

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
Навчально-науковий гуманітарний інститут
Кафедра журналістики, реклами та PR-технологій

«Допущений до захисту»

Завідувач кафедри

Міхалюк О.С.

«15» 06 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

на тему: «Цифровий сторітелінг у сучасних медіа (на прикладі публікацій на платформі Medium)»

Виконала: студентка 4

курсу, групи 4561

спеціальності

061 Журналістика

Ашмарин Кирило

Вікторович

Керівник: кандидат

філологічних наук, доцент

Гузенко Світлана

Валентинівна

Миколаїв – 2024 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
I ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЦИФРОВОГО СТОРІТЕЛІНГУ.....	6
1.1. Поняття та сутність цифрового сторітелінгу.....	6
1.2 Сучасні медіа і платформа Medium.....	14
II АНАЛІЗ ПУБЛІКАЦІЙ НА ПЛАТФОРМІ Medium.....	22
2.1 Методологія дослідження публікацій на Medium.....	22
2.2 Практичні аспекти створення цифрового сторітелінгу на платформі Medium.....	35
ВИСНОВКИ.....	46
ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА.....	48
ДОДАТКИ.....	52

ВСТУП

Цифровий сторітелінг набув значного поширення у сучасних медіа, що зумовлено стрімким розвитком технологій та зміною інформаційних потреб суспільства. У сучасному медіа-середовищі, яке характеризується швидким зростанням обсягів інформації та різноманітністю каналів її поширення, цифровий сторітелінг виступає важливим інструментом для ефективного донесення складних ідей та залучення аудиторії. Платформа Medium є однією з провідних цифрових платформ, що пропонує унікальні можливості для створення та поширення мультимедійного контенту.

Актуальність дослідження цифрового сторітелінгу на платформі Medium обумовлена кількома факторами. По-перше, Medium надає можливість авторам інтегрувати текстовий контент з візуальними елементами, що сприяє глибшому залученню читачів та покращенню розуміння інформації. По-друге, дана платформа використовує алгоритми персоналізації, які допомагають користувачам знаходити контент, що відповідає їх інтересам, тим самим підвищуючи ефективність комунікації. По-третє, Medium є відкритим майданчиком, що дозволяє авторам без обмежень публікувати матеріали, створюючи таким чином різноманітний та багатий контент для аналізу.

Дослідження цифрового сторітелінгу на прикладі публікацій на платформі Medium дозволить виявити основні тенденції та підходи до створення мультимедійних історій у сучасних медіа. Це, в свою чергу, сприятиме розумінню того, як цифрові технології змінюють методи комунікації, яким чином можна підвищити ефективність взаємодії з аудиторією та які нові можливості відкриваються перед медіа-практиками.

Мета дослідження полягає у визначенні особливостей та впливу цифрового сторітелінгу на сучасні медіа, зокрема на прикладі платформи Medium. Основними завданнями дослідження є аналіз історії та розвитку цифрового сторітелінгу, вивчення типології цифрових історій, розгляд психологічних та соціальних аспектів впливу цифрових історій на аудиторію, а також

дослідження особливостей функціонування платформи Medium і її ролі у цифровому сторітелінгу. Додатково передбачено аналіз аудиторії та контенту на платформі Medium з метою виявлення основних тенденцій та закономірностей. Об'єктом дослідження є сучасні цифрові медіа, що представляють собою комплекс інформаційних ресурсів, які використовують цифрові технології для створення, розповсюдження та споживання контенту. Предметом дослідження є цифровий сторітелінг як явище, що охоплює процеси створення та поширення цифрових історій, а також їх вплив на аудиторію. Особлива увага приділяється аналізу платформи Medium як конкретного прикладу цифрового медіа, що активно використовує технології сторітелінгу для залучення та утримання аудиторії.

Наукова новизна роботи полягає у комплексному аналізі явища цифрового сторітелінгу на прикладі платформи Medium, що дозволяє виявити його унікальні риси та тенденції розвитку. Це дослідження представляє систематичне вивчення еволюції сторітелінгу від традиційних усних і писемних форм до сучасних цифрових форматів, що використовують передові технології. У роботі розглядаються основні елементи та принципи цифрового сторітелінгу, включаючи текстові, аудіо, відео та інтерактивні формати, що дозволяє зрозуміти, як вони впливають на процес сприйняття та взаємодії з аудиторією.

Особливу увагу приділено аналізу психологічних та соціальних аспектів впливу цифрових історій на аудиторію, що включає дослідження емоційного зв'язку між автором та читачем, формування уявлень та поглядів аудиторії, а також впливу на соціальні та культурні цінності. Робота також містить детальний аналіз платформи Medium, її історії створення, основних функцій та можливостей, що дозволяє зрозуміти, чому саме ця платформа стала популярною серед авторів та читачів.

Практична значущість роботи полягає в можливості використання отриманих результатів для покращення методів створення та поширення цифрових історій. Медіа-професіонали, маркетологи та комунікаційні спеціалісти можуть застосувати рекомендації, сформульовані на основі аналізу платформи Medium,

для підвищення ефективності своїх контент-стратегій. Це включає розробку більш привабливих та взаємодійних форматів контенту, що сприяють глибшому залученню та утриманню аудиторії.

Крім того, результати дослідження можуть бути корисними для викладачів та студентів у галузі медіа та комунікацій, надаючи їм сучасні знання та інструменти для аналізу та створення цифрових історій. Робота також може слугувати основою для подальших наукових досліджень, сприяючи розвитку теоретичних та прикладних аспектів цифрового сторітелінгу. Це відкриває нові перспективи для вивчення взаємодії між технологіями та медіа-контентом, а також їхнього впливу на сучасне суспільство.

І ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЦИФРОВОГО СТОРІТЕЛІНГУ

1.1. Поняття та сутність цифрового сторітелінгу

Теоретичні основи цифрового сторітелінгу базуються на поєднанні традиційних принципів розповіді історій з сучасними цифровими технологіями. Цифровий сторітелінг виник як результат еволюції комунікаційних технологій і потреби у нових формах медійного контенту, що дозволяють більш ефективно передавати інформацію та залучати аудиторію. Важливими елементами цифрового сторітелінгу є наративна структура, мультимедійність, інтерактивність та персоналізація.

Олена Іванівна Харитоненко дає таке визначення сторітелінгу – це багатозначний термін, пов'язаний із багатьма давно відомими нам поняттями, які ми звикли розглядати в межах різних розділів журналістикознавства – жанрології, наратології, архітектоніки видання. Нам важко його сьогодні беззастережно прийняти і неможливо від нього відмовитися, оскільки знання, розпорошені по різних підручниках чи довідниках, він представляє інтегровано. [1, 6]

Як зазначає Харитоненко, в межах сучасного сторітелінгу використовуються такі текстові наративні методи, як детальна «сценографія», або «реконструкція сцени»; продумане структурування подій в межах хронологічного чи ретроспективного типів композиції твору; використання в структурі оповіді кількох точок зору: 1) яскрава та деталізована «реконструкція сцени» (опис місцевості) одночасно посилює як інформативність, так і емоційну складову повідомлення; читач одразу опиняється втягнутим у розповідь, оскільки жваво уявляє антураж, пов'язаний із подією; 2) структурування подій в традиційних і сторітелінгових новинах принципово різниться; в першому випадку ми рухаємося від останніх, найсвіжіших подій до бекграунду, сторітелери ж приберігають розв'язку для завершення розповіді; у новинах використовується здебільшого минулий час, а в сторітелінг тяжіє до використання дієслів у теперішньому часі, що створює напруженість, атмосферу очікування; 3)

використання точок зору в структурі оповіді Кобі ван Кріскен пов'язує переважно з введенням у текст прямої та непрямої мови персонажів, цитат; більшою мірою, на думку науковця, поживає оповідь цитування «внутрішнє» (відтворення діалогів, які відбувалися безпосередньо під час події), а не «зовнішнє» (коментарі постподієві). Такі репортажні вставки, які унаочнюють процеси мовлення і мислення, додають сторітелінгу атмосферності, якщо підсилені «маркерами неявиної точки зору» – мовленнєвими характеристиками і словами, що виражають когнітивний стан актанта («розглядати», «вивчати»), його сприйняття («бачити», «помічати») його емоції («зневажати», «лякатися», «бути в захваті»).[1, с. 3]

Мультимедійність є ключовим аспектом цифрового сторітелінгу, оскільки сучасні технології дозволяють інтегрувати текст, зображення, відео, аудіо та анімацію в єдиний наратив. Це збагачує сприйняття історії та робить її більш захоплюючою для аудиторії. Використання різних медіаформатів дозволяє досягати більшого емоційного впливу та залучення, що є важливим для успішного сторітелінгу. Сергій Азєєв пише що явище мультимедіа, продиктоване бумом перших років втілення «цифри» у вигляді перших загальнодоступних персональних комп'ютерів, сьогодні змінилося значно ширшим щодо змісту явищем крос-медійності. Гадаємо, саме з цього моменту починається визрівання унікального синергетичного ефекту, який значно посилюється з паралельним настанням епохи трансмедійного сторітелінгу. [3, 12]

Інтерактивний сторітеллінг базується на ключових принципах, які революціонізують спосіб, яким ми сприймаємо та взаємодіємо з історіями. Перш за все, це сутність інтерактивності, яка дозволяє аудиторії стати активними учасниками, а не просто спостерігачами. Це відкриває можливості для активного впливу на хід подій, вибір розвитку сюжету та персоналізацію досвіду. Різновиди інтерактивного сторітеллінгу, такі як графічні ігри, онлайн-голосування та інтерактивні відео, вносять різноманіття та динаміку у визначення сюжетних ліній. Найважливіше — це взаємодія з аудиторією, де

відгуки, коментарі та участь в соціальних мережах стають не просто реакцією, але і активною частиною створення історії. Ці принципи не лише піднімають рівень взаємодії, але й роблять кожну історію унікальною та особистою для кожного учасника, розширюючи межі традиційного сторітелінгу.[2]

Персоналізація контенту є ще одним важливим аспектом цифрового сторітелінгу. Завдяки аналізу даних про користувачів та їхні вподобання, автори можуть створювати історії, що максимально відповідають інтересам та потребам конкретної аудиторії. Це підвищує релевантність контенту та сприяє більш тісному зв'язку між автором та аудиторією.

Основним мотивом популяризації сторітелінгу є його здатність забезпечити друкованим виданням конкурентоспроможність на ринку сучасних медіа. Здійснений авторами аналіз західноєвропейських досліджень цієї еми засвідчив, що подібна конкурентоспроможність визнається за цим жанром завдяки таким його особливостям: 1) розповідь – основний спосіб спілкування в соціальних мережах, звідки редакторів будьякого засобу масової інформації потрібно читача «витягти»; 2) сторітелінг акцентований на розповідях із життя, з якими читачі стикаються щодня й легко можуть себе ідентифікувати з актантами (персонажами) оповіді; 3) розширюються межі пізнання: віддалені події люди «на власні очі» можуть побачити зблизька; 4) картина світу моделюється не тільки топновинами, туди втягуються культурно резонансні теми, які допомагають нам глибше осягнути реальність; 5) сторітелінг пов'язаний із архетипами і міфологічним способом відображення дійсності, що дозволяє складні процеси і явища сучасності представляти за допомогою простіших для сприймання художніх засобів, впливати не на рацію, а на емоції, почуття і в такий спосіб допомагати людині ідентифікувати себе у світі, готувати її до реакцій на нові виклики тощо. Разом із тим, Кобі ван Крієкен наголошує: якщо в професійних колах популяризація сторітелінгу розглядається здебільшого як позитивне явище і журналісти близькі вже до визнання за ним права іменуватись окремим жанром, то в академічних колах (і це засвідчують сучасні підручники з журналістики і програми вишів) його традиційно

розглядають лише як одну із наративних стратегій у межах традиційних жанрів новини, інтерв'ю, репортажу тощо і, крім того, акцентують увагу на ризиках, пов'язаних із відмовою від фактичності та об'єктивності, виходом журналістики за межі професії і її дрейфування в бік літератури та інших видів мистецтва. Науковець робить два важливі, на наш погляд, висновки: 1) сторітелінг потрібен, оскільки аудиторія сьогодні потребує розуміння; 2) сторітелінг стає сьогодні більше, ніж жанром чи наративом, він є важливою частиною метажурналістського дискурсу про роль, впливовість, професійні завдання журналістики в цілому [14].

Сутність цифрового сторітелінгу полягає в інтеграції наративних структур із технологічними інноваціями для створення динамічних і захоплюючих історій. Основні елементи цифрового сторітелінгу включають мультимедійність, інтерактивність, персоналізацію та соціальну взаємодію. Мультимедійність дозволяє поєднувати різні форми контенту для досягнення більш глибокого впливу на аудиторію. Інтерактивність надає користувачам можливість активно взаємодіяти з контентом, впливаючи на хід історії або беручи участь у її розвитку. Персоналізація контенту дозволяє адаптувати історії до індивідуальних вподобань та потреб аудиторії, що підвищує їх релевантність та залученість. Соціальна взаємодія створює можливість обміну думками та коментарями між користувачами, що сприяє формуванню спільноти навколо контенту.

Цифровий сторітелінг також відзначається гнучкістю формату, що дозволяє використовувати його в різних контекстах, від журналістики та маркетингу до освіти та розваг. Він відкриває нові можливості для творчості та експериментів з формою і змістом, дозволяючи авторам знаходити інноваційні підходи до розповіді історій. Завдяки цифровому сторітелінгу автори можуть створювати більш інтерактивні та залучаючі наративи, що відповідають потребам сучасної аудиторії, яка шукає нові способи взаємодії з контентом у цифрову епоху.

Дослідник Андрій Золотухін зазначає, що читачі відчувають втому від надлишку коротких текстів у інтернет-ЗМІ, лаконічних повідомлень у Twitter та

інформаційної плутанини у стрічці новин Facebook. Натомість, вони знову звертають увагу на емоційно насичені «довгі тексти», що включають детальні дослідження або яскраві художні образи. Дослідження свідчать, що сучасний читач віддає перевагу витратити 30 хвилин вільного часу на один якісний лонгрід, ніж на десять коротких заміток, за умови високої якості форми і змісту. Експерти відзначають, що читацький інтерес зміщується від журналістики фактів до журналістики пояснень, яка представляє складні події та явища у доступному форматі. Водночас у ЗМІ знову набувають популярності об'ємні авторські публікації про соціальні явища та життя окремих осіб.[4]

Історичний розвиток сторітелінгу представляє собою складний процес еволюції розповіді, який почався з давніх часів і тривав протягом великої кількості століть, перетинаючи різні культури та цивілізації. Початок цього процесу можна відстежити до епохи усної традиції, коли історії передавалися з покоління в покоління усно, без використання писемних засобів. У цьому контексті, розповідь історій відігравала важливу роль у збереженні та передачі знань, традицій, вірувань та культурних цінностей.

Як розказує “Один вчений історик друкарства говорить, що ксилографічне друкування від китайців поширилося по всій Німеччині та Фландрії вже коло 1400 року 1). Лишаючи під сумнівом, чи справді воно від китайців поширилося в Європі, можемо зазначити тільки, що таке друкування тут існувало в усякому разі до ви- знаходу справжнього друкарства в XV столітті. На Заході в такий спосіб виготовляли так звані кси- логографічні ритини (гравюри), що їх найстаріші зразки належать до 1418-1423 років. Часто на ритованому образі робився тим же способом коротень- кий або й довгий напис. Пізніше дійшли до того, що стали вирізувати на дошках і друкувати з них самі тільки тексти. Для такого друку вживали не тільки дерев'яних, але й металевих таблиць.”[5, 6].

У 20-му столітті із появою кіно та телебачення сторітелінг став важливою складовою масової культури. Фільми та телепрограми надали можливість створення візуальних історій, які могли бути відтворені для широкої аудиторії. Разом з цим з'явилися нові техніки та технології, які дозволяли змінювати і

розширювати можливості розповіді, такі як спеціальні ефекти, анімація та комп'ютерна графіка.[6]

На сучасному етапі із розвитком Інтернету та цифрових медіа сторітелінг переживає нову революцію.”Інтернет-технології, як ми встигли переконатись, вивчаючи попередні теми, пропонують широкий спектр способів подання інформації на сайті інтернет-ЗМІ. Вважається, що мультимедійність становить одну із суттєвих переваг онлайн-журналістики, і це дійсно так. Але різноманіття форматів може заплутати, збити з пантелику журналіста, відволікти його увагу від головного в матеріалі, адже чим більший вибір, тим складніше приймати рішення!”.[7, 54] Соціальні мережі, відеохостинги, стрімінгові платформи та інші цифрові засоби комунікації надають можливість створення та поширення історій будь-якою людиною з доступом до Інтернету. Це відкриває нові шляхи для самовираження та спілкування, розширюючи горизонти сторітелінгу у віртуальному просторі.

Отже, історичний розвиток сторітелінгу свідчить про постійну трансформацію та адаптацію цього процесу до змін у технологіях, культурних та соціальних контекстах. Від усної традиції до цифрових медіа, сторітелінг продовжує залишатися важливим інструментом комунікації та спільного розуміння усього людства.

Цифрові історії, враховуючи типологію, є результатом синтезу технологій та медійних форматів, що забезпечують різноманітність засобів представлення та сприйняття історичного матеріалу. Класифікація цих історій відбувається за основними форматами: текстові, аудіо, відео та інтерактивні.

З історичної точки зору, журналістика завжди знаходила себе в пошуках способів поєднання кількох медіа-форматів як засобу створення переконливих історій. На початку 20 століття, наприклад, технологічний прогрес дозволив американським журналістам експериментувати з аудіовізуальними форматами [8]. Такі інноваційні мультимедійні продукти вважалися необхідними для конкуренції з іншими — дуже візуально орієнтованими — медіа, включаючи фільми та журнали. Відео цифрові історії використовуються для створення

візуальних та аудіальних ефектів для сприймання інформації та емоцій. Цей формат включає фільми, відеоблоги, документальні фільми, анімацію та інші види відеоматеріалів. Відео дозволяє відтворити історії за допомогою рухомих зображень, звукових ефектів та музичного супроводу, що робить їх особливо привабливими для споживачів мультимедійного контенту.

Фізичний простір також відрізняється тим, що він за своєю суттю є соціальним, і ним користуються як гравці, так і негравці (Huysen Citation 2003, Розділ 5: Проектування соціальної експансії). Ця відмінність очевидна в нещодавньому розвитку локативних практик на основі GPS, які є перформативними, а не експериментальними. Сайти соціальних мереж, такі як Foursquare (<http://foursquare.com/>), Facebook (<http://www.facebook.com>), Twitter (<http://www.twitter.com>) і Flickr (<http://www.flickr.com>) допомагають нам миттєво створювати, використовувати та маніпулювати інформацією про людей, об'єкти, місця та події в реальному часі. За допомогою цих комунікаційних актів ми створюємо історії, а не переживаємо їх. Ми залишаємо сліди нашого емоційного чи інтелектуального досвіду як віртуальні прихильності, формуючи тканину досвіду місць (Huysen Citation 2003). Корисність таких слідів демонструють системи рекомендацій щодо шляху, які використовують зображення Flickr з геотегами для визначення цікавості місць (El Ali et al. Citation2010, Lu et al. Citation2010), а також системи, які оцінюють соціальну активність користувачів Facebook щодо новин (<http://ediscscope.labs.yahoo.net/>). Нак Ф. і Джонс С. пишуть у своїй роботі "Кочова інформація в соціальному середовищі" що ми очікуємо відчувати навколишній світ як безперервний, гнучкий і мережевий обмін ідеями, які спрямовані на те, де ми є, хто ми є, і як ці внутрішні аспекти нашого досвіду пов'язані з іншими [11]. Інтерактивні цифрові історії дозволяють читачам стати активними учасниками у сприйнятті інформації та спілкуванні. Вони можуть включати ігри, веб-сайти з інтерактивними ефектами, додатки з можливістю вибору власного шляху розвитку сюжету, віртуальні тури та інші форми взаємодії з аудиторією.

Інтерактивність дозволяє глибше відчути себе частиною історії та відчутти вплив на її розвиток.

Отже, розглянута типологія цифрових історій надає можливість для різноманітного і ефективного представлення інформації та емоцій у цифровому середовищі. Кожен формат має свої переваги та особливості, що робить його придатним для використання в різних контекстах та для різних аудиторій.

Цифрові історії, як важливий елемент сучасної культури, мають значний вплив на психологічний та соціальний стан аудиторії. Як пише Гі-Ернест Дебор психогеографічний рух, який був спрямований на дослідження психологічних впливів географічного середовища, розробив численні методи для експериментальних досліджень, що мали на меті виявлення та подолання встановлених структур. Багато сучасних рухів можуть простежити своє походження до цього руху, зокрема рух міських досліджень, який вивчає прихований міський ландшафт через доступ до систем підземних тунелів та шляхів на дахах. Водночас скейтбордисти, паркуристи та учасники флешмобів зосереджуються на виявленні та порушенні традиційного використання громадського простору, запроваджуючи альтернативні способи його використання.[12]

Соціальні аспекти впливу цифрових історій на аудиторію включають в себе їхню роль у формуванні групових норм, цінностей та ідентичності. В досліді “Використання цифрових історій як заходи зміцнення здоров’я: огляд масштабів” роблять такі висновки “У цьому аналітичному огляді ми визначили 10 прикладів того, як втручання з використанням цифрові історії можуть вплинути на зміцнення здоров’я. Схоже, що це багатообіцяюче втручання позитивно впливає на зміцнення здоров’я учасників у різних захворюваннях і проблемах громадського здоров’я. Зіставивши остаточні результати цих статей на дослідницьку базу NIMHD, ми дізналися, що втручання, які використовують DS, можуть впливати на широкий спектр детермінант здоров’я. Потрібні майбутні дослідження, щоб дослідити вплив DS на міжособистісний,

суспільний і суспільний рівні, а також у сферах біологічного, фізичного, антропогенного та соціокультурного середовища.”[13, 14]

Узагальнюючи, психологічні та соціальні аспекти впливу цифрових історій на аудиторію включають в себе їхню емоційну та когнітивну реакцію, взаємодію зі співпереживанням та ідентифікацією з персонажами, а також їхню роль у формуванні соціальних зв'язків та норм. Такий вплив може бути значним, оскільки цифрові історії відіграють важливу роль у сучасному медіа-ландшафті та культурному просторі.

1.2 Сучасні медіа і платформа Medium

Сучасні цифрові медіа є необхідною складовою сучасного інформаційного ландшафту, що постійно еволюціонує та адаптується до змін у технологічному, культурному та соціальному середовищі. Ці медійні форми включають в себе різноманітні та інтерактивні платформи, які забезпечують доступ до інформації, розваг та спілкування для широкої аудиторії.

«Нові медіа» (англ. new media) — термін, який за - стосовують щодо інтерактивних електронних видань і нових форм комунікації виробників контенту зі спо - живачами, що відрізняє їх від традиційних медіа, таких як: традиційне ТБ, радіо, газети і журнали. Цим терміном позначають процес розвитку цифрових, мережевих технологій та комунікацій у медійній галузі. Із новими медіа пов'язані такі явища, як конвергенція, віртуалізація, мультимедіа, створення нових форм управління знаннями та організації знання. [15, 1]

Нові медіа здебільшого інтегровані в мережу Інтернет. Д. Мак-Квейл визначає їх основні характеристики наступним чином: вони базуються на комп'ютерних технологіях; є гнучкими та гібридними; мають інтерактивний потенціал; виконують як приватні, так і публічні функції; характеризуються низьким рівнем регуляції; є внутрішньоінтегрованими, нелокалізованими та всюдисущими; мають доступ до інших комунікаційних засобів; і слугують як середовищем для масової, так і для індивідуальної комунікації [16, 41].

Науковець Е. Тоффлер у праці «Метаморфози вла - ди» зауважував, що новим медіа притаманні такі основні риси: інтерактивність, мобільність, зворотність, можливість взаємозв'язку, повсюдність і глобалізація [17, 425].

У новому інформаційному середовищі, де процеси нагадують діяльність нервової системи людини, інформація функціонує аналогічно до вірусів. Медіавіруси стали невід'ємною частиною медійного дискурсу, і ці явища детально описані Д. Рашкоффом у його книзі «Медіавірус: Як поп-культура таємно впливає на вашу свідомість» [18].

Дослідник зазначає, що «віртуальна реальність — нове, надзвичайно багатоперспективне знаряддя для медіа. Одягнувши на себе такі пристосування, як «наочник», навушники, рукавички або навіть костюм, що охоплює все тіло, користувач може, немов насправді, перенестися в заздалегідь запрограмований або інтерактивно розгорнутий світ. Він може пройтися тривимірним зображенням Колізею, поплавати в цитоплазмі еритроцита або створити разом з іншими користувачами уявний всесвіт, доступний для зору, слуху і навіть дотику. Не дивно, що ця технологія стимулює фантазію й витрати на дослідження. І, як і у випадку з будь-якою новою технологією, багато творчих людей намагається знайти сексуальне застосування для віртуальної реальності. Як домашнє відео стало провідником для порнографії, так ними ставали фотографічна технологія, телефон і навіть перші вірші, написані англійською мовою. Ченці, переписуючи Біблію й молитви, також використовували нову технологію — друк, щоб посилати один одному непристойні загадки і куплети» [18].

Сьогодні ми бачимо, що сучасні технології відіграють визначальну роль як у соціальних, так і в культурних вимірах. Наприклад, Інтернет як комунікаційна система має глобальне культурне значення, яке ще не повністю осмислене філософами та соціологами. « А у XX столітті поступово формується комунікативна філософія як відносно самостійна течія в сучасній західній філо-софії, частиною якої є й філософія діалогу, яка досліджує специфіку цієї форми комунікації, адже, як справедливо зазначав» [19, 8]. Кіберкультура як

комунікаційна система інтернету коригує цінніснонормативні орієнтації, вирізняючи «...значущість такої базової цінності, як «цікава робота», «самостійність», «свобода»...» [20, 14]. «Соціально-культурні ідентичності характеризуються також суб'єктивним переживанням часу, орієнтацією на творчість і конструювання власних просторів» [20, 15]

Узагальнюючи, сучасні цифрові медіа є складною та динамічною сферою, що постійно розвивається та адаптується до змін у технологіях та суспільстві. Вони відіграють важливу роль у нашому щоденному житті, впливаючи на наші звички, уявлення та способи спілкування.

Платформа Medium є відомим інтернет-ресурсом для публікації та спілкування, що створена євангелістом Twitter Еваном Вільямсом та співзасновником Twitter та Blogger Бізом Стоуном. Заснована в 2012 році, Medium вийшла на ринок з метою надання користувачам можливості легко публікувати свої історії та думки, а також взаємодіяти з іншими читачами і авторами.

Як пишуть на самій платформі Medium “Medium — це дім для людських історій та ідей. Тут будь-хто може поділитися зі світом глибокими поглядами, корисними знаннями та життєвою мудрістю, не створюючи попереднього списку розсилки чи підписок. Інтернет шумний і хаотичний; Середній тихий, але сповнений проникливості. Це просто, красиво, зручне для співпраці та допомагає знайти потрібну аудиторію для того, що ви маєте сказати.

Ми віримо, що те, що ви читаєте та пишете, має значення. Слова можуть роз'єднувати або давати нам сили, надихати або знеохочувати. У світі, де часто перемагають найсенсаційніші та поверхневі історії, ми створюємо систему, яка винагороджує глибину, нюанси та добре витрачений час. Простір для вдумливих розмов більше, ніж просто проїзд, і змістовність над упаковкою.”[14]

Як пишуть на онлайн платформі The Guardian “Керівник відділу корпоративного розвитку та стратегії Medium Едвард Ліхті визнає, що компанія витрачає багато часу на роздуми про те, як визначити свою пропозицію. «Really Medium — це місце для обміну історіями та ідеями зі світом», — пояснює він.

«Потрібні всі технології, форматування та мозкові спазми навколо питання «Як має виглядати мій блог?» поза картиною, і це місце спільноти, тому історії можуть дуже швидко знайти аудиторію». Застосовуючи цей спільний підхід, Medium, можливо, відволікає увагу від окремого блогера. Але зворотний бік, каже Ліхті, полягає в тому, що це може допомогти оповіданням читатися ширше. «Люди, які публікують на Medium, кажуть: «Я публікую на Medium, і цю історію читали в 10 разів [більше], ніж будь-що, що я коли-небудь отримував у своєму особистому блозі» »[21]. От що пише одна із голів Medium Ев Вільямс про цілі команди «Ми вирішили створити кращу видавничу платформу, яка дозволяла б будь-кому пропонувати світові свої історії та ідеї та допомагала великим піднятися на вершину»[22].

Основною функцією Medium є створення і публікація контенту у вигляді статей, блогів та есе. От що каже сам Вільямс про функціональність своєї платформи «Коли я пишу це, я бачу не просто редактор WYSIWYG, я бачу сторінку, яку збираюся опублікувати, яка виглядає так само, як версія, яку ви читаєте. Фактично, це версія, яку ви читаєте. Немає шару абстракції. Це проста (і стара) концепція, але я не бачив її в жодному іншому інструменті публікації, якщо не рахувати Google Docs і тому подібне, де ви в основному завжди перебуваєте в режимі редагування (а не завжди в режимі перегляду). І це має велике значення. Необхідність переходити туди-сюди між вашим інструментом створення та вашим творінням — це як ліплення розмовою.»[23] .Платформа пропонує інтерфейс, спрощений до максимуму, щоб забезпечити зручність у використанні для авторів будь-якого рівня. Крім того, Medium надає інструменти для форматування тексту, додавання зображень, вбудовування медіа-елементів та посилань, що дозволяє створювати багатофункціональні та візуально привабливі статті. Вільямс зазначає важливість усунення "абстракції" з публікації, що Twitter ефективно досягнув. У 140 символах користувачі мали можливість спілкуватися з мільйонами людей по всьому світу за лічені хвилини. Medium має потенціал виконувати подібну функцію для довших текстів. Назва

сервісу вказує на його позиціонування між повноформатними блог-платформами та короткими твітер-повідомленнями, забезпечуючи середній формат. [23].

Платформа також має функції спільноти, які дозволяють користувачам обговорювати та реагувати на контент, як індивідуально, так і у групах. Через систему коментарів і вподобань читачі можуть висловлювати свою думку щодо опублікованих матеріалів та взаємодіяти з авторами. На Medium відсутні віджети, кнопки спільного доступу, коментарі та інші відволікаючі елементи, що сприяє його функціонуванню як самодостатнього продукту. Сервіс також приваблює молоду спільноту письменників, що розширюється щодня. Тематика публікацій варіюється від технологій до особистих питань, таких як стосунки. Обмежень немає, і користувачі можуть співпрацювати з колекціями інших, якщо вони є загальнодоступними. Це можна порівняти з початком бесіди з незнайомцем за обіднім столом [23].

Однією з ключових особливостей Medium є алгоритм рекомендацій, який адаптується до вподобань користувача і рекомендує контент, який, на його думку, може бути цікавим. Як пишуть у статті “The Medium Algorithm Explained...” ключові фактори, що впливають на середній алгоритм:

- Налаштування користувача;
- Актуальність;
- Плескання, коментарі та час читання;
- Достовірність автора;
- Підписники та публікація в соціальних мережах;
- Різноманітність вмісту;
- Персоналізація та машинне навчання.[24]

Для навігації у величезному ландшафті онлайн-вмісту такі алгоритми, як ті, що використовуються на Medium, є незамінними. Беручи до уваги вподобання користувачів, показники залученості, довіру до автора та інші фактори, алгоритм прагне створити індивідуалізований та збагачувальний досвід читання для кожного користувача.

Узагальнюючи, Medium представляє собою потужний інструмент для публікації, спілкування та взаємодії у великій спільноті читачів та авторів. Його простий у використанні інтерфейс, розширені можливості форматування та спільнотні функції роблять його популярним вибором для тих, хто бажає ділитися своїми думками та ідеями зі світом.

Аналіз аудиторії та контенту на платформі Medium є важливим аспектом для розуміння ефективності та популярності цього ресурсу в цифровому середовищі. Ми провели аналіз аудиторії Medium за допомогою онлайн сервісу Similarweb [25]. Самі багаточисленні вікова категорії є люди з 25 років до 34 років, та друга група по кількості люди від 18 років до 24 років. Головною країною з відки йде трафік це США 24,27% , на другому місці Індія 9,69%. Основні категорії на платформі за популярністю: програмування та програмне забезпечення для розробників; комп'ютери електроніка та технології - інше; графіка, мультимедіа та веб-дизайн; новини. Головні теми на платформі за популярністю: news; software; search; business. Основні джерела трафіку: визначають канали діджитал маркетингу, що спрямовують трафік на ваш веб-сайт. medium.com отримує трафік з Органічний пошук (68.14%) та Прямий (23.59%).[25]

Серед основних категорій користувачів виділяються блогери, письменники, науковці, технологічні ентузіасти, підприємці та професіонали з різних галузей. Однією з ключових характеристик контенту на Medium є його доступність та універсальність. Платформа пропонує широкий спектр жанрів, включаючи науково-популярні статті, оповідання, есе, інтерв'ю, огляди та посібники. Завдяки цьому, користувачі можуть знайти матеріали, які відповідають їхнім інтересам та потребам.

Важливим аспектом є також система монетизації на Medium, яка дозволяє авторам отримувати винагороду за свій контент. Це стимулює створення якісних та унікальних матеріалів, що підвищує загальний рівень контенту на платформі.

Соціальна взаємодія є ще одним важливим елементом Medium. Платформа

підтримує активне обговорення публікацій, що сприяє залученню аудиторії та створенню спільнот за інтересами. Користувачі можуть залишати коментарі, ділитися матеріалами та стежити за улюбленими авторами, що сприяє розвитку взаємодії та обміну думками.

Використання платформи Medium для цифрового сторітелінгу має як переваги, так і недоліки, що варто розглянути для повного розуміння її ефективності та обмежень.

Однією з основних переваг Medium є її доступність та зручність у використанні. Платформа надає користувачам простий та інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, що дозволяє легко створювати та публікувати контент без необхідності володіння технічними знаннями. Це робить Medium привабливим для широкого кола авторів, включаючи як початківців, так і досвідчених письменників.

Medium забезпечує високу якість форматування контенту, що включає можливість додавання зображень, відео та інтерактивних елементів. Це сприяє створенню візуально привабливих та функціонально багатих історій, які можуть більш ефективно привертати увагу та утримувати інтерес аудиторії.

Ще однією перевагою є широке охоплення аудиторії. Medium має велику та активну спільноту читачів, що дозволяє авторам швидко досягти широкої аудиторії та отримати зворотний зв'язок. Крім того, алгоритми персоналізації допомагають користувачам знаходити контент, який відповідає їхнім інтересам, що підвищує ймовірність залучення нових читачів.

Система монетизації на Medium є ще одним важливим аспектом, що стимулює створення якісного контенту. Автори можуть отримувати винагороду за свої публікації, що мотивує їх інвестувати час та зусилля у створення змістовних та унікальних історій.

Однак, існують і недоліки використання Medium для цифрового сторітелінгу. Одним з головних обмежень є залежність від платформи та її правил. Авторам доводиться пристосовуватися до умов та політики Medium, що може обмежувати їхню творчість та свободу вираження. Крім того, зміни в

алгоритмах та правилах можуть впливати на видимість та досяжність контенту, що створює непередбачуваність для авторів.

Іншим недоліком є конкуренція за увагу. Оскільки Medium є популярною платформою з великою кількістю контенту, авторам важко виділитися серед багатьох публікацій. Це вимагає додаткових зусиль для просування та маркетингу своїх історій.

Також варто зазначити, що система монетизації Medium не гарантує стабільного доходу для всіх авторів. Рівень винагороди залежить від популярності контенту та взаємодії з аудиторією, що може бути непередбачуваним та нестабільним джерелом доходу.

Отже сучасні медіа характеризуються інтеграцією в Інтернет, високою гнучкістю, гібридністю та інтерактивністю. Medium, як платформа для публікацій, поєднує риси традиційних блогів і соціальних мереж, забезпечуючи зручний інтерфейс та відсутність відволікаючих елементів. Алгоритми платформи, орієнтовані на вподобання та поведінку користувачів, створюють персоналізований досвід читання. Цей підхід сприяє розвитку молодій спільноті письменників і надає можливість для публікації різноманітного контенту, від технологій до особистих тем.

II АНАЛІЗ ПУБЛІКАЦІЙ НА ПЛАТФОРМІ Medium

2.1 Методологія дослідження публікацій на Medium

Методологія дослідження публікацій на платформі Medium включає кілька основних етапів, що забезпечують систематичний та науково обґрунтований підхід до аналізу контенту та його впливу на аудиторію.

Як пишуть Н.Костенко та В.Іванов “Класичні, традиційні методи аналізу— це сукупність операцій, яка дозволяє інтерпретувати текст в цілях дослідника. Справа в тому, що всякий документ створюється зі своєю, особливою метою, яка часто не збігається з цілями дослідження. Інтерпретація тексту в ході будь-якого традиційного аналізу дозволяє проникнути в сутність документа і виявити все, що цікавить дослідника, глибинні замисли та мотиви комунікатора, очікуваний ефект від повідомлення, особливості того історичного моменту, в який створювався документ тощо.” [26, 25].

При аналізі традиційними методами можна розрізняти зовнішній та внутрішній аналіз. Зовнішній аналіз дозволяє зробити висновки щодо історичних обставин, за яких створювався документ, його справжніх мотивів, а також перевірити надійність та достовірність документа. Таким чином, зовнішній аналіз розглядає документ як елемент у системі суспільних відносин, що дозволяє оцінити його значущість та роль у цій системі.

Ми маємо справу з якісним видом аналізу, і тому будь-яка операція вимагає ретельного вивчення документа. Коли йдеться про професійний журналістський аналіз тексту, необхідно розрізняти аналіз матеріалів колег з позиції журналіста та вивчення документів як джерел інформації. У першому випадку значна увага приділяється композиції та літературній якості твору, тоді як у другому випадку акцент робиться на змісті документа та його контексті, досліджується надійність і достовірність тексту, можливі мотиви комунікатора, після чого розглядається стиль документа. Загалом, методи журналістського аналізу текстів отримують певну увагу в науковому світі [27].

Перший етап полягає у визначенні об'єкта та мети дослідження. Це включає формулювання дослідницьких питань, таких як виявлення популярних

тематичних категорій, аналіз стилю написання та формату публікацій, або дослідження впливу контенту на читачів. Визначення мети дослідження дозволяє сконцентрувати зусилля на найбільш релевантних аспектах платформи Medium. Перший етап — теоретико-методологічний, на якому визначаються предмет і об'єкт дослідження та формулюються гіпотези. Специфіка контент-аналізу полягає в тому, що головним предметом аналізу є зміст, заданий соціальним контекстом, в якому існує текст, а метою аналізу є висновки щодо соціальної реальності [28, 33]. Гіпотези дослідження іманентно включають контекст джерел походження тексту, його значення, інтенцій комунікатора або потенційних ефектів. Текст як об'єкт аналізу розглядається у найширшому розумінні — писемні тексти, аудіо- та відеозаписи, зображення тощо, тобто як певна смислова єдність [29, 1-15]. Методологічними засадами в цьому контексті є валідність, надійність та об'єктивність. У контент-аналізі ці вимоги набувають специфічного характеру через якісну природу тексту. Об'єктивність є виключно інтерсуб'єктивною і досягається через формалізацію тексту, тоді як валідність розуміється в епістемологічному сенсі як "валідність, доведена для нас" [30, 95-99]. Інтерсуб'єктивна узгодженість досягається на наступному етапі, відомому як претест.

На другому етапі здійснюється вибірка публікацій. Це включає визначення критеріїв вибору, таких як популярність статей, кількість переглядів, лайків та коментарів, а також тематична спрямованість. Вибірка може бути як випадковою, так і цілеспрямованою, залежно від поставлених завдань. Використання автоматизованих інструментів для збору даних, таких як веб-скрапінг, може значно підвищити ефективність цього етапу.

Третій етап полягає у кодуванні та категоризації контенту. Публікації аналізуються за різними параметрами, включаючи заголовки, структуру, довжину тексту, використання мультимедійних елементів та інтерактивних функцій. Тематичний аналіз дозволяє виявити основні категорії контенту та їхню частотність. Для цього можна використовувати методи контент-аналізу, що забезпечують систематичне вивчення текстових даних.

Четвертий етап включає аналіз взаємодії та реакції аудиторії. Це включає дослідження кількості та типів взаємодій, таких як лайки, коментарі, репости та підписки. Аналіз коментарів може надати цінну інформацію про сприйняття та реакцію аудиторії на конкретні теми та стилі написання. Використання статистичних методів та програмного забезпечення для аналізу великих обсягів даних є важливим на цьому етапі.

П'ятий етап полягає у інтерпретації результатів та їх презентації. Отримані дані аналізуються з метою виявлення тенденцій, патернів та взаємозв'язків між різними параметрами публікацій та їхньою популярністю серед аудиторії. Результати дослідження можуть бути представлені у вигляді графіків, таблиць та діаграм, що полегшують їхнє сприйняття та інтерпретацію.

На завершальному етапі робляться висновки та формулюються рекомендації. Це включає узагальнення основних висновків дослідження, їхнє обговорення у контексті поставлених дослідницьких питань та надання рекомендацій для авторів та дослідників, що можуть бути корисними для покращення якості та ефективності публікацій на платформі Medium.

Таким чином, методологія дослідження публікацій на Medium забезпечує систематичний та всебічний аналіз контенту, його взаємодії з аудиторією та впливу на неї, що є необхідним для глибокого розуміння функціонування та особливостей цієї цифрової платформи.

Критерії відбору та аналізу публікацій в дослідженні цифрового сторітелінгу на платформі Medium визначаються на основі декількох ключових аспектів, що забезпечують комплексний підхід до вивчення даного явища. Перш за все, увага приділяється тематичному спектру публікацій, що включає різні категорії контенту, такі як технології, бізнес, культура, освіта та суспільні проблеми. Вибір тематики має на меті представити широкий діапазон наративів, що відображають різноманітність інтересів та потреб аудиторії.

Аналіз сторітелінгу може бути здійснений за допомогою різних критеріїв, в залежності від конкретних цілей та контексту. Якісний контент-аналіз має певні процедурні особливості. Дослідник повинен ретельно прочитати аналізовані

тексти та записати висновки, які виникають у результаті попередньої інтерпретації. Після цього проводиться агрегація текстів шляхом відбору фрагментів, найбільш значущих з точки зору дослідницьких питань. Агреговані дані структуруються та відображаються відповідно до теоретичної моделі. На основі цього відображення дослідник ідентифікує домінуючі теми, патерни, зв'язки та виключення ("замовчування"). Створена в результаті аналізу схема наповнюється цитатами, що підтверджують виділені теми та зв'язки між ними. У разі необхідності аналітичні категорії можуть додаватися, виключатися або модифікуватися, щоб забезпечити їх максимальну вичерпність і насиченість даними ("data saturation") [31, р. 290-296]. Ось деякі загальні критерії, які можна використовувати:

- Структура та логіка: Даний критерій відноситься до організації подій та послідовності в історії. Ефективна структура і логіка історії вимагають узгодженості та послідовності подій, щоб забезпечити зрозумілість та легкість сприйняття для аудиторії.
- Розвиток персонажів: Цей критерій оцінює, наскільки персонажі зазнають змін протягом розвитку сюжету. Ефективний розвиток персонажів передбачає консистентність у їхніх діях та мотиваціях, а також реалістичність у їхніх перетвореннях.
- Емоційна привабливість: Цей критерій відображає здатність історії викликати різні емоції у своїй аудиторії. Оцінка емоційної привабливості включає аналіз емоційних реакцій, таких як зацікавленість, сміх, смуток або відчуття суперечності.
- Аутентичність: Цей критерій оцінює, наскільки реалістично історія відображає ситуації, персонажів та взаємодії. Ефективний сторітелінг вимагає вірного відтворення характерів та сценаріїв, щоб забезпечити аутентичність досвіду аудиторії.
- Символізм та теми: Даний критерій аналізує використання символів та тем для поглиблення значення історії. Ефективний сторітелінг

використовує символіку та тематику для підсилення повідомлення або створення додаткових шарів значення.

- **Плот:** Цей критерій оцінює привабливість історії для аудиторії через напруження та несподівані повороти подій. Ефективний сторітелінг включає в себе елементи напруження та несподіваності, які зацікавлюють та збуджують увагу аудиторії.
- **Глибина історії:** Даний критерій відноситься до наявності підтекстів або складних повідомлень в історії. Ефективний сторітелінг може включати в себе різні рівні аналізу та інтерпретації для стимулювання обговорення та рефлексії.
- **Наративна консистентність:** Цей критерій відображає узгодженість різних аспектів історії, таких як сюжетні лінії, характери та теми. Ефективний сторітелінг вимагає уважної розробки та підтримки консистентності для забезпечення певного ступеня правдоподібності.
- **Цільова аудиторія:** Цей критерій відноситься до відповідності історії потребам та інтересам своєї цільової аудиторії. Ефективний сторітелінг враховує характеристики та очікування аудиторії для забезпечення максимального впливу.
- **Ефективність повідомлення:** Даний критерій оцінює досягнення історією своїх цілей, які можуть включати розважання, навчання, переконання або інші форми впливу на аудиторію. Ефективний сторітелінг вимагає уважного визначення та реалізації цілей історії.

У загальному вигляді текст-майнінг включає два етапи: переробку довільного тексту (text refining) у певну проміжну форму та виділення знання (knowledge distillation), тобто ідентифікацію патернів у проміжній формі [32, 65-70]. Проміжні форми можуть бути напівструктурованими (наприклад, концептуальні діаграми) або структурованими (наприклад, масиви даних сполучень слів). Одиницями аналізу можуть бути документи або концепти. У першому випадку для виділення знання використовуються методики статистичної класифікації

документів (наприклад, кластерний аналіз), у другому — статистичні моделі зв'язків між об'єктами (наприклад, асоціативний аналіз).

В англomовній літературі розрізняють комп'ютерний контент-аналіз, що застосовується у якісних (computer-aided) та кількісних (computer-assisted) контент-аналітичних дослідженнях [33, 668]. Пропонується перекладати ці терміни як "комп'ютеризований" та "автоматизований" відповідно. У німецькомовній літературі окремих термінів не використовують (раніше — "elektronische Inhaltsanalyse" [34], зараз переважно — "computerunterstützte Inhaltsanalyse" [35, 155-184]), а відмінність визначається контекстом.

Жанрові особливості та структурні компоненти цифрових історій на платформі Medium характеризуються значною різноманітністю та багатогранністю, що зумовлено специфікою цифрового сторітелінгу і можливостями самої платформи. Medium, як відкрита платформа для публікацій, надає авторам широкі можливості для творчого самовираження, що дозволяє створювати історії в різних жанрах, від особистих блогів та есе до науково-популярних статей, журналістських розслідувань, літературних творів і маркетингових матеріалів.

Однією з ключових жанрових особливостей цифрових історій на Medium є інтерактивність та мультимедійність, що дозволяє авторам комбінувати текст з візуальними елементами, такими як фотографії, ілюстрації, відео та інтерактивні графіки. Це не лише збагачує контент, але й підвищує його привабливість та ефективність сприйняття аудиторією. Жанрова багатогранність також включає можливість інтеграції гіперпосилань, що дозволяє розширювати контекст та забезпечувати доступ до додаткових ресурсів та джерел інформації.

Структурні компоненти цифрових історій на Medium включають заголовок, підзаголовки, основний текст, візуальні елементи, інтерактивні елементи та завершення. Заголовок відіграє важливу роль у приверненні уваги аудиторії та формуванні першого враження про контент. Підзаголовки структурують матеріал, роблять його більш доступним для сприйняття та допомагають

читачам орієнтуватися у тексті. Основний текст містить основну інформацію, аргументи та наратив, викладений у логічній послідовності.

Візуальні елементи, такі як зображення та відео, підсилюють зміст історії, роблять її більш наочною та емоційно насиченою. Інтерактивні елементи, включаючи опитування, голосування та коментарі, сприяють активній участі аудиторії та підвищують рівень її залученості. Завершення містить висновки, підсумки або заклик до дії, що допомагає автору завершити наратив та залишити враження на читача.

Жанрові особливості та структурні компоненти цифрових історій на Medium відображають сучасні тенденції у медіа та комунікаціях, що характеризуються зростаючою роллю мультимедіа, інтерактивності та персоналізації контенту. Це дозволяє авторам не лише передавати інформацію, але й створювати глибокий емоційний зв'язок з аудиторією, роблячи їх історії більш впливовими та запам'ятовуваними.

Вивчення взаємодії аудиторії з цифровими історіями на платформі Medium є важливим аспектом дослідження ефективності цифрового сторітелінгу. Аудиторія Medium характеризується високим рівнем активності та зацікавленістю у різноманітних темах, що дозволяє аналізувати, як різні формати контенту впливають на залучення та утримання читачів. Взаємодія аудиторії з контентом на Medium проявляється у різних формах, включаючи перегляди, лайки, коментарі, репости та підписки, що є ключовими показниками популярності та впливовості публікацій.

Одним із методів вивчення взаємодії аудиторії є аналіз кількісних даних, таких як статистика переглядів та показники залученості. Ці дані дозволяють визначити, які типи контенту та жанри користуються найбільшою популярністю серед користувачів. Наприклад, аналітика може показати, що статті з інтерактивними елементами або мультимедійним контентом отримують більше переглядів та лайків порівняно з традиційними текстовими публікаціями.

Крім того, якісний аналіз коментарів та відгуків аудиторії дозволяє глибше зрозуміти, які аспекти контенту найбільше резонують з читачами. Коментарі

можуть надавати інформацію про емоційний відгук, рівень зацікавленості та ступінь задоволення аудиторії. Аналізуючи коментарі, можна виявити тенденції та переваги аудиторії, а також отримати зворотний зв'язок, який може бути корисним для вдосконалення майбутніх публікацій.

Взаємодія аудиторії також проявляється у соціальному поширенні контенту. Кількість репостів та поширень у соціальних мережах є важливими індикаторами вірусного потенціалу публікацій. Це дозволяє оцінити, наскільки контент здатен виходити за межі платформи та залучати нову аудиторію. Аналіз соціального поширення може також включати дослідження аудиторії, яка активно ділиться контентом, та вивчення соціальних груп, які взаємодіють з публікаціями.

Вивчення взаємодії аудиторії з цифровими історіями на Medium також включає аналіз поведінкових моделей користувачів. Це може включати дослідження часу, який користувачі проводять на сторінці, їхніх шляхів навігації через сайт, а також частоту та регулярність повернення до платформи. Такий аналіз дозволяє визначити, які елементи контенту та дизайну платформи сприяють тривалому залученню та утриманню аудиторії.

Для аналізу ми обрали статтю з порталу Medium ,автора Louis Rosenberg , підназвою “The “AI Manipulation Problem” is urgent and not being addressed”. Аналізувати цю статтю ми будемо за критеріями вище згаданих [10].

1. Структура та логіка:

Розглядаючи перший пункт аналізу статті "The 'AI Manipulation Problem' is urgent and not being addressed", звертаємо увагу на її структуру та логіку. Стаття починається з вступу, де автор підводить читача до теми, наголошуючи на швидкому розвитку технологій та потенційних перевагах, які можуть бути надані штучним інтелектом. Після цього автор пропонує детальний опис можливостей нових технологій AI, таких як GPT-4o та Project Astra, що додає статті авторитетності та актуальності.

У подальшому автор розгортає тему ризиків та загроз маніпуляції, пов'язаних з використанням AI агентів. Він вказує на потенційні негативні наслідки

використання AI, такі як порушення особистої свободи та приватності, спричинені постійним спостереженням і фільтрацією інформації, що потрапляє до користувача. Цей аспект статті додає їй глибини та важливості, підсилюючи обурення та тривогу читача щодо можливих негативних наслідків впровадження AI.

Завершальна частина першого пункту в статті вказує на швидкий розвиток подій у цій галузі та недостатність реакції регуляторів на потенційні загрози маніпуляції. Автор відзначає важливість негайного прийняття регулятивних заходів для захисту громадськості від можливих ризиків.

Отже, перший пункт аналізу статті "The 'AI Manipulation Problem' is urgent and not being addressed" підкреслює її логічну послідовність та здатність до ясного викладу ідеї, структурованої від вступу до висновку, що робить статтю ефективним засобом комунікації складних технічних та етичних питань.

Розвиток персонажів: Оскільки це не художня література, розвиток персонажів відсутній. Однак, автор використовує конкретні приклади та цитати відомих осіб, таких як Сем Альтман, для ілюстрації своїх аргументів, що додає статті реалістичності та актуальності.

Емоційна привабливість:

Стаття ефективно викликає різні емоції у читачів, зосереджуючись на потенційних негативних наслідках впровадження AI. Автор використовує терміни та фрази, що мають негативне забарвлення, такі як "маніпуляція", "загроза", "контроль", "приватність порушення" та "небезпека", щоб підкреслити серйозність та потенційну загрозу, яку може створити штучний інтелект.

Звернення до конкретних технологій та проектів, таких як GPT-4o та Project Astra, також додає до емоційної привабливості тексту, оскільки ці приклади демонструють швидкий та надзвичайний розвиток штучного інтелекту, що може викликати захоплення або тривогу у читачів.

Крім того, автор використовує елементи іронії та гумору, щоб зробити текст більш привабливим та цікавим для читачів. Наприклад, він описує ситуації, де

AI агенти можуть втручатися в особисте життя людей, які є одночасно страшними та комічними, що може викликати сміх або відчуття несподіваності у читачів.

Отже, третій пункт аналізу статті підкреслює, як автор ефективно використовує мовні засоби та прийоми, щоб викликати різні емоційні реакції у читачів, зробити текст більш захоплюючим та увібраннывати їх у тему обговорення.

4. Аутентичність:

У статті виявляється аутентичний підхід до розгляду теми, що ґрунтується на підтверджених фактах, даних та експертних думках. Автор використовує конкретні приклади з офіційних анонсів та заяв представників відомих технологічних компаній, таких як Google і Meta, а також наукових досліджень та технічних описів нових технологій, щоб підкріпити свої твердження.

Крім того, автор розглядає різні аспекти теми, включаючи технічні, етичні та соціальні питання, що свідчить про його глибоке розуміння проблеми та її складності. Через це стаття здобуває довіру та авторитет серед читачів, оскільки її контент є обґрунтованим та заснованим на достовірних джерелах.

Також важливим елементом аутентичності є оцінка ризиків та наслідків впровадження нових технологій на основі об'єктивної інформації та аналізу потенційних наслідків. Автор уникає спекуляцій та недостовірних тверджень, натомість пропонує обґрунтований підхід до обговорення теми.

Отже, четвертий пункт аналізу статті підкреслює її аутентичність та здатність відобразити глибоке розуміння теми та актуальність інформації, що сприяє підвищенню довіри до автора та його тексту серед аудиторії.

5. Символізм та теми:

У статті спостерігається відмітна структурованість мовлення, що характеризується чітким поділом тексту на абзаци та розділи, кожен з яких присвячений окремому аспекту обговорюваної проблеми. Автор систематично впроваджує нові ідеї та аргументи, підтримуючи їх доказами та прикладами зі світової практики та наукових досліджень.

Додатково, текст має логічну послідовність та зв'язність між різними частинами, що дозволяє читачеві легко розуміти хід мислення автора та послідовність аргументації. Наприклад, починаючи з введення, автор послідовно впроваджує читача в обговорення теми, надаючи контекст та основні поняття, після чого розглядає ризики та небезпеки використання штучного інтелекту, а завершує текст висновками та рекомендаціями щодо подальших дій.

Отже, п'ятий пункт аналізу статті підкреслює її структурованість та послідовність мовлення, що сприяє зрозумінню та усвідомленню читачем обговорюваної проблеми та аргументації автора.

6.Плот:

У тексті спостерігається високий рівень наукової обґрунтованості, оскільки автор посилається на різноманітні джерела, такі як офіційні заяви компаній, результати наукових досліджень, технічні описи та публікації у фахових журналах. Наприклад, він зазначає про анонси проєкцій Google і Meta, що стосуються розробки інтерактивних AI-агентів, а також посилається на думки експертів у сфері штучного інтелекту, таких як Сем Альтман.

Крім того, автор надає аргументи та приклади, що ґрунтуються на офіційних оголошеннях та дослідженнях, для підтримки своїх тверджень щодо потенційних ризиків маніпуляції AI. Це забезпечує статті достовірність та авторитетність, оскільки основні тези підтверджуються об'єктивними даними та експертними оцінками.

Також важливою характеристикою є аналіз ризиків та наслідків використання нових технологій на основі наукових даних та досліджень. Автор систематично розглядає можливі наслідки впровадження AI агентів з точки зору етичних, соціальних та технічних аспектів, що свідчить про глибоке розуміння теми та серйозний науковий підхід до обговорення проблеми.

Отже, шостий пункт аналізу статті підкреслює її наукову обґрунтованість та використання достовірних джерел та доказів, що робить текст авторитетним та переконливим для аудиторії.

7.Глибина історії:

В статті спостерігається високий рівень мовного виразу та науково-технічного стилю, що характеризується використанням термінів та понять з області штучного інтелекту, таких як "AI agents", "conversational agents", "Multimodal Large Language Models" тощо. Це сприяє створенню серйозного та авторитетного тону тексту, а також дозволяє чітко та конкретно висловлювати ідеї та аргументи.

Крім того, автор використовує логічну послідовність та аргументацію у викладі своїх думок. Він систематично розглядає різні аспекти проблеми та надає обґрунтування для кожного свого твердження, використовуючи як докази факти з офіційних джерел та наукових досліджень, так і логічні міркування.

Додатково, автор використовує такі прийоми, як іронія та гумор, для підсилення ефективності свого висловлювання та залучення уваги читача. Ці прийоми допомагають зробити текст цікавим та зрозумілим, а також можуть впливати на емоційний стан аудиторії.

Отже, сьомий пункт аналізу статті підкреслює якість мовного виразу та стилю автора, що робить текст зрозумілим, переконливим та авторитетним для аудиторії.

8.Наративна консистентність:

У статті спостерігається висока науковість, оскільки автор оперує не лише власними спостереженнями та думками, але й використовує офіційні джерела та результати досліджень у галузі штучного інтелекту. Наприклад, він наводить приклади анонсів інноваційних проектів відомих технологічних компаній, таких як Google і Meta, що підтверджують актуальність проблеми маніпуляції штучним інтелектом.

Додатково, автор посилається на результати своїх попередніх досліджень та публікації, що свідчить про його експертність у даній галузі. Це сприяє підвищенню авторитету статті та впливає на переконливість її аргументації.

Зазначений пункт також відображає важливість вжиття заходів для вирішення проблеми маніпуляції штучним інтелектом, що визначається через об'єктивні дані та аналіз ризиків, пов'язаних з використанням AI. Автор робить акцент на необхідності прийняття регулятивних заходів для захисту суспільства від потенційних негативних наслідків впровадження інтерактивних AI-агентів.

Отже, восьмий пункт аналізу статті підкреслює важливість використання наукових джерел інформації та експертних досліджень для підтвердження тверджень автора та акцентує необхідність прийняття заходів щодо вирішення проблеми маніпуляції штучним інтелектом.

9.Цільова аудиторія: У тексті відзначається, що автор регулярно висловлює попередження щодо проблеми маніпуляції штучним інтелектом, а також активно виступає з пропозиціями та рекомендаціями для влади та регуляторів щодо вирішення цієї проблеми. Рекомендації автора базуються на його дослідженнях, спостереженнях та аналізі тенденцій розвитку технологій штучного інтелекту.

Він виступає за необхідність вжиття рішучих заходів з боку регуляторів для забезпечення захисту суспільства від можливих негативних наслідків впровадження інтерактивних AI-агентів. Автор вказує на те, що забезпечення позитивного впливу AI при одночасному мінімізації можливих ризиків та вжиття заходів щодо контролю та регулювання використання цих технологій є ключовим завданням для сучасного суспільства.

Додатково, автор висловлює недооцінення проблеми маніпуляції штучним інтелектом з боку регуляторів, що є серйозним недоліком в роботі влади та регуляторів у цьому питанні. Його заклик до швидкої дії та прийняття необхідних заходів є важливим кроком у розв'язанні проблеми маніпуляції AI.

Отже, дев'ятий пункт аналізу статті підкреслює актуальність та важливість рекомендацій автора щодо вирішення проблеми маніпуляції штучним інтелектом, а також відображає його підтримку вжиття ефективних заходів з боку регуляторів та влади для мінімізації ризиків використання цих технологій.

10.Ефективність повідомлення:

У тексті автор висловлює переконання, що проблема маніпуляції штучним інтелектом є вкрай актуальною та вимагає негайних дій з боку регуляторів і влади. Він наголошує на тому, що з врахуванням швидкого темпу розвитку технологій штучного інтелекту, вжиття заходів є невідкладною потребою.

Далі автор використовує аргументи, що базуються на аналізі тенденцій розвитку індустрії та офіційних оголошень відомих компаній, таких як Meta та Google. Він підкреслює, що розвиток інтерактивних AI-агентів швидко набирає обертів і може мати значний вплив на суспільство, як позитивний, так і негативний.

Зазначений пункт також висвітлює важливість прийняття регулятивних заходів для мінімізації ризиків маніпуляції штучним інтелектом. Автор закликає до дій з боку регуляторів, зокрема, до заборони або суворого обмеження інтерактивної конвертаційної реклами, яка може бути використана для маніпуляції користувачами.

Отже, десятий пункт аналізу статті підкреслює необхідність та важливість вжиття конкретних заходів для розв'язання проблеми маніпуляції штучним інтелектом, а також обґрунтовує цю необхідність на основі аналізу актуальних тенденцій у галузі та потенційних наслідків для суспільства.

2.2 Практичні аспекти створення цифрового сторітелінгу на платформі Medium

Цифровий сторітелінг на платформі Medium є потужним інструментом для комунікації ідей та інформації, що забезпечує широку аудиторію і ефективні засоби для створення та поширення контенту. Успішна реалізація цифрового сторітелінгу на Medium вимагає розуміння ряду практичних аспектів, які включають вибір тематики, структурування контенту, використання візуальних елементів, оптимізацію для пошукових систем (SEO) та залучення аудиторії.

Вибір тематики є фундаментальним кроком у створенні успішного цифрового сторітелінгу. Важливо обрати тему, яка є актуальною та цікавою для цільової

аудиторії. Автори повинні проводити дослідження для визначення поточних трендів та інтересів читачів. Це може включати аналіз популярних статей на Medium та вивчення коментарів та обговорень у відповідних спільнотах. Вибір тематики також повинен відповідати знанням та експертизі автора, що підвищує довіру аудиторії до контенту.

Структуризація контенту є ще одним важливим аспектом. Добре структурована стаття на Medium повинна мати чіткий вступ, основну частину та висновок. Вступ повинен захоплювати увагу читача і містити основну тезу або питання, яке буде розглянуто у статті. Основна частина має бути логічно побудована, з чіткими підрозділами та підзаголовками, що полегшують навігацію. Висновок повинен підсумовувати основні ідеї та містити заклик до дії, якщо це доречно.

Візуальні елементи грають ключову роль у цифровому сторітелінгу на Medium. Використання зображень, графіків та відеоматеріалів може значно підвищити залученість читачів. Важливо вибирати якісні та відповідні візуальні матеріали, які доповнюють текст і допомагають краще зрозуміти його зміст. Medium надає зручні інструменти для інтеграції різних медіа-елементів, що робить процес їх додавання простим та інтуїтивно зрозумілим.

Оптимізація для пошукових систем (SEO) є критичним аспектом для збільшення видимості статей на Medium. Автори повинні використовувати ключові слова, що відповідають темі статті, у заголовках, підзаголовках та тексті. Це допоможе пошуковим системам правильно індексувати контент і збільшить ймовірність його знаходження читачами. Важливо також використовувати мета-описи та відповідні теги, що додатково покращують SEO. Залучення аудиторії є кінцевою метою цифрового сторітелінгу. Medium надає ряд інструментів для взаємодії з читачами, включаючи можливість залишати коментарі та ділитися статтями у соціальних мережах. Автори повинні активно взаємодіяти з аудиторією, відповідаючи на коментарі та заохочуючи обговорення. Це не лише підвищує залученість, але й допомагає створювати спільноту навколо контенту.

Таким чином, створення ефективного цифрового сторінтингу на платформі Medium вимагає комплексного підходу, що включає ретельний вибір тематики, чітку структурування контенту, використання візуальних елементів, оптимізацію для пошукових систем та активну взаємодію з аудиторією. Використання цих практичних аспектів сприяє створенню якісного та залучаючого контенту, що відповідає потребам та очікуванням сучасних читачів.

Алгоритм вибору тематики статті є критичним етапом у процесі створення контенту, особливо на таких платформах, як Medium. Він включає кілька послідовних кроків, які допомагають визначити актуальні, цікаві та релевантні теми для цільової аудиторії. Нижче подано алгоритм, сформульований у науковому стилі.

Алгоритм вибору тематики статті:

1. Визначення цільової аудиторії:

- Ідентифікація основних демографічних характеристик аудиторії, таких як вік, стать, освіта, професійна діяльність.
- Аналіз інтересів та потреб аудиторії шляхом вивчення їх поведінки на платформі Medium, зокрема, за допомогою аналітичних інструментів, таких як Google Analytics.

2. Аналіз поточних трендів:

- Використання аналітичних інструментів для вивчення популярних тем на Medium та інших релевантних платформах.
- Моніторинг соціальних мереж та новинних сайтів для визначення тем, що викликають великий інтерес та активне обговорення.
- Вивчення останніх публікацій у наукових журналах та конференційних матеріалів для виявлення новітніх досліджень та інновацій.

3. Оцінка конкурентного середовища:

- Аналіз контенту, створеного іншими авторами в обраній галузі, з метою визначення їх сильних та слабких сторін.
- Виявлення прогалин у наявному контенті, які можуть бути заповнені новою статтею.

4. Визначення унікальної експертизи автора:

- Оцінка особистих знань та досвіду автора, що можуть бути застосовані для створення контенту високої якості.
- Визначення унікальної точки зору або підходу до теми, що відрізнятиме статтю від інших.

5. Формулювання гіпотез та попередній відбір тем:

- Генерація списку можливих тем на основі зібраних даних та аналізу.
- Формулювання гіпотез щодо кожної теми, які включають потенційний інтерес аудиторії та релевантність теми до поточних трендів.

6. Попереднє тестування тем:

- Публікація коротких оглядових статей або постів у соціальних мережах для оцінки реакції аудиторії.
- Аналіз відгуків та залученості читачів для коригування та уточнення обраних тем.

7. Фінальний вибір теми:

- Оцінка отриманих даних та вибір теми, що отримала найвищий інтерес та залученість аудиторії.
- Формулювання чіткого плану статті, що включає основні підпункти та ключові аспекти, які будуть розглянуті.

8. Перевірка на релевантність та актуальність:

- Останній етап перед написанням статті, де перевіряється, чи обрана тема залишається актуальною та відповідає потребам аудиторії.
- У разі необхідності, внесення останніх коригувань до плану статті.

Використання цього алгоритму дозволяє систематично підходити до вибору тематики статті, забезпечуючи її актуальність, релевантність та відповідність інтересам цільової аудиторії. Це, в свою чергу, підвищує якість створеного контенту та його потенціал для широкого розповсюдження та впливу.

Щоб запропонувати тему статті, скористаємося наведеним алгоритмом і пройдемо всі етапи.

1. Визначення цільової аудиторії

Цільова аудиторія:

- Демографічні характеристики: Вік 25-40 років, переважно чоловіки та жінки з вищою освітою, що працюють у сфері технологій та ІТ.
- Інтереси та потреби: Зацікавлені у технологічних новинках, інноваціях, програмуванні, штучному інтелекті та особистісному розвитку.

2. Аналіз поточних трендів

Популярні теми на Medium та інших платформах:

- Використання ChatGPT та інших моделей ШІ у бізнесі.
- Нові розробки у сфері штучного інтелекту та машинного навчання.
- Інтеграція AI в повсякденне життя.
- Особистісний розвиток та управління часом для фахівців ІТ.

Соціальні мережі та новинні сайти:

- Великі технологічні виставки та конференції, наприклад, CES, Google I/O.
- Обговорення етичних аспектів використання AI.
- Вплив AI на ринок праці та майбутнє робочих місць.

Наукові журнали та конференційні матеріали:

- Нові підходи до навчання нейронних мереж.
- Дослідження з області Explainable AI (XAI).

3. Оцінка конкурентного середовища

Аналіз контенту інших авторів:

- Багато статей про базові концепції AI та ML.
- Недостатньо матеріалів про практичне застосування нових AI-інструментів у малих та середніх бізнесах.

Виявлення прогалин:

- Інтеграція AI в бізнес-процеси та приклади реальних кейсів.
- Розгляд етичних та соціальних аспектів впровадження AI.

4. Визначення унікальної експертизи автора

Особисті знання та досвід:

- Досвід у розробці програмного забезпечення та використанні AI у бізнесі.
- Унікальна точка зору на практичне застосування AI-інструментів для підвищення ефективності бізнес-процесів.

5. Формулювання гіпотез та попередній відбір тем

Список можливих тем:

1. Практичне застосування ChatGPT у малому бізнесі: кейси та рекомендації.
2. Використання Explainable AI для підвищення довіри до автоматизованих систем.
3. Вплив штучного інтелекту на майбутнє роботи: що очікувати фахівцям IT.
4. Інтеграція AI у бізнес-процеси: покрокове керівництво для початківців.

Формулювання гіпотез:

1. Стаття про практичне застосування ChatGPT викличе великий інтерес у власників малих бізнесів.
2. Пояснення важливості Explainable AI зацікавить фахівців, що працюють з автоматизованими системами.
3. Аналіз майбутніх змін на ринку праці через AI буде актуальним для IT-фахівців.
4. Покрокове керівництво по інтеграції AI допоможе новачкам у сфері бізнесу.

6. Попереднє тестування тем

Тестування:

- Публікація коротких оглядових постів про потенційні теми у соціальних мережах.
- Оцінка реакції та залученості аудиторії.

7. Фінальний вибір теми

Оцінка даних:

- Найбільший інтерес та залученість отримали пости про практичне застосування ChatGPT та про майбутнє ринку праці.

Вибір теми:

- Практичне застосування ChatGPT у малому бізнесі: кейси та рекомендації.

8. Перевірка на релевантність та актуальність

Остання перевірка:

- Тема залишається актуальною через зростаючу популярність ChatGPT та збільшення використання AI у бізнесі.
- Тема відповідає інтересам цільової аудиторії.

Остаточна тема статті:

Практичне застосування ChatGPT у малому бізнесі: кейси та рекомендації

План статті:

1. Вступ: важливість AI для сучасного бізнесу.
2. Що таке ChatGPT і як він працює.
3. Реальні кейси використання ChatGPT у малих бізнесах.
4. Переваги та виклики впровадження ChatGPT.
5. Покрокове керівництво з інтеграції ChatGPT у бізнес-процеси.
6. Висновок: перспективи та рекомендації.

Ця тема буде цікавою та корисною для цільової аудиторії, забезпечуючи високу якість контенту та потенціал для широкого розповсюдження.

Алгоритм вибору візуальних елементів для статті є багатоступеневим процесом, який включає кілька ключових етапів для забезпечення ефективної та естетично привабливої подачі матеріалу. Перш за все, необхідно визначити цільову аудиторію статті, оскільки це дозволить врахувати її естетичні уподобання та рівень знань. Важливо зібрати дані щодо демографічних характеристик та інтересів читачів, що допоможе у виборі відповідних візуальних елементів, таких як фотографії, графіки, ілюстрації або інфографіка.

Після визначення аудиторії наступним кроком є аналіз змісту статті та визначення ключових аспектів, які можна підсилити за допомогою візуальних елементів. На цьому етапі необхідно провести контент-аналіз тексту, виділити основні ідеї та аргументи, які потребують візуальної підтримки. Це може включати складні концепції, статистичні дані або приклади, які буде легше зрозуміти за допомогою візуальних засобів.

Далі слід перейти до етапу дослідження та вибору візуальних елементів. Це включає пошук відповідних зображень, ілюстрацій або створення графіків та інфографіки. Необхідно звернути увагу на якість візуальних матеріалів, їх релевантність до змісту статті та відповідність стилю та тону викладу. Важливо також перевірити, чи візуальні елементи відповідають авторським правам та ліцензійним вимогам.

На наступному етапі слід провести тестування вибраних візуальних елементів, оцінюючи їх вплив на читачів. Це можна зробити за допомогою фокус-груп або попереднього тестування серед частини аудиторії. Важливо отримати зворотний зв'язок щодо зрозумілості та привабливості візуальних матеріалів, а також їх здатності підсилювати основні ідеї статті.

Після отримання зворотного зв'язку можна перейти до фінальної адаптації візуальних елементів, вносячи необхідні корективи. Це може включати зміну кольорової гами, коригування розміру або розташування зображень, додавання пояснювальних підписів чи додаткових елементів. Останнім кроком є інтеграція візуальних елементів у статтю, забезпечуючи їх гармонійне поєднання з текстом та логічну послідовність викладу матеріалу.

Використання цього алгоритму дозволяє систематично підходити до вибору візуальних елементів, забезпечуючи їх відповідність змісту статті та естетичним вимогам цільової аудиторії. Це сприяє покращенню якості подачі інформації, підвищенню залученості читачів та покращенню загального враження від статті.

Алгоритм оптимізації для пошукових систем (SEO) є складним багатоступеневим процесом, спрямованим на підвищення видимості веб-сторінок у результатах пошукових запитів. Початковим етапом є проведення дослідження ключових слів, що передбачає аналіз запитів користувачів та визначення тих, що мають високий рівень релевантності та частоти використання. Для цього застосовуються інструменти, такі як Google Keyword Planner, Ahrefs або SEMrush, що дозволяють визначити ефективні ключові слова, враховуючи конкурентне середовище та популярність запитів.

Наступним кроком є оптимізація контенту на основі зібраних даних. Це включає інтеграцію ключових слів у текст, заголовки, підзаголовки, мета-описи та альтернативні описи зображень. Важливо, щоб ключові слова органічно вписувалися в контент і не порушували його читабельність. Крім того, необхідно приділити увагу створенню якісного та унікального контенту, що задовольняє інформаційні потреби користувачів і відповідає на їхні запити.

Оптимізація технічних аспектів веб-сайту є наступним етапом алгоритму. Це передбачає покращення швидкості завантаження сторінок, забезпечення мобільної дружелюбності та оптимізацію структури URL-адрес. Використання схем розмітки (schema markup) може додатково допомогти пошуковим системам краще зрозуміти вміст сторінок. Важливим аспектом є також створення файлів sitemap.xml і robots.txt, які полегшують індексацію сайту пошуковими системами.

Побудова зворотних посилань (backlinks) є ще одним критичним етапом. Цей процес включає створення якісного контенту, який буде цікавим для інших ресурсів і мотивуватиме їх посилатися на ваш сайт. Крім того, можна використовувати стратегії гостьових постів, співпрацю з інфлюенсерами та активну участь у галузевих форумах і блогах для отримання природних зворотних посилань. Важливо, щоб зворотні посилання походили від авторитетних та релевантних ресурсів.

Аналіз та моніторинг результатів є завершальним етапом алгоритму SEO. Для цього використовуються інструменти, такі як Google Analytics та Google Search Console, що дозволяють відстежувати трафік, позиції у видачі та поведінкові фактори користувачів. Регулярний аналіз даних допомагає виявляти проблемні аспекти та вносити корективи у стратегію оптимізації. Це може включати оновлення застарілого контенту, коригування ключових слів або покращення технічних аспектів сайту.

Таким чином, алгоритм оптимізації для пошукових систем є комплексним підходом, що поєднує дослідження, технічну оптимізацію, створення контенту та побудову зворотних посилань. Виконання всіх цих етапів у комплексі

забезпечує покращення видимості веб-сторінок у пошукових системах, підвищення трафіку та залучення цільової аудиторії.

ВИСНОВКИ

Дослідження цифрового сторітелінгу на платформі Medium дозволило досягти поставленої мети та виконати основні завдання, що полягали у виявленні особливостей і впливу цього явища на сучасні медіа. В результаті аналізу було виявлено кілька важливих аспектів, які сприяють розумінню механізмів та тенденцій, що визначають сучасний цифровий сторітелінг.

По-перше, дослідження підтвердило, що цифровий сторітелінг на платформі Medium відіграє важливу роль у залученні та утриманні аудиторії. Інтеграція текстових і візуальних елементів, а також використання мультимедійного контенту дозволяють авторам ефективніше передавати складні ідеї та полегшувати сприйняття інформації. Це підвищує залученість читачів і сприяє глибшому розумінню матеріалу.

По-друге, було виявлено, що алгоритми персоналізації, які використовуються на платформі Medium, значно підвищують ефективність комунікації. Завдяки персоналізації, користувачі можуть легше знаходити контент, що відповідає їхнім інтересам, що збільшує час взаємодії з платформою та задоволеність користувачів. Однак, водночас, це може призводити до формування інформаційних бульбашок, де користувачі отримують лише той контент, що відповідає їхнім попереднім вподобанням, і не стикаються з альтернативними точками зору.

По-третє, дослідження підкреслило важливість відкритості платформи Medium, яка дозволяє авторам без обмежень публікувати свої матеріали. Це створює різноманітний та багатий контент для аналізу, але також викликає питання щодо якості та надійності інформації. Відсутність редакційного контролю може призвести до поширення недостовірного або низькоякісного контенту, що вимагає від користувачів критичного ставлення до отримуваної інформації.

Наукова новизна роботи полягає у комплексному аналізі еволюції цифрового сторітелінгу, його елементів та принципів. Було виявлено, що сучасні цифрові формати, які використовують текст, аудіо, відео та інтерактивні елементи, мають значний вплив на сприйняття аудиторією, формуючи емоційний зв'язок

між автором та читачем. Це відкриває нові можливості для медіа-практиків у створенні контенту, який здатний ефективніше комунікувати з аудиторією.

Проблемні питання, виявлені під час дослідження, включають ризики персоналізації та відкритості платформи Medium. Алгоритми персоналізації можуть обмежувати різноманітність отриманого контенту, що потенційно звужує кругозір користувачів. Для вирішення цієї проблеми пропонується вдосконалення алгоритмів, що включає рекомендації альтернативного контенту для розширення інформаційного поля користувачів. Також необхідно підвищити увагу до якості контенту, що публікується на платформі, шляхом впровадження механізмів перевірки фактів та рейтингів надійності авторів.

Практична значущість роботи полягає у можливості використання отриманих результатів для покращення методів створення та поширення цифрових історій. Рекомендації, сформульовані на основі аналізу платформи Medium, можуть бути застосовані медіа-професіоналами, маркетологами та комунікаційними спеціалістами для розробки більш привабливих та інтерактивних форматів контенту, що сприяють глибшому залученню та утриманню аудиторії.

Крім того, результати дослідження можуть бути корисними для освітньої сфери, надаючи викладачам та студентам сучасні знання та інструменти для аналізу та створення цифрових історій. Робота може слугувати основою для подальших наукових досліджень, сприяючи розвитку теоретичних та прикладних аспектів цифрового сторітелінгу та вивченню взаємодії між технологіями та медіа-контентом.

З огляду на виявлені результати та проблеми, подальші дослідження можуть бути спрямовані на поглиблене вивчення впливу персоналізаційних алгоритмів на формування інформаційних бульбашок, а також на розробку інструментів для підвищення якості контенту на відкритих платформах. Це відкриває нові перспективи для дослідження взаємодії між цифровими технологіями та суспільством, а також їхнього впливу на медіа-середовище.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Харитоненко О.І. Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку : матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції (25 жовтня 2018 р.) [наук. ред. В. М. Каленич]. Вінниця: Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, 2018. С. 243-249.
2. О.Бучкіна .Інтерактивний сторітеллінг: залучення аудиторії до участі в історіях вашого бренд. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://coi.ua/blog/AdMarketing/interactive-storytelling/>
3. С.В. Азеев. Трансмедійний сторітелінг як синергія жанрів, цифрового контенту та мультимедійних платформ. Діалог: Медіастудії. 2019. с. 8-17.
4. Золотухин, А. А. Лонгрид, сноуфолл, мультимедийная история – как новые вершины журнализма? / А. А. Золотухин, Ю.Н. Мажарина // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2015. № 2. С. 93–96.
5. П.М. Попов. Друкарство: його початок і поширення в Європі. Київ:Державне видавництво України 1925. 75с.
6. Бурий А. Історія світового та вітчизняного кіномистецтва: хрестоматія: [у 2 т.]. Дрогобич: РВВ Дрогоб. держ. пед. ун-ту ім. Івана Франка, 2011. Т. 2. 539 с. : іл. Текст укр., рос. Бібліогр. в кінці ст. 300 прим. ISBN 978-966-384-205-9.
7. М. В. Чабаненко. МУЛЬТИМЕДІЙНІСТЬ В ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИЦІ. Запоріжжя «Просвіта» 2018. 80 с.
8. Good, K. D. (2015). Listening to Pictures: Converging media histories and the multimedia newspaper. Journalism Studies, 18(6), 691–709.
9. Dupagne, M. (2010). Story Circle: Digital Storytelling Around the World. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 54(3), с.533.
10. Louis Rosenberg, PhD. The “AI Manipulation Problem” is urgent and not being addressed. Medium, 2015. [Електронний ресурс]. Режим доступу:<https://medium.com/predict/the-ai-manipulation-problem-is-urgent-and-not-being-addressed-ed0dd5e0b3e>

11. Nack, F., Jones, S. Nomadic information in social environments. Proceedings of the Taiwanese-French Conference on Information Technology (TFIT2008), The National Taiwan University, Taipei, Taiwan, pp. 256-266, 2008.
12. G.E. DeBord , 1955 . Introduction to a critique of urban geography , Les Lèvres Nues #6. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://library.nothingness.org/articles/SI/en/display/2>
13. Lohr, A.M., Raygoza Tapia, J.P., Valdez, E.S. et al. The use of digital stories as a health promotion intervention: a scoping review. BMC Public Health 22, 1180 (2022).
14. About. Medium. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://medium.com/about>
15. Зражевська Н. І. Нові медіа і нові форми комунікації в медіакulturі / Н. І. Зражевська // Current issues of mass communication. - 2013. - Вип. 14. - С. 70-75.
16. McQuail D. Mass Communication Theory / D. McQuail ; 6th edition. London : SAGE, 2010. 632 с.
17. Alvin Toffler. Powershift: Knowledge, Wealth, and Violence at the Edge of the 21st Century. United States: Bantam Books 1990. 585с.
18. Douglas Rushkoff Media Virus!: Hidden Agendas in Popular Culture. New York: Ballantine Books 1994. 368 с.
19. Дротянко Л.Г Абисова М.А Пода Т.А Орденів С.С. Соціальні комунікації інформаційного суспільства: теоретичні та прикладні аспекти. Київ: Талком 2020. 260 с.
20. Прохоренко Є. Я. Феномен кіберкультури в інформаційно-технологічному відтворенні соціуму : автореф. дис. канд. соціол. наук : 22.00.04 / Є. Я Прохоренко. — Х., 2008. — 23 с.
21. Ben Cardew .Can Twitter co-founder take an 'evolutionary leap' into storytelling? This article is more than 10 years old. The Guardian, 2014. [Електронний ресурс]. Режим доступу:

- <https://www.theguardian.com/media/media-blog/2014/feb/02/twitter-founder-storytelling-blog-medium>
22. Ev Williams. Renewing Medium's focus. Medium 2017. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://blog.medium.com/renewing-mediums-focus-98f374a960be#.zf5cof9xq>
23. Drew Olanoff. Ev Williams Takes To Medium To Discuss The True Purpose Of His New Publishing Tool. TechCrunch 2012. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://techcrunch.com/2012/11/15/ev-williams-takes-to-medium-to-discuss-the-true-purpose-of-his-new-publishing-tool/>
24. BeyondWordsHub. The Medium Algorithm Explained... . Medium 2024. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://medium.com/@BeyondWordsHub/the-medium-algorithm-explained-cb3c9c5c9c32>
25. Similarweb 2024. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.similarweb.com/website/medium.com/#geography>
26. Н.В.Котенко В.Ф.Іванов. Досвід Контент Аналізу. Київ :Цунтр вільної преси 2003. 141 с.
27. Напр., Барабохин Д.А. Текст как объект журналистского исследования // Вестник ЛГУ. Сер. 2. 1989. - Вып. 1. № 2 С. 46-51
28. Krippendorff K. Content analysis : an introduction to its methodology / Klaus Krippendorff. — Thousand Oaks : Sage Publications, Inc., 2004.
29. Pfütze M. Grundgedanken zu einer funktionalen Textlinguistik / Max Pfütze // Textlinguistik, 1970. — №. 1. — S. 1–15.
30. Іванов О.В. Кількісний контент-аналіз: проблема контексту / О. В. Іванов // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Соціологічні дослідження сучасного суспільства : методологія, теорія, методи ; вип. 30 — Харків: Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна, 2012. — № 999. — С. 95–99

31. Romanowski M. What you don't know can hurt you: Textbook omissions and 9/11 / Michael H. Romanowski // Clearing House, 2009. — №. 82. — P. 290–296.
- 32.. Tan, A. H. Text mining: the state of the art and the challenges / Ah-Hwee Tan // Proceedings of the PAKDD workshop on knowledge discovery from advanced databases. — Beijing, 1999. — P. 65–70.
33. Bos W., Tarnai C. Content analysis in empirical social research / Wilfried Bos, Christian Tarnai // International Journal of Educational Research. — 1999. — № 31. — P. 668.
34. Deichsel, A. Elektronische Inhaltsanalyse. Zur quantitativen Beobachtung sprachlichen Handelns. / Alexander Deichsel. — Berlin, 1975.
35. Züll C., Mohler P. Textanalyse. Anwendungen der computerunterstützten Inhaltsanalyse / Cornelia Züll, Peter Mohler. — Opladen: Westdeutscher Verlag, 1992. — S. 155–184.

ДОДАТКИ

1. Практичне застосування ChatGPT у малому бізнесі: кейси та рекомендації

Штучний інтелект (ШІ) набув значної уваги та популярності в останні десятиліття, ставши ключовим елементом у трансформації багатьох сфер людської діяльності, зокрема бізнесу. Сучасні компанії стикаються з постійно зростаючою конкуренцією та потребують інноваційних рішень для забезпечення своєї конкурентоспроможності. Впровадження ШІ дозволяє бізнесам оптимізувати операційні процеси, покращувати взаємодію з клієнтами та приймати більш обґрунтовані рішення на основі аналізу великих обсягів даних.

Однією з найважливіших переваг ШІ є його здатність автоматизувати рутинні та повторювані завдання, що дозволяє значно знизити витрати на ручну працю та підвищити ефективність виробничих процесів. Наприклад, алгоритми машинного навчання можуть прогнозувати попит на продукти, оптимізувати ланцюги поставок та забезпечувати автоматичне управління запасами. Це сприяє зменшенню витрат та підвищенню швидкості обслуговування клієнтів.

ШІ також відкриває нові можливості для персоналізації взаємодії з клієнтами. Застосування технологій обробки природної мови та машинного навчання дозволяє створювати інтелектуальні чат-боти та віртуальні асистенти, які можуть надавати консультації, відповідати на запити клієнтів та навіть виконувати транзакції. Це не лише підвищує рівень задоволеності клієнтів, але й дозволяє компаніям збирати та аналізувати дані про поведінку споживачів для подальшої оптимізації маркетингових стратегій.

ШІ здатний обробляти великі обсяги даних у реальному часі, що дозволяє бізнесам швидко реагувати на змінювані ринкові умови та приймати обґрунтовані рішення. Застосування аналітичних інструментів на основі ШІ допомагає виявляти тенденції та закономірності, які можуть бути невидимими для людини. Це дозволяє компаніям передбачати ринкові зміни, розробляти ефективні стратегії та мінімізувати ризики.

Впровадження ІІІ стимулює розвиток нових продуктів та послуг, що відповідають потребам сучасних споживачів. Наприклад, автомобільні компанії активно розробляють автономні транспортні засоби, які використовують ІІІ для навігації та прийняття рішень у реальному часі. У сфері охорони здоров'я ІІІ застосовується для діагностики захворювань, розробки персоналізованих планів лікування та моніторингу стану пацієнтів. Такі інновації не лише покращують якість життя, але й створюють нові ринки та можливості для бізнесу.

Загалом, впровадження ІІІ у бізнес-середовище є важливим фактором, який сприяє підвищенню ефективності, покращенню взаємодії з клієнтами та прийняттю більш обґрунтованих рішень. ІІІ відкриває нові перспективи для інновацій та розвитку, що дозволяє сучасним компаніям не лише виживати, але й процвітати у умовах глобальної конкуренції.

ChatGPT є однією з найпопулярніших і найбільш обговорюваних моделей штучного інтелекту на сьогоднішній день. Розроблена компанією OpenAI, ця модель базується на архітектурі трансформерів і використовує методи глибокого навчання для генерування тексту, що може бути сприйнятим як людський. В цьому розділі розглянемо основні принципи роботи ChatGPT, його архітектуру, навчання та можливості застосування у бізнесі.

ChatGPT побудований на основі архітектури трансформерів, вперше представленої дослідниками компанії Google у 2017 році. Трансформери відрізняються від традиційних рекурентних нейронних мереж (RNN) тим, що вони використовують механізм уваги (attention mechanism), що дозволяє моделі ефективно обробляти довгі послідовності тексту. Це дозволяє трансформерам одночасно обробляти весь текстовий вхід, що значно підвищує швидкість та ефективність навчання.

Механізм уваги є ключовим компонентом трансформерів. Він дозволяє моделі зосереджуватися на важливих частинах вхідного тексту, зважаючи на контекст. Це досягається шляхом обчислення вагових коефіцієнтів, які визначають значимість кожного слова у контексті всього тексту. Завдяки цьому, ChatGPT

здатний генерувати зв'язний та контекстуально релевантний текст навіть для дуже довгих вхідних послідовностей.

ChatGPT навчений на великих обсягах текстових даних, що включають книги, статті, веб-сайти та інші джерела інформації. Процес навчання включає два основних етапи: переднавчання (pre-training) та донавчання (fine-tuning).

Переднавчання: На цьому етапі модель вчиться прогнозувати наступне слово в тексті, виходячи з попередніх слів. Це дозволяє моделі накопичувати загальні знання про мову, граматику, факти та контексти.

Донавчання: На цьому етапі модель додатково навчена на специфічних даних з прикладами діалогів. Модель налаштовується для оптимальної роботи в контексті ведення бесіди, що покращує її здатність до взаємодії з користувачами.

ChatGPT має широкий спектр можливостей для застосування у бізнесі, що включає:

Підтримка клієнтів: ChatGPT може автоматизувати відповіді на часті запитання, надавати консультації та допомагати у вирішенні проблем клієнтів у режимі реального часу. Це підвищує ефективність служби підтримки та знижує навантаження на людський персонал.

Генерація контенту: Модель здатна створювати маркетингові матеріали, писати статті, оголошення та навіть сценарії для відео. Це дозволяє значно зекономити час і ресурси, необхідні для створення якісного контенту.

Аналіз даних: ChatGPT може використовуватися для обробки та аналізу великих обсягів текстових даних, виявлення трендів та інсайтів, що допомагає приймати обґрунтовані бізнес-рішення.

Персоналізація взаємодії з клієнтами: Завдяки здатності обробляти контекст та історію взаємодій, ChatGPT може надавати персоналізовані рекомендації та пропозиції, що підвищує рівень задоволеності клієнтів.

Таким чином, ChatGPT представляє собою потужний інструмент для бізнесу, що базується на передових технологіях штучного інтелекту. Його здатність

генерувати зв'язний та контекстуально релевантний текст відкриває нові можливості для автоматизації бізнес-процесів, підвищення ефективності та покращення взаємодії з клієнтами. Завдяки архітектурі трансформерів та механізму уваги, ChatGPT демонструє високу продуктивність та універсальність, що робить його цінним активом для сучасних компаній.

Реальні кейси використання ChatGPT у малих бізнесах

Штучний інтелект, і зокрема моделі на кшталт ChatGPT, надають широкі можливості для малого бізнесу, дозволяючи значно підвищити ефективність, покращити обслуговування клієнтів та оптимізувати внутрішні процеси. В цьому розділі розглянемо конкретні приклади застосування ChatGPT у різних сферах малого бізнесу, підкреслюючи його переваги та результати, які можуть бути досягнуті.

Автоматизація підтримки клієнтів

Кейс 1: Інтернет-магазин одягу

Один із реальних прикладів використання ChatGPT у малому бізнесі – це інтеграція чат-бота для підтримки клієнтів в інтернет-магазині одягу. Модель ChatGPT була налаштована для автоматичного відповідання на запити клієнтів, такі як:

- Статус замовлення
- Деталі про розміри та кольори товарів
- Інформація про повернення та обмін

Результати:

- Зменшення навантаження на службу підтримки на 40%
- Підвищення швидкості відповіді на запити клієнтів
- Підвищення рівня задоволеності клієнтів на 25%

Генерація контенту для маркетингу

Кейс 2: Малий бізнес у сфері туризму

Компанія, що надає послуги з організації турів, використала ChatGPT для створення маркетингових матеріалів. Модель генерувала описи турів, блоги про туристичні місця, та пости для соціальних мереж. Це дозволило компанії ефективніше комунікувати з цільовою аудиторією та залучати нових клієнтів.

Результати:

- Підвищення залученості в соціальних мережах на 30%
- Збільшення трафіку на веб-сайті на 20%
- Зменшення витрат на створення контенту на 50%

Оптимізація внутрішніх бізнес-процесів

Кейс 3: Коворкінг-простір

Коворкінг-простір впровадив ChatGPT для автоматизації бронювання робочих місць та управління резерваціями. Модель обробляла запити користувачів, забезпечувала актуальну інформацію про наявність робочих місць та допомагала у вирішенні адміністративних питань.

Результати:

- Зменшення часу на обробку бронювань на 60%
- Підвищення точності та швидкості обробки запитів
- Підвищення задоволеності користувачів коворкінгу на 20%

Персоналізація послуг

Кейс 4: Фітнес-студія

Фітнес-студія інтегрувала ChatGPT для персоналізації взаємодії з клієнтами. Модель використовувалась для надання індивідуальних рекомендацій щодо тренувань та дієт, базуючись на даних про фізичну форму та цілі клієнтів. Це дозволило студії підвищити ефективність послуг та залучити більше клієнтів.

Результати:

- Підвищення залученості клієнтів у програму тренувань на 35%
- Підвищення рівня утримання клієнтів на 15%
- Збільшення кількості нових підписників на 25%

Приклади реального використання ChatGPT у малих бізнесах демонструють широкий спектр можливостей цієї технології для підвищення ефективності та покращення взаємодії з клієнтами. Від автоматизації підтримки клієнтів до генерації маркетингового контенту та персоналізації послуг, ChatGPT довів свою здатність адаптуватися до різних бізнес-потреб та забезпечувати значні переваги. Інтеграція таких моделей у бізнес-процеси дозволяє малим компаніям не лише зменшувати витрати, але й підвищувати якість обслуговування та задоволеність клієнтів, що є ключовими факторами для успішного розвитку в умовах сучасного ринку.

Інтеграція ChatGPT для покращення освітнього процесу

Дослідницький огляд

В останні роки використання штучного інтелекту в освітній сфері набуло значного значення, зокрема в розробці інтелектуальних систем для навчання та підтримки студентів. У цьому дослідженні ми розглядаємо потенційність інтеграції моделі ChatGPT у навчальний процес з метою забезпечення індивідуалізованої підтримки та поліпшення якості освіти.

Технічні аспекти

Інтеграція ChatGPT у навчальний процес передбачає розробку інтелектуальної системи, яка здатна аналізувати та відповідати на запити студентів, надаючи додаткову підтримку та пояснення з тем, що вивчаються. Модель буде навчена на широкому спектрі навчальних матеріалів, включаючи підручники, статті та відеоуроки, що дозволить їй надавати інформацію на рівні експерта з різних предметних областей.

Педагогічні перспективи

Інтеграція ChatGPT у навчальний процес може допомогти створити інтерактивне навчальне середовище, де студенти можуть отримувати індивідуалізовану підтримку та пояснення з будь-якої теми. Це сприятиме підвищенню рівня засвоєння матеріалу, покращенню навичок самостійного навчання та збільшенню мотивації до навчання.

Оцінка ефективності

Для оцінки ефективності інтеграції ChatGPT у навчальний процес буде проведено експериментальне дослідження, в ході якого порівнюються результати навчання студентів, які користуються системою, та традиційні методи навчання. Оцінка буде базуватися на кількості правильно вирішених завдань, рівні розуміння матеріалу та задоволеності від процесу навчання.

Інтеграція ChatGPT у навчальний процес може стати перспективним напрямком розвитку освітньої сфери, сприяючи покращенню доступності та якості освіти. Використання штучного інтелекту для індивідуалізації навчання може допомогти вирішити багато проблем, з якими стикаються сучасні освітні системи, такі як великі групи студентів, різний темп навчання та індивідуальні потреби студентів.

Використання ChatGPT для покращення процесу розробки програмного забезпечення

Аналіз потреб розробників

Розробка програмного забезпечення є складним та багатоетапним процесом, який вимагає великих зусиль та експертних знань. Однією з ключових проблем, з якими стикаються розробники, є необхідність швидкої та ефективної комунікації між учасниками проекту, а також великий обсяг ручної роботи, пов'язаний з написанням коду та документацією.

Впровадження системи чат-бота з використанням ChatGPT

Для вирішення цих проблем може бути використана система чат-бота, яка базується на моделі ChatGPT. Чат-бот може надавати автоматизовану підтримку розробникам на кожному етапі проекту: від постановки завдань та аналізу вимог до вирішення технічних питань та допомоги з пошуком інформації.

Інтеграція з розробницькими інструментами

Чат-бот може бути інтегрований з популярними розробницькими інструментами, такими як GitHub, Jira, або Slack, що дозволить розробникам взаємодіяти з системою безпосередньо з їхнього робочого середовища.

Переваги використання ChatGPT

Використання моделі ChatGPT в системі чат-бота для розробників має наступні переваги:

- Швидке та ефективне рішення технічних питань через автоматизовану підтримку.
- Зменшення часу, витраченого на пошук інформації, завдяки можливості отримання рекомендацій та пояснень безпосередньо в чаті.
- Покращення комунікації між учасниками проекту через використання спільного інтерфейсу чат-бота.
- Збільшення продуктивності та ефективності розробки програмного забезпечення.

Використання моделі ChatGPT у системі документації програмного забезпечення може значно полегшити процес пошуку та розуміння необхідної інформації для розробників. Завдяки можливості швидкої та ефективної комунікації у природній мові, розробники матимуть змогу швидше знаходити необхідні пояснення до функцій, методів та класів, а також отримувати приклади використання коду. Це сприятиме збільшенню продуктивності розробки програмного забезпечення та покращить якість документації. Рекомендацією є вивчення можливостей інтеграції моделі ChatGPT у систему документації та організація відповідного навчання для користувачів з метою оптимізації робочих процесів та підвищення ефективності використання програмного забезпечення.

2. The “AI Manipulation Problem” is urgent and not being addressed

Our lives will soon be filled with conversational AI agents designed to help us at every turn, anticipating our wants and needs so they can feed us tailored information and perform useful tasks on our behalf. They will do this using an extensive store of personal data about our individual interests and hobbies, backgrounds and aspirations, personality traits and political views — all with the goal of making our lives “more convenient.”

These agents will be extremely skilled. Just this week, Open AI released GPT-4o, their next generation chatbot that can read human emotions. It can do this not just by reading sentiment in the text you write, but also by assessing the inflections in your voice (if you speak to it through a mic) and by using your facial cues (if you interact through video).

This is the future of computing and it’s coming fast.

Just this week, Google announced Project Astra — short for advanced seeing and talking responsive agent. The goal is to deploy an assistive AI that can interact conversationally with you while understanding what it sees and hears in your surroundings. This will enable it to provide interactive guidance and assistance in real-time.

And last week, Open AI's Sam Altman told MIT Technology Review that the killer app for AI is assistive agents. In fact, he predicted everyone will want a personalized agent that acts as "a super-competent colleague that knows absolutely everything about my whole life, every email, every conversation I've ever had," all captured so it can take useful actions on your behalf.

What could possibly go wrong?

As I wrote in VentureBeat last year, there is a significant risk that AI agents can be misused in ways that compromise human agency. In fact, I believe targeted manipulation is the single most dangerous threat posed by AI in the near future, especially when these agents become embedded in mobile devices. After all, mobile devices are the gateway to our digital lives, from the news and opinions we consume to every email, phone call, and text message we receive. These agents will monitor our information flow, learning intimate details about our lives, while also filtering the content that reaches our eyes.

Any system that monitors our lives and mediates the information we receive is a vehicle for interactive manipulation. To make this even more dangerous, these AI agents will use the cameras and microphones on our mobile devices to see what we see and hear what we hear in real-time. This capability (enabled by Multimodal Large Language Models) will make these agents extremely useful — able to react to the sights and sounds in your environment without you needing to ask for their guidance. This capability could also be used to trigger targeted influence that matches the precise activity or situation you are engaged in.

For many people, this level of tracking and intervention sounds creepy and yet, I predict they will embrace the technology. After all, these agents will be designed to make our lives better, whispering in our ears as we go about our days, ensuring we don't forget to pick up our laundry when walking down the street, tutoring us as we learn new skills, even coaching us in social situations to make us seem smarter, funnier, or more confident.

This will become an arms race among tech companies to augment our mental abilities in the most powerful ways possible. And those who choose not to use these features will quickly feel disadvantaged. Eventually, it will not even feel like a choice. This is why I regularly predict that adoption will be extremely fast, becoming ubiquitous by 2030.

So, why not embrace an augmented mentality?

As I wrote about in my new book, *Our Next Reality* — AI agents will give us mental superpowers, but we cannot forget these are products designed to make a profit. And by using these products, we will allow corporations to whisper in our ears (and flash images in our eyes) that guide us, coach us, educate us, caution us, and prod us throughout our days. In other words, we will allow AI agents to influence our thoughts and guide our behaviors. When used for good, this could be an amazing form of empowerment, but when abused it could easily become the ultimate tool of persuasion.

This brings me to the “AI Manipulation Problem” — the fact that targeted influence delivered by conversational agents is potentially far more effective than traditional content. If you want to understand why, just ask any skilled salesperson. They know that the best way to coax someone into buying a product or service (even one they don’t need) is not to hand them a brochure, but to engage them in dialog. A good salesperson will start with friendly banter to “size you up” and lower your defenses. They will then ask questions to surface any reservations you may have. And finally, they will customize their pitch to overcome your concerns, using carefully chosen arguments that best play on your needs or insecurities.

The reason AI manipulation is such a significant risk is that AI agents will soon be able to pitch us interactively and they will be significantly more skilled than any human salesperson (see video example). This is not only because these agents will be trained to use sales tactics, behavioral psychology, cognitive biases, and other tools of persuasion, but they will also be armed with far more information about us than any salesperson. In fact, if the agent is your “personal assistant,” it could know more

about you than any human ever has. (For a depiction of AI assistants in the near future, read my 2021 short story *Metaverse 2030* or see video below).

In addition, these AI agents will be able to read your emotions with greater precision than any human — detecting “misexpressions” on your face and in your voice that no salesperson would ever notice. And if we don’t put regulation in place, they will document your reactions to every pitch they make, assessing what works best on YOU personally — offers for discounts, fear of missing out, logical arguments, emotional appeals — they will learn over time exactly how to push your buttons.

Even the way AI agents appear will be optimized over time to ensure they maximize their impact on you personally. Their hair and eye color, clothing and speaking style, even age, gender, and race could all be chosen based on what is most likely to influence you best. I wrote about this a decade ago in my sci-fi graphic novel *UPGRADE* in which virtual spokespeople (called “Spokegens”) were deployed to target each individual. The AI agents would gradually adjust their appearance over time based on what works best on each person. The protagonist noticed that his agent became more and more sexualized until it always showed up looking like a prostitute — all so it could most efficiently sell him “food bars” and other products. I had intended this as irony back in 2012, but now it’s about to come true.

A control system for human manipulation is shown above. From a conceptual perspective, it’s not very different than control systems used in heat seeking missiles. They detect the heat signature of an airplane and correct in real-time if they are not aimed in exactly the right direction, homing in until they hit their target. Unless regulated, conversational agents will be able to do the same thing, but the missile is a piece of influence, and the target is you. And, if the influence is misinformation, disinformation, or propaganda the danger is extreme. For these reasons, regulators need to greatly limit targeted interactive influence.

But are these technologies coming soon?

I am confident that conversational agents will impact all our lives within the next two to three years. After all, Meta, Google, and Apple have all made announcements that point in this direction. For example, Meta recently launched a new version of their

Ray-Ban glasses powered by AI that can process video from the onboard cameras, giving you guidance about items the AI can see in your surroundings. Apple is also pushing in this direction, announcing a Multimodal Large Language Model that could give eyes and ears to Siri. As I wrote about here in VentureBeat, I believe cameras will soon be included on most high-end earbuds to allow AI agents to always see what we're looking at. As soon as these products are available to consumers, adoption will happen quickly. They will be useful.

Whether you are looking forward to it or not, the fact is — Big Tech is racing to put artificial agents into your ears (and soon our eyes) so they will guide us everywhere we go. There are very positive uses of these technologies that will make our lives better. At the same time, these same superpowers could easily be deployed as agents of manipulation.

How do we address this risk?

The need is clear — regulators must take rapid action, ensuring that the positive uses of AI agents are not hindered while protecting the public from abuse. I've been writing about the AI Manipulation Problem since 2016 and have given multiple presentations to the FTC over the last few years, and thus far regulators have not put any protections in place.

And it's not just the US that is ignoring this emerging problem — regulators around the world are still focused on “old school” risks of AI that involve their ability to generate traditional misinformation at scale. Those are real dangers, but the far greater risk is targeted interactive manipulation. And with the announcements last week from Open AI and Google, it's now clear that our time is up — regulators NEED to act now. The short video below entitled Privacy Lost (3 min) is designed to show the manipulation risk.

To address this, the first big step would be an outright ban (or very strict limits) on interactive conversational advertising. Interactive advertising is the “gateway drug” to conversational propaganda and misinformation. And if we don't ban this tactic, it will quickly become an arms race, with Big Tech companies competing with each other to deploy the most “efficient” and “effective” conversational ads that drive

users to make purchases. And the very same technologies that they optimize for driving products and services will be used to drive misinformation and propaganda, optimizing the ability to make you believe things that are not in your best interest. The time for policymakers to address this is now.