

НОВІ МЕДІА

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2020: 48; 173–179 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2020.48.10557>

УДК 004.056.53:07]:303.446.4

ІНФОРМАЦІЙНІ ВОЇНИ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ FACEBOOK

Ірина Мудра*, Мар'яна Кіца**

Національний університет «Львівська політехніка»,
вул. Князя Романа, 3, 79058, Львів, Україна
e-mail: ariane@ukr.net

* <https://orcid.org/0000-0002-8410-5437>

** <https://orcid.org/0000-0002-0704-5012>

У цій статті йдеться про інформаційних воїнів, які ведуть активну і запеклу боротьбу в соціальній мережі Facebook. Проаналізовано види і діяльність інформаційних воїнів під час президентських виборів 2019 року. А також наведено методи виявлення та знешкодження інформаційних воїнів у соціальній мережі Facebook.

Ключові слова: інформаційні війська, тролі, боти, ломи, кіберельфи, медіаграмотність.

Постановка проблеми. Інформаційна війна – це вид нової війни, але її зброя – це слово. Інформаційна війна розгортається не лише в Україні, Сирії чи США, а й в інших країнах світу. Її воїни – це десятки, сотні журналістів, копірайтерів, блогерів та інших фахівців, які використовують різноманітні інформаційні маніпулятивні технології для того, аби керувати свідомістю людей. А їхнє поле бою – це мас-медіа, блоги, форуми та соціальні мережі. Саме в соціальних мережах останніми роками можна спостерігати велике поле бою. Адже саме у соціальних мережах мільйони людей у світі спілкуються, діляться інформацією, дискутують, обговорюють питання, які їх непокоять. Також соціальні мережі є важливим джерелом інформації для журналістів багатьох ЗМІ та ідеальним майданчиком для інформаційної війни.

Нині у світі існують цілі ботівські ферми, які спеціалізуються на підготовці до війни на інформаційному полі. На жаль, основна атака таких інформаційних воїнів спрямована на звичайних користувачів соціальних мереж. Фабрики тролів створюють ботів, тролів і ломів. Кожен вид такого інформаційного солдата розглянемо детальніше.

Аналіз останніх досліджень з проблематики роботи. Прокоф'єва, Г. Почепцов, П. Шевчук, Л. Леонт'єва, які досліджували історичні аспекти появи інформаційних війн, а також їхній сучасний стан та нові прояви, класифікували їхні види та

наслідки. А проблематику впливу на масову свідомість людей розглядали Г. Тард, Г. Лебон, Е. Фром, К. Юнг, У. Макдаугол, Ш. Сігеле та інші. Натомість А. Чернова, Б. Грушин, В. Лисенко, Г. Ділігенський, Г. Почепцов, Г. Ортега-і-Гассет, Д. Ольшанський, Е. Фром, І. Панарин, М. Лібікі, М. Маклюен, С. Кара-Мурза, С. Московічі, С. Сьомін, П. Лайнбарджер, М. Сенченко, Я. Варивода досліджували вплив на масову свідомість крізь призму інформаційних війн. Окремо варто зазначити, що у Росії технологію ведення інформаційних війн досліджували ще в 90-их роках. Цю тему розробляли такі науковці: В. Березин, Г. Грачев, І. Дзялошинський, С. Зелінський, В. Крисько, А. Манойло, А. Назаретян, С. Расторгуєв. В Україні проблемами інформаційної війни активно почали займатися лише з 2013 року. Найактивніше у цій сфері працює Г. Почепцов.

Мета дослідження – показати, як розпізнавати інформаційних воїнів у соціальних мережах. Для реалізації зазначеної мети потрібно виконати такі завдання: сформулювати і проаналізувати перелік видів інформаційних військ в соціальній мережі Facebook, проаналізувати діяльність інформаційних воїнів під час президентських виборів в Україні у 2019 році, навести методи розпізнавання інформаційних воїнів в соціальній мережі Facebook.

Основний виклад матеріалу. Інформаційна війна в соціальних мережах – у розпалі, особливо запеклі бої тривають у соціальній мережі Facebook, адже це найпопулярніша соціальна мережа серед українців. Проаналізувавши діяльність інформаційних воїнів у Facebook, ми виділили такі види солдатів: боти, тролі, ломи та ельфи/феї.

Бот – це спеціальна програма, яка створює фейкові акаунти, поширює маніпулятивні повідомлення у фейкових акаунтах. Нині на ринку є багато фірм, які пропонують створити таких ботів, і ціна на їхні послуги доволі прийнятна. Для того, щоб відрізнити бот від справжнього акаунта, достатньо глянути на дату заснування акаунта. Після аналізу близько сотні акаунтів під час виборчої кампанії Президента України у 2019 році ми помітили, що велика частина з них створена у 2019 році перед виборами президента України.

Друга особливість – у них опублікована та сама інформація. Знаходили по 10-15 таких акаунтів з ідентичною інформацією, яка була опублікована у той самий день і час. Як правило, на аватарках у них не фото реальних людей, а квіти, природа, певні символи тощо. Тому завжди потрібно інформацію перевіряти через пошук у соціальних мережах, щоб з'ясувати – чи не опубліковано таку саму інформацію о тій же годині в інших акаунтах.

Троль – спеціальна людина, яка пише і створює маніпулятивні повідомлення для соціальних мереж. Ця людина також може поширювати їх самостійно та вступати у дискусію з реальними користувачами соціальних мереж. Є кілька видів тролів:

- 1) люди, які отримують замовлення створювати та поширювати звичайну маніпулятивну інформацію;
- 2) тролі, яких наймають конкуренти для знищення чи спотворення іміджу бізнесмена чи політика;
- 3) воїни, які беруть участь в інформаційній війні між державами. Їхні обов'язки – це створення і розповсюдження фейків, замовленої інформації, маніпулювання

свідомістю аудиторії. Це вже тролі досить високого рівня, які мають спеціальні акаунти¹.

Схема роботи троля: інформаційний солдат створює кілька акаунтів, долучає велику кількість «друзів» (в тому числі і створені ним акаунти, які йому потрібні для підтримки і поширення фейків). Тоді створює тему для дискусій чи маніпуляцій або долучається до тієї, яку вже обговорюють. Троль рідко починає займатися своєю чорною справою з першого поста. Тому у тролів є свої відпрацьовані прийоми і методи².

Метод перший – прикинутися авторитетом у певній галузі і давати всім безпечні поради. Або створити акаунт під іменем реального авторитетного експерта і поширювати «від його імені» інформацію чи вступати у дискусії. Часто тролі створюють акаунти-двійнята реальних людей, тобто створюють акаунт, який повністю схожий на акаунт реальної людини, де є її фотографія, особисті дані тощо, надсилає її друзям прохання долучитися, бо, мовляв, попередній акаунт зламали, чи забув пароль, а тому створено новий, та ін., а далі – від імені реальної людини поширює маніпулятивну інформацію.

Другий метод – пряма протилежність першому. Тільки в цьому випадку тролеві знадобиться кілька акаунтів, оскільки він буде прикидатися нетямучим, оскільки виконуватиме просте завдання: своїми наївними або провокативними запитаннями знищити імідж експерта/авторитета, політика, громадського діяча або мас-медіа. Схема проста: з одного акаунта ставить питання, з інших вступає до дискусії та розгортає цілу полеміку, а врешті доєднується ще з одного акаунта і представляє себе як очевидця, людину, яка добре знає предмет дискусії і наводить переконливі, інколи вигадані, аргументи.

Третій метод – прикувати увагу користувачів до своєї персони. Або представитися експертом і почати маніпулювати і поширювати «заражену» інформацію.

Четвертий метод – використання «холіварів». Є «вічні» питання/теми, суперечки навколо яких можуть тривати нескінченно і безрезультатно. Зброя тролів – віртуозне володіння словом. Якщо дивитися збоку, то дискусію породжують навіть не вони, а інші. Завдання такого троля – написати фразу, на яку спіймається користувач, і зробити це так, щоб не вийти за рамки обговорюваної теми³.

До речі, термін «троль» походить від англ. to trawl – ловити сіткою⁴. Сучасне значення терміну «тролінг» з'явилося в Usenet-конференціях наприкінці 1980-х років. Існує гіпотеза, що це поняття є скороченням фрази «trolling for suckers», яка стосується виду техніки спортивної риболовлі і в якій «trolling», напевно, походить від «trawling» (тралення, ловля на мормишку). Першою зацікавилася тролінгом Джудіт

¹ Крюкова, Светлана, Пасютина, Анастасия (2016), «Территория ботов», *Страна.UA*. URL: http://longread.strana.ua/territoriya_botov (останній перегляд 21 вересня 2019).

² Малинка, Володимир (2019), «Ботоферми, тролі, фейки: як виявити і протидіяти», *Media sapiens*. 31 січня. URL: https://ms.detector.media/mediaprosvita/master_clas/botofermi_troli_feyki_yak_viyaviti_i_protidiyati/ (останній перегляд 21 вересня 2019)

³ Мудра, І. М. (2016), «Поняття «тролінг» і його види в соціальних мережах», *Science and Education a New Dimension*, Вип. 108, Том 3, с. 43.

⁴ Цесельский, Игорь (2012), «Кто такие интернет-тролли и как с ними бороться?», *Профессионалы.ru*, 3 травня. URL: https://professional.ru/soobshchestva/podderzhka_professionaliru/kto-takiye-intyernet-trolli-i-kak-s-nimi-92370033/ (останній перегляд 20 вересня 2019).

Донат. Вона – один з найавторитетніших у світі фахівців з психології онлайнного спілкування. Тролінг в її тлумаченні – певна інтелектуальна гра, мета якої – підпорядкування групи одному персонажу, тролеві. Його завдання – маніпулювати соціумом потихеньку, розпалюючи пристрасті, сіючи ворожнечу і провокуючи лайку, самому ж при цьому залишатися у тіні.

Розпізнати троля можна так: акаунти теж можуть бути пусті (без особистої інформації) та недавно створені. Але серед тролів з кожним роком таких акаунтів дедалі менше. Також такі акаунти часто є закритими. Трапляються акаунти, де розміщено багато націоналістичної, патріотичної інформації, але якщо детальніше проаналізувати акаунти і те, що від них пишуть в різних групах, то зразу ж стає зрозуміло, що це спеціально розміщена інформація. Тролі завжди активні діячі, але часто можна спостерігати, що вони працюють лише 8-10 годин поспіль, стільки, скільки триває робочий день. Через пошук у соціальних мережах можна відстежувати діяльність тролів, які маскуються під різними акаунтами.

Лом. Ломами називають реальних людей, які просують певну, вигідну замовнику, інформацію в інтернет-просторі. Це, здебільшого, блогери, які мають велику кількість підписників (5 тисяч і більше) і поширюють через свій блог чи акаунти в соцмережах меседжі, що беруть участь в інформаційній війні. Ще в інформаційному протиборстві ломами називають авторитетних людей, які хоч і не мають багато мережових «друзів», але до їхньої думки дослухаються і їхні дописи поширюють та цитують у мас-медіа. З-поміж них вирізняються кілька видів:

- Заробітчани-ломи, які працюють у соціальних мережах, поділяються на три види: ломи при господарі, ломи на зарплаті і ломи на «вільних хлібах»⁵. Перший вид – це зазвичай журналісти або політологи, які на прохання певного замовника (як правило, політичного діяча) поширюють в соціальних мережах меседжі. Цей вид характеризується тим, що лом поширює потрібну інформацію з деяким інтервалом і протягом тривалого періоду. Наприклад, під час військового конфлікту чи під час передвиборчої кампанії тощо.
- Другий вид – це ломи, які працюють на конкретного замовника, але при цьому ще й мають постійне місце праці. Наприклад, журналісти редакції ЗМІ, яку фінансує олігарх і які у соціальних мережах підтримують його імідж.
- Третій вид – ломи, які поширюють пости лише на замовлення від різних замовників, а також чужі пости за гроші.

Зрозуміти, чи це лом, чи справді людина, яка вірить у те, що поширює, доволі складно. Адже у них професійні акаунти – які створені давно, там гарні «сімейні» фотографії, багато цікавих дописів, і лом не поводить брутально у листуванні. Але його основна мета – розпалити дискусію, активізувати інших реальних учасників до обговорення питання, нав'язати свою думку. За діяльністю такої людини потрібно стежити й аналізувати всі її дописи. Якщо людина раптово перед виборами чи ще перед якимись важливими подіями змінює свою думку і починає поширювати ін-

⁵ Крюкова, Светлана, Пасютина, Анастасия (2016), «Территория ботов», *Страна.UA*. URL: http://longread.strana.ua/territoriya_botov (останній перегляд 21 вересня 2019).

формацію, яка суперечить попередній, то можна припустити, що їй за це платять, але довести це доволі складно⁶.

Інформаційні війни створюють та поширюють часто спотворену інформацію, вдаються до неправдивого чи однобічного висвітлення, подають лише вибіркові факти, маніпулюють в заголовках.

Тому, коли ви бачите дописи тролів, найкраще не вступати у дискусії з ними, не поширювати інформацію від них, а також вимикати емоції, постійно ставити додаткові запитання до теми, не шкодувати часу й використовувати всі засоби та інструменти для перевірки одного факту.

Бан і блокування – це найкраще рішення. Часто адміністратори груп бояться заблокувати реальну людину. На нашу думку, краще заблокувати реальну людину, аніж надати інформаційним війнам поле для розгортання своєї кампанії.

Перевірку інформації в онлайні можна почати із сервісу Whois, який допомагає зрозуміти, хто створив сайт і коли його планували закрити. У браузері Chrome можна встановити RevEye Reverse Image Search, що допоможе шукати фотографію в різних пошуковиках. Наприклад, дуже корисною може бути пошукова система TinEye, що дає змогу побачити зміни у вашій фотографії⁷.

Якщо йдеться про фотофейки, то можна знайти в пошуковій системі схожі зображення інших розмірів. Саме в такий спосіб найпростіше перевіряти інформацію від початку конфлікту між Росією та Україною. З текстом – складніше. Його варто ретельно фільтрувати і розділяти факти й абсурд⁸.

Також допомагають сервіси Facebook Graph, Stalkscan, програма Cree.py, які дають змогу подивитись активність облікового запису, коли він закритий. Щоб відстежити твіттер-тролів, варто встановити для Chrome додаток Botsentiel, який одразу позначає ботів, що є в його базі. Інструмент Socialbearing допоможе проаналізувати акаунт, а сервіс Ноаху покаже, як поширюються меседжі в соціальних мережах⁹.

У багатьох країнах створили фей, завдання яких відстежувати та знешкоджувати інформаційних воїнів, в одних вони оплачуються з держбюджету, грантових коштів, меценатських, а в інших – це групи ентузіастів, які хочуть зробити соціальні мережі чистішими від маніпуляції, провокації і брехні. Наша країна не виняток. Ми теж маємо своїх фей, але вони себе називають Кіберельфи. Їх завдання воювати і знешкоджувати тролів у соціальних мережах. У нас цим займаються волонтери і є спеціальний ресурс, який називається [TrollessUA](#). Волонтери знаходять тролів у соціальній мережі Facebook і повідомляють про них адміністрації, що призводить до видалення акаунтів тролів. Долучитися до кіберельфів може кожен. А серед найактивніших ловців тролів розігрують призи.

⁶ Малинка, Володимир (2019), “Ботоферми, тролі, фейки: як виявити і протидіяти”, *Media sapiens*. 31 січня. URL: https://ms.detector.media/mediaprosvita/master_clas/botofermi_troli_feyki_yak_viyaviti_i_protidiyati/ (останній перегляд 21 вересня 2019).

⁷ Мудра, І. М. (2016), “Поняття «тролінг» і його види в соціальних мережах”, *Science and Education a New Dimension*, Вип. 108, Том 3, с. 43.

⁸ Кіца, М. О. (2017), “Особливості та методи виявлення фейкової інформації в українських ЗМІ”, *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістські науки*, Вип. 883, с. 31.

⁹ Мудра, І. М. (2016), “Поняття «тролінг» і його види в соціальних мережах”, *Science and Education a New Dimension*, Вип. 108, Том 3, с. 44.

Отже, ельфи/феї – це теж інформаційні воїни, але їхнє завдання ловити та знешкоджувати тролів та не давати їм розвивати запеклу інформаційну боротьбу в соціальних мережах.

Висновок. Підсумовуючи, зазначимо, що тролі ведуть активну діяльність у всесвітній мережі Інтернет. Існує їх кілька видів. Вони є інформаційними військами. Їхню роботу переважно оплачують зацікавлені люди.

Боротися з ними потрібно не лише на індивідуальному рівні, а й на державному. Варто вдосконалювати свою медіаграмотність, створювати соціальну рекламу, яка б вчила аудиторію виводити на чисту воду тролів та знешкоджувати його.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Кіца, М. О. (2017), “Особливості та методи виявлення фейкової інформації в українських ЗМІ”, *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістські науки*, Вип. 883, с. 28–32.
2. Крюкова, Светлана, Пасютина, Анастасия (2016), “Территория ботов”, *Страна.UA*. URL: http://longread.strana.ua/territoriya_botov (останній перегляд 21 вересня 2019)
3. Малинка, Володимир (2019), “Ботоферми, тролі, фейки: як виявити і протидіяти”, *Media sapiens*. 31 січня. URL: https://ms.detector.media/mediaprosvita/master_clas/botofermi_troli_feyki_yak_viyaviti_i_protidiyati/ (останній перегляд 21 вересня 2019)
4. Мудра, І. М. (2016), “Поняття «тролінг» і його види в соціальних мережах”, *Science and Education a New Dimension*, Вип. 108, Том 3, с. 42-45.
5. Цесельский, Игорь (2012), “Кто такие интернет-тролли и как с ними бороться?”, *Профессионалы.ru*, 3 травня. URL: https://professionali.ru/Soobschestva/podderzhka_professionaliru/kto-takiye-intyernyet-trolli-i-kak-s-nimi-92370033/ (останній перегляд 20 вересня 2019)

REFERENCES

1. Kitsa, M.O. (2017), “Features and methods of detection of fake information in ukrainian media”, *Visnyk Natsionalnoho universytetu “Lvivska politekhnikha”. Serie: Zhurnalistycki nauky [Bulletin of Lviv Polytechnic National University. Series: Journalistic sciences]*, issue 883, p. 28–32.
2. Kryukova, Svetlana, Pasyutina, Anastasia (2016), “Bots Territory”, *Country.UA*. URL: http://longread.strana.ua/territoriya_botov (accessed 21 September 2019)
3. Malinka, Volodymyr (2019), “Botry farms, trolls, fakes: how to detect and counteract”, *Media sapiens*. 31 January. URL: https://ms.detector.media/mediaprosvita/master_clas/botofermi_troli_feyki_yak_viyaviti_i_protidiyati/ (accessed 21 September 2019)
4. Mudra, I. M. (2016) “The term “trolling” and his views on social networks”, *Science and Education a New Dimension*, issue 108, Vol. 3, p. 42-45.
5. Tseselsky, Igor (2012), “Who are Internet trolls and how to deal with them?”, *Professionals.ru*, 3 May. URL: https://professionali.ru/Soobschestva/podderzhka_professionaliru/kto-takiye-intyernyet-trolli-i-kak-s-nimi-92370033/ (accessed 20 September 2019)

KINDS OF INFORMATIONAL WARRIORS IN THE SOCIAL NETWORK FACEBOOK

Iryna Mudra*, Mariana Kitsa**

*National university Lviv Polytechnic,
Kn. Romana str. 3, 79058, Lviv, Ukraine
e-mail: ariane@ukr.net*

* <https://orcid.org/0000-0002-8410-5437>

** <https://orcid.org/0000-0002-0704-5012>

This article describes the kinds of information warriors who are actively and fiercely engaged in the Facebook social network. The activity of information warriors during the 2019 presidential elections is analyzed. Trolls provide their work in the informational field of the country. And their main battlefields are the media, blogs, forums and social networks. It is on social networks in recent years that you can see a large battlefield. In fact, it is on social networks that millions of people around the world communicate, share information, discuss, discuss issues that concern them. Also, social networks are an important source of information for many media outlets. That is why social networks are an ideal platform for an information warfare.

There are now dozens, if not hundreds, of bot farms in the world that specialize in training and providing acts in the information field. Unfortunately, the main attack of such information warriors is directed at ordinary users of social networks. Such troll factories create bots, trolls and scrap. In our article it is analyzed at each type of such information soldier in more detail. There are also methods for detecting and defrauding information warriors in the social network Facebook. It is summed up that trolls are active in the Internet. There are several types of trolls. They are information warriors. Their work is mostly paid by interested people.

It is necessary to combat them not only at the individual level but also at the state level. It is compulsory to improve media literacy of the audience, create social advertising that would teach the audience to make the identification of the troll neutralize it.

Key words: information troops, trolls, bots, scrapes, cyberelfs, media literacy.