ПРОБЛЕМА АНАЛИЗА ВЛИЯНИЯ ИНФОРМАЦИИ ИНТЕРНЕТА НА ПОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ АГЕНТОВ**[[1]](#footnote-1)**

Швецов Анатолий Николаевич

профессор, доктор технических наук, профессор,

Вологодский государственный университет, г. Вологда

Дианов Сергей Владимирович

старший научный сотрудник, кандидат технических наук,

Вологодский научный центр РАН, г. Вологда

**Аннотация:** В статье рассматривается проблема исследования феномена информационного воздействия Интернета на состояние и поведение экономических агентов. Формулируются основные положения комплексного подхода к анализу достоверности и оценки последующего влияния информации, получаемой посредством сети Интернет.

**Ключевые слова:** интернет, экономические агенты, интеллектуальные агенты, семантический анализ информации.

Рыночная экономика неразрывно связана с информационно-коммуникационными процессами в современном обществе, которые приобрели глобальные масштабы и способны оказывать сильное влияние на состояние и поведение экономических агентов.

Первые месяцы 2020 года наглядно продемонстрировали феномен информационного воздействия на экономические институты, связанного с появлением информации о коронавирусе COVID19. 21 января  
2020 года ключевые американские индексы (Dow Jones Industrial Averge, S&P 500 и NASDAQ Composite) снизились на значения от 0,2% до 0,5%. 22 января китайский индекс Shanghai Composite упал на 2,7%, японский Nikkei 225 на 0,3%, гонконгский Hang Seng в течение дня падал на 3%, индекс Московской биржи снижался на 0,3%, индекс РТС – на 0,8% [1].

Значительную роль в этих процессах играют глобальные информационно-телекоммуникационные системы и сервисы (Интернет, социальные сети, сетевые сообщества, телеграмм-каналы и т.п.), которые открывают широкие опасные возможности манипуляции общественным сознанием, активного продвижения дезинформации [2].

В последние годы неоднократно проявлялись результаты деструктивных информационных воздействий на участников рынка и различные социальные группы через ресурсы Интернета (социальные сети, форумы, мессенджеры), приводящие к далеко идущим экономическим последствиям. Проблема влияния достоверности получаемой информации на экономические формы и социально-психологические факторы поведения различных социальных групп в условиях информационного общества до настоящего времени является недостаточно изученной [3].

В отличие от существующих подходов предлагаемая авторами методика соединяет возможности методов социальной науки с компьютерными средствами их реализации в современной инфокоммуникационной среде. Исследование проблемы информационного воздействия Интернета проводится на междисциплинарной основе, посредством синтеза социологических, психологических и конфликтологических методов с информационными технологиями и реализуется в разработке комплекса концептуальных и факторно-типологических моделей и проведения констатирующих экспериментов.

Воздействия через Интернет, формируемые различными группами в социальных сетях и сообществах могут носить как выраженный, так и явно невыраженный деструктивный и экстремистский характер, направленный на искусственное конструирование несуществующих проблем, провоцирование общественного ответа в форме интенсивных коллективных переживаний и, наоборот, нацеленный на нивелирование реальных проблем, снижение остроты социальной реакции [4].

В этой связи представляется целесообразным исследование лингвосемантических особенностей достоверной, искаженной и недостоверной информации, циркулирующей в социальных сетях Интернета через оценку диапазона и качества речевых единиц, коммуникативных паттернов, тем и смыслового содержания текстовых сообщений.

В настоящее время известны методы выявления дезинформации посредством анализа первоисточников ссылок и распространяемых альтернативных версий сообщений [5], лингвистических и паралингвистических маркеров (эмоциональная лексика и эмотиконы, многословность, отсутствие деталей, ссылки на третьих лиц и т. п.), позволяющие с высокой точностью идентифицировать лжеца [6].

Вместе с тем, в рамках исключительно внутриличностного и межличностного анализа, не удается противодействовать социально-психологическим эффектам целенаправленного деструктивного воздействия на социум через системы и сервисы Интернета.

Построение классификации социально-психологических типов отношения личности к Интернет-воздействиям позволит повысить устойчивость социума к информационно-психологическим операциям, осуществляемым средствами Интернета.

Научная новизна проводимого исследования заключается в создании основ комплексного подхода к проблеме достоверности информации, циркулирующей в среде Интернета, на основе объединения социологических методов интервьюирования, анкетного опроса, фокус-группы, психологических методов, основанных на применении многомерного типологического подхода и информационно-семантических методов анализа текстов на естественном языке. Особенность предлагаемого подхода состоит в разработке методик диагностики и мониторинга влияния информационных процессов Интернета на формирование отношений в экономической среде на основе мультиагентного подхода с использованием семантического анализа и управляемого диалога с респондентами. Комплексное исследование проблемы достоверности информации в экономической среде как методами социальных и гуманитарных наук, так и средствами инфокоммуникационных технологий, позволит собрать и проанализировать большой объем эмпирических данных об экономико-социальных практиках и степени влияния информационных и коммуникативных воздействий через Интернет-среду.

В рамках системного подхода для реализации социологических методов экспресс-анализа и диагностики социальной ситуации в экономической среде планируется использовать методы теории интеллектуальных агентов, учитывающие особенности современного состояния и динамику инфокоммуникационной среды Интернета, отражающей мнения, предпочтения, мотивы и цели поведения индивидуумов [7]. Для анализа электронных ресурсов используются методы семантического анализа текстов естественного языка (интенсиональные логики Р. Монтегю, модели «Смысл-Текст» Мельчука А.И., неоднородные семантические сети Осипова Г.С.). Для выявления семантически значимых электронных документов в Интернет-среде применяются методы семантического поиска информации автономными интеллектуальными агентами, использующими онтологические модели представления исследуемых проблемных областей [8].

Использование данных методов позволит проводить содержательный анализ Интернет-средств массовой информации, имеющих влияние на экономических агентов; собирать данные об объектах экономической среды посредством интеллектуальных агентов, анализирующих содержание электронных информационных ресурсов (электронные издания, материалы социальных сетей, форумов и чатов); проводить опросы пользователей сети Интернет путем автоматической рассылки и обработки опросных листов; выполнять тестирование определенных репрезентативных групп потребителей в дистанционном режиме; организовать дистанционное интервьюирование испытуемых на основе логики вопросов и ответов с возможностью выявления латентных мотивов и целей поведения.

Список цитируемых источников

1. Stocks Drop a Fourth Day With Virus Anxiety Rising: Markets Wrap. – URL:<https://www.bloomberg.com/markets> (дата обращения: 25.02.2020). – Текст : электронный.
2. The Global Risks Report 2020 15th Edition. – URL: <http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risk_Report_2020.pdf> (дата обращения: 17.01.2020). – Текст : электронный.
3. McCole, P. The role of structural assurance on previous satisfaction, trust and continuance intention: The case of online betting / P. McCole, E. Ramsey, A. Kincaid [et al] // Information Technology and People. – 2019. – URL: https://doi.org/10.1108/ITP-08-2017-0274 (дата обращения: 17.01.2020). – Текст : электронный.

4. Михеев, Е. А. Дезинформация в социальных сетях: состояние и перспективы психологических исследований / Е.А. Михеев, Т. А. Нестик // Социальная психология и общество. – 2018. – Т. 9, № 2. – С. 5–20.

5. Bode, L. In Related News, That Was Wrong: The Correction of Misinformation Through Related Stories Functionality in Social Media / L. Bode, E. K.Vraga // Journal of Communication. – 2015. – V. 65. – P. 619–638.

6. Ho, Sh. M.Computer-Mediated Deception: Strategies Revealed by Language-Action Cues in Spontaneous Communication / Sh. M. Ho, J. T. Hancock, Ch. Booth, X. Liu // Journal of Management Information Systems. – 2016. – V. 33, № 2. – P. 393–420.

7. Асташов, В.Н. Методы исследования социальных установок молодежи к мигрантам / В.Н. Асташов, К.Б. Малышев, А.Н. Швецов [и др.] // Курск: Университетская книга, 2018. – 176 с.

8. Швецов, А.Н*.* Использование онтологий в процессах синтеза агент-ориентированных моделей сложных систем / А.Н. Швецов, С.В. Дианов // Перспективное развитие науки, техники и технологий. Сб. научн. статей 9-ой Международ. научно-практической конф. – Курск: Университетская книга, 2019. – С. 344-347.

1. Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ (проекты № 18-47-350001р-a, 19-01-00103a, 20-010-00852 А). [↑](#footnote-ref-1)