

Abstrakt

Komunikace je kolaborativní proces, a proto vyžaduje, aby si komunikující vytvořili tzv. common ground - předpoklad, že si vzájemně rozumí na dostatečné úrovni (Clark, 1996). Virtuální agenti využívající umělou inteligenci, kteří používají přirozený jazyk ke komunikaci s lidmi v poslední době přitahují pozornost široké veřejnosti i odborníků. Jejich rozvoj umožňuje lidem zadávat virtuálním agentům složitější úkoly, založených na samotném procesu konverzace, a využívají se mimo jiné v oblastech vzdělávání, zdravotnictví nebo duševního zdraví.

Schopst porozumět přirozenému jazyku se sice u virtuálních agentů stále zlepšuje, jejich schopnost plnit komplexní samostatné úkoly (vedení polostrukturovaných rozhovorů, mentorování, koučování apod.) je však stále omezena nedostatečností jejich komunikačních schopností, a tak si nejlépe vedou spíše v krátkých, doménově specifických rozhovorech (Drouin et al., 2022).

Cílem této diplomové práce bylo: 1) vytvořit experimentální rámec určený pro krátký (5minutový) sociální hlasový chat mezi lidmi a virtuálními agenty, který by umožnil experimentálně manipulovat s různými konverzačními strategiemi; 2) navrhnout první sadu konverzačních strategií pro vzájemné porozumění a navrhnout vhodné sebehodnotící a behaviorální metriky pro měření dopadu strategií na pocity lidí a vazbou vytvořenou mezi lidmi a virtuálními agenty; 3) otestovat experimentální rámec pro první sadu hypotéz a ověřit, zda je možné sbírat spolehlivá výzkumná data prostřednictvím virtuálních agentů.

Za těmito účely byl proveden pilotní experiment (N=898), v němž byly navrženy a do globálně dostupné mobilní aplikace implementovány tři konverzační strategie, které se lišily reakcemi virtuálních agentů na komunikaci lidí. S využitím mezisubjektového experimentálního designu, kde byly konverzační strategie závislou proměnnou, bylo cílem vyhodnotit pocity lidských účastníků (potěšení, frustrace) a jejich vazbu s virtuálním agentem (důvěra, net-promoter score a altruismus) po krátké konverzaci. V předběžné analýze nebyly zjištěny žádné rozdíly v pocitech a vazbě účastníků na virtuálního agenta. Analýza vlivu různých konverzačních strategií na vzájemné porozumění mezi účastníky a virtuálními agenty teprve probíhá.

Klíčová slova: konverzace; digitální; vzájemné porozumění; společná pozornost; virtuální agent