

УДК 343.3

ББК 67.408.135 +68.015

Гибридный троллинг как метод ведения информационной войны и техника борьбы с ним

А.А. Коренная, В.А. Мазуров¹, М.А. Стародубцева²

¹Алтайский государственный университет (Барнаул, Россия)

²Молодежная волонтерская организация «Антиэкстремизм» (Кытманово, Россия)

Hybrid Trolling as a Method of Information Warfare and Techniques for Combating it

A.A. Korennaya, V.A. Mazurov¹, M.A. Starodubtseva²

¹Altai State University (Barnaul, Russia)

²Youth Volunteer Organization "Anti-extremism" (Kytmanovo, Russia)

Изложен краткий отчет по исследованию, проведенному руководством молодежных волонтерских организаций «Антиэкстремизм» и «Сообщество по борьбе с национализмом» по классификации гибридных интернет-троллей, распознаванию их поведения в сетевом контенте и анализу методики борьбы с интернет-провокациями. Анализируются термины «гибридная война», «информационная война», «психологическая война», раскрывается их взаимосвязь как частей целого. Изучение активности интернет-троллей гибридного характера проводилось на основе анализа комментариев пользователей соцсетей к рассылкам политического контента.

Актуальность рассматриваемого вопроса заключается прежде всего в том, что стремительное развитие НТП в мире предопределило не только позитивные, но и негативные проявления, в частности, качественно-количественные изменения транснациональной и российской преступности в сфере компьютерной информации и использования высоких информационных технологий в совершении преступлений и правонарушений.

Отличительной особенностью данного направления в преступности является ярко выраженный транснациональный характер и отсутствие единого подхода к противодействию преступности в сфере высоких информационных технологий в государствах евроазиатского и американского континентов.

Ключевые слова: гибридная война, интернет-троллинг, провокация, пропаганда, гипотеза, стиль гибридного троллинга.

The article presents a brief report on the study conducted by the leaders of the youth volunteer organizations "Anti-Extremism" and "Community Against Nationalism" on the classification of Internet trolls, recognition of their behavior in the network content and the analysis of methods to combat Internet provocation. The authors analyze the terms "hybrid war", "information war", "psychological warfare", revealing their interconnection as parts of the whole. The study of the activity of Internet trolls of a hybrid nature was conducted on the basis of the analysis of the comments of users of social networks to the distribution of political content. The urgency of the issue under consideration is primarily in the fact that the rapid development of scientific and technical progress in the world has predetermined not only positive, but also negative manifestations, in particular, qualitative and quantitative changes in transnational and Russian crime in the field of computer information and the use of high information technologies in the commission of crimes and offenses. A distinctive feature of this trend in crime is a pronounced transnational nature, the lack of a unified approach to counteracting criminality in the sphere of high information technologies in the states of the Eurasian and American continents.

Key words: hybrid war, internet trolling, provocation, propaganda, hypothesis, hybrid trolling style.

DOI 10.14258/izvasu(2018)6-44

Управление массовым сознанием, а также способность управления собственными информационными ресурсами и киберресурсами в настоящее время являются одной из немаловажных целей государств для доминирования на мировой арене. Большими акторами мировой политики создаются механизмы управления данными ресурсами, а также механизмы защиты своего информационного и киберпространства.

Сегодня виртуальное пространство стало полем битвы не только отдельных умов, но и массового сознания людей. Одним из инструментов такой битвы стал троллинг — интернет-провокация, проводимая как программой, так и конкретными лицами. Рожденный в условиях виртуального общения, троллинг не производное интернет-дискуссии, а всего лишь перенос сарказма над оппонентом из реального мира в виртуальный. Разница — в размере аудитории, реагирующей на провокационные послы тролля [1, р. 48].

Тем не менее троллинг по-прежнему остается относительно неизведанным явлением. Несмотря на то что такая деятельность широко идентифицирована, ее последствия не были измерены, особенно из-за того что трудно различить платных троллей и людей, которые просто выражают свое мнение.

Гибридная война и социальные медиаресурсы

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.

В принципе, всякая угроза может быть гибридной, если она не ограничивается формой и измерением военных действий. Когда же любая угроза или применение силы определяются как гибридные, термин теряет свою ценность и вызывает путаницу, а не разъясняет «реальность» современной войны [2, р. 12].

Информационная война (или информационная война, обычно используемая в средствах массовой информации) — гораздо более точный термин, описывающий конкретную стратегию войны. Полагаем, что информационная война направлена на получение «поддержки коренного населения боевой зоны, поддержки внутренних фронтов вмешивающихся наций и поддержки международного сообщества».

Другим полезным термином в этом контексте является «психологическая война», что 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 офлайн-

поведение, играя на эмоциональных и логических аргументах из разговоров и истории, а также используя существующий рассказ» [3, р. 163].

Иллюстративный пример психологической войны приводит «Радио Свободная Европа». Всего за день до президентских выборов в Украине 26 октября 2014 г. хакеры получили доступ к электронным рекламным щитам в Киеве и передали изображения, которые они подали как гражданские потери, вызванные украинскими силами, борющимися с про-российскими 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 г. [4, р. 74].

Новизна нынешней информации и психологической войны — это двойная комбинация онлайн-СМИ. Этот тип «войны» постоянно продолжается, и его трудно обнаружить. Сложно определить его источник, 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 необязательно верит в заложенную информацию, обилие неподтвержденных сообщений само по себе ведет к постоянному недоверию к общественной информации и СМИ.

Томас Элькер Ниссен выделяет несколько военных мероприятий, в которых используются социальные сети: сбор разведывательных данных, таргетинг (умная реклама), психологическая война, наступательные и оборонительные кибероперации и деятельность по управлению и контролю. Он считает: «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» [5, р. 41].

В информационной войне и психологических операциях социальные медиа могут применяться, чтобы манипулировать населением и влиять на него, распространяя слухи, дезинформацию, троллинг и провокацию, запугивая.

Этимология понятия «троллинг»

Конечным термином, который должен быть определен для целей этого исследования, является «троллинг». Как очень недавний и преимущественно разговорный, он не имеет точного определения. Первоначально троллем называлось мифологическое существо, страшное и злобное. «В германо-славянской мифологии и фольклоре троллями называли пакостливых и злобных существ нелицеприятной наружности. В настоящее время слово „тролль“ приобрело новое значение. Так называют интернет-наха-

ла, существа совсем не сказочного, но иногда не менее противного и злобного» [6, р. 29].

Приведем типичные для интернета определения троллинга. Троллинг — «похоже на черный PR. 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». «Вредители от этого кайфуют». В данной работе мы попытались вывести собственное определение троллинга. Нами он понимается 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.

Разработка количественного исследования

Исследование интернет-троллинга было проведено активистами движений «Антиэкстремизм» и «Сообщество борьбы с национализмом» при поддержке Центра психологической безопасности в Санкт-Петербурге в 2018 г. При сборе информации использовались материалы методических рекомендаций НАТО по гибриднему троллингу, находящиеся в свободном доступе в сети Интернет [7, р. 37].

Несколько гипотез о гибридных оплачиваемых троллях было сделано до исследования на основе доступной информации.

1. Тролли должны публиковать много комментариев (деньги выплачиваются исходя из объема выполняемой ими работы, поэтому небольшое количество не будет приемлемым).

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 является сложным делом и занимает очень много времени).

5. Тролли не должны комментировать случайные темы (например, как отремонтировать радиатор ав-

томобиля), которые полностью не связаны с их идеологической задачей, и/или комментарии, которые не являются идеологическими.

Для получения списка возможных троллей были предприняты следующие шаги:

1. Сортировка по IP. Данные сортировались по IP-идентификаторам, таким образом получалась таблица, в которой все комментарии, отправленные с одного IP-адреса, отображались вместе.

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

Проверка гипотезы о том, что тролли работают с нескольких адресов. 9 784 сообщения повторялись хотя бы один раз. Многие из них отправлены с одних и тех же IP-адресов и поэтому были тщательно изучены, когда корпус был проанализирован с точки зрения IP-идентификаторов. Однако также обнаружено, что 924 сообщения были повторены путем публикации нескольких IP-адресов. Это относительно небольшое число (всего 0,4% всех комментариев).

Результаты 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 с целью их соотнесения с критериями для троллей, но это не выявило новых, убедительно идентифицированных троллей. Поэтому авторы не смогли подтвердить свою гипотезу [8, р. 157].

Распределение сообщений троллинга по различным темам статей показывает, что почти вся деятельность связана с новостями, объединенными событиями в Великобритании по «делу Скрипалей», и различными реакциями на эти события. Почти треть комментариев троллей была опубликована в связи с этой темой — 37% всех сообщений, отправленных подозреваемыми нанятыми троллями. Второй по величине раздел, который привлек внимание троллей, — западные санкции против России и встречные меры 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, объединяют упомянутый контент с негативными оценками или оскорблениями отдельных лиц и властей в новостях. Пророссийские интернет-

тролли, отобранные для тематического исследования, популяризируют идеологические идеи официальной российской политики, критикуя политику, институты и процессы ЕС и США.

Нами были отобраны семь наиболее активных антироссийских гибридных троллей (пользователи, которые опубликовали более 100 комментариев более чем к 20 новостям в течение одной недели). Поскольку несколько троллей демонстрировали подобное поведение, четыре наиболее типичных тролля выбраны для иллюстрации результатов тематического исследования.

Классификация интернет-троллей

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

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

2. Бикини-тролль — этот тролль выражает упрощенное мировоззрение кратким и/или наивным образом. Тролль получил прозвище «Бикини» из-за использованной фотографии профиля — молодой девушки в бикини. Такое фото действует как приманка, побуждая пользователей вступать в диалог с троллем. Бикини-тролли более адаптивны в интернет-среде, и поэтому их 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 тролль. Этот тролль является ближайшим родственником классических троллей — обычных пользователей. Публикует только агрессивно выраженные сообщения, из которых становится ясно, какие позиции он защищает. Агрессивные тролли угрожают своей аудитории, и 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, они провоцируют общество на реальные действия. У гибридных троллей этого качества не наблюдается (логично, потому что ответ по-английски требу-

ет свободного, грамматически правильного языка, и, вероятно, будет для них проблемой).

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

5. Отсылочный тролль — его сообщения очень короткие с точки зрения количества слов, но всегда содержат некоторую ссылку, и зрителям предлагается следовать за ней. Ссылка может быть информацией из «серьезной» российской новостной платформы, клипа YouTube из телепередачи, клипа YouTube, показывающего видео, сделанное местными жителями на сайте, и т.д. Важно признать, что ссылки ведут к реальным платформам, а не к рекламным роликам или страницам вирусных программ и т.д. (что было бы в случае с классическими троллями, которые хотели бы позлить свою аудиторию). Гибридные тролли в основном хотят «обучать» свою аудиторию прилагаемой информацией. Следовательно, этих троллей трудно идентифицировать, потому что в сообщениях гораздо меньше «человеческого содержания». При этом также возникает риск, что аудитория действительно будет следовать ссылке. Содержание ссылки может быть «чистой» информацией или продолжением троллинга, например видеоконтентом, который эмоционально вредит читателям сам по себе [9, p. 65].

Все эти конструкции сообщений тролля могут перекрываться одна другой и «заимствовать» характеристики друг от друга. Тем не менее тролли в основном придерживаются своего выбранного стиля. Теоретически для этого может быть несколько причин. Первая — гибридный троллинг как продолжение пропаганды: основная цель пропаганды — охватить все слои общества. Важно признать, что в сильно прокомментированных статьях присутствуют все конструкции сообщений гибридных троллей для обеспечения максимального охвата.

Вторая, вероятно, более практичная причина состоит в том, что разные сообщения создают иллюзию, будто за ними стоит много людей, но 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 (конечно, всегда есть небольшое отклонение от контекста). С незначительными изменениями в первом предложении, изменениями профилей, стилем публикации (прямым комментарием или ответом на другой комментарий) и хронологии различные конструкции сообщений позволяют создать «новую реальность» для каждой новой статьи [9, p. 94].

Методика блокировки троллей

Приведем разработанную нами методику блокировки троллей. Технология проверена в пространстве хэштега #skripal.

Гибридные тролли начали онлайн-флешмоб, суть которого состояла в публикации массы разнообразного контента, от картинок до статей и интервью, так или иначе указывающего на причастность России к так называемому «делу Скрипалей» в Великобритании. Данный хэштег активно использовался во всех наиболее известных в СНГ соцсетях — Facebook, Instagram, «Одноклассниках», «ВКонтакте», но именно во «ВКонтакте» стал особо популярным.

Массовый показательный онлайн-протест тролли предположительно использовали для двух целей:

- а) «засветиться» в СМИ, демонизировать и дискредитировать представителей российской дипломатии;
- б) наглядно показать своим последователям (особенно молодежи — основным пользователям ВК) сплоченность организации, еще четче обрисовать образ врага для них.

Предпринятые нами действия. В сообществе с сотрудниками ЦПБ были проведены меры по наводнению новостной ленты #skripal материалами компрометирующего характера — обесценивание методов протеста с массовыми рассылками писем, материалы опросов реальных граждан Великобритании по поводу их отношения к России и к сообщениям собственного правительства. Для сбора информации М.А. Стародубцева побывала в командировке в г. Солсбери (Великобритания) в период с 24 по 31 марта 2018 г.

Использовалось несколько фейковых аккаунтов в ВК (по 1–3 на каждого участника «операции») совместно с сервисом автоматического отложенного и регулярного постинга megaro.st. Разработка контента была проведена несколькими участниками — впоследствии контентом обменялись. Благодаря вышеуказанному сервису был создан массив публикаций антипропагандистских материалов, для каждого из них выбрано время публикации и частота автоматического републикования. После настройки вся система работает автоматически — можно только добавлять новый контент.

В итоге новостная лента #skripal была занята нашим контентом более чем наполовину (в разные суточные промежутки частота различалась), тролли отреагировали через 2,5–3 дня призывами к своим последователям ни в коем случае не читать новостную ленту по данному хэштегу. Однако момент уже был упущен.

В итоге мы добились следующего:

1. Сбили волну публикаций под протестным хэштегом и, по сути, самую активную стадию онлайн-флешмоба.

2. Интернет-СМИ уже растиражировали новость о флешмобе с тегом #skripal, и весь трафик читателей теперь видит не только пропагандистский контент троллей, но и в большей степени наш вирусный.

3. Несмотря на количество регулярных комментариев троллей с призывами не читать новостную ленту по тегу #skripal, их последователи проявляют активность под нашими публикациями в виде комментариев, а значит, и получают критическую информацию.

Полагаем, что предлагаемый нами метод универсален, с его помощью можно захватывать контент-поле по чужим хэштегам, можно искусственно раскручивать свои, можно публиковать дезинформацию и т.д.

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. Hallin D.C. and Mancini P. Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. Cambridge and N.Y., 2004.
2. Van Reenen, C. From Trolling for Newbs to Trolling for Cheezburger: An Historical Analysis of the Communicative Strategies of Trolling. Bowling Green, Ohio, 2013.
3. Nightingale V., Ross K. Critical Readings: Media and the Audiences. England, 2003.
4. Aro J. Yle Kioski Investigated: This is How Pro-Russian trolls Manipulate Finns Online — Check the List of Forums Favored by Propagandists. Yle Kioski, 24 June 2015. URL: <http://kioski.yle.fi/omat/troll-piece-2-english>.
5. Nissen T.E. Social Media, Strategic Narratives and Stratcom. The Three Swords Magazine, 2015.

6. Volchek D., Sindelar D. One Professional Russian Troll Tells All. Radio Free Europe — Radio Liberty, 25 March 2015, URL : [http : // www.rferl.org/content/how-to-guide-russian-trolling-trolls/26919999.html](http://www.rferl.org/content/how-to-guide-russian-trolling-trolls/26919999.html).

7. Walker S. Salutin' Putin: Inside a Russian Troll House, The Guardian, 2 April 2015. URL: [http : // www.theguardian.com/world/2015/apr/02/putin-kremlin-inside-russian-troll-house](http://www.theguardian.com/world/2015/apr/02/putin-kremlin-inside-russian-troll-house).

8. Wells W.D. Lifestyle and Psychographics: Definitions, Uses, and Problems // William D. Wells, ed. Lifestyle and Psychographics. Decatur, 2011.

9. Krovitz L.G. Putin Trolls the U.S. Internet // The Wall Street Journal, 7 June 2015. URL: [http : // www.wsj.com/articles/putin-trolls-the-u-s-internet-1433715770](http://www.wsj.com/articles/putin-trolls-the-u-s-internet-1433715770).