

В России разработали программу, которая определяет лучшую площадку для автора с помощью ИИ

В Санкт-Петербургском [университете](#) разработали метод, который помогает блогерам понять, на какой соцплощадке им лучше вести коммерческую деятельность. Исследователи используют искусственный интеллект для анализа комментариев под одинаковыми короткими видео, размещёнными на разных платформах. Такой подход помогает выявить, где аудитория проявляет большую заинтересованность в покупке товаров и услуг.

Учёные сосредоточились на блогерах, связанных с искусством, такими как рисование и рукоделие, чтобы изучить максимально естественные реакции пользователей. Они проанализировали комментарии шести российских арт-блогеров, публикующих видео на [Яндекс](#) Дзене, Instagram* и [YouTube](#). Для обработки данных применили адаптированную языковую модель BERT, которую специально обучили оценивать тональность сообщений.

Исследование показало, что комментарии к одному и тому же видео сильно отличаются в зависимости от площадки. На [YouTube](#), например, оказалось много агрессивных отзывов, что учёные связывают с высокой активностью пользователей. При этом каждый блогер получает уникальный отклик: для одного автора комментарии на разных сервисах могут быть кардинально разными, а у другого преобладает один тип реакции. Учёные пришли к выводу, что универсального решения для выбора лучшей платформы нет, всё зависит от конкретного блогера и его аудитории. В будущем они планируют расширить исследование, включив больше соцсетей и учитывая демографические особенности пользователей.

**принадлежит Meta, которая признана в РФ экстремистской и запрещена*