

ГИБРИДНЫЙ ТРОЛЛИНГ КАК МЕТОД ВЕДЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

М.А. Стародубцева, В.А.Мазуров

Алтайский государственный университет, г. Барнаул

Способность управления собственными информационными ресурсами в настоящее время являются одной из немаловажных целей государств для доминирования на мировой арене. В связи с этим большими акторами мировой политики создаются механизмы управления данными ресурсами, а также механизмы защиты своего киберпространства. Сегодня виртуальное пространство стало полем информационной войны. Одним из ее инструментов стал “троллинг”, то есть Интернет-провокация. Рожденный в условиях виртуального общения, троллинг не производное Интернет-дискуссии, а перенос сарказма над оппонентом из реального мира в виртуальный. Разница состоит лишь в размере аудитории, реагирующей на провокационные послы тролля.

Троллинг по-прежнему остается относительно неизведанным явлением. Несмотря на то, что такая деятельность была широко идентифицирована, ее последствия не были измерены, особенно из-за того, что трудно различить платных троллей и людей, которые просто выражают свое мнение. Троллинг, как информационная технология влияния на сознание Интернет-пользователей, был взят на вооружение гибридной войны, как активный элемент пропаганды и контрпропаганды в области внутренней и внешней политики государств, а также экономической борьбы за рынки сбыта. Как утверждает Д. Ван Пуйвелд: «Любая угроза может быть гибридной, если она не ограничивается одной формой и измерением военных действий. Когда любая угроза или применение силы определяется как гибридная, термин теряет свою ценность и вызывает путаницу, а не разъясняет «реальность» современной войны».

Информационная война (или информационная война, обычно используемая в средствах массовой информации) - гораздо более точный термин, описывающий конкретную стратегию войны. По словам Дж. МакКуина, информационная война направлена на получение «поддержки коренного населения боевой зоны, поддержка внутренних фронтов вмешивающихся наций и поддержка международного сообщества». Другим полезным термином в этом контексте является предложенная Т. Э. Ниссеном - психологическая война. Это подразумевает «влияние на ценности и систему убеждений целевой аудитории, их восприятие, эмоции, мотивы,

рассуждения и, в идеале, их поведение. Это достигается за счет влияния на восприятие людьми происходящего и, в свою очередь, влияния на их онлайн-и оффлайн-поведение, играя на эмоциональных и логических аргументах из разговоров и истории, а также используя существующий рассказ».

Иллюстративный пример психологической войны приводит Радио Свободная Европа. Всего за день до президентских выборов в Украине 26 октября 2014 года хакеры получили доступ к электронным рекламным щитам в Киеве и передали изображения того, что они изображали как гражданские потери, вызванные украинскими силами, борющимися с пророссийскими сепаратистами на востоке Украины. Однако, по крайней мере, одно из этих изображений было опознано как фотография русского солдата, стоявшего над массовыми захоронениями в Чечне в 1995 году[1].

Новизна нынешней информации и психологической войны – это двойная комбинация онлайн-СМИ. Этот тип «войны» постоянно продолжается и трудно обнаружить. Сложно определить его источник, особенно, поскольку чаще всего он осуществляется из нескольких источников одновременно. И, наконец, такая стратегия ведения войны проникает во все слои общества по очень низкой цене. Даже если аудитория не обязательно верят в заложенную информацию, обилие неподтвержденной информации само по себе ведет к постоянному недоверию к общественной информации и СМИ.

Ниссен выделяет несколько военных мероприятий, в которых используются социальные сети: сбор разведывательных данных, таргетинг, психологическая война, наступательные и оборонительные кибер-операции и деятельность по управлению и контролю. Например: «Интеллектуальные агентства научились использовать социальные медиа в своих интересах. Используя поддельные идентификаторы, они могут создать иллюзию поддержки идей. Они также могут оспаривать идеи на платформах социальных сетей, вставляя встречные аргументы, которые, как представляется, исходят из «низового» уровня движения».

В информационной войне и психологических операциях социальные медиа могут применяться для того, чтобы манипулировать и влиять на население, распространяя слухи, запугивание, дезинформацию, астротурирование, троллинг и провокацию. Конечным термином, который должен быть определен для целей этого исследования, является троллинг. Как недавний и разговорный термин, он не имеет точного определения. В германо-

славянской мифологии и фольклоре троллями называли пакостливых и злобных существ нелюдской наружности. В настоящее время слово «троль» приобрело новое значение. Приведем типичные для Интернета определения троллей. Пользователь пытается повысить свой рейтинг и количество друзей, склоняя других к бессмысленным демагогиям и перепалкам. Тролли привлекают внимание самым изощренным способом, они не придерживаются морали, проявляют внутреннюю агрессию.

В данной работе сделана попытка вывести собственное определение троллинга как «размещение на различных ресурсах (форумах, социальных сетях и т.п.) провокационных сообщений с целью раздражить участников дискуссии, вызвать конфликты между ними, спровоцировать взаимные оскорбления и т.д.». В свою очередь гибридный троллинг – это метод ведения информационной войны посредством размещения провокационных сообщений в сети Интернет с целью внедрения пропагандистской идеологии.

Несколько гипотез о поведении троллей были сделаны на основе анализа доступной информации.

1. Тролли должны публиковать много комментариев (поскольку они выплачиваются на основе объема выполняемой ими работы, поэтому небольшие количества не будут приемлемыми);
2. Тролли должны быть последовательно односторонними (поддерживать умный разговор, который перемещает мнения пользователей в определенном направлении, но его трудно и дорого поддерживать);
3. Тролли должны повторно отправлять сообщения антироссийских СМИ (для получения большого количества комментариев наиболее эффективным способом распространения информации является повторная публикация выдержек из правительственных СМИ или ссылок на них);
4. Тролли не должны заниматься разговорами или делать это только изредка (разговоры занимают много времени, хотя они могут быть наиболее эффективными в психологическом отношении. Однако изменение мнения противника требует особой сложности и занимает очень много времени);
5. Тролли не должны комментировать случайные темы (например, как отремонтировать радиатор автомобиля), которые полностью не связаны с их идеологической задачей и / или по комментариям, которые не являются идеологическими.

Для коллгественного исследования и получения списка возможных троллей были предприняты следующие шаги:

1. Сортировка по IP - адресам. Данные сортировались по IP-идентификаторам, таким образом получается таблица, в которой все комментарии, которые были отправлены с одного IP-адреса, отображались вместе.

2. Ручное сканирование. Данные сканируются вручную, и каждое соответствующее гипотезам сообщение анализировалось.

Проверка гипотезы о том, что тролли работают с нескольких адресов, показала, что в целом существует 9 784 сообщений, которые повторялись хотя бы один раз. Многие из них были отправлены с одних и тех же IP-адресов и поэтому были тщательно проанализированы, когда корпус был проанализирован с точки зрения IP-идентификаторов. Однако было также обнаружено, что 924 сообщения были повторены путем публикации нескольких IP-адресов. Это относительно небольшое число (всего 0,4% всех комментариев). Результаты этого анализа показали, что большинство многопользовательских проводок, поступающих с разных IP-адресов, занимают пророссийскую позицию, только 14% являются антироссийскими. Чтобы дополнительно протестировать гипотезу, все IP-адреса, которые генерировали копии, были просмотрены для их соответствия критериям для троллей, но это не выявило новых, убедительно идентифицированных троллей. Поэтому авторы не смогли подтвердить эту гипотезу[1].

Распределение сообщений троллинга по различным темам статей показало, что почти вся деятельность за исследованный период времени (2018 год) была связана с новостями, связанными с событиями в Великобритании и различными реакциями на эти события. Почти одна треть всех комментариев троллей была опубликована в связи с этой темой - 37% всех сообщений, отправленных подозреваемыми нанятыми троллями. Второй по величине раздел, который привлек внимание троллей, связан с западными санкциями против России и встречными мерами России - 14%. Обсуждение западных стран привлекло 27% всех комментариев.

Интернет-троллинг характеризуется гиперактивным поведением, которое представляет собой интенсивную публикацию комментариев, наличие оскорблений и постоянные попытки опрокинуть других пользователей. Были рассмотрены антироссийские тролли. Они в основном публикуют выдержки из антироссийского медиаконтента, ссылки на различные зарубежные СМИ или рекламные видеоролики на YouTube, они объединяют упомянутый контент с негативными оценками или оскорблениями

отдельных лиц и властей в новостях. Пророссийские интернет-тролли, отобранные для тематического исследования, популяризируют идеологические идеи российской политики, критикуя политику, институты и процессы ЕС и США. Нами были отобраны семь наиболее активных (пользователи, которые опубликовали более 100 комментариев к более чем 20 новостям в течение одной недели) пророссийских гибридных троллей. Поскольку несколько троллей демонстрировали подобное поведение, четыре наиболее типичные тролля были отобраны для иллюстрации результатов тематического исследования.

По итогам проведенного исследования можно охарактеризовать некоторые стили гибридного троллинга как инструмента информационной войны.

1. Троль – обвинитель. Тексты тролля основаны на теории заговоров, в которых утверждается, что происходящие на геополитической арене события срежиссированы США и их союзниками. Чтобы быть более точным, этот тип сообщения не обязательно является видом отдельного тролля. Такое же сообщение может быть выражено многими комментаторами в течение года или дольше (хронологические данные доказывают, что одно и то же сообщение может быть повторно опубликовано в течение года или даже дольше).

2. Бикини-троль - этот троль выражает упрощенное мировоззрение кратким и / или наивным образом. Троль получил прозвище «Бикини» из-за использованной фотографии профиля - молодой девушки в бикини. Подобное фото действует как приманка, побуждая пользователей вступать в диалог с троллем. Тролли Бикини более адаптивны к интернет-среде и поэтому трудно распознать - только контент может показать, что это троллинг. И этот контент прост - в нем есть один вопрос и одно предложение: «Неужели это не только плохая Россия? Мир не работает так, может быть, мы должны смотреть ... », а затем он возвращается к мотивам «винить США».

3. Агрессивный троль - этот троль является ближайшим родственником классических троллей обычных пользователей. Публикуя только агрессивно выраженные сообщения, совершенно ясно, какие позиции он защищает. Агрессивные тролли угрожают их аудитории, и это совершенно очевидно, что их намерение - вызвать эмоциональные реакции. Классические тролли могут быть очень отзывчивыми, потому что они заинтересованы в продлении конфликтов или, что очень редко, провоцируют общество на

реальные действия. В случае гибридных троллей эта отзывчивость очень низкая (логично, потому что ответ на английском языке требует свободного, грамматически правильного языка, и вероятно, будет проблемой).

4. Википедия-тролль - это очень специфический дизайн сообщений гибридного тролля, где тролль публикует некоторую информацию из Википедии (или другого надежного источника, такого как блоги историков и т. д.), Не добавляя эмоциональной ценности этой информации. Опубликованная информация по существу истинна, однако она используется в неправильном контексте, намереваясь аудиторию сделать ложные выводы. Тролль Википедии «сложный», потому что с точки зрения фактического текста информация верна, но способ ее выражения придает читателям совершенно другой смысл.

5. Отсылочный тролль - эти сообщения о троллинге очень короткие с точки зрения слов, но всегда содержат некоторую ссылку, и зрителям предлагается следовать за ними. Ссылка может быть информацией из «серьезной» российской новостной платформы, клипа YouTube из телепередачи, клипа YouTube, показывающего видео, сделанное местными людьми на сайте, и т. Д. Важно признать, что ссылки ведут к реальным платформам, а не рекламные ролики, страницы вирусных программ и т. д. (что было бы в случае с классическими троллями, которые хотели бы раздражать их аудиторию) - эти гибридные тролли в основном хотят «обучать» свою аудиторию прилагаемой информацией. Следовательно, этих троллей трудно идентифицировать, потому что в сообщении гораздо меньше «человеческого содержания». При этом также возникает риск того, что аудитория действительно будет следовать ссылке. Содержание ссылки может быть «чистой» информацией или продолжением троллинга, например, видеоконтентом, который эмоционально вредит читателям самим собой или их сочетанием.

Все эти конструкции сообщений тролля могут перекрываться друг с другом и «заимствовать» характеристики друг от друга. Тем не менее, они в основном придерживаются своего выбранного стиля. Теоретически для этого может быть несколько причин. Во-первых, с точки зрения гибридного троллинга как продолжения пропаганды: основная цель пропаганды - охватить все слои общества, в том числе тех, кто «обвиняется» или «виновен» в причинении условий и критической ситуации, ради общей моральной дестабилизации. Важно признать, что в сильно прокомментированных статьях

присутствуют все конструкции сообщений гибридных троллей, чтобы обеспечить максимальный охват.

Вторая, вероятно, более практичная причина состоит в том, что разные сообщения создают иллюзию, что за ними стоит много людей, но в таких случаях они могут быть опубликованы одним человеком с фейковых профилей. Как правило, все тексты сообщений формируются таким образом, что их можно использовать для любой статьи, содержащей некоторые разногласия между Западом и Россией. С незначительными изменениями в их первом предложении, изменениями профилей, стилем публикации (прямым комментарием или ответом на другой комментарий) и хронологией, различные конструкции сообщений позволяют создать «новую реальность» для каждой новой статьи.

В заключение отметим, что гибридный троллинг в сети Интернет существует и развивается и есть необходимость изучения этого феномена с позиций разных наук и различных научных подходов.

Библиографический список

1. Демидов А. В. Стратегия «управляемого хаоса», как одно из проявлений политики «гибридных войн» // Геополитический журнал. 2015. №2. С. 16–20.
2. Кочетков В.В. Культурное измерение гибридных войн // Вестник Московского университета. Социология и политология. 2015. № 4. С. 263–267.
3. Мартыненко Е.В., Бисультанов А.К. Гибридная война и международное гуманитарное право // Евразийский юридический журнал. 2016. № 6. С. 24–26.
4. Петряев С.Ю. Троллинг как средство информационной войны// “Информация і право” № 1(13)/2015.
5. Узун О.Л., Узун С.Л. Правовое регулирование информационной безопасности как элемента национальной безопасности в условиях современных гибридных войн // Право. Безопасность. Чрезвычайные ситуации. 2015. № 1. С. 27–31.
6. Bachmann S., Gunneriusson H. Russia’s Hybrid Warfare in the East: Using the Information Sphere as Integral to Hybrid Warfare // Georgetown Journal of International Affairs. October 2016. P. 198–210.
7. Kofman M., Rojansky M. Closer Look at Russia’s “Hybrid War”// Kennan Cable. April 2015 // URL: <https://www.files.ethz.ch/isn/190090/5-KENNAN%20CABLE-ROJANSKY%20KOFMAN.pdf> (дата обращения: 16.09.2018)

8. Nissen, Thomas Elkjer. Social Media, Strategic Narratives and Stratcom. The Three Swords Magazine, 2015.
9. Spruds A., Rožukalne A., Sedlenieks K., Daugulis M., Potjomkina D., Tölgyesi B., Bruge I. Internet Trolling as a hybrid warfare tool: the case of Latvia, NATO Strategic Communications Centre of Excellence Riga, Latvia, 2016.