



## Особенности речевой коммуникации в цифровую эпоху и новые экспертные вызовы

*Татьяна Михайловна Надеина\*, Елена Александровна Чубина\*\**

Речевая коммуникация как специфическая, опосредованная языком форма взаимодействия людей в процессе их познавательно-трудовой деятельности приобрела в эпоху цифровизации особые черты, касающиеся не только использования специфических языковых средств, но и характера и свойств самого коммуникационного процесса.

Прежде всего это связано с бурным развитием технологий искусственного интеллекта, позволяющих в настоящее время решать задачи, которые ранее являлись исключительно функционалом человеческого разума. В классической схеме коммуникативного акта «Адресант – Сообщение – Адресат» место адресанта все чаще стал занимать искусственный интеллект – программа (устройство), моделирующая процесс мышления человека.

Простейший пример – использование ботов, обслуживающих процесс распространения или даже обмена информацией. В Интернете свободно размещаются предложения о создании ботов для использования в бизнес-целях. Например: «Боты – специальные аккаунты в Telegram, созданные для того, чтобы автоматически обрабатывать и отправлять сообщения. Пользователи могут взаимодействовать с ботами при помощи сообщений, управляемых через обычные или групповые чаты»<sup>1</sup>.

Существуют также программы-генераторы текстов различных жанров<sup>2</sup>, которые способны созда-

вать связные тексты по заданным параметрам (например, тематика, количество абзацев, количество символов в абзаце и др.). Тексты, сгенерированные с использованием новейших технологий, порой бывает трудно отличить от произведений копирайтеров: «Мы изучили 295 отзывов. Есть основания считать, что такого количества достаточно для получения анализа. Основное большинство людей довольны этим телефоном, но имеются некоторые не очень хорошие мнения»<sup>3</sup>.

Известен курьезный случай, когда российский научный журнал опубликовал текст, созданный компьютером. Экспериментаторы взяли текст, написанный на английском языке с помощью компьютерной программы-генератора псевдонаучных текстов SCigen, придуманной в Массачусетском технологическом институте. Затем этот текст был переведен на русский язык с помощью другой компьютерной программы, разработанной в России. Статья была направлена в журнал и после некоторых правок литературного характера опубликована под названием «Корчеватель: алгоритм типичной унификации точек доступа и избыточности»<sup>4</sup>.

Генераторы способны создавать тексты не только в цифровом, но и в рукописном виде<sup>5</sup>. Программа дает возможность оформить текст своим фоном (например, можно сфотографировать лист из своей

го контента // Яндекс.Дзен // <https://zen.yandex.ru/media/id/5df0d50d1a860800af444475/generatory-unikalnyh-tekstov-programmy-i-onlainservisy-sozdaniia-unikalnogo-kontenta-5e0709c743fdc000adbbd10f> (дата обращения: 20.02.2021).

<sup>3</sup> Тарасов Д. Автоматическая генерация осмысленных уникальных текстов // Хабр. Электронный ресурс // <https://habr.com/ru/company/meanotek/blog/259355/> (дата обращения: 20.01.2021).

<sup>4</sup> Российский научный журнал опубликовал текст, созданный компьютером // Live Journal // <https://gxost.livejournal.com/114585.html> (дата обращения: 26.12.2020)

<sup>5</sup> Бесплатный генератор рукописных конспектов, текстов // Handwriter.ru. Электронный ресурс // <https://handwriter.ru> (26.12.2020)

\* Доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры судебных экспертиз Московского государственного юридического университета им. О.Е. Кутафина (МГЮА).

\*\* Кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры судебных экспертиз Московского государственного юридического университета им. О.Е. Кутафина (МГЮА).

<sup>1</sup> Разработка телеграмм-бота // Tabolin design // <https://www.tabolin.pro/services/telegramm-bot/?yclid=37843510457825122> (дата обращения: 15.01.2021).

<sup>2</sup> См.: Литвинцев А. Генераторы уникальных текстов. Программы и онлайн-сервисы создания уникально-

тетради и наложить на него текст) и поддерживает 8 шрифтов (вариантов начертаний букв). Каждое слово имеет свой уникальный наклон, расположение по вертикали и горизонтали.

Еще одной сравнительно новой интернет-технологией, связанной с использованием искусственного интеллекта, является создание виртуальных инфлюенсеров, т.е. персонажей с человеческим обликом, так называемых CGI-моделей (Computer Generated Imagery). Такие персонажи обладают придуманной биографией, существуют только в Интернете, отличаются активностью в соцсетях – словом, «живут», как обычные люди, делятся своими мыслями и эмоциями, обсуждают жизненные реалии<sup>6</sup>. Образы таких персонажей обладают собирательными качествами, которые идеально соответствуют запросам широкой аудитории, поэтому они пользуются большой популярностью и имеют достаточно много подписчиков.

Очевидно, что «речевые продукты», созданные искусственным интеллектом, потребуют разработки новых методических подходов в рамках авторолевых, лингвистических и даже почерковедческих экспертиз. Вопрос о том, является ли спорный речевой продукт аутентичным, произведенным реальным лицом или представляет собой текст, сгенерированный искусственным интеллектом, это не вопрос из будущего, это уже вопрос нашего настоящего времени.

Серьезные вызовы для экспертов-речеведов могут создавать также PR-технологии, которые базируются на создании фейковых аккаунтов в соцсетях и используются с целью продвижения брендов, товаров или услуг на рынке.

Прежде всего, это связано с таким явлением, как астротурфинг, под которым понимается «использование современного программного обеспечения для искусственного управления общественным мнением»<sup>7</sup>. Цель астротурфинга заключается в формировании впечатления широкой поддержки какого-либо события, компании, товара или проекта. Такой эффект достигается благодаря созданию большого количества фальшивых комментариев или отзывов в Интернете, преследующих основ-

ную цель: ввести общественность в заблуждение и заставить поверить в то, что данная позиция является широко распространенной точкой зрения<sup>8</sup>. Поскольку потребители все меньше доверяют рекламным и PR-кампаниям, задача астротурфинга состоит в том, чтобы скрыть финансовые и деловые связи между компанией-отправителем и отзывами на ее продукцию и сделать их максимально привлекательными и правдоподобными<sup>9</sup>. Достигается это разными способами, но одна из технологий заключается в том, что на популярных сайтах, сайтах-отзовиках или досках объявлений создаются фальшивые персонажи (sockpuppets), которые публикуют комментарии или посты, создающие иллюзию популярности данного продукта, услуги или идеи<sup>10</sup>.

Еще одной технологией, основанной на использовании фейков, является «эмуляция дискуссий», которая реализуется путем создания виртуальных персонажей и внедрения их в интернет-сообщества. При этом создаются фейковые аккаунты неких виртуальных персонажей, подбираются соответствующие аватары, и такие «виртуалы» внедряются в целевые сообщества. Чтобы такой персонаж вызвал доверие у реальных людей, он ничем не должен от них отличаться, поэтому они в течение какого-то времени (от нескольких дней до нескольких недель) обсуждают вопросы, не имеющие отношения к продвигаемой продукции, однако в определенный момент персонажи начинают обсуждать «нужные» товары и услуги. Иногда это делается напрямую, а иногда в завуалированной форме в ходе обсуждения, дискуссий, тем самым привлекается внимание пользователей сети к продвигаемому объекту и транслируется ключевой маркетинговый посыл. После проведения основной PR-кампании виртуальные персонажи еще какое-то время «живут» в сети<sup>11</sup>.

Такая PR-технология, по мнению Ф.Н. Гурова, первоначально не воспринималась профессиональным сообществом негативно, первые по-

<sup>8</sup> Astroturfing: what is it and why does it matter // The Guardian. 8 Feb 2012 // <https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/feb/08/what-is-astroturfing> (дата обращения: 14.01.2021).

<sup>9</sup> Астротурфинг: как заставить тысячи людей поверить в твой продукт? // 4BRAIN // <https://4brain.ru/blog/astroturfing-kak-zastavit-tysyachi-ljudej-poverit-v-tvoj-produkt> (дата обращения: 24.12.2020).

<sup>10</sup> Там же.

<sup>11</sup> См.: Гуров Ф.Н. Продвижение бизнеса в Интернет: все о PR и рекламе в Сети. М.–СПб.: Вершина, 2009. С. 22–23.

<sup>6</sup> См.: Мармузевич С. «Бесчеловечные аккаунты»: как виртуальные инфлюенсеры завоевывают Интернет // Лайфхакер. 3 апреля 2020 г. // <https://liferhacker.ru/virtualnye-influensery> (дата обращения: 20.01.2021).

<sup>7</sup> Академик. Словари и энциклопедии на академике // <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1735064> (дата обращения: 20.01.2021).

добные проекты обсуждались на конференциях, проводились исследования на предмет того, как сделать высказывания виртуальных персонажей во время обсуждений более правдоподобными. Однако «по прошествии десятилетия эта деятельность начала носить массовый характер, а ее социальные последствия по большей части были негативными – стало очевидно, что это весьма эффективный способ манипулирования общественным мнением, а зачастую дезинформации пользователей»<sup>12</sup>.

Таким образом, задачи, связанные с определением совокупности лингвистических признаков маскировки информации, имеющей пропагандистскую, агитационную направленность, под информацию, например, новостного характера, приобретают все большую актуальность для судебной лингвистической экспертизы.

Говоря о специфике современной коммуникации, невозможно не упомянуть и о такой ее особенности: современный информационный мир организован по моделям маркетинговой коммуникации, где информация – это продукт, а информационная деятельность – это производство контента. «В таких условиях глобальная сеть – это рыночная площадь, на которой лидером оказывается не тот, кто умнее или достойнее, а тот, кто громче сможет о себе заявить. В современном медиaprостранстве так называемые лидеры <...> необязательно люди, имеющие выдающиеся заслуги в офлайн-пространстве. Сайт, страница соцсети – это своеобразная репрезентация субъекта в виртуальном пространстве, не имеющая прямой корреляции с реальным социальным пространством»<sup>13</sup>.

Медиaprостранство стало выступать площадкой для весьма сомнительной рекламной деятельности людей, не являющихся экспертами, но активно позиционирующих себя таковыми. В итоге в центре внимания оказались не лучшие представители профессии, а зачастую даже и не представители профессии. Налицо профанация экспертного образования и экспертной деятельности, откровенный дилетантизм. В качестве примера приведем информацию, размещенную на сайте одного из образовательных учреждений: «Получить судебно-экспертное образование в Московском

образовательном учреждении «ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКСПЕРТИЗЫ И ПРАВА». Дополнительное профессиональное образование или второе высшее образование по направлению Судебная экспертиза необходимо получить специалисту, который решил связать профильную деятельность с юриспруденцией, надзором или контролем. <...> Сотрудники образовательного учреждения «ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКСПЕРТИЗЫ И ПРАВА» рекомендую начать осуществление перехода в Судебно-экспертную деятельность исходя из уже полученного базового образования, потому что в дальнейшем легче будет освоить идентификационные и диагностические методы судебной экспертизы»<sup>14</sup>. Орфография и пунктуация оригинала нами сохранены.

Подстройкой под чужой бренд, созданием наименований, сходных до степени смешения с узнаваемыми, имеющими серьезную репутацию, грешила раньше маркетинговая сфера, сейчас, как следует из приведенного примера, этим не брезгают и те, кто позиционирует себя в качестве «ведущих экспертов», нарушая при этом закон (вводят в заблуждение потребителей) и путая азы специальности: экспертные методы и экспертные задачи, к коим как раз и относятся идентификационные и диагностические.

Для человека грамотного, опытного в вопросах экспертизы не составит труда понять, что на сайте организации, где работают якобы «лучшие эксперты города», просто невозможны грамматические, пунктуационные, речевые ошибки, как и высказывания, подрывающие репутацию других экспертов. Однако для рядового потребителя риски случайного выбора, основанного на некритическом восприятии информации, весьма высоки. Не случайно поэтому эмоционально заряженные тексты составляют контент многих таких сайтов: «Проводим комиссионные экспертизы. Мы готовы составить заключение комиссией экспертов в составе до восьми человек, суммарный стаж которых составляет свыше 150 лет! Данная экспертиза будет иметь огромный «вес» в суде!»<sup>15</sup>. Комиссия в восемь человек со стажем более 150 лет – для специалиста это смешно, а для человека, попавшего в беду

<sup>12</sup> Гуров Ф.Н. Опыт социально-философского осмысления проблемы «фейков» и «пузырей фильтров» в сети // Проблемы современного образования. 2019. № 3. С. 15–16.

<sup>13</sup> Гуров Ф.Н. Информатизация общества и трансформация субъекта коммуникативных практик // Гуманитарный вестник. 2019. № 4. С. 8.

<sup>14</sup> Институт судебной экспертизы // Высшая школа экспертизы и права: Московское образовательное учреждение // <https://hsep.ru/institut-sudebnoj-ekspertizy> (дата обращения: 18.01.2021)

<sup>15</sup> Экспертная организация «Профессионал эксперт» // <http://www.proekspertiza.ru> (дата обращения: 02.04.2020). В настоящее время (дата обращения: 24.01.2021) работа сайта временно приостановлена.

и нуждающегося в экспертной помощи, может показаться впечатляющим: вполне вероятно, что он не знает, что экспертиза не может иметь огромный «вес» в суде, поскольку ни одно из доказательств не имеет для суда заранее установленной силы.

Воздействующий характер маркетинговой коммуникации, ее установки серьезно влияют на современного человека, способствуя развитию у него высокого уровня внушаемости, поверхностного восприятия информации, порождая инфантилизм и отсутствие критического мышления.

Можно согласиться с мыслью автора книги «Смерть экспертизы» Тома Николса: «Боюсь, что сейчас мы наблюдаем процесс обесценивания экспертного знания в любой области; спровоцированное Google, Wikipedia и блогами стирание любых границ между профессионалами и дилетантами, студентами и преподавателями, знающими и просто любопытствующими – другими словами, между теми, кто достиг определенных успехов в какой-то конкретной области, и теми, кто этим похвастаться не может»<sup>16</sup>. Показательно, что к числу убийц экспертного знания автор отнес существующую систему высшего образования (*студенты как клиенты, инфляция оценок, «оценивание студентами своих педагогов, словно они равные»*), безграничный доступ к информации через Интернет (*«он позволяет людям изображать интеллект, давая иллюзию экспертных знаний, а вернее – доступ к неограниченному количеству фактов»*).

Такая «информатизация» повлияла и на качественное состояние профессионального сообщества, задала видение и отношение общества к нему. Эксперты и экспертизы стали рассматриваться через призму медиасреды, в большинстве случаев через электронные СМИ или новые медиа с характерной для этих площадок свободой оценки, основанной не на фактах, а в лучшем случае – на их интерпретации. В качестве примера можно привести заголовки сообщений, информационным поводом для которых послужило заключение (консультация) специалиста по результатам лингвистического исследования нескольких текстов поста блогера А. Водонаевой:

«Водонаева провела лингвистическую экспертизу (здесь и далее выделено нами. – Т.Н. и Е.Ч.) своего поста в Instagram» (Яндекс.Новости (yandex.ru/news) 07.03.2020 04:14);

<sup>16</sup> Николос Т. Смерть экспертизы. Как Интернет убивает научные знания. М.: Эксмо, 2019. С. 38.

«Филолог не нашел унижения человеческого достоинства в словах Водонаевой» (БезФормата Санкт-Петербург (sanktpeterburg.bezformata.com) 06.03.2020 22:02);

«Сдали экспертам МВД»: Водонаева *рассказала об итогах экспертизы своего поста*» (Агентство бизнесновостей (abnews.ru) 06.03.2020 21:52);

«Володин не извинится перед Водонаевой *после лингвистической проверки*» (DivaNews.ru 06.03.2020 21:01);

«*Экспертиза не отыскала экстремизма* в словах Водонаевой о «рожающем быдле»» (Твой город Псков (tvoigorodpskov.ru) 06.03.2020 20:52);

««Рожжающее быдло» – не оскорбление: Водонаеву *спасла от экстремизма хитрая оговорка*» (БезФормата Владивосток (vladivostok.bezformata.com) 06.03.2020 19:11) и др.

Примечательно, что ни в одном из сообщений документ, действительно размещенный на одной из площадок в свободном доступе, не был назван правильно: заключение (консультация) специалиста. Это к вопросу о понимании предмета темы, что взялся о нем писать публично.

Подытоживая сказанное, можно сделать вывод о том, что эпоха цифровизации привела к возникновению таких серьезных коммуникационных проблем, как распространение недостоверной информации, представляющих угрозу информационной безопасности государства, общества и личности, а также к упразднению профессиональных фильтров в экспертной деятельности, что влечет за собой снижение качества и уровня значимости судебных экспертиз. Чтобы достойно ответить на новые экспертные вызовы и противостоять опрошению профессиональных стандартов и превращению экспертизы в шоу, необходимо усилить информационное взаимодействие между представителями разных экспертных ведомств в целях противодействия профанации экспертной деятельности.

#### Библиографический список

1. Академик. Словари и энциклопедии на академике // <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1735064>
2. Астротурфинг: как заставить тысячи людей поверить в твой продукт? // 4BRAIN // <https://4brain.ru/blog/astroturfing-kak-zastavit-tysjachi-ljudej-poverit-v-tvoj-produkt/>.
3. Бесплатный генератор рукописных конспектов, текстов // Handwriter.ru // <https://handwriter.ru/>.

4. *Гуров Ф.Н.* Информатизация общества и трансформация субъекта коммуникативных практик // Гуманитарный вестник. 2019. № 4.
5. *Гуров Ф.Н.* Опыт социально-философского осмысления проблемы «фейков» и «пузырей фильтров» в сети // Проблемы современного образования. 2019. № 3.
6. *Гуров Ф.Н.* Продвижение бизнеса в Интернет: все о PR и рекламе в Сети. М.–СПб.: Вершина, 2009.
7. Институт судебной экспертизы // Высшая школа экспертизы и права: Московское образовательное учреждение // <https://hser.ru/institut-sudebnoj-ekspertizy/>.
8. *Литвинцев А.* Генераторы уникальных текстов. Программы и онлайн-сервисы создания уникального контента // Яндекс.Дзен // <https://zen.yandex.ru/media/id/5df0d50d1a860800af444475>.
9. *Мармузевич С.* «Бесчеловечные аккаунты»: как виртуальные инфлюенсеры завоевывают Интернет // Лайфхакер. 3 апреля 2020 г. // <https://lifehacker.ru/virtualnye-inflyuensery/>.
10. *Николос Т.* Смерть экспертизы. Как Интернет убивает научные знания. М.: Эксмо, 2019.
11. Разработка телеграмм-бота // Tabolin design // [https://www.tabolin.pro/services/telegramm-bot/?yclid=37843510457825122\\_](https://www.tabolin.pro/services/telegramm-bot/?yclid=37843510457825122_)
12. Российский научный журнал опубликовал текст, созданный компьютером // Live Journal // <https://gghost.livejournal.com/114585.html>
13. *Тарасов Д.* Автоматическая генерация осмысленных уникальных текстов // Хабр // <https://habr.com/ru/company/meanotek/blog/259355/>.
14. Экспертная организация «Профессионал эксперт» // <http://www.proekspertiza.ru> (дата обращения: 02.04.2020). В настоящее время (дата обращения: 24.01.2021) работа сайта временно приостановлена.
15. Astroturfing: what is it and why does it matter // The Guardian. 8 Feb 2012 // <https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/feb/08/what-is-astroturfing>.



## Профессиональный стандарт судебного эксперта как элемент системы подготовки специалистов

**Надежда Сергеевна Неретина\***

В современных условиях квалифицированные кадры являются ключевым ресурсом для развития не только отдельно взятого предприятия или организации, но и для всего производства, государственного управления и экономики в целом. Судебно-экспертная деятельность не является исключением, поскольку от уровня квалификации эксперта зависит качество производства судебной экспертизы, способность эксперта устанавливать факты и обстоятельства, имеющие значение для дела.

Квалификация эксперта складывается из его уровня знаний, умений, профессиональных навыков и опыта работы.

\* Кандидат юридических наук, заместитель заведующего, доцент кафедры судебных экспертиз Московского государственного юридического университета им. О.Е. Кутафина (МГЮА).

В настоящий момент подготовка судебных экспертов осуществляется в 34 вузах России<sup>1</sup>.

С 1 января 2021 г. введен в действие новый образовательный стандарт высшего образования – специалитет по специальности 40.05.03 Судебная экспертиза<sup>2</sup> (далее – ФГОС), в соответствии с которым у выпускника должны быть сформированы универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции. Если первые названные категории находят свое закрепление в ФГОС, то

<sup>1</sup> Экспертные вузы // Официальный сайт некоммерческого партнерства Федерация судебных экспертов // <http://фсэ.рф/obuchenie-expertov/> (дата обращения: 21.01.2021).

<sup>2</sup> Приказ Минобрнауки России от 31 августа 2020 г. № 1136 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – специалитет по специальности 40.05.03 Судебная экспертиза» // СПС «КонсультантПлюс».