# Информационные войны в цифровом пространстве

Игорь Ашманов

12.05.2015

Ашманов
и партнеры

Ашманов
и партнеры

12.05.2015

# Цифровой суверенитет

Ашманов
и партнеры

12.05.2015

# Цифровой суверенитет – что это?

- Цифровой суверенитет – это право и возможность государства самостоятельно определять, что происходит в его цифровом пространстве
- Цифровое доминирование – аналог господства в воздухе в войнах прошлого
- Потеря  цифрового суверенитета в наше время быстро приводит к потере обычного суверенитета, что видно на примере Украине

# Цифровой суверенитет: две компоненты

- Электронный суверенитет:
  - Защищённость от вирусов, троянов, утечек, атак
  - Защита и контроль своей критической инфраструктуры

- Информационный суверенитет:
  - Защищённость от информационных вирусов, информационных атак и кампаний
  - Контроль над своим информационным пространством
  - Защита самой критической инфраструктуры – умов

*Далее речь пойдёт про информационный суверенитет*

Ашманов
и партнеры

12.05.2015

# Информационные войны

Ашманов
и партнеры

12.05.2015

# Информационная война уже идёт

- Информационная война не объявляется
- Её не всегда легко заметить
- Информационная война всегда «горячая»
- Её непросто доказать и за неё невозможно наказать противника
- Информационную войну можно только выиграть или проиграть
- В настоящее время мы только начинаем совершать перелом в ходе тяжёлой информационной войны на нашей территории
- Олимпиада, Крым, Донбасс – это наши Сталинграды и Прохоровки
- Значительная часть боевых действий происходит в цифровом пространстве, Интернете и соцсетях

Ашманов
и партнеры

12.05.2015

# Современное состояние СМИ и соцсетей Рунета

- **Украина вытеснила всё**; повестка «*против власти vs. за власть*» заменилась на «*за Киев vs. за Донбасс*»
- **Интенсивность общения в 2014** возрастала на порядок (чемпион-2013 – челябинский метеорит, 300К записей в Твиттере, в 2014 события на 1М – каждую неделю).
- **Сократилось время жизни события:** теперь это 3-4 дня (а была неделя-две).
- **Дублей в «украинском потоке» 20:1**. Событий и перепечаток - много, слов нет.
- **Множество тем – упало**, стали неинтересны, в том числе шоу-бизнес.
- **Идеологический сдвиг:** после Олимпиады и Крыма многие либералы скачали новую прошивку и обновились до патриотов.

# Информационные атаки

- Тактические, быстрые, актуальные:
  - На персоны (Якунин, Сечин)
  - На институты, организации (Сбербанк)
  - Привязанные к событиям (9 Мая, «Бессмертный полк»)
- Среднесрочные кампании:
  - Атаки на институты и организации (милиция, армия – полтора-два года)
  - Атака на РПЦ (9 месяцев в 2012)
- Стратегические, постоянно действующие:
  - Создание долгоиграющих мифов, мемов (армия насильников, одна винтовка на троих) – с 80-х годов
  - Фальсификация истории, искажение источников (с 70-х годов)
  - Постоянная атака на Путина и его окружение (14 лет)

# Современные инструменты информационных войн

- Ангажированные СМИ (в Интернете и в офлайне)
- Автоматы: боты, тролли, спам
- Многослойные человеческие структуры в соцсетях («Стая Навального» на 40-50 тысяч пользователей)
- Ангажированные массовые сервисы (Твиттер, Youtube, поисковики, агрегаторы новостей)
- Система «отмывки» вбросов в СМИ (цикл соцсети-СМИ-снова соцсети-снова СМИ)
- «Пятая колонна»: ангажированные деятели культуры, ангажированные чиновники
- Ложная идеология: структура права, понятий о хорошем и правильном (концепция «свободы слова» в том числе)





# Пример: атака на Сбербанк 18.12.2014

- Пиковый рост курса доллара
- Общее возбуждение и тревожность аудитории
- Внезапная активность около 1000 аккаунтов на темы:
  - Visa прекращает операции по картам Сбербанка
  - Сбербанк скоро прекратит выдачу депозитов
  - Нельзя вынуть деньги из банкомата, и это не технический сбой, у Сбера нет денег
- Больше половины аккаунтов - украинские

# Атака на Сбербанк, примеры сообщений:

Ашманов и партнеры

12.05.2015

«Народ в панике. Сбербанк атакуют толпы людей. Снимают депозиты и тарятся валютой. Евро уже по 100 продают». ***92 точки, половина украинских.***

«ВСЁ. По картам Сбербанка невозможно получить деньги нигде. Отмазываются тех.сбоями». ***80 точек, половина украинских.***

«в Икее СПб перестали принимать карты Сбербанка. Объявили по громкой связи только что» ***80 экземпляров, половина украинских.***

«Из Сбербанка побежали вкладчики. Дружно, всей толпой».***130 точек, 217 ссылок, много украинских.***

«VISA ГОТОВИТСЯ БЛОКИРОВАТЬ КАРТОЧКИ СБЕРБАНКА РФ***!» 200 точек, все украинские.***

«Объехала 9 банкоматов чтобы снять деньги. Они ВСЕ закрыты. В отделениях народ штурмом кассы берет #*Сбербанк».***160 точек.***

«А сбер все? Онлайн банк не работает, через терминал платежи тоже недоступны» ***700 точек.***

«Маме позвонили с Сбера "у Вас есть неделя снять деньги с депозита, потом выдавать не будем, мы Вас предупредили". Вот тебе и занавес» ***340 точек.***

Ашманов
и партнеры

12.05.2015

# Атака на Сбербанк, результат:

- СМИ подхватили атаку
- Граждане бросились забирать деньги в отделения Сбербанка
- ЦБ и правительство принимали экстренные меры, чтобы сбить накал, завозили деньги КамАЗами и самолётами
- Два дня паники, оттока вкладов
- Кто-то поменьше, чем Сбербанк – не выдержал бы

Ашманов
и партнеры

12.05.2015

# Как защищаться

# Как защищаться

- Мониторить и анализировать медийное поле
- Создавать структуры реагирования, планирования
- Всегда использовать асимметричные ответы
- Не использовать ботов, автоматы, спам
- Не лгать, не фальсифицировать
- Не делать вбросов
- Вирусность обеспечивать за счёт объективности, народной поддержки (Бессмертный полк) и прямой речи важных персон
- Всегда находить и разоблачать первоисточники
- Вести упреждающую деятельность, готовить события и их медийную поддержку
- Вести «долгоиграющую» деятельность: идеология, учебники, фильмы и книги, легенды и мифы

# Что можно сделать на основе Больших данных по соцсетям:

- Распознать спам, ботов
- Установить массовость сообщения, ссылки на одно и то же
- Детектировать точные и нечёткие дубли сообщений
- Увидеть связи, сети распространения
- Увидеть ретроспективу – историю, повторы и старый контент
- Вывести тематические, географические, политические склонности авторов
- Вычислить ангажированность авторов, СМИ
- Распознать медийные вбросы
- Понять среднее и норму в  сетях
- Попытаться предсказать события по паттернам





# Анализ информационных атак и кампаний

- Вычисление **первоисточников**
- Выявление **дублей** и распространённости сообщения
- Выявление **групп поддержки**
- Распознавание **ботов и спамеров**
- Распознавание **географии**
- Выявление **поддержки в СМИ**

# Предсказывание

- Предсказание роста и размера медийного события по «скорости взлёта»
- Предсказание длительности и хода информационной кампании по участию спамеров, ботов, известных групп поддержки и размеченных блоггеров
- Предсказание масштаба митингов и других офлайновых событий по уровню поддержки в соцсетях

# Что нужно?

Ашманов
и партнеры

12.05.2015

# Нужны правовые и структурные инструменты

- Ответственность интернет-СМИ и блоггеров за фальшивки
- Ответственность массовых сервисов за контент
- Открытость зарубежных массовых сервисов (Твиттер, Фейсбук) – API или сертификаты
- Ответственность навигационных сервисов (поисковиков, агрегаторов новостей) за контент
- Постоянный мониторинг и поиск плохого в сети
- Автоматическое, а не ручное блокирование запрещённого и плохого контента, фильтрация
- Своя информационная стратегия и своя идеология
- Не реактивный, а проактивный образ действий в информационной войне

# СПАСИБО!

**Игорь Ашманов**

Информация о компании,
услугах и технологиях
www.ashmanov.com

Ашманов
и партнеры