**Использования ИИ для подготовки к взаимному рецензированию среди студентов на занятиях по дисциплине «Базовые стратегии создания текста»**

**Введение**

Взаимное рецензирование, или «peer review» - методика, при которой участники образовательного процесса (студенты) оценивают и комментируют работы друг друга. Этот подход способствует

* повышению качества обучения,
* развитию критического мышления,
* улучшению коммуникативных навыков.

Как правило, взаимное рецензирование требует от участников анализа чужой работы с точки зрения логичности, аргументации, структуры и соответствия заданным критериям. Когда студенты анализируют работу сверстников, они начинают лучше понимать, какие аспекты их собственной работы могут быть улучшены. Это способствует формированию более глубокого и аналитического подхода к обучению. При взаимном рецензировании каждый участник становится не только автором, но и экспертом. Это усиливает чувство ответственности за качество своей работы, так как студент знает, что его труд будет оцениваться другими.

При грамотной организации данной деятельности взаимное рецензирование развивает уверенность в своих силах: когда работа получает положительную обратную связь, это мотивирует автора продолжать совершенствоваться. Аналогично, когда процесс оценки понятен и доступен, студенты не испытывают стресса из-за необходимости «оценивания» чужой работы.

При этом, чтобы эффективно рецензировать чужую работу, необходимо уметь ясно и тактично выражать свои мысли, поэтому **необходимо снабжать студентов опорным материалом, списком вопросов, чек-листами и гайдами**, которые помогут адекватно оценить работу и сформулировать структурную конструктивную критику.

**Сложности для преподавателя:**

1. **Создание четких критериев оценки.** Критерии должны быть понятными, четкими, объективными, но в то же время достаточно гибкими, давая студентам определенную свободу в анализе.
2. **Обучение студентов методике рецензирования.** Не все студенты обладают необходимыми навыками для проведения качественного рецензирования. Они могут не понимать, как давать конструктивную критику или бояться критиковать работы сверстников, что может привести к поверхностной оценке без углубленного анализа.
3. **Временные ограничения.** Организация взаимного рецензирования требует дополнительного времени на подготовку материалов (критерии, инструкции, примеры).

**Решением проблемы** может стать **использование генеративных моделей** для создания шаблонов и гайдов, которые могут снабдить студентов четкой структурой анализа.

**Описание процесса**

1. К моменту проведения занятия по взаимному рецензированию, студентами были пройдены следующие темы:

|  |
| --- |
| * Язык, речь, речевая деятельность. Язык и мышление, их взаимодействие. Когнитивный подход в современной лингвистике. Язык и коммуникация. Отражение коммуникативных целей в структуре языка. |
| * Язык как знаковая система. Семиотика как общая теория знака. Организация языковой системы. |
| * Фонетика и фонология.   - Основные понятия и принципы фонетики и фонологии.  - Изучение звуковой системы языка, фонетических процессов и системы звуковых сочетаний. |
| * Морфология и лексикология. Синтаксис. Прагматика. |
| * Стилистика:   - Определение стилистики и ее роль в изучении языка.  - Стилистические фигуры и стилистические уровни.  - Функциональные стили. |
| * Структура и специфика текстов для социальных сетей и сайтов. Специфика интернет-языка. Психологические особенности интернет-коммуникации. |
| * Структура и схемы продающих текстов. |

1. На одном из семинаров студентам было дано следующее письменное задание:

Изображение выглядит как текст, снимок экрана, дизайн

Контент, сгенерированный ИИ, может содержать ошибки.

1. Следующим шагом должно стать взаимное рецензирование работ студентами. Чтобы составить чек-лист для рецензирования, были протестированы две генеративные модели, а именно Qwen AI и DeepSeek. Промпт для обеих моделей был **одинаковым**.

***Промпт 1 был сконструирован через назначение модели роли преподавателя:*** *«Ты преподаватель дисциплины "Базовые стратегии создания текста", тебе нужно организовать занятие по взаимному рецензированию.*

*Студенты изучили за курс следующие темы: Язык, речь, речевая деятельность. Язык и мышление, их взаимодействие. Язык и коммуникация. Отражение коммуникативных целей в структуре языка. Язык как знаковая система. Семиотика как общая теория знака. Фонетика и фонология. Морфология. Лексикология. Синтаксис. Стилистические приемы. Структура и специфика текстов для социальных сетей и сайтов. Специфика интернет-языка. Психологические особенности интернет-коммуникации. Схемы продающих текстов. Техники привлечения внимания.*

*На занятии по взаимного рецензированию студентам нужно проанализировать тексты друг друга, написанные по следующей теме "Продающий текст для товара или услуги до 2000 знаков с пробелами".*

*Разработай анкету, которая поможет студентам оценить работу партнера.»*

**Результат QwenAI**:  
Анкета для взаимного рецензирования продающего текста

**Инструкция:**  
Прочитайте текст партнера внимательно, руководствуясь изученными на курсе темами. Ответьте на вопросы анкеты, чтобы дать конструктивную обратную связь. Ваша задача — помочь автору улучшить текст, а не просто найти ошибки.

#### **1. Общее впечатление (коммуникативная цель)**

* Какую основную цель вы видите в этом тексте?  
  Ответ:
* Понятно ли, что именно продается или предлагается?  
  Да / Нет. Если нет, опишите, почему.
* Текст вызывает желание узнать больше или совершить покупку? Почему?  
  Ответ:

#### **2. Структура текста**

* Есть ли четкая структура: заголовок → описание проблемы/выгоды → призыв к действию?  
  Да / Нет. Если нет, укажите, каких элементов не хватает.
* Логично ли выстроены абзацы? Понятна ли последовательность мыслей?  
  Да / Нет. Если нет, опишите проблемные места.
* Присутствует ли призыв к действию (CTA)? Является ли он четким и мотивирующим?  
  Да / Нет. Если нет, предложите улучшение.

#### **3. Коммуникация и язык**

* Текст соответствует целевой аудитории? (возраст, интересы, уровень знаний)  
  Да / Нет. Если нет, опишите, кому, по вашему мнению, адресован текст.
* Используется ли интернет-язык (мемы, сокращения, тренды), если это уместно?  
  Да / Нет. Если да, оцените его эффективность.
* Язык текста понятен, доступен и грамотен?  
  Да / Нет. Если нет, укажите конкретные примеры.
* Используются ли стилистические приемы (метафоры, эпитеты, риторические вопросы и т.д.)? Эффективны ли они?  
  Да / Нет. Опишите их влияние на восприятие.

#### **4. Аргументация и польза**

* Четко ли описаны преимущества товара/услуги?  
  Да / Нет. Если нет, укажите, какие выгоды можно добавить.
* Приводятся ли доказательства (статистика, отзывы, примеры использования)?  
  Да / Нет. Если да, оцените их убедительность.
* Упоминаются ли возможные возражения клиента и как они разрешаются?  
  Да / Нет. Если нет, предложите варианты.

#### **5. Эмоциональное воздействие**

* Текст вызывает положительные эмоции?  
  Да / Нет. Если нет, опишите, почему.
* Используются ли техники привлечения внимания (например, интригующий заголовок, сильное начало, яркие образы)?  
  Да / Нет. Если да, оцените их эффективность.
* Создается ли ощущение срочности или уникальности предложения?  
  Да / Нет. Если нет, предложите способы усиления этого эффекта.

#### **6. Грамматика и оформление**

* Текст написан грамотно (орфография, пунктуация)?  
  Да / Нет. Если нет, укажите ошибки.
* Удобно ли читать текст (размер абзацев, наличие подзаголовков, списков, выделений)?  
  Да / Нет. Если нет, предложите способы улучшения формата.
* Есть ли избыточные или повторяющиеся фразы?  
  Да / Нет. Если да, укажите их.

#### **7. Ваши рекомендации**

* Что, по вашему мнению, является сильной стороной текста?  
  Ответ:
* Какие конкретные изменения вы бы предложили автору, чтобы сделать текст более эффективным?  
  Ответ:

**Заключение:**  
Поставьте тексту оценку по шкале от 1 до 10, где 1 — совсем неэффективный текст, 10 — идеальный продающий текст.  
Оценка:

**Общие комментарии:**  
Ответ:

**Важно:**  
Помните, что цель рецензии — помочь автору улучшить текст. Будьте объективны, но доброжелательны. Фокусируйтесь на содержании, а не только на ошибках.

**Результат DeepSeek**

**Анкета для взаимного рецензирования продающего текста**

**ФИО автора текста:** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**ФИО рецензента:** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**1. Структура и логика текста**

* Текст имеет четкую структуру (заголовок, проблема, решение, выгоды, призыв к действию)?  
  □ Да □ Нет
* Логика изложения последовательна и убедительна?

□ Да □ Нет

* Есть ли моменты, где информация подана хаотично? Укажите, где:

**2. Язык и стиль**

* Соответствует ли текст нормам грамотности (орфография, пунктуация, синтаксис)?  
  □ Да □ Нет (укажите ошибки, если есть):
* Используются ли стилистические приемы (метафоры, повторы, риторические вопросы и т. д.)?  
  □ Да □ Нет (приведите примеры):
* Подходит ли стиль текста для целевой аудитории?  
  □ Да □ Нет (почему?):

**3. Коммуникативная эффективность**

* Текст четко передает УТП (уникальное торговое предложение)?  
  □ Да □ Нет (что можно улучшить?):
* Используются ли техники привлечения внимания (интрига, вопрос, провокация и т. д.)?  
  □ Да □ Нет (укажите, какие):
* Вызывает ли текст доверие (аргументы, факты, отзывы, гарантии)?  
  □ Да □ Нет (чего не хватает?):

**4. Специфика интернет-языка**

* Используются ли элементы интернет-коммуникации (емодзи, разговорные фразы, хештеги и т. д.)?  
  □ Да □ Нет (если да, уместны ли они?):
* Текст легко читается (короткие предложения, абзацы, списки)?  
  □ Да □ Нет (что затрудняет чтение?):

**5. Общее впечатление и рекомендации**

* Какой главный плюс текста?
* Что стоит доработать в первую очередь?
* Оценка текста по шкале от 1 до 10: \_\_\_

**Дополнительные комментарии:**

Эта анкета поможет студентам системно оценить работы друг друга, обращая внимание на ключевые аспекты курса: структуру, стиль, коммуникативную эффективность и адаптацию под цифровую среду.

Как видим, оба результата генерации имеют свои плюсы и минуты. Qwen учел необходимость дать короткий инструктаж перед выполнением анализа, а DeepSeek лучше справился со структурой и форматированием самой анкеты.

Для улучшение результата генерации был протестирован еще один запрос, учитывающий те же темы, что и выше, но сформулированный более общо без опоры на образовательный контекст:

***Промпт 2:*** *«разработай вопросы, по которым можно оценить продающий текст для товара / услуги до 2000 знаков с пробелами. Обязательно учти, что необходимо включить в анализ такие темы: стилистические приемы, продающие схемы, грамотность, морфологию, синтаксис, лексикологию, техники привлечения внимания и удержания интереса, специфику интернет-языка»*

**Результат QwenAI**:

### Вопросы для анализа продающего текста (до 2000 знаков с пробелами)

#### **1. Коммуникативная цель и целевая аудитория**

* Какую основную задачу решает текст? (Продажа товара, привлечение внимания, создание доверия и т.д.)
* Соответствует ли язык и стиль текста предполагаемой целевой аудитории? (возраст, интересы, уровень знаний)
* Используется ли интернет-язык (мемы, сленг, тренды), если это уместно для аудитории?

#### **2. Структура текста**

* Есть ли четкая структура: заголовок → описание проблемы/выгоды → призыв к действию (CTA)?
* Логично ли выстроены абзацы? Понятна ли последовательность мыслей?
* Присутствует ли призыв к действию? Является ли он мотивирующим и конкретным?

#### **3. Техники привлечения внимания и удержания интереса**

* Насколько интригующим или захватывающим является начало текста?
* Используются ли техники создания срочности, уникальности или ограниченности предложения?
* Упоминаются ли боли или проблемы клиента, чтобы вызвать эмоциональный отклик?

#### **4. Стилистические приемы**

* Применяются ли в тексте метафоры, сравнения, эпитеты, риторические вопросы или другие стилистические приемы?
* Насколько эффективно используются эти приемы для усиления воздействия текста?
* Создают ли они яркие образы или эмоции, которые помогают запомнить текст?

#### **5. Продающие схемы**

* Используется ли одна из классических продающих схем (например, AIDA, PAS, FAB)? Если да, насколько грамотно она реализована?
* Приводятся ли конкретные доказательства выгоды (статистика, отзывы, примеры использования)?
* Описываются ли преимущества товара/услуги через призму выгод для клиента?

#### **6. Грамотность и языковые особенности**

* Текст написан грамотно (орфография, пунктуация)?
* Используется ли разнообразная лексика, или наблюдаются повторы слов?
* Есть ли избыточные или трудные для восприятия конструкции?

#### **7. Морфология**

* Разнообразны ли формы слов (например, использование разных падежей, времен глаголов)?
* Уместно ли выбраны части речи для передачи ключевых мыслей?

#### **8. Синтаксис**

* Удобны ли предложения для восприятия? (Например, нет ли слишком длинных или сложных конструкций?)
* Соблюдается ли баланс между простыми и сложными предложениями?
* Используются ли параллельные конструкции для усиления эффекта?

#### **9. Лексикология**

* Подобрана ли лексика в соответствии с тематикой текста и целевой аудиторией?
* Есть ли в тексте профессиональные термины или специфические выражения, которые могут быть непонятны читателю?
* Используются ли эмоционально окрашенные слова для усиления воздействия?

#### **10. Форматирование и удобство чтения**

* Удобно ли читать текст? (Например, есть ли подзаголовки, списки, выделения важных частей текста?)
* Размер абзацев оптимален для восприятия?
* Используются ли визуальные элементы (например, смайлы, крупный шрифт), если это уместно для платформы?

#### **11. Эмоциональное воздействие**

* Текст вызывает положительные эмоции или желание совершить покупку?
* Создается ли ощущение доверия к автору текста или бренду?
* Есть ли акцент на уникальности предложения или его ценности?

#### **12. Работа с возражениями**

* Упоминаются ли возможные возражения клиента? (Например, "слишком дорого", "не подходит мне".)
* Как автор текста работает с этими возражениями?

#### **13. Завершение текста**

* Завершается ли текст четким призывом к действию?
* Остается ли у читателя чувство завершенности после прочтения?

### Дополнительные рекомендации для анализа:

* **Общая оценка:** Поставьте тексту оценку по шкале от 1 до 10, где 1 — совсем неэффективный текст, 10 — идеальный продающий текст.
* **Сильные стороны:** Что особенно понравилось в тексте?
* **Рекомендации:** Какие конкретные изменения вы бы предложили автору, чтобы сделать текст более эффективным?

Эти вопросы помогут проанализировать текст с учетом всех изученных тем курса, включая стилистику, лингвистику, психологию коммуникации и специфику интернет-языка.

**Результат DeepSeek:**

**Вопросы для анализа продающего текста (до 2000 знаков)**

**1. Общее впечатление и структура**

1. Четко ли выделено **УТП (уникальное торговое предложение)**?
2. Соответствует ли текст одной из **продающих схем** (AIDA, PMHS, 4P, PAS и др.)?
3. Есть ли логичная структура: **заголовок → проблема → решение → выгоды → призыв к действию**?
4. Насколько текст **убедителен**? Какие аргументы используются (логика, эмоции, авторитеты)?

**2. Стилистические приемы**

1. Какие **риторические приемы** использованы (вопросы, повторы, метафоры, сравнения)?
2. Есть ли **эмоциональные триггеры** (страх, жадность, удовольствие, статус)?
3. Используется ли **сторителлинг** (история клиента, кейс, сценарий использования)?

**3. Грамотность и языковые нормы**

1. Нет ли **орфографических, пунктуационных и грамматических ошибок**?
2. Правильно ли использованы **морфологические формы** (время глаголов, род/число существительных)?
3. Разнообразен ли **синтаксис** (чередуются простые и сложные предложения)?
4. Соответствует ли **лексика** целевой аудитории (профессиональный сленг, просторечия, заимствования)?

**4. Техники привлечения внимания и удержания интереса**

1. Есть ли **цепляющий заголовок** (вопрос, интрига, цифра, провокация)?
2. Используются ли **акценты** (жирный шрифт, списки, подзаголовки)?
3. Создает ли текст **эффект нехватки** (ограниченное предложение, срочность)?
4. Есть ли **призыв к действию (CTA)**? Насколько он четкий и мотивирующий?

**5. Специфика интернет-языка**

1. Используются ли **элементы digital-коммуникации** (эмодзи, хештеги, разговорные фразы)?
2. Оптимизирован ли текст для **быстрого чтения** (короткие абзацы, списки, подзаголовки)?
3. Подходит ли стиль для **соцсетей / сайта** (формальный, разговорный, экспертный)?

**6. Дополнительные критерии**

1. Вызывает ли текст **доверие** (отзывы, гарантии, доказательства)?
2. Какой **главный недостаток** текста? Что можно улучшить?

**Итоговая оценка (1–10 баллов):** \_\_\_  
**Комментарии и рекомендации:**

Эти вопросы охватывают все ключевые аспекты курса, от языковой нормы до маркетинговых приемов, и помогут студентам провести **детальный разбор** текста.

Как видим из результата генераций, QwenAI включил более широкий круг тем, например «работу с возражениями», но лучше поработал со структурой, включив различные языковые аспекты. DeepSeek, в свою очередь, снабдил пункты анализа большей иллюстративностью и точностью (уточнения в скобках), однако допустил и фактические ошибки, назвав стилистические приемы риторическими (вопрос 5).

**Рекомендации:**

1. Использовать четкие и понятные инструкции.
2. Указывать контекст (пройденные темы или темы, которые нужно учесть).
3. Экспериментировать с промптами: назначать модели роль или, наоборот, давать общую задачу.
4. Редактировать и комбинировать полученные результаты.

**Вывод**

Взаимное рецензирование способствует развитию аналитического и критического мышлений и помогает улучшить качество обучения, поскольку студенты примеряют критерии не только для оценки чужих работ, но в дальнейшем – и своих собственных. Для достижения максимальной эффективности данного метода важно разработать материалы, и с этим преподавателю может помочь справиться генеративные модели.

Внедрение ИИ в процесс взаимного рецензирования — это способ ускорить процесс подготовки к проведению подобных занятий, разработать более точные и структурированные гайды для студентов, что в свою очередь поможет студентам развить свои навыки для дальнейшей профессиональной деятельности.