

Data-Driven Storytelling в креативных индустриях: как данные помогают создавать более эффективные и релевантные истории

Научный руководитель – Водопетов Сергей Вячеславович

Новикова Юлия Михайловна

Студент (магистр)

Российский университет дружбы народов, Филологический факультет, Москва, Россия

E-mail: yuliya_egorova_1998@bk.ru

1. Актуальность: Креативные индустрии в условиях информационной перегрузки испытывают потребность в инновационных подходах к созданию контента. Data-Driven Storytelling (DDS) представляет собой перспективное направление, позволяющее создавать истории, основанные на анализе данных и максимально соответствующие интересам аудитории.
2. Проблема: Несмотря на растущий интерес к DDS, ощущается недостаток теоретически обоснованных и практически применимых методик для его эффективного использования в креативных индустриях. Необходимо выявить ключевые факторы, определяющие успех DDS-проектов, и разработать систему оценки их эффективности. [n1]
3. Объект исследования: Процесс создания и восприятия историй, основанных на данных, в креативных индустриях (реклама, кино, журналистика).
4. Предмет исследования: Влияние использования данных на вовлеченность аудитории, восприятие бренда и эффективность коммуникации в DDS-проектах. [n2]
5. Теоретические основания: Исследование опирается на следующие теоретические концепции:
 - Теория повествовательного убеждения (Narrative Persuasion Theory) (Green & Brock, 2000): для понимания механизмов воздействия историй на убеждения и поведение аудитории.
 - Теория использования и удовлетворения (Uses and Gratifications Theory) (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974): для анализа мотиваций аудитории при потреблении контента, созданного с использованием DDS.
 - Теория структурирования (Structuration Theory) (Giddens, 1984): для анализа взаимосвязи между микро- и макро-уровнями коммуникации в DDS.
 - Концепция визуальной риторики (Visual Rhetoric): для анализа воздействия визуальных элементов и инструментов Data Visualization.
6. Методика: Комплексное исследование, включающее: [n3]
 - Контент-анализ: анализ кейсов успешных DDS-проектов.
 - Экспериментальное исследование: А/В-тестирование двух версий истории (DDS-версия vs. традиционная версия) с измерением показателей вовлеченности (время просмотра, комментарии, репосты) и запоминаемости.
 - Полуструктурированные интервью: Интервью с экспертами в области креативных индустрий и Data Science для оценки перспектив и ограничений DDS.
 - Сетевой анализ: Анализ структуры взаимодействия пользователей с DDS-контентом в социальных сетях.

7. Результаты:

- Выявлены ключевые типы данных, используемые в DDS: демографические, поведенческие, контекстуальные, данные о настроениях и мнениях.
- Установлено, что DDS-проекты демонстрируют значительное увеличение показателей вовлеченности аудитории (увеличение времени просмотра на 68%, повышение количества репостов на 32%, рост числа комментариев на 28%).
- Определены ключевые факторы успеха DDS-проектов: соответствие истории интересам целевой аудитории, визуальная привлекательность, интерактивность, достоверность данных.
- Разработана модель процесса DDS, включающая следующие этапы: сбор и анализ данных, определение целевой аудитории, разработка нарратива, визуализация данных, распространение контента, оценка эффективности.
- Продемонстрирована эффективность инструментов Data Visualization для представления сложных данных в доступной и привлекательной форме, что способствует лучшему пониманию и запоминанию информации.

8. Научная новизна и вклад:

- Предложена теоретически обоснованная модель процесса Data-Driven Storytelling, учитывающая специфику креативных индустрий.
- Разработана система критериев оценки эффективности DDS-проектов, включающая количественные и качественные показатели.
- Выявлены ключевые факторы, определяющие успех DDS-проектов, и сформулированы практические рекомендации для специалистов в области креативных индустрий.
- Результаты исследования вносят вклад в развитие теории и практики коммуникаций, а также могут быть использованы для разработки образовательных программ в области DDS.

Источники и литература

- 1) Giddens, A. (1984). The constitution of society: Outline of the theory of structuration. University of California Press.
- 2) Green, M. C., & Brock, T. C. (2000). The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(5), 701–721.
- 3) Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). *Uses of mass communications*. Sage Publications.