

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования.

В настоящее время сеть Интернет является основным источником получения информации для большинства людей. Подробный анализ большого количества социальных исследований показывает существенный прирост числа пользователей с каждым годом [1-3]. Согласно последним исследованиям, изложенных в докладе ООН «The State of Broadband: Broadband catalyzing sustainable development», количество пользователей Интернета достигло отметки в 3,58 млрд человек, что составляет практически половину населения земного шара [1]. Что касается нашей страны, то доля интернет-пользователей в России составляет около 80% [2]. Примечательно, что среди молодых людей в возрасте от 16 до 29 лет этот показатель достиг 97% [3].

В связи с высокой популярностью социальных сетей они помимо выполнения функций поддержки общения, обмена мнениями и получения информации всё чаще становятся объектами и средствами информационного управления, а также ареной информационного противоборства. Они являются существенным инструментом информационного влияния, в том числе – в целях манипулирования личностью, социальными группами и обществом в целом, а также полем информационной войны [4-7].

Термин «социальная сеть» был введен задолго до появления Интернета и традиционных интернет-сетей. В 1954 году американский социолог Джеймс Барнс так обозначил социальную структуру, состоящую из группы узлов, которыми являются социальные объекты (общность, социальная группа, человек, личность, индивид) [8]. С развитием Интернета этот термин стал широко применяться для обозначения ресурсов, функционал которых позволяет представлять себя в Интернете, создавать собственную страничку и общаться с другими пользователями. Сегодня в общепринятом понятии под социальной сетью понимают интернет-площадку, сайт, который позволяет зарегистрированным на нем

пользователям размещать информацию о себе и коммуницировать между собой, устанавливая социальные связи.

Социальная сеть (от англ. social networks) – это социальная структура, состоящая из группы узлов, которыми являются социальные объекты (люди, группы людей, сообщества, организации) и связей между ними (социальных взаимоотношений) [9].

Для России самой популярной социальной сетью является ВКонтакте. В социальной сети ВКонтакте в сутки пользователи отправляют 5 млрд. сообщений и 1 млрд. раз ставят отметку «Мне нравится». Все эти данные говорят о высокой популярности социальной сети.

Все социальные сети для общения имеют структуру автоматизированной социальной среды, которая обеспечивает коммуникации не только отдельных пользователей, но и групп, которые образовались при объединении общих интересов пользователей.

Но вместе со всеми преимуществами социальные сети представляют собой серьезную угрозу информационной безопасности. Любая социальная сеть определяется контентом, который она содержит. В информационных сетях может распространяться контент практически любого характера, в том числе и деструктивного. Значительная часть информационного потока содержит недостоверное или вводящее в заблуждение содержание. Данный феномен получил название фальшивых или фейковых новостей.

В связи с высокой популяризацией термин «фейк» стали использовать очень расширительно, называя фейком и фотографии, обработанные в Photoshop, иногда и видеоролики, смонтированные в видеоредакторе, страницы в социальных сетях, созданные от имени других (как правило, известных) людей, анекдотические истории, которые распространяют так называемые шоу-площадки и развлекательные ресурсы. В общем случае, фейк – это целенаправленное использование выдуманных и специально сфабрикованных новостей, главной целью которых является подрыв репутации какого-либо института или организации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данная дипломная работа посвящена исследованию процессов распространения фейков в социальной сети для общения ВКонтакте. В результате выполнения работы были получены следующие основные результаты.

1. Произведена формализация описания социальной сети для общения ВКонтакте, представлены классификация и характеристики фейков. Также была описана специфика фейковой информации, были выделены основные особенности ее распространения в социальных сетях. Приведенная классификация фейков может служить основой для формализации представления фейков и их учета при построении моделей распространения фейкового контента в социальных сетях. Была предложена формула нахождения эффективности контента.

2. Была предложена дискретная вероятностная модель SEIHRZ распространения фейкового контента, учитывающая особенности социальной сети ВКонтакте. Вероятности переходов для предложенной модели были собраны методом опроса пользователей социальной сети.

3. Произведено автоматизированное моделирование процессов распространения фейков на основе разработанной модели SEIHRZ, проведено сравнение с существующими моделями распространения фейков. Также было произведено наглядное сравнение способов распространения между обычными пользователями и при помощи социальных ботов.

В ходе проделанной работы была достигнута поставленная цель: разработана и дискретная вероятностная модель распространения фейков, учитывающая особенности социальной сети ВКонтакте, получившая название SEIHRZ. Продемонстрирована работа данной модели в специализированном программном обеспечении «NetEpidemic».

Перспективные направления развития. В проделанном исследовании стояла цель рассмотреть и разработать вероятностную модель распространения фейковой информации. Следовательно, будущие разработки могут состоять в

формировании модели ограничения и предотвращения распространения фейкового контента в социальных сетях на основе предложенных систем.

Указанные перспективные направления развития показывают высокую актуальность и необходимое изучение тематики распространения фейкового контента не только в социальных сетях, но и в других сферах.

ITdiplom

ITdiplom

ITdiplom

ITdiplom

ITdiplom

ITdiplom

ITdiplom

ITdiplom

ITdiplom