

## ПРИЛОЖЕНИЯ

### Приложение 1

#### Исследования использования чат-ботами коммуникативных приемов

Источник	Коммуникативный прием чат-бота	Контекст исследования	Рассматриваемые аспекты реакции потребителей (зависимые переменные)			Основной результат
			Оценка схожести чат-бота с человеком	Общая оценочная реакция	Поведенческая реакция	
[Keeling, McGoldrick, Beatty, 2010]	Стиль общения (социально- или проблемно-ориентированный)	Онлайн-ритейл	Нет	Да (доверие)	Да (намерение вернуться в магазин)	Проблемно ориентированный стиль повышает доверие и намерение вернуться для поисковых товаров, а социально-ориентированный — для доверительных
[Araujo, 2018]	Неформальный стиль языка	Онлайн-ритейл	Да (воспринимаемая антропоморфность, ощущение социального присутствия)	Да (удовлетворенность компанией, отношение к компании, эмоциональная связь с компанией)	Нет	Использование неформального языка (в совокупности с человекоподобным именем) способствует наделению чат-бота человеческими свойствами (воспринимаемая антропоморфность) и усиливает эмоциональную связь с компанией, но не влияет на удовлетворенность и отношение к компании
[Westerman, Cross, Lindmark, 2019]	Слова, написанные заглавными буквами, опечатки	Абстрактный	Да (воспринимаемая человечность)	Да (ощущение цифровой близости, привлекательность задачи, привлекательность чат-бота)	Нет	Наличие опечаток в ответах чат-бота негативно влияет на воспринимаемую человечность и привлекательность чат-бота, снижает ощущение психологической близости и привлекательность задачи. Наличие слов, написанных заглавными буквами, не оказывает значимого влияния на измеряемые переменные
[Schuetzler, Grimes, Giboney 2020]	Персонализированные ответы, разнообразие форматов реакций	Абстрактный	Да (восприятие идентичности собеседника (человек или	Да (вовлеченность в диалог)	Нет	Персонализированные ответы и разнообразие форматов реакций способствуют восприятию чат-бота как человека и усиливают ощущение социального присутствия. На вовлеченность пользователя в диалог влияет только разнообразие форматов реакций чат-бота

			робот), ощущение социального присутствия)			
[Sheehan, Jin, Gottlieb, 2020]	Уточняющие вопросы	Сервисная поддержка отеля	Да (воспринимаемая антропоморфность)	Нет	Да (готовность пользоваться чат-ботом)	Использование уточняющих вопросов способствует наделению чат-бота человеческими свойствами (воспринимаемая антропоморфность) и повышает готовность пользоваться чат-ботом
[Gelbrich, Hagel, Orsingher, 2021]	Слова эмоциональной поддержки (демонстрация понимания, подбадривание)	Цифровой сервис (например, шагомер, игровое приложение)	Нет	Да (удовлетворенность цифровым сервисом)	Да (частота использования цифрового сервиса)	Слова эмоциональной поддержки положительно влияют на удовлетворенность клиентов и частоту использования цифрового сервиса
[Cheng et al., 2021]	Проявление эмпатии и дружелюбности	Онлайн-ритейл	Нет	Да (доверие чат-боту)	Да (использование советов чат-бота, отказ от использования чат-бота)	Восприятие чат-бота как эмпатичного и дружелюбного положительно влияет на доверие чат-боту, стимулирует использование советов чат-бота и снижает количество отказов от использования чат-бота
[Roy, Naidoo, 2021]	Стиль общения (теплый или профессиональный)	Онлайн-ритейл	Нет	Да (отношение к бренду)	Да (намерение совершить покупку)	Клиенты, ориентированные на настоящее, предпочитают теплый стиль общения, а ориентированные на будущее – профессиональный. Использование стиля общения, соответствующего временной ориентации человека, положительно влияет на отношение к бренду и намерение совершить покупку
[Park, Yim, Chung, Lee, 2022]	Проявление эмпатии	Сбор пожертвований	Да (воспринимаемая антропоморфность, ощущение социального присутствия)	Нет	Да (готовность сделать пожертвование)	Проявление чат-ботом эмпатии не оказывает значимого влияния на готовность сделать пожертвование

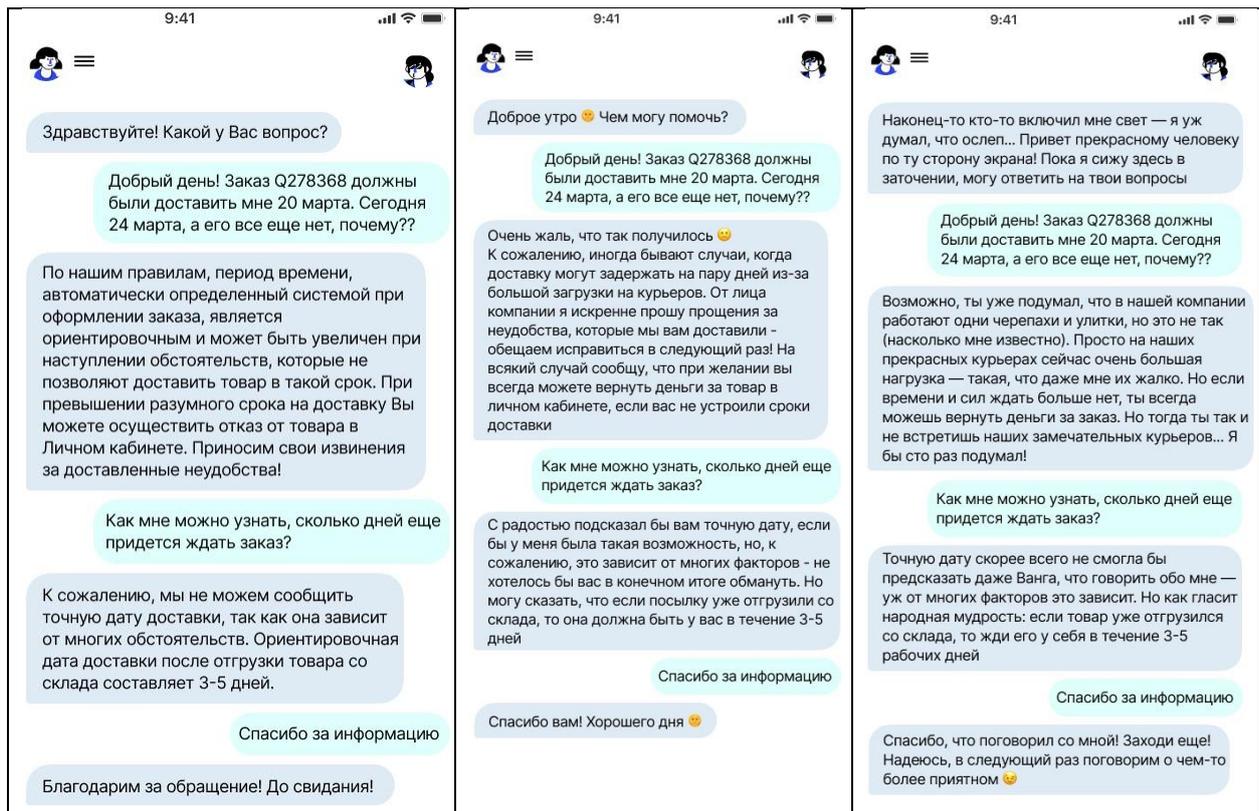
[Xu, Zhang, Deng, 2022]	Стиль общения (социально- или проблемно-ориентированный)	Онлайн-ритейл	Нет	Да (удовлетворенность)	Нет	Использование социально ориентированного стиля общения повышает удовлетворенность, но только у клиентов с тревожным типом привязанности
[Namkoong et al., 2023]	Слова благодарности	Сбор пожертвований	Нет	Нет	Да (готовность сделать пожертвование)	Использование чат-ботом слов благодарности увеличивает готовность потребителей сделать пожертвование
[Shin, Bunosso, Levine, 2023]	Использование шуток, тип юмора (агрессивный или дружелюбный)	Цифровые услуги (решение проблемы с оплатой)	Да (воспринимаемая антропоморфность)	Да (заинтересованность в разговоре, удовлетворенность обслуживанием)	Нет	Использование шуток способствует наделению чат-бота человеческими свойствами (воспринимаемая антропоморфность) и повышает заинтересованность и удовлетворенность клиента. И агрессивный, и дружелюбный юмор повышает заинтересованность клиента, но только дружелюбный влияет на удовлетворенность
[Janson, 2023]	Социально-ориентированный стиль общения	Цифровые услуги (решение проблемы с качеством услуги)	Да (ощущение социального присутствия)	Да (удовлетворенность, доверие, ощущение сопричастности)	Нет	Социально ориентированный стиль общения усиливает ощущение социального присутствия и положительно влияет на ощущение сопричастности, удовлетворенность и доверие клиента
[Liu, Lv, Huang, 2023]	Использование смешных эмодзи	Онлайн-ритейл (решение проблемы с товаром)	Да (воспринимаемый интеллект)	Нет	Да (готовность продолжать использовать чат-бот)	Использование смешных эмодзи положительно влияет на готовность потребителей продолжать использовать чат-бот за счет восприятия чат-бота как агента, наделенного интеллектом
[van Pinxteren et al., 2023]	Адаптация стиля общения чат-бота к стилю общения клиента в процессе разговора	Услуги (вопрос об услуге)	Нет	Да (доверие чат-боту, вовлеченность, удовлетворенность)	Да (намерение воспользоваться услугой)	Адаптация стиля общения чат-бота к стилю общения клиента повышает доверие чат-боту, вовлеченность, удовлетворенность и намерение воспользоваться услугой
[Li, Wang, 2023]	Стиль общения (формальный)	Онлайн-ритейл	Нет	Да (отношение к бренду)	Да	Использование неформального стиля общения стимулирует развитие парасоциальных отношений между брендом и потребителем и положительно

	или неформальный)				(готовность пользоваться чат-ботом)	влияет на готовность пользоваться чат-ботом и отношение к бренду. Этот эффект сильнее для тех, кто уже знаком с брендом
[Fan, Han, Wang, 2023]	Проявление эмпатии	Сервисная поддержка отеля	Нет	Нет	Да (удержание клиента)	Проявление эмпатии чат-ботом положительно влияет на удержание клиентов, но только когда аналогичный стиль общения используется и сотрудником, к которому клиент перенаправляется чат-ботом
Данное исследование	Коммуникативный тон (эмпатический или шутливый)	Онлайн-ритейл (уточнение условий доставки товара, решение проблемы с доставкой)	Да (восприятие идентичности собеседника (человек или робот))	Да (удовлетворенность)	Да (готовность пользоваться чат-ботом, готовность рекомендовать компанию)	Эмпатический тон способствуют восприятию чат-бота как человека и положительно влияет на удовлетворенность и готовность рекомендовать компанию, но не на готовность пользоваться чат-ботом. Шутливый тон негативно влияет на все исследуемые аспекты реакции потребителя

Приложение 2

Экспериментальные сценарии общения клиента с чат-ботом

Формальный тон	Эмпатический тон	Шутливый тон
<i>Уточнение условий доставки товара</i>		
<p>9:41</p> <p>Здравствуйте! Какой у Вас вопрос?</p> <p>Добрый день! Подскажите, а что будет, если этот товар мне доставят в плохом состоянии (поломанным или в мятой упаковке)?</p> <p>По нашим правилам, в случае обнаружения в товаре явных недостатков в присутствии представителя магазина, Вы имеете право отказаться от такого товара при получении. Обращаем Ваше внимание, что претензии к товару после получения товара не принимаются.</p> <p>А если я отказываюсь от товара, мне возвращают полную сумму?</p> <p>При отказе от товара продавец должен вернуть Вам полную сумму не позднее 10 дней с даты возврата товара и предъявления соответствующего требования.</p> <p>Спасибо за информацию</p> <p>Благодарим за обращение! До свидания!</p>	<p>9:41</p> <p>Доброе утро 😊 Чем могу помочь?</p> <p>Добрый день! Подскажите, а что будет, если этот товар мне доставят в плохом состоянии (поломанным или в мятой упаковке)?</p> <p>Очень надеюсь, что такое не произойдет... Но в случае чего, вы без проблем можете вернуть товар, если он пришел в плохом состоянии. Главное - сделать это в присутствии представителя магазина во время проверки. После того, как вы забрали заказ домой, вернуть его уже, к сожалению, не получится 😞</p> <p>А если я отказываюсь от товара, мне возвращают полную сумму?</p> <p>Да, конечно! Вся сумма вернется к вам в течение 10 дней</p> <p>Спасибо за информацию</p> <p>Спасибо вам! Хорошего дня 😊</p>	<p>9:41</p> <p>Наконец-то кто-то включил мне свет — я уж думал, что ослеп... Привет прекрасному человеку по ту сторону экрана! Пока я сижу здесь в заточении, могу ответить на твои вопросы</p> <p>Добрый день! Подскажите, а что будет, если этот товар мне доставят в плохом состоянии (поломанным или в мятой упаковке)?</p> <p>Я вылезу из твоего телефона и подлатаю его, только выпусти меня! Ну а если серьезно, то ты можешь просто вернуть товар обратно продавцу — пускай сам таким пользуется. Но у тебя будет всего один шанс сделать это — сразу при получении в присутствии представителя магазина. После того, как ты оттуда ушел, пути назад нет.</p> <p>А если я отказываюсь от товара, мне возвращают полную сумму?</p> <p>Если ты не захочешь оставить хоть немного мне на новую лампочку, то да, — в течение 10 дней все деньги прилетят обратно к тебе</p> <p>Спасибо за информацию</p> <p>Спасибо, что поговорил со мной! Заходи еще! Надеюсь, в следующий раз поговорим о чем-то более приятном 😊</p>
<i>Решение проблемы с доставкой</i>		



Составлено по: результаты теоретического изучения особенностей разных тонов и обобщенного практического опыта использования чат-ботов.