

УДК 316.77

Алла Георгиевна Гурочкина, к. филол. н.
Российский педагогический университет
им. А. И. Герцена, Санкт-Петербург, Россия
э-почта: i.arkhipov@yandex.ru

Alla Georgievna Gurochkina, Cand. of Sc. (Philology)
Russian State Pedagogical University named after
A. I. Herzen, St. Peterburg, Russia
e-mail: i.arkhipov@yandex.ru

«ФЕЙКОВЫЕ НОВОСТИ» И ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ

Доклад посвящен рассмотрению феномена «фейковые новости», их основных признаков, некоторых причин, по которым люди склонны верить таким новостям, правдивости сообщений и воспринимаемого качества информации на платформах англоязычных социальных сетей.

Ключевые слова: фейковые новости; массмедиа; манипулирование; информация; социальные сети; искусственный интеллект.

FAKE NEWS AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE

The report examines the phenomenon of "fake news", its main features, some of the reasons why people tend to believe fake news, the reliability of messages and the perceived quality of information on English-language social media platforms.

Key words: fake news; mass media; manipulation; information; social networks; artificial intelligence.

Фейковые новости представляют собой одну из актуальных мировых проблем в современном мире и это не случайно. Их интенсивное функционирование в различных массмедиа дискурсах, их популярность и негативное воздействие как на отдельного человека, так и на отдельный социум в целом, на его социальные, политические, экономические и другие аспекты вызывает тревогу у широкой общественности. При этом феномен фейковых новостей, как отмечают многие исследователи, не является чем-то новым. Получение и обновление знаний об окружающем мире является сущностной, естественной потребностью человека, потребностью, в ходе осуществления которой он генерирует свою когнитивную нишу как базу для выживания и приспособления к окружающей его среде. В этой связи интерес к новостям, как одному из источников получения знаний, появился у человека с тех пор, как появились и получили широкое распространение печатные СМИ. При этом в течение длительного времени считалось, что новости должны быть фактическими, достоверными и беспристрастными, то есть в новостных статьях изначально была заложена приверженность к правде. Однако постепенно контент и формат подачи новостей меняется. У издателей и создателей новостей появляется возможность и способность манипулировать фактами, событиями в новостном контенте, оказывать тем самым влияние на их восприятие и понимание реципиентом в нужном им направлении для достижения своих корыстных целей.

Широкую известность термин «фейковые новости» приобрёл во время и после всеобщих выборов в США в 2016 г. Причины их быстрого распространения исследователи в области когнитивной психологии объясняют тем, что люди от природы плохо проверяют факты, а сравнение известных и неизвестных фактов представляет собой серьёзную проблему. Кроме того, большинству людей присуща склонность изначально маркировать новую информацию как достоверную, тем более, если она поступает из их круга общения как в социальных сетях (Gauthman C. Why people fall for dumb Internet hoaxes, The Washington Post, 12 September 2014).

Искусственный интеллект и появившиеся в последнее время новые технические средства, обеспечивающие их быстрое распространение в социальных сетях, вывели этот феномен на совершенно новый уровень. Отдельные лица, организации и государства, активно занимающиеся пропагандой, используют фейковые новости, чтобы посеять неуверенность, замешательство и сомнения у их реципиентов, продвинуть свои взгляды и интересы экономического, идеологического, политического и др. характера. Сегодня создатели фейковых новостей, наряду с вербальными манипуляциями, используют мощные технологии, такие как изменение голоса и лица человека, технологии, позволяющие создавать поддельные фотоизображения и видео, в которых разработчики программного обеспечения могут накладывать реальные кадры на поддельный звук, используя оригинальный голос. В результате получается видео, в котором реальный человек говорит то, чего он никогда не говорил.

Ярким примером отмеченного выше может послужить часто упоминаемый в публикациях эксперимент, проведенный в Вашингтонском университете и названный «Синтез Обамы». В его рамках была взята аудиозапись одной из речей Б. Обамы и использована для анимации его лица в совершенно другом видео с не-

вероятной точностью (благодаря обучению рекуррентной нейронной сети на нескольких чатах видеозаписей) (Vosoughi S. et al. (2018), "The spread of true and false news online", Science, 09 Mar 2018: Vol. 359, Issue 6380).

Подобные технологии, обманные, манипулятивные изображения и видео практически не позволяют отличить правду от лжи, что в совокупности с качеством вербальной информации в социальных сетях представляют собой важные факторы, которые способствуют распространению фейковых новостей (Gathman C. Why people fall for dumb Internet hoaxes, The Washington Post, 12 September 2014). Усугубляет ситуацию с фейковыми новостями и часто используемая в Сети возможность, когда точные и неточные факты, достоверная и недостоверная информация переплетаются и искажаются, чтобы представить предвзятые точки зрения и полуправду, смешивая факты и вымысел.

В последнее время, благодаря достижениям в области искусственного интеллекта и компьютерной графики, появилась новая категория инструментов, позволяющая программным обеспечениям самим генерировать реалистично выглядящие поддельные, ложные новостные статьи, засоряя новостные ленты социальных сетей большим количеством намеренно сфабрикованных статей (Vincent J. (2017), "New AI research makes it easier to create fake footage of someone speaking", The Verge, 12 July 2017).

Психологическую подоплеку веры фейковым новостям в социальных сетях можно объяснить тем, что молодые в большинстве своем пользователи, генерирующие информацию для своих потенциальных реципиентов не знакомы с реальным контентом, которым они делятся, а основываются на слухах, не принимают во внимание легитимность конкретных источников новостей, а пользователи, воспринимающие эту информацию, подвержены предвзятому отношению к ее подтверждению.

Иными словами, широкое распространение интернета и социальных сетей, в частности, значительно упростило создание, распространение и потребление ложного контента в быстром и массовом порядке, что не могло не привлечь внимание общественности к разработке каких-то решений для предотвращения и защиты от этой вредоносной проблемы.

Начав борьбу с фейковыми новостями, первое, что предложили специалисты, это проверка фактов, когда информация проверяется профессионалами в области СМИ. Этот метод оказался не очень успешным, поскольку он занимает очень много времени, не масштабируется (учитывая безграничные возможности интернета) и в большинстве случаев представляет собой «постфактумный» анализ, проводимый после того, как вирусный фейковый новостной контент был уже распространен и достиг своих целей.

Другой метод, разработанный для проверки достоверности информации в Сети, получил название «краудсорсинговая проверка фактов». В рамках этого метода проверка выполняется непрофессионалами на виртуальных платформах. Этот метод позволяет любым пользователям создавать контекстные комментарии и корректирующие примечания к постам других пользователей и оценивать их полезность и достоверность. Неоднозначные результаты, полученные в ходе применения этих методик, указали на необходимость проведения дальнейших исследований в этом направлении, в том числе лингвистических.

В настоящее время одним из обсуждаемых многими исследователями эффективных подходов борьбы с фейковыми новостями называется подход их автоматического обнаружения с помощью алгоритмов искусственного интеллекта, основанных на лингвистической аналитике, графической аналитике и статистическом анализе.

Основные выводы можно свести к следующему: фейковые новости являются сложной, опасной проблемой; существует острая необходимость в поиске ее решения с технологической и с лингвистической точек зрения; ее новые угрозы в значительной степени связаны с интенсивным, манипулятивным использованием различных лингвистических приемов и средств в совокупности с искусственным интеллектом, позволяющим создателям фейковых новостей генерировать масштабные, вредоносные мистификации с акцентом на «изображения», цель которых – убедить реципиента, что все, что он видит и слышит – правда.