

Секция «Информационное общество, цифровая экономика и информационная безопасность»

**Развитие информационных сетей. Реальное находит отражение в виртуальном и наоборот**

**Научный руководитель – Нургазина Гульмира Есимбаевна**

***Тихунов Георгий Игоревич***

*Студент (бакалавр)*

Российская государственная академия интеллектуальной собственности, Москва, Россия

*E-mail: gorg20022@mail.ru*

Современный мир даёт нам множество благ, в том числе и Интернет. Он выступает обоюдоострым мечом, так как способен создавать как угрозы, так и возможности развития самого человека и общества вместе с ним.

Ни для кого не секрет, что различного рода информационные сети уже давно прочно вошли в нашу повседневную жизнь: будь то цифровая экономика, которая позволяет совершать оплату на расстоянии (например, оплатить свет на портале государственных услуг), или же возможность получения каких-либо полезных навыков через различные видео-хостинги, форумы, специально отведённые учебные платформы, по типу каких-нибудь GeekBrains.

Но забирая что-то у Интернета - мы также ему “что-то” отдаём.

В современном мире каждый человек может выступать творцом своего контента, и для этого достаточно лишь умение писать. Так, например, делая очередной пост на своей странице в Instagram - вы становитесь автором оригинального продукта, который никогда не пропадёт. Ведь, если что-то попало в сеть - оно уже оттуда не уйдёт.

Как пример того, что интернет пространство приобретает “человеческие черты”, можно привести такой социальный феномен, как “Эффект Стрейзанд”. То есть, если вы, например, захотите, чтобы какая-нибудь информация покинула интернет и будете пытаться её насильно изъять из публичного доступа (т.е допускать цензуру какой-либо продукции) - это всё действие приведёт только к ещё большему её распространению. В данном случае Интернет ведёт себя ровно как маленький ребёнок, который не хочет отдавать свою конфетку.

Идея проста: так как каждый пользователь сети каждый раз отдаёт часть “себя”, то было бы логично предположить, что и сам Интернет в какое-то время станет просто отражением реального мира, наполненный актуальными образами, идеями, намерениями и всем тем остальным, что свойственно определённым представителям общества. Возможно, как раз в данном контексте было бы актуально использовать понятие Адольфа Кетле, а именно, “средний человек”. Для того, чтобы это доказать не нужно ничего особенного, разве что пять-десять минут реального времени и доступ в Интернет.

Сначала вам могло бы показаться, что ничего такого в этом нету, что невозможно контролировать Интернет и самих пользователей, что это не какие-нибудь выборы в Северной Корее, и, конечно, вы будете правы. Но даже вода камень точит, нужно только время, у Интернета есть другие, не прямые инструменты воздействия на человека, и об этом будет сказано чуть позже.

Да и некоторые важные люди придерживаются такой идеи: “не можешь победить - возглавь”. То есть, для того, чтобы что-то получить в современном обществе не обязательно даже самому придумывать оригинальные идеи, подходы: достаточно лишь уметь

слушать то, чего хочет народ, или же подписчики - это и называется популизмом, тактикой, которую все активно используют: от интернет-знаменитостей (Николай Соболев) до политиков (Навальный).

То есть, проанализировав мнение Интернета - можно проанализировать мнение всех и каждого в твоей стране, или даже во всём мире.

Есть прецеденты, когда различного рода компании (всё же, чаще связанных с политикой) интересовались такими данными, и, наверное, самое громкое дело было связано с лондонской аналитической компанией Cambridge Analytica и социальной сетью Facebook.

Именно этим двум вменяют в попытку повлиять на исход президентских выборов в США в 2016 году. Что случилось: в руки Cambridge Analytica попали персональные данные более 87 миллионов пользователей при помощи викторины “Это ваша цифровая жизнь” (так как люди зачастую даже не прочитывают и первого пункта пользовательского соглашения. Не правда ли, что после такого хочется задуматься о том, что же так постоянно добавляют к себе в пользовательское соглашение Google?). После сбора такого массива информации будет довольно-таки просто проанализировать политические предпочтения электората, не правда ли? Или можно будет понять, что надо делать, чтобы выиграть, какие обещания дать, что конкретно сделать. А ещё можно было бы попытаться дискредитировать своих политических конкурентов, в чём, собственно, также обвиняют сотрудников Cambridge Analytica.

Но, к счастью, после крупного скандала компанию расформировали, а Facebook в один момент обязали выплатить 5 миллиардов долларов, что являлось бы новым рекордом.

Также у Интернета есть и другие сомнительные функции, способные влиять на своих пользователей: это, так называемый, фильтр интересующей информации. Легче всего было бы рассмотреть это на примере видео-хостинга “YouTube”.

Этот сайт собирает статистику ваших просмотров, время просмотренного материала, как вы оценили видео, оставили ли вы комментарий и всё прочее. Со временем вам начинают показывать только то, что вам нравится, и, конечно, это хорошо, вроде бы, но тем самым вы теряете объективность, вы начинаете думать, что люди всего мира смотрят и думают так же, как и вы. Вы начинаете вариться, так сказать, “в собственном соку”. Вы теряете пластичность ума, всё труднее будет становиться понимать представителей противоположного мнения. Этим самым такая функция становится больше похожа на какую-нибудь секту, которая вещает вам одну и ту же информацию с постоянной периодичностью.

Площадка вырабатывает некий “стандарт” предпочтений пользователя, тем самым нанося вред дважды: 1) Когда человек начинает вариться в собственном соку, и он об этом не знает; 2) Когда формируется полноценная картина пользователя, которую можно было бы идентифицировать как персональные данные, имеющие неплохую монетизирующую способность, например, её можно продавая рекламным агентствам или же другим компаниям, на подобии ранее сказанной Cambridge Analytic. Только в этот раз нельзя будет привлечь компанию к ответственности, так как она, вроде бы, работает ради “удобства” пользователя.

Это лишь часть примеров того, как Интернет пространство способно влиять на реальный мир, а реальный на информационный. Более глубоко будет рассмотрена проблема в самой статье.

### Литература

1. Сноуден Э.Д. Эдвард Сноуден. Личное дело. - М.: Эксмо, 2019. - 416 с.
2. <https://shkolazhizni.ru/computers/articles/98011/>
3. <https://www.bbc.com/russian/features-43475612>
4. <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2019/07/2/649257/>