлен в виде диалоговых сообщений; а также содержит алгоритм – выбор, который ведет к актуализации нового сценария. Текст можно разделить на начало (с команды «/start» до сообщения «Hello Ann!! I am HealthTap a Medical Chatbot, do you need any help?»); основную часть – весь выборный сценарий; завершение – согласно сценариям или «Great your appointment for 2021-06-12 at 2021-05-21T06:00:00+06:00 is booked!!», или «Okay your appointment with Dr Minal is cancelled» |
| Когезия | В данном тексте представлена композиционно-структурная когезия, выраженная через конъюнкцию: бот пишет варианты выбора сценария, именуя их определенными цифрами (1, 2), тогда как коммуникант присылает в ответ только выбранную цифру. Так текст обретает связность. Если происходит ошибка (коммуникант присылает сообщение, которое алгоритм не может распознать) – происходит обрыв коммуникации: «Healthtap: How may I help you? (Type the number) 1. Book an appointment 2. Cancel an appointment. Ann: No. Healthtap: What was that? Ann: I need a consultation. Healthtap: I didn't get that. Can you say it again? Ann: I need a consultation. Healthtap: Sorry, I didn't get that. Can you rephrase? Ann: consultation. Healthtap: Sorry, I didn't get that. Can you rephrase? Ann: 1. Book an appointment. Healthtap: I didn't get that. Can you repeat?» |
| Континуум | Темпоральная характеристика представлена отражением точного времени сообщений. Также к этому можно отнести время ответа: если коммуникант не ответит вовремя или ответит после возникновения ошибочного сценария, коммуникацию придется начинать заново. Пространственная характеристика континуума связана с последовательностью действий: невозможно выбрать дату до того момента, пока вы не представитесь и не ответите на вопрос, что вам нужна помощь |
| Автосемантия отрезков текста | Не представлена в тексте |
| Проспекция | Не представлена в тексте |
| Ретроспекция | В последних сообщениях идет повтор информации: «Ann: 06.12.2021. Healthtap: Great your appointment for 2021-06-12 at 2021-05-21T06:00:00+06:00 is booked!!» |
| Модальность | Не представлена в тексте |

Окончание таблицы 2
End of table 2

| Категория текста | Анализ данных коммуникации бота «HealthTap» |
|------------------|--|
| Интеграция | Текст может восприниматься как целостное произведение благодаря средствам когезии |
| Завершенность | Финальные сообщения. Завершенность будет отсутствовать, когда происходит ошибка в коммуникативном акте. Соответственно действие является незавершенным и текст не имеет логического завершения |

Как можно увидеть из анализа, не все категории текста, выделенные И. Р. Гальпериным, демонстрируются в чат-бот коммуникации. Для подтверждения закономерности данной гипотезы следует проанализировать еще несколько ботов. На данный момент можно сделать вывод, что в чат-бот коммуникации отсутствуют авторское отношение, видение, мнение. Бот выполняет определенную информативную функцию посредством обмена сообщениями и выполнения определенных команд.

Далее следует проанализировать соответствие критериев успешности речевых актов по Дж. Остину (табл. 3).

Таблица 3. Анализ критериев успешности коммуникации в боте «HealthTap»
Table 3. Analysis of communication success criteria in the HealthTap bot

| Критерии успешного коммуникативного акта по Дж. Остину | HealthTap |
|---|---|
| Конвенциональная процедура, приводящая к конвенциональным результатам | Присутствует (определенные обстоятельства – необходимость в записи или отказе от нее в медорганизацию; определенный круг лиц – люди, которым нужна определенного рода медицинская помощь (портрет целевой аудитории и т. д.) |
| Пригодность лиц | В процессе эксперимента присутствует, но в процессе реального функционирования могут происходить сбои (например, непопадание в целевую аудиторию или ошибка в географии пользователя и т. д.) |
| Правильность и полнота процедуры | В процессе эксперимента возникли некоторые трудности, поскольку в самом начале бот не обозначил свой функционал. Это приводит к созданию сценариев с негативным окончанием коммуникации. Отсутствие интерактивного меню приводит к необходимости каждый раз инициировать новый сценарий коммуникации посредством написания команды «/start» |
| Искренность в чувствах и мыслях | Довольно сложно проследить, является ли желание к коммуникации со стороны адресата (клиента) искренним. В коммуникативном эксперименте целью было получение эмпирических данных, а значит, мысли и чувства были искажены другой целью реализации |
| Аспект продолжения коммуникации в будущем и выполнения указанных действий | Начиная коммуникацию, клиент автоматически оставляет за ботом право на включение его в различные рекламные и маркетинговые рассылки. Данный бот носит информационно-вспомогательный характер, однако дополнительных сообщений за отведенный период (с 25.03.2021 по 22.11.2021) не наблюдалось. Действия по записи или отмене записи присутствуют внутри бота. Это предполагает ограниченное действие: например, если мы начали коммуникацию в марте, но не выбрали в сообщении сценарий. Это одна из важнейших особенностей, поскольку, в отличие от человека, который может посмотреть переписку и вспомнить специфику вопроса, даже если ответ на него придет через год, бот, к сожалению, пока не обладает такими навыками (в ряде программ при заполнении функции «вопрос» ввод ответа допускается до 24 часов, после ответ уже не будет засчитан). Также бот ограничен определенным функционалом и не понимает команд, не связанных с ним |

Исходя из представленной информации, можно сделать вывод, что помешать успешности коммуникативного акта может расхождение в целях бота. Для устранения этого можно в приветственном сообщении ограничить функционал бота. С дополнением функционала можно присылать пользователям соответствующие сообщения, тем самым обеспечивая продолжение коммуникации.

Также стоит проанализировать языковой материал согласно выдвинутым постулатам Г. Грайса (табл. 4).

Таблица 4. Анализ коммуникации в боте «HealthTap» по постулатам Г. Грайса
Table 4. Analysis of communication in the bot “HealthTap” according to the postulates of G. Grice

| Постулаты Г. Грайса | HealthTap |
|--------------------------------|---|
| 1. Постулаты информативности | Бот отвечает за донесение определенной информации по запрашиваемому действию (запись или отмена записи к определенному доктору) |
| 2. Постулаты истинности | Поскольку отсутствует описание функционала, клиента может ввести в заблуждение специфика бота (можно подумать, что бот отвечает не только за запись или отмену записи на прием, но и за вопросы постановки диагноза и т. д., как это, например, происходит в чат-боте приложения «Flo»). Также в заблуждение вводят отсутствие информации о докторе и отсутствие календаря записи – чтобы посмотреть, когда есть свободные даты |
| 3. Постулат релевантности | Информация является актуальной для целевой аудитории |
| 4. Постулаты ясности выражения | При попытке уйти с заложенного алгоритма бот начинает писать несколько вариаций фразы «я вас не понимаю» (можно заметить на предыдущих примерах). Зачастую это вносит определенную неясность в диалог, как в случае с датами записи |

Здесь мы также видим подтверждение предыдущего вывода: необходимо указать на функционал бота, чтобы не вводить клиента в заблуждение.

Далее рассмотрим русскоязычный пример чат-бота. Обратимся в социальную сеть «ВКонтакте» и возьмем в качестве эмпирического материала коммуникацию с ботом «МТС»:
«Анна [19:07]: узнать о продуктах.

МТС [19:07]: Привет. Чтобы вы смогли быстрее решить свой вопрос, мы придумали специального чат-бота. Он еще учится и пока может помочь только с некоторыми общими вопросами, а также принять обращение по качеству связи и рассказать о тарифах “Тарифище” и “Тариф X”. Уже совсем скоро мы добавим еще вопросов, по которым бот сможет помочь 😊 Если бот не сможет ответить, напишите, пожалуйста, “оператор”, и ваш вопрос будет передан специалисту. Я с удовольствием расскажу Вам о тарифе. При подключении вам предоставляется безлимитный доступ к площадкам, где рождается ажиотаж (и YouTube тоже, ага;), а также к соцсетям и мессенджерам. Все это приправляется солидным пакетом минут, смс и интернет-трафика. Я могу вам что-то еще подсказать? Если нет, то введите в чате слово “оператор”, и я соединю вас с оператором. Если да, задайте ваш вопрос или нажмите на кнопку с нужным вопросом.

Анна [19:15]: Что входит в тариф?

МТС [19:15]: Уточните, пожалуйста, ваш регион.

Анна [19:15]: Мурманск.

МТС [19:15]: На месяц предоставляется 7 ГБ трафика, 200 sms и 100 минут в месяц + безлимит на МТС России. Я могу вам что-то еще подсказать? Если нет, то введите в чате

слово “оператор”, и я соединю вас с оператором. Если да, задайте ваш вопрос или нажмите на кнопку с нужным вопросом» [30].

Рассмотрим присутствующие категории текста, выделенные И. Р. Гальпериным (табл. 5).

Таблица 5. Анализ категорий текста в боте «МТС»
Table 5. Analysis of text categories in the bot from MTS

| Категория текста | Анализ данных коммуникации бота МТС |
|------------------------------|---|
| Информативность | Форма информации в тексте: сообщения. Причем это отдельные сообщения, создающие целостный воспринимаемый диалог. Содержательно-концептуальная информация присутствует: «приправляется солидным пакетом минут», «доступ к площадкам, где рождается ажиотаж». В большей степени представлена содержательно-фактуальная информация: приветственное сообщение, описание функционала, рассказ о тарифе и предложение вызвать оператора (реального человека, который сможет дать консультацию) |
| Членимость | Текст виртуального диалога с чат-ботом обладает особой членимостью. Выбор сценария текста идет из меню кнопок (мы не пишем самостоятельно ответ, а выбираем одну из позиций меню). Разделение текста на части зависит от коммуникативной ситуации: если пользователь обратился к боту с вопросом, который он не может решить, то началом будет сообщение пользователя и приветствие команды разработчиков; основной частью будет рассказ о функционале и представление самого бота: «Я с удовольствием расскажу Вам о тарифе. При подключении вам предоставляется безлимитный доступ к площадкам, где рождается ажиотаж (и YouTube тоже, ага;), а также к соцсетям и мессенджерам»; завершение – вопросы и переход к коммуникации с оператором. Если мы говорим о коммуникативной ситуации, где пользователю необходимы возможности бота, тогда началом текста можно считать два сообщения: сообщение от пользователя и сообщение от бота, основной частью – все, что идет с выборкой и написанием ответов (на просьбу «Уточните, пожалуйста, ваш регион» ответ необходимо прописать самостоятельно); заключение – получение информации и/или переход к оператору |
| Когезия | В данном тексте представлена композиционно-структурная и синтаксическая когезия, выраженная через формальные и графические средства связи: до сообщения пользователю бот ставит несколько вопросов, моделируя различные сценарии: «Я могу вам что-то еще подсказать? Если нет, то введите в чате слово “оператор”, и я соединю вас с оператором. Если да, задайте ваш вопрос или нажмите на кнопку с нужным вопросом», ответами на вопросы служат кнопки вспомогательного меню или написание текста в чат |
| Континуум | Темпоральная характеристика представлена отражением точного времени сообщений. Пространственная характеристика континуума связана с последовательностью действий: невозможно узнать о тарифе, не указав регион проживания |
| Автосемантия отрезков текста | Не представлена в тексте |
| Проспекция | Не представлена в тексте |
| Ретроспекция | Для достижения закольцованности сценария общения идет повтор вопросительной части первого сообщения и последнего (при выборе коммуникативной ситуации с продолжением коммуникации с ботом): «[МТС 19:07]: Я могу вам что-то еще подсказать? Если нет, то введите в чате слово “оператор”, и я соединю вас с оператором. Если да, задайте ваш вопрос или нажмите на кнопку с нужным вопросом. [МТС 19:15]: Я могу вам что-то еще подсказать? Если нет, то введите в чате слово “оператор”, и я соединю вас с оператором. Если да, задайте ваш вопрос или нажмите на кнопку с нужным вопросом» |
| Модальность | Не представлена в тексте |
| Интеграция | Текст может восприниматься как целостное произведение благодаря средствам когезии |
| Завершенность | Завершенность текста выражается выполнением изначального действия коммуниканта: если цель была узнать о тарифах, то после финального сообщения бота коммуникация завершится. Если же цель отличалась от функционала бота, текст завершится командой пользователя связаться с оператором, и начнется другой текст |

В отличие от англоязычного примера здесь присутствуют некоторые авторские фразы. Вероятнее всего, это сделано с целью «одушевить» механизм: добавить больше когнитивного опыта. Однако есть два плана повествования в первом предложении: представление бота от лица команды-разработчиков (на мысль о том, что это команда, наводят местоимение «мы» и глаголы множественного числа «придумали», «добавим») и от лица самого бота (дальнейшая коммуникация идет только от лица бота). В представлении разработчиками бота и самого бота нет никаких отсылок на имя бота: для сравнения в предыдущем англоязычном примере бот был назван в честь организации. Наличие имени у собеседника – очень важный фактор, влияющий на когнитивное восприятие информации и на саму коммуникативную ситуацию.

Далее проанализируем речевой материал по критериям, выделяемым Дж. Остином (табл. 6).

Таблица 6. Анализ критериев успешности коммуникации в боте «МТС»
Table 6. Analysis of communication success criteria in the bot from MTS

| Критерии успешного коммуникативного акта по Дж. Остину | МТС бот |
|---|---|
| Конвенциональная процедура, приводящая к конвенциональным результатам | Функционал бота ограничен. Приветственное сообщение сформулировано очень размыто: большое количество информации, два лица в повествовательном процессе не дают конкретного представления о функционале бота. Организация коммуникации через меню ограничивает пользователя визуально еще сильнее, чем организация коммуникации через вопросно-ответную форму с отправкой цифры ответа |
| Пригодность лиц | В процессе эксперимента присутствует, но в процессе реального функционирования могут происходить сбои (например, непопадание в целевую аудиторию, детский интерес, случайность и т. д.) |
| Правильность и полнота процедуры | Правильность и полнота процедуры может быть нарушена в связи с отсутствием описания функционала, а также конкретизации действий в меню. Также нет возможности вернуться на шаг назад, чтобы, например, выбрать другую команду. Помимо этого, конкретики в представлении информации нет: подключить тариф через бота невозможно |
| Искренность в чувствах и мыслях | При вызове бота клиент отдает отчет своим действиям – зачем ему необходима эта коммуникация. Однако могут появиться также искажения (как, например, в случае эксперимента бот был нужен для сбора эмпирического материала, а значит, искренность коммуникации была нарушена) |
| Аспект продолжения коммуникации в будущем и выполнения указанных действий | Присутствует, но выражен слабо, так как происходит попытка перейти в чат с оператором – реальным человеком |

Как мы видим, большое количество факторов может привести речевой акт к неуспешному завершению.

Проанализируем коммуникацию в чат-боте «МТС» согласно выдвинутым постулатам Грайса (табл. 7).

Таблица 7. Анализ коммуникации в боте «МТС» по постулатам Г. Грайса
Table 7. Communication analysis in the bot from MTS according to the postulates of G. Grice

| Постулаты Г. Грайса | МТС бот |
|------------------------------|---|
| 1. Постулаты информативности | Несмотря на то, что команды присутствуют (кнопки меню), информация зачастую идет сплошным текстом с множеством пунктов, что очень сложно воспринимать в ограниченном интерфейсом пространстве приема личных сообщений (в частности, с телефона) |

Окончание таблицы 7
End of table 7

| Постулаты Г. Грайса | МТС бот |
|--------------------------------|--|
| 2. Постулаты истинности | Некоторые формулировки не имеют доказательности («к площадкам, где рождается ажиотаж»; «Все это приправляется солидным пакетом минут, смс и интернет-трафика»). Также присутствует ошибка, которая вводит в заблуждение: «Анна [19:33]: Как подключить тариф? МТС [19:33]: Вы можете перейти на тариф в личном кабинете lk.mts.ru, в приложении «Мой МТС», воспользовавшись командой *111*1010*1#. Переход на любой тариф бесплатный! Попробуйте сформулировать вопрос несколько иначе. И я приложу все силы, чтобы вам помочь. Если вы хотите пообщаться с оператором, введите в чате слово “оператор”». Три последних предложения составляют абзац, общий смысл которого противоречит абзацу выше (ответ на вопрос уже был дан, однако бот присылает информацию об ошибке в написании команды) |
| 3. Постулат релевантности | Релевантность частичная. Функционал компании куда шире, чем информирование о подключении двух тарифов. Также тарифная линейка намного шире |
| 4. Постулаты ясности выражения | Ясность выражения слабая, много размытых формулировок, создающих впечатление манипулирования сознанием |

После проведенного анализа можно сказать, что чат-бот от компании «МТС» представляет собой недоработанный продукт. На это указывают ошибки, ограниченность функционала, два плана повествования в первой части, отсутствие имени бота и т. д.

В отличие от предыдущего бота создатели попытались сделать его похожим на человека: в текст сообщений бота были включены оценочные суждения – как авторская позиция (позиция компании). Данный факт говорит о необходимости рассмотрения текстов чат-бот коммуникации в аспекте рекламного дискурса.

Оба бота, представленные к анализу, имеют ряд различий, обусловленных разницей менталитета носителей языка, целей коммуникации, сфер компаний, технологических возможностей. Краткая структура первого бота «HealthTap» может быть охарактеризована как простая в коммуникативном аспекте. Однако ряд факторов, выявленных при анализе, могут ввести адресата в заблуждение и привести коммуникацию к неуспешному завершению. Анализ текста второго бота «МТС» показал большое количество ошибок, которые так или иначе приводят речевой акт к неуспешному завершению.

Заключение. Подводя итог работы, следует отметить, что проведенное корпусное исследование веб-текстов двух языков: русского и английского – показывает лингвистическую динамику развития термина «чат-бот». Поскольку объект исследования носит междисциплинарный характер, необходимо было подкрепить выводы из других дисциплин лингвистическими доказательствами. Благодаря корпусному анализу это удалось сделать.

Понимание чат-бота как искусственного интеллекта и как программы с конечным алгоритмом; неразрывная связь технологии чат-бота и коммуникации; смена временной парадигмы с определения чат-бота как «технологии будущего» на «то, что постепенно проникает в нашу жизнь» – все это характеризует дополнительные особенности анализа текстов, речевых актов и т. д.

Анализ эмпирического материала двух чат-ботов на английском и русском языках показал, что имеется ряд сходств и различий: в выражении категорий текстов, характеристике

успешности и неуспешности речевых актов. Расхождения в анализе материала могут быть обусловлены разницей менталитета носителей языка, целей коммуникации, сфер компаний, технологических возможностей. Краткая структура первого бота «HealthTap» четко дает понять, что пользователь общается с ботом, тогда как бот от компании «МТС», с одной стороны, старается наделить себя когнитивной, а с другой, на фоне отсутствия имени собеседника это выглядит как реклама собственных услуг. Возможные ошибки, приводящие коммуникационный акт к неуспешности, могут быть устранены более четким описанием функционала.

Чат-бот коммуникация в лингвистическом аспекте имеет большое количество неизученных аспектов. Именно поэтому исследования такого рода должны иметь продолжение. Изученность современного явления, которое активно распространяется на все сферы жизни общества, в коммуникационном плане поможет создавать универсальные лингвокогнитивные модели, снижающие риск неуспешности речевого акта и возникновения ошибок при коммуникации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Global Digital 2022: ежегодный отчет об интернете и социальных сетях – главные цифры // Sostav.ru. 2022. URL: <https://www.sostav.ru/publication/we-are-social-i-hootsuite-52472.html> (дата обращения: 28.01.2022).
2. Crystal D. Internet Linguistics: A Student Guide. NY.: Routledge, 2011.
3. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999.
4. Teun A. van Dijk. Discourse and Context A Sociocognitive Approach. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 2008. URL: <http://www.cambridge.org/9780521895590> (дата обращения: 10.12.2021).
5. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004.
6. Болен Э. Чат-боты: что это такое // SAS. 2021. URL: https://www.sas.com/ru_ru/insights/articles/analytics/what-are-chatbots.html (дата обращения: 10.12.2021).
7. Кривоносов А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью. 2-е изд. СПб.: Питер, 2018.
8. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика / пер. с англ. И. А. Мельчук. 1975. URL: <http://philologos.narod.ru/classics/jakobson-lp.htm> (дата обращения: 29.09.2021).
9. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1986.
10. Хаймс Д. Х. Этнография речи / пер. с англ. // Новое в лингвистике. Вып. VII. Социолингвистика. М.: Прогресс, 1975. С. 42–95.
11. Остин Дж. Как совершать действия при помощи слов // Избранное / пер. с англ. Л. Б. Макаевой, В. П. Руднева. М.: Идея Пресс, Дом интеллектуальной книги, 1999. С. 13–136.
12. Searle Jo. What is a speech act? // Philosophy in America / ed. M. Black. London: Alien and Unwin, 1965. P. 221–239.
13. Grice H. P. Meaning // Philosophical Rev. 1957. Vol. 66, № 3. P. 377–388. DOI: <https://doi.org/10.2307/2182440>.
14. Карасик В. И. Жанры сетевого дискурса // Жанры речи. 2019. № 1 (21). С. 49–55. DOI: <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2019-1-21-49-55>.
15. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука, 2006.
16. Латипова А. Л. Лингвистические особенности языка интернет-дискурса // Известия Волгоград. гос. пед. ун-та. 2018. № 6 (129). С. 159–163.
17. Масликова О. С. Языковые особенности общения в Интернет-пространстве // Инновационная наука. 2019. № 9. С. 69–72.

18. Чепурных В. И. О коммуникативно-прагматическом подходе к исследованию графических стилистических средств в художественном тексте // Семантика и прагматика единиц языка в тексте: межвуз. сб. науч. тр. / под ред. И. О. Гучинской и др. Л.: ЛГПИ им. А. И. Герцена, 1988. С. 147–153.
19. Библиотека программиста. Чат-боты: введение от разработчика // Proglib.io. 2017. URL: <https://proglib.io/p/chat-bots-intro/amp/> (дата обращения: 20.11.2021).
20. Захаров В. П. Поисковые системы Интернета как инструмент лингвистических исследований // Русский язык в Интернете: сб. ст. Казань: Отечество, 2003. С. 48–59.
21. Райскина В. А., Дубнякова О. А. Современные методы корпусной лингвистики при анализе текста (на примере корпуса BFM) // Актуальные вопросы современной науки. 2015. № 40. С. 146–154.
22. Кочетова Л. А., Кононова И. В. Когнитивно-корпусный подход к анализу конструирования ценностных смыслов в рекламном дискурсе // Вопросы когнитивной лингвистики. 2019. № 2. С. 65–74.
23. Корпус англоязычных текстов // English-Corpora. 2022. URL: <https://www.english-corpora.org/> (дата обращения: 20.01.2022).
24. Корпус «Russian web 2011» // Sketch Engine. 2022. URL: <https://www.sketchengine.eu/> (дата обращения: 20.01.2022).
25. Генеральный интернет-корпус русского языка // ГИКРЯ. 2022. URL: <http://www.webcorpora.ru/> (дата обращения: 20.01.2022).
26. Итоги года: фейки, нейросети и победа интернета // Газета.ру. 2016. URL: https://www.gazeta.ru/tech/2016/12/20_a_10439129.shtml (дата обращения: 01.12.2021).
27. Чат-бот Паганель // Затеяники. 2012. URL: https://zatejnik.ucoz.ru/news/podelis_svoej_mechtoj_s_paganelkoj/2012-04-24-20 (дата обращения: 01.02.2022).
28. Кодачигов В. ЖЖ теряет аудиторию // Ведомости. 2011. URL: https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2011/10/12/poluzhivoj_zhurnal (дата обращения: 20.01.2022).
29. Чат-бот HealthTap в Телеграм // Telegram.org. 2021. URL: https://web.telegram.org/#/im?p=@ghealthtap_bot (дата обращения: 20.10.2021).
30. Чат-бот МТС в ВКонтате // ВКонтате.ру. 2021. URL: <https://vk.com/im?sel=-8458649> (дата обращения: 01.08.2021).

Информация об авторах.

Киселева Светлана Владимировна – доктор филологических наук (2010), профессор кафедры английской филологии и перевода Санкт-Петербургского государственного экономического университета, наб. канала Грибоедова, д. 30-32, Санкт-Петербург, 191023, Россия. Автор 160 научных публикаций. Сфера научных интересов: история английского языка, лексикология английского языка, теоретическая грамматика, когнитивная лингвистика (когнитивная семантика, когнитивная терминология).

Смирнова Анна Андреевна – аспирантка кафедры теории и практики английского языка и перевода Санкт-Петербургского государственного экономического университета, наб. канала Грибоедова, д. 30-32, Санкт-Петербург, 191023, Россия. Автор 37 научных публикаций. Сфера научных интересов: когнитивная лингвистика, корпусная лингвистика текстов и дискурсов, коммуникативная лингвистика, сетевая коммуникация, коммуникация с искусственным интеллектом/чат-ботом.

Трофимова Нэлла Аркадьевна – доктор филологических наук (2010), профессор кафедры английской филологии и перевода Санкт-Петербургского государственного экономического университета, наб. канала Грибоедова, д. 30-32, Санкт-Петербург, 191023, Россия.

Автор 130 научных публикаций. Сфера научных интересов: лингвистическая экспертиза текста, модели перевода и стилистика редактирования, сопоставительная лингвокультурология.

О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 15.02.2022; принята после рецензирования 17.03.2022; опубликована онлайн 23.06.2022.

REFERENCES

1. "Global Digital 2022: annual report on the Internet and social networks – the main figures", (2022), *Sostav.ru*, available at: <https://www.sostav.ru/publication/we-are-social-i-hootsuite-52472.html> (accessed 28.01.2022).
2. Crystal, D. (2011), *Internet Linguistics: A Student Guide*, Routledge, NY, USA.
3. Arutyunova, N.D. (1999), *Yazyk i mir cheloveka* [Language and the human world], Yazyki russkoi kul'tury, Moscow, RUSS.
4. Teun, A. van Dijk (2008), *Discourse and Context A Sociocognitive Approach*, Cambridge Univ. Press, Cambridge, UK, available at: <http://www.cambridge.org/9780521895590> (accessed 10.12.2021).
5. Karasik, V.I. (2004), *Yazykovoi krug: lichnost', kontsepty, diskurs* [Language circle: personality, concepts, discourse], Gnosis, Moscow, RUSS.
6. Bohlen, E. (2021), "Chatbots: what is it", SAS, available at: https://www.sas.com/ru_ru/insights/articles/analytics/what-are-chatbots.html (accessed 10.12.2021).
7. Krivososov, A.D., Filatova, O.G. and Shishkina, M.A. (2018), *Osnovy teorii svyazei s obshchestvennost'yu* [Fundamentals of the theory of public relations], 2nd ed., Peter, SPb., RUSS.
8. Jacobson, R. (1975), *Lingvistika i poetika* [Linguistics and poetics], available at: <http://philologos.narod.ru/classics/jakobson-lp.htm> (accessed 29.09.2021).
9. Bakhtin, M.M. (1986), *Estetika slovesnogo tvorchestva* [Aesthetics of verbal creativity], Iskusstvo, Moscow, USSR.
10. Hymes, D.H. (1975), "The Ethnography of Speaking", Transl. from English, *Novoe v lingvistike. Vyp. VII. Sotsiolingvistika* [New in linguistics], iss. VII. Sociolinguistics, Progress, Moscow, USSR, pp. 42–95.
11. Austin, J. (1999), "How To Do Things With Words", *Favorites*, Transl. by Makeeva, L.B. and Rudnev, V.P., Ideya-Press, Dom intellektual'noi knigi, Moscow, RUSS, pp. 13–136.
12. Searle, J. (1965), "What is a speech act?", *Philosophy in America*, Black, M. (ed.), Alien and Unwin, London, UK, pp. 221–239.
13. Grice, H.P. (1957), "Meaning", *Philosophical Review*, vol. 66, no. 3, pp. 377–388. DOI: <https://doi.org/10.2307/2182440>.
14. Karasik, V.I. (2019), "Genres of network discourse", *Speech Genres*, no. 1 (21), pp. 49–55. DOI: <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2019-1-21-49-55>.
15. Gal'perin, I.R. (2006), *Tekst kak ob"ekt lingvisticheskogo issledovaniya* [Text as an object of linguistic research], Nauka, Moscow, RUSS.
16. Latipova, A.L. (2018), "Linguistic features of the language of the Internet discourse", *Izvestia of the Volgograd State Pedagogical Univ.*, no. 6 (129), pp. 159–163.
17. Maslikova, O.S. (2019), "Linguistic features of communication in the Internet space", *Innovation science*, no. 9, pp. 69–72.
18. Chepurnykh, V.I. (1988), "On the communicative-pragmatic approach to the study of graphic stylistic means in a literary text", *Semantika i pragmatika edinits yazyka v tekste: mezhvuz. sb. nauch. tr.* [Semantics and pragmatics of language units in the text: interuniver. collection of scientific papers], in Guchinskaya, I.O. et al. (eds.), LGPI im. A.I. Gertsena, Leningrad, USSR, pp. 147–153.
19. "Programmer's Library: Chatbots: developer's introduction" (2017), *Proglib.io*, available at: <https://proglib.io/p/chat-bots-intro/> (accessed 20.11.2021).

20. Zakharov, V.P. (2003), "Internet search engines as a tool for linguistic research", *Russkii yazyk v Internete: sb. st.* [Russian language on the Internet: sat. articles], Otechestvo, Kazan', RUS, pp. 48–59.
21. Raiskina, V.A. and Dubnyakova, O.A. (2015), "Modern methods of corpus linguistics in text analysis (on the example of the BFM corpus)", *Aktual'nye voprosy sovremennoi nauki* [Actual problems of modern science], no. 40, pp. 146–154.
22. Kochetova, L.A. and Kononova, I.V. (2019), "A cognitive corpus approach to the study of construing values in advertising discourse", *Issues of cognitive linguistics*, no. 2, pp. 65–74.
23. "Corpus of English texts", (2022), *English-Corpora*, available at: <https://www.english-corpora.org/> (accessed 20.01.2022).
24. "Corpus "Russian web 2011"", (2022), *Sketch Engine*, available at: <https://www.sketchengine.eu/> (accessed 20.01.2022).
25. General Internet Corpus of the Russian Language", (2022), *GIKRYA*, available at: <http://www.webcorpora.ru/> (accessed 20.01.2022).
26. "Results of the year: fakes, neural networks and the victory of the Internet" (2016), *Gazeta.ru*, available at: https://www.gazeta.ru/tech/2016/12/20_a_10439129.shtml (accessed 01.12.2021).
27. "Chatbot Paganel" (2012), *Zatejniki*, available at: https://zatejnik.ucoz.ru/news/podelis_svoej_mechtoj_s_paganelkoj/2012-04-24-20 (accessed 01.02.2022).
28. Kodachigov, V. (2011), "LJ is losing its audience", *Vedomosti*, available at: https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2011/10/12/poluzhivoj_zhurnal (accessed 20.01.2022).
29. "HealthTap chat bot in Telegram" (2021), *Telegram.org*, available at: https://web.telegram.org/#/im?p=@ghealthtap_bot (accessed 20.10.2021).
30. "Chatbot MTS in V Kontakte" (2021), *Vkontakte.ru*, available at: <https://vk.com/im?sel=-8458649> (accessed 01.08.2021).

Information about the authors.

Svetlana V. Kiseleva – Dr. Sci. (Philology) (2010), Professor at the Department of English Philology and Translation, Saint Petersburg State Economic University, 30-32 Griboyedov Channel emb., St Petersburg 191023, Russia. The author of 160 scientific publications. Area of expertise: history of the English language, lexicology of the English language, theoretical grammar, cognitive linguistics (cognitive semantics, cognitive terminology).

Anna A. Smirnova – Postgraduate at the Department of Language Theory and Translation Studies, Saint Petersburg State Economic University, 30-32 Griboyedov Channel emb., St Petersburg 191023, Russia. The author of 37 scientific publications. Area of expertise: cognitive linguistics, corpus linguistics of texts and discourses, communicative linguistics, network communication, communication with artificial intelligence/chatbot.

Nella A. Trofimova – Dr. Sci. (Philology) (2010), Professor at the Department of English Philology and Translation, Saint Petersburg State Economic University, 30-32 Griboyedov Channel emb., St Petersburg 191023, Russia. The author of 130 scientific publications. Area of expertise: linguistic expertise of the text, translation models and editing style, comparative linguoculturology.

*No conflicts of interest related to this publication were reported.
Received 15.02.2022; adopted after review 17.03.2022; published online 23.06.2022.*