

сурсы поддержки (Ussher et al., 2006). В этой связи, на наш взгляд, медицинские журналисты могут взять на себя просветительскую и поддерживающую роль в налаживании коммуникации между пациентами, их родными и социальным окружением.

В данном исследовании проверяется гипотеза о том, что российские журналисты в своей практике в целом ориентированы только на подготовку и публикацию материалов, цель которых — повысить осведомлённость о факторах возникновения рака, не уделяя достаточного внимания вопросам, обсуждение которых способно помочь людям справляться с подобными заболеваниями или поддерживать других. Иначе говоря, в российской медиасреде освещаются лишь вопросы профилактики рака и почти не осознаётся и не удовлетворяется запрос на облегчение опыта проживания болезни онкопациентами и их близкими.

Эмпирические данные получены в результате опросов и интервью с практикующими журналистами, а также контент-анализа материалов, посвящённых различным аспектам медицинской коммуникации в онкологии и опубликованных в российских онлайн-медиа за 2018–2021 гг.

**М. Н. Горшкова**

Санкт-Петербургский государственный университет

Научный руководитель: д. филол. н., к. искусствоведения,

проф. С. Н. Ильченко

## **РОЛЬ ЭКСПЕРТНОЙ ОЦЕНКИ В АНАЛИЗЕ ДИПФЕЙКОВ**

Применение deepfake-технологии (от англ. deep ‘глубокий’, fake ‘подделка, фальшивка’) как процесса синтеза человеческих образов, основанного на творческом потенциале искусственного интеллекта, часто связано с нарушением этических норм, например, при создании фальшивых видео и аудиоматериалов порнографического или политического характера с целью унижения

чести и достоинства отдельных личностей, а также для дискредитации их репутационного статуса.

Реакцией на необходимость регулирования подобной деятельности можно считать возникновение негосударственных организаций, разрабатывающих программное обеспечение по экспертной оценке дипфейков и предотвращению информационных угроз, возникающих из-за вирусной природы дипфейк-видео. Одним из примеров является работа Агентства перспективных исследовательских проектов в области обороны (DARPA) по борьбе с дипфейками с помощью семантической криминалистики, которая ищет алгоритмические ошибки, которые создают, например, несоответствующие предметы гардероба, которые носит человек в фальшивых видео.

Отдельно стоит отметить работу компании Deertrace Labs, которая создаёт инструменты на основе глубокого обучения искусственного интеллекта (ИИ) для экспертного анализа фальшивых видео, с помощью которых можно манипулировать людьми. Основатель компании Джорджио Патрини считает, что «вредоносные подделки, состоящие из комбинации сгенерированных тел, лиц и аудио, вскоре будут использоваться для нападения на журналистов и политиков» (Pangburn 2019). В своей речи он указал на поддельное порнографическое видео, в котором лицо порноактрисы было заменено на лицо индийской журналистки Раны Айюб, что являлось частью кампании дезинформации, направленной на дискредитацию её журналистских расследований после того, как она публично потребовала справедливости в расследовании дела об изнасиловании и убийстве 8-летней кашмирской девочки.

Deertrace Labs также изучила и опровергла предполагаемый дипфейк президента Габона Али Бонго, который в действительности перенёс инсульт, в то время как многие в африканской стране думали, что неподвижное лицо, глаза и тело Бонго являлись дипфейком — в том числе габонские военные, которые предприняли попытку неудачного переворота, основанного на этом предположении.

Что касается правовой стороны регулирования технологии deepfake, стоит отметить, что ввиду недостаточной изученности

дец». В качестве эмпирического материала взяты 4 интервью: с советским и российским учёным в области нейронауки и психолингвистики Татьяной Черниговской и российской актрисой театра и кино Чулпан Хаматовой. Теоретическая база исследования строилась на работах Ш. Берна, С. Вайсборда, К. Р. Нигматуллиной, Д. П. Гавры, Ю. В. Тарановой, Д. П. Шишкина.

В работе мы проанализировали 4 аспекта видеointервью: 1) зависимость гендера интервьюера и тем вопросов; 2) количество просмотров, комментариев и лайков/дизлайков; 3) тематические направленности бесед и наличие/отсутствие их зависимости от даты выхода программы; 4) поведение/реакции интервьюируемого при разных интервьюерах. Для исследования были использованы следующие методологические подходы: научный, аспектный, эмпирический и прагматический и такие методы, как комбинированная количественно-качественная методика, сравнительный анализ и дедукция.

В результате исследования видеointервью с Татьяной Черниговской было выявлено большее количество просмотров выпуска у Надежды Стрелец (4 788 583 против 3 109 798 у Николая Солодникова). Темы интервью отличались своей направленностью: Солодников уделял внимание более философским вопросам, вопросам о мозге, употреблял много цитат, в то время как Стрелец задавала госте более личные вопросы, спрашивала про воспитание детей (с отсылкой к собственной проблеме), говорила про нейролингвистику. По количеству вопросов Стрелец задала их на десяток больше Солодникова (~30 против ~20). Эмоциональность интервью в случае с Солодниковым была небольшая, в случае же со Стрелец — средняя. В обоих выпусках позы участников беседы были «нога на ногу», обращение на «Вы». Выпуск «Стрелец-молодец» с Т. Черниговской набрал 116 тыс. лайков, когда как программа на канале «ещёнепознер» — 83 тыс.

Интервью с Чулпан Хаматовой показало немного другие результаты: количество просмотров и лайков на стороне Н. Солодникова (680 347 просмотров и 13 тыс. лайков против 459 513 просмотров и 10 тыс. лайков). Количество же вопросов у Н. Стрелец вновь было большим (43 против 37). В обоих интервью эмоцио-

нальность была высока. Н. Солодников задавал много закрытых вопросов, темы его беседы сводились к «Гоголь-центру», проектам, Путину, семье, друзьям. Н. Стрелец, повторив два вопроса, больше интересовалась благотворительностью, Горбачёвым, личной жизнью. Положение тела гостя в обоих интервью было «нога на ногу», Н. Стрелец обращалась на «Вы», Н. Солодников — на «ты» (ввиду давней дружбы).

Проанализировав выпуски видеointerview с одинаковыми гостями у авторов-профессионалов разного пола, мы пришли к выводу, что женщина-интервьюер задаёт больше личных, открытых вопросов, и их количество больше, чем у интервьюера-мужчины. Нельзя утверждать, что уровень эмоциональности имеет зависимость от гендера ведущего, так же, как и количество просмотров и социально одобряемых реакций (лайков).

На наш взгляд, стоит продолжить исследования в этой области, чтобы сделать больше количественных анализов, собрать масштабную статистику и выяснить, насколько в современном мире отличаются интервью экспертов разного гендера с одними и теми же гостями и какие яркие особенности можно выделить в этой сфере.

**А. А. Кочуркина**

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева  
 Научный руководитель: к. филол. н., доц. К. В. Дементьева

## **СМИ И ПРАВОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: ОСОБЕННОСТИ СОТРУДНИЧЕСТВА**

В статье рассматриваются вопросы регулирования и контроля деятельности средств массовой информации. Проводится анализ системы контрольно-надзорной деятельности Роскомнадзора и тенденций её развития. Тема статьи достаточно актуальна, т.к. вопрос о правовом регулировании СМИ и злоупотре-