

Медиааналитика социальных медиа для нужд экспертного прогнозирования

Аннотация. В статье представлены отдельные результаты исследования социальных медиа, проведенного лабораторией медиабезопасности кафедры судебных экспертиз. Описаны случаи маскировки деструктивных смыслов и дезориентации потребителя в контенте с помощью жанра дисклеймера, функциональные признаки которого изменяются. Сделан вывод об эффективности использования инструмента медиааналитики для целей экспертного прогнозирования и правового просвещения.

Ключевые слова: судебная лингвистическая экспертиза, медиааналитика, социальные медиа, дисклеймер, экспертное прогнозирование, дезориентация в контенте.



Елена Александровна ЧУБИНА,

директор Института судебных экспертиз, доцент кафедры судебных экспертиз Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА), кандидат педагогических наук, доцент
chubina@mail.ru
125993, Россия, г. Москва, ул. Садовая-Кудринская, д. 9

DOI: 10.17803/2311-5998.2024.115.3.085-089

Elena A. CHUBINA,

Assistant Professor of the Forensic Expertise's Department
of the Kutafin Moscow State Law University (MSAL),
Cand. Sci. (Pedagogy), LL.M.
chubina@mail.ru
9, ul. Sadovaya-Kudrinskaya, Moscow, Russia, 125993

Media Analytics of Social Media for the Purpose of Expert Forecasting

Abstract. The article presents selected results of a social media study, which were conducted by the Media Security Laboratory of the Forensic Expertise Dept. Cases of masking destructive meanings and consumer disorientation in content using the disclaimer genre are described. It was concluded that the use of a media analytics tool is effective for the purposes of expert forecasting and legal education.

Keywords: forensic linguistic examination, media analytics, social media, disclaimer, expert forecasting, disorientation in content.

Экспертная наука всегда уделяла внимание учению об экспертном прогнозировании¹. Сегодня, когда мир так стремительно меняется, значение прогнозирования многократно возрастает, но столь же многократно услож-

¹ Белкин Р. С. Курс криминалистики : в 3 т. М., 1997. Т. 2 : Частные криминалистические теории. С. 420—440 ; Аверьянова Т. В. Судебная экспертиза : курс общей теории. М., 2006. С. 43 ; Россинская Е. Р., Галяшина Е. И., Зинин А. М. Теория судебной экспертизы (Судебная экспертология) : учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Норма ; Инфра-М, 2016. С. 75—77.

няется сам процесс его проведения, в том числе определение исходных данных для прогнозирования, особенно если речь идет об экспертном прогнозировании в рамках судебных лингвистических экспертиз.

В современном мире медийной коммуникации происходит настоящая *дезорентация потребителя в контенте*. Например, информационные (в том числе новостные) платформы, чтобы монетизироваться и конкурировать с эмоционально заряженным маркетинговым контентом, делают новостные статьи похожими на рекламу, привлекая кликбейтами, заголовками-приманками (*вы не поверите, что...; вот почему...; все знают, что...* и проч.), реклама же, напротив, работает «под прикрытием».

Появился скрытый маркетинг, внедренный маркетинг, маркетинг слухов, бренд-маркетинг. Здесь реализуется не прямое воздействие, цель которого — сделать так, чтобы адресат вообще не заподозрил призыва купить и не увидел связи с компанией, создавшей или спонсировавшей материал, а, напротив, восхитившись необычной историей или забавным фактом, начал делиться с друзьями полученной информацией². Граница между непредвзятым контентом и маркетинговой коммуникацией размывается, как размывается граница между стилями и жанрами.

Кроме того, речевая коммуникация стремительно усложняется технологиями дополненной реальности. Информационное сетевое пространство заполняется пользовательским контентом, когда «каждый пользователь также является реальным соучастником процесса производства публикуемой и распространяемой в Сети информации»³. Развертывающийся процесс коммуникационного взаимодействия предполагает в каждом его участнике соактора, причем это может быть не только единичный, но и коллективный субъект, а может быть и вовсе «гибрид человека и машины», как нередко определяют искусственный интеллект.

Формирование системы методических рекомендаций для решения задач, только появляющихся в сфере судебной лингвистической экспертизы, невозможно без должного уровня экспертного прогнозирования, в противном случае нельзя говорить о работе на опережение, о предупреждении деструктивных проявлений. Экспертное прогнозирование является одной из задач Лаборатории медиабезопасности, созданной на кафедре судебных экспертиз Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА).

Лаборатория изучает возможности использования технологий автоматизированного анализа текстов для нужд экспертного прогнозирования. Хорошие результаты дает медиааналитика социальных медиа.

Социальные медиа — это публичный контент, размещенный пользователями на различных интернет-площадках. Важно то, что это именно *пользовательский, не редакторский* контент.

Аналитика соцмедиа позволила выявить, например, какие жанры используются для *маскировки деструктивного контента*. Неожиданно для автора статьи это стал жанр *дисклеймера*.

² *Эйнштейн М.* Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в Интернете. М. : Альпина Паблишер, 2017.

³ *Дружинин А. М., Гуров Ф. Н.* Цифровизация медиапроизводства: адаптация, целеполагание, аксиологические аспекты // Гуманитарный вестник. 2022. Вып. 2.

Дисклеймер (от англ. disclaimer) — заявление об отказе от ответственности за возможные негативные последствия («Мы слагаем с себя ответственность, и не говорите потом, что не были предупреждены»)⁴ — в странах англосаксонской правовой системы используется широко и повседневно, в разных сферах, в том числе в сфере фанфикшн (разг. фанфик, фик, фф; от англ. fan fiction — фанатская литература, фанатская проза), — так называют литературный жанр, в котором авторы пишут произведения, основанные на персонажах, сюжетах или мирах, созданных другими авторами⁵. Наличие дисклеймера — устоявшееся правило сетевого этикета, обычай в интернет-среде, где распространяются произведения такого рода. Автор вторичного произведения указывает, кому принадлежат права на оригинал⁶.

Несмотря на то, что в России, как и в целом в странах романо-германской правовой системы, дисклеймер не «блокирует» действие общеправового принципа «незнание закона не освобождает от ответственности за его нарушение», следовательно, не имеет юридической силы и не исключает ответственности сделавшего его. Этот жанр тем не менее знаком многим, поскольку применяется в книгоиздательстве («Издательство не несет ответственности за правильность приведенных в Произведении сведений, их интерпретацию и комментарии»), СМИ («Редакция не несет ответственности за содержание авторских материалов»), кинематографе («Все персонажи являются вымышленными, и любое совпадение с реально живущими или жившими людьми случайно»), в иных сферах.

Анализ соцмедиа показал, что дисклеймеры авторами используются активно, часто с целью создания иллюзии легитимации коммуникации, иллюзии законности и правомерности информации по содержанию и по форме. Возникла мода на дисклеймер, как следствие, появились оплачиваемые услуги по созданию дисклеймеров. Появились своеобразные клише, которые используются в дисклеймерах тех авторов, которые размещают деструктивный контент, например: «Я не имею какой-либо специальной подготовки по проведению экспертиз, направленных на выявление в текстах признаков экстремистской деятельности, следственную и судебную практику по этой категории дел не отслеживаю, не обобщаю и не анализирую. Таким образом, Я объективно лишена возможности самостоятельно оценить то или иное свое/чужое высказывание на предмет наличия или отсутствия в нем признаков экстремизма»; «В случае, если на Моей странице будут выявлены признаки экстремизма, прошу незамедлительно уведомить об этом Меня для немедленного удаления данного контента (текст, фото, видео, аудиофайлов), ПРЕДОСТАВИВ надлежащим образом оформленное и заверенное ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ в отношении конкретной публикации (высказывания, действия)» и др.

Дезориентация потребителя информации в контенте — явление, на наш взгляд, опасное, поэтому тенденция к увеличению количества таких

⁴ Лисаченко А. В., Маштакова А. Р. Фанаты или пираты? // Российский юридический журнал. 2016. № 3.

⁵ Словари и энциклопедии на Академикe // URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1161387>.

⁶ Лисаченко А. В., Маштакова А. Р. Указ. соч.



дисплеймеров, а это видно из аналитики, видится нам тревожной. Более того, анализ показал, что функциональные признаки дисплеймера как текста, содержащего отказ от ответственности, не ограничиваются информированием. На первый план выходят привлечение внимания к транслируемым смыслам, демонстрация собственной позиции в соотношении «свой — чужой».

Аналитика соцмедиа позволила выявить иные жанры, которые используются для маскировки деструктивного контента. Дезориентация в контенте — угроза не только когнитивной сфере отдельной личности, но и когнитивному суверенитету страны, под которым понимается «наличие собственных аналитических способностей, которые позволяют отделять то, что нужно человеку, обществу, от того, что ему навязывается»⁷.

Проведенный анализ подтвердил справедливость того, что само экспертное сообщество должно вести большую работу по правовому просвещению населения по вопросам, связанным с компетенциями эксперта, с назначением и производством экспертиз, и т.д. Иначе в медийном поле начнут появляться псевдоэксперты, активно «предоставляющие» экспертные «услуги» и распространяющие при этом недостоверную информацию.

Судебная лингвистическая экспертиза как объект в СМИ продолжает оцениваться отрицательно. Примечательно, что объем таких оценок значительно вырос⁸. Негативные оценки почти в 2 раза превышают позитивные (см. рис. 1).

Распределение по тональности



Рис. 1. Тональность в соцмедиа

Распределение по источникам

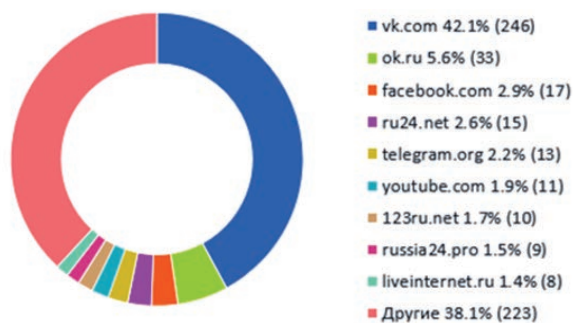


Рис. 2. Категории источников в соцмедиа

Если говорить о распределении публикаций по источникам, то применительно к соцмедиа проблематика, связанная с судебными лингвистическими экспертизами, актуализирована с максимально большим отрывом во «ВКонтакте» (42,1 %), меньшее количество приходится на соцсети, блоги, микроблоги (см. рис. 2).

⁷ *Игнатьева О. А.* Формирование когнитивного и технологического суверенитета в контексте концепции островизации // Политические вызовы и политический диалог в условиях глобальной турбулентности : материалы Всероссийской конференции РАПН с международным участием. М., 2022. С. 182—183.

⁸ В процессе мониторинга соцсетей с помощью системы Brand Analytics по отчету за неделю 30.07.2023—09.08.2023 получено 109 сообщений.

Проблематика, связанная с судебными лингвистическими экспертизами, в большей мере интересует мужчин, они чаще становятся авторами сообщений, это характерно для соцмедиа. Для понимания того, с какой аудиторией необходимо работать, важны данные возраста авторов. Показательно, что это, как правило, люди старше 55 лет (на них приходится 36 % сообщений в соцсетях), вторая по численности группа — 35—44 (28 % сообщений в соцсетях). Анализ соцмедиа дает возможность определения авторов, причем, что важно, с маркировкой тональности их сообщений.

Итак, эксперты и экспертизы стали рассматриваться через призму медиасреды, в большинстве случаев через электронные СМИ или новые медиа с характерной для этих площадок свободой личной оценки, основанной не на фактах, а в лучшем случае — на их интерпретации (показательны в этом смысле заголовки сообщений). Чтобы противостоять негативным тенденциям, необходимо усилить информационное взаимодействие между экспертным сообществом и широкой аудиторией, в том числе — медиа, использовать для этого новые системы информационного мониторинга, которые дают возможность тонкого и глубокого анализа данных, так необходимого для экспертного прогнозирования.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. *Аверьянова Т. В.* Судебная экспертиза : курс общей теории. — М., 2007.
2. *Белкин Р. С.* Курс криминалистики : в 3 т. — М., 1997. — Т. 2 : Частные криминалистические теории.
3. *Дружинин А. М., Гуров Ф. Н.* Цифровизация медиапроизводства: адаптация, целеполагание, аксиологические аспекты // Гуманитарный вестник. — 2022. — Вып. 2.
4. *Игнатьева О. А.* Формирование когнитивного и технологического суверенитета в контексте концепции островизации // Политические вызовы и политический диалог в условиях глобальной турбулентности : материалы Всероссийской конференции РАПН с международным участием. — М., 2022. — С. 182—183.
5. *Лисаченко А. В., Маштакова А. Р.* Фанаты или пираты? // Российский юридический журнал. — 2016. — № 3.
6. *Россинская Е. Р., Галяшина Е. И., Зинин А. М.* Теория судебной экспертизы (Судебная экспертология) : учебник. — М. : Норма ; Инфра-М, 2016.
7. *Эйнштейн М.* Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете — М. : Альпина Паблишер, 2017. — 301 с.

