

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА

СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра прикладної соціології
та соціальних комунікацій

Пояснювальна записка

до магістерської роботи
на тему

«ТРОЛІНГ ЯК РІЗНОВИД МЕРЕЖЕВОЇ АГРЕСІЇ»

Виконав: студент 2 курсу групи СЦ-63
другого (магістерського) рівня освіти
спеціальності 054 – Соціологія
Федоров М. М.

Керівник: Рущенко Ігор Петрович
Професор кафедри прикладної соціології
та соціальних комунікацій, д.с.н.

Харків – 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна

Соціологічний факультет

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) другий (магістерський)

Спеціальність _____054 - Соціологія_____

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувачка кафедри
прикладної соціології та
соціальних комунікацій

_____ Ірина СОЛДАТЕНКО

підпис

“ _____ ” _____ 2024 року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Федоров Микита Максимович

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

1. Тема роботи «ТРОЛІНГ ЯК РІЗНОВИД МЕРЕЖЕВОЇ АГРЕСІЇ»

керівник роботи _____Рущенко Ігор Петрович_____

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від «04» листопада 2024 року №

1006-5/3582

2. Строк подання студентом роботи 02 грудня 2024р


3. Перелік питань, які потрібно розробити:


- проаналізувати тролінг крізь призму конфліктної теорії Л. Козера;
- теоретично обґрунтувати тролінг, базуючись на засадах теорії мережевого суспільства М. Кастельса;
- дослідити та виокремити конкретні цілі та технології тролінгу в межах соціальних мереж;
- виокремити наявні методи розпізнавання тролінгу, а також описати його основні види та форми;
- дослідити методології та практики антитролінгу;
- провести кількісне інтернет-дослідження з подальшою обробкою та аналізом отриманих даних

4. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1	Аналіз конфліктної теорії Л. Козера
2	Аналіз теорії мережевого суспільства М. Кастельса
3	Огляд джерел з аналізу та опису явища тролінгу
4	Розробка програми дослідження
5	Збір, обробка та аналіз отриманих даних
6	Формулювання висновків

5. Дата видачі завдання 18.09.2024 р.

Студент  Федоров М. М.

Керівник роботи  Рущенко І. П.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ТРОЛІНГУ ЯК СПЕЦИФІЧНОЇ ФОРМИ КОМУНІКАЦІЇ В МЕРЕЖАХ	
1.1. Визначення тролінгу як складової частини мережевих комунікацій.....	9
1.2. Тролінг в контексті конфліктної теорії Л. Козера	14
1.3. Явище тролінгу в межах теорії мережевого суспільства М. Кастельса	18
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....	21
РОЗДІЛ 2. ТРОЛІНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ЯК КОНФЛІКТНА ВЗАЄМОДІЯ	
2.1. Явище тролінгу в соціальних мережах	23
2.2. Види та форми тролінгу. Методи розпізнавання тролінгу.	30
2.3. Методологія і практики антитролінгу.....	38
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ	41
Розділ 3. ЯВИЩЕ ТРОЛІНГУ У ДЗЕРКАЛІ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ	
3.1. Програма дослідження.....	43
3.2. Результати дослідження	47
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3.....	66
ВИСНОВКИ.....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	73
ДОДАТКИ.....	76

ВСТУП

Актуальність роботи. Невпинний розвиток технологій загалом та інтернету зокрема безпосередньо впливає на зацікавленість науковців та дослідників у вивченні складових частин «всесвітньої павутини». Зважаючи на той факт, що інтернет так чи інакше впливає на життя практично кожної людини, дуже важливо досліджувати не тільки цей вплив, а й «життя» людей в інтернеті. В цьому контексті ми хочемо зосередитись на сутності віртуальної, інтернет-комунікації, учасниками якої ми стаємо по декілька десятків разів кожного дня. Спілкування з друзями чи родиною в месенджерах, коментування новин на медіа-ресурсах, постинг дописів та публікацій у соціальних мережах тощо — приклади інтернет-комунікації. Формування вищезгаданої моделі комунікації, як і будь-яка інша частина об'єктивної реальності, має свої переваги та недоліки. Одним з найважливіших недоліків інтернет-комунікації — розповсюдження негативних соціальних практик, зокрема й тролінгу. Зважаючи на те, що в контексті життя в цифровому соціумі тролінг в інтернеті став невід'ємною складовою частиною інструментів впливу на свідомість та думки користувачів, необхідне якісне та коректне теоретичне пояснення сутності, форм, методологій тролінгу з метою проведення певних протиборчих дій. Всебічне впровадження цифрових технологій в життя людей зокрема та суспільства загалом, можлива анонімність в мережі Інтернет, наявність та використання низки потенційно-небезпечних інструментів впливу на свідомість користувача, розпалювання конфліктів, дестабілізації суспільних настроїв сприяє, безперечно, актуалізації аналізу та дослідженню теми тролінгу в мережевих комунікаціях.

Тролінг, як явище, охоплює широкий спектр дій, спрямованих на провокацію, образи та дезінформацію користувачів соціальних мереж. Це явище стало особливо актуальним у контексті українського сегменту інтернету, де соціальні мережі використовуються не лише для особистого спілкування, а й для політичних дискусій, громадських активностей. Більш того, не можна не сказати про те, що тролінг активно використовується як один з методів пропаганди в соціальних мережах. Причому своє місце він знайшов як і при веденні внутрішньополітичної боротьби (переважно за електоральні симпатії перед виборами), так і як частина зовнішньополітичної боротьби (знову ж таки, переважно в контексті українсько-російської війни). Вкрай небезпечна сутність явища тролінгу, безперечно, зумовлює актуальність його глибинного дослідження.

Постановка проблеми.

Тролінг як явище мережевої агресії є одним із найгостріших викликів сучасного цифрового суспільства. У контексті інформаційних війн і пропаганди тролінг використовується як інструмент маніпулювання громадською думкою, поширення фейкових новин та дестабілізації суспільства. Його небезпека полягає не лише у негативному впливі на окремих осіб, але й у здатності посилювати соціальну напругу, розпалювати конфлікти й руйнувати довіру до інформаційних джерел. Це явище стало особливо актуальним у часи політичних і соціальних криз, коли воно набуває загрозливих масштабів. Практична значущість вивчення тролінгу полягає в його широкому застосуванні в контексті інформаційних війн, що підкреслює необхідність пошуку ефективних механізмів протидії. Незважаючи на активне зацікавлення наукової спільноти цією проблемою, багато аспектів тролінгу залишаються недостатньо вивченими. Зокрема, актуальними є питання класифікації видів тролінгу, ідентифікації його проявів та розробки стратегій протидії. Наразі відчувається

гострий брак міждисциплінарних підходів, які поєднують знання з психології, соціології, інформаційних технологій задля боротьби з цим явищем. Таким чином, необхідність вивчення тролінгу як виду мережевої агресії обумовлена як його реальними загрозами, так і недостатнім рівнем дослідження методів ефективної протидії цьому явищу.

Більш того, складна внутрішньополітична та зовнішньополітична ситуація, війна сприяють розвитку та розповсюдженню явища тролінгу в межах українського сегменту соціальних мереж. Розгалуження методів та цілей тролінгу зумовлюють використання різних інструментів просування своїх наративів і меседжів, що, у свою чергу, ускладнює ідентифікацію тролів та ботів і, як наслідок, боротьбу з ними. Зважаючи на це, обов'язково потрібно вивчати та аналізувати дане явище як з теоретичної точки зору, так і з прикладної.

Ступінь розробленості теми. Першими із західних вчених, які звернули увагу на явище тролінгу, є Дж. Донат, К. Хардакер, Дж. Гірш. Серед українських науковців можна виокремити наступних: Ю. Данько аналізує тролінг в комунікативно-загальному контексті; С. Могилко та Ю. Грицаюк приділяють увагу психологічно-маніпулятивним аспектам тролінгу; Н. Кондратенко розглядає тролінг як вияв вербальної агресії; Л. Гуменюк займається дослідженням тролінгу як виду комунікативної поведінки; О. Запорожець вивчає тролінг як інструмент інформаційної війни; В. Шиповський аналізує «ботоферми» як ефективний маніпулятивний інструмент в соціальних мережах. Попри наявну досить велику кількість різноманітних робіт на тему тролінгу в інтернеті, зокрема і в соціальних мережах, не було написано ще жодної повної та загальної роботи про вищезгадане явище.

Об'єктом роботи є сучасні комунікативні практики в Інтернеті.

Предметом роботи є тролінг як специфічна форма агресивної комунікації в інтернет-спілкуванні.

Мета роботи: теоретична інтерпретація явища тролінгу в інтернет-спілкуванні і розгляд практичних аспектів комунікації з тролями.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні **задачі**:

- проаналізувати тролінг крізь призму конфліктної теорії Л. Козера;
- теоретично обґрунтувати тролінг, базуючись на засадах теорії мережевого суспільства М. Кастельса;
- дослідити та виокремити конкретні цілі та технології тролінгу в межах соціальних мереж;
- виокремити наявні методи розпізнавання тролінгу, а також описати основні види та форми тролінгу;
- дослідити та розробити конкретні практики антитролінгу;
- провести кількісне інтернет-дослідження з подальшою обробкою та аналізом отриманих даних.

Кваліфікаційна (магістерська) робота складається з трьох розділів, восьми підрозділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків до роботи та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ТРОЛІНГУ ЯК СПЕЦИФІЧНОЇ ФОРМИ КОМУНІКАЦІЇ В МЕРЕЖАХ

1.1. Визначення тролінгу як складової частини мережевих комунікацій

Перш ніж почати теоретичний розгляд сутності тролінгу, на нашу думку, необхідно розібратись в специфіці мережевих комунікацій загалом. Збільшення загальних об'ємів інформації, пришвидшення темпів її розповсюдження, безперечно, впливають на структуру суспільства. М. Кастельс, зокрема, вважає, що соціокультурні перетворення, технологічно-інформаційна революція — невід'ємні елементи процесів змін сучасного суспільства [26]. Й основою структури суспільства в контексті мережевої концепції стає комунікаційна організація, в межах якої основним чинником об'єднання та систематизації стає засіб, інструмент розповсюдження інформації, а не сама інформація. Виходить, що вищезгадана мережева структура трансформується у форму організації функціонування суспільства [20]. Адже ми в межах мережі наразі здатні виконувати безліч дій: розважатись, навчатись, працювати, комунікувати тощо.

Загалом, мережевому суспільству притаманні наступні властивості:

- можлива взаємодія онлайн між членами суспільства в будь-який час;
- учасниками інтернет-комунікації стають все більше людей;
- мережа інтернет — основа мережевого суспільства;
- мережева комунікація безпосередньо впливає на «відкритість» суспільства, приховування інформації ускладнюється;

- неконтрольованість, вседозволеність інтернет-комунікації сприяють формуванню та розвитку негативних соціальних дій в контексті мережі — кібербулінгу, інтернет-шахрайству, тролінгу тощо.

Таким чином, інтернет — ключове поняття сучасного соціально-філософського дискурсу саме мережевого суспільства. Він є системою, який створює можливості для комунікації. Таким чином, можна стверджувати, що всі сфери суспільного життя, соціальна структура загалом є охопленими інтернет-комунікацією у всіх її формах [20].

Як було зазначено вище, мережева комунікація сприяє продукуванню аморального, конфліктогенного контенту. І тролінг, поруч із хакерством, інтернет-шахрайством тощо, «виступає» як приклад конкретного наслідку формування та розповсюдження мережевої комунікації.

Термін «тролінг» походить безпосередньо зі сленгу учасників онлайн-спільнот, і не відноситься до результатів напрацювань в сфері наукового дискурсу [9].

Існує дві версії походження слова «тролінг»:

1. Дослівний переклад з англійської слова «trolling» - «ловля на блешню». В даному контексті троль немовби заохочує, заманує «жертву» до розмови, участі в комунікативному процесі в мережі.

2. Міфологічні істоти «тролі» зображувались у вкрай неприємному та небезпечному вигляді, які існували заради заподіяння шкоди та створенню небезпек. Тролі нерязно ставились до оточення, жили відлюдкувато [15].

Тролінг — один із видів віртуального спілкування, який пов'язаний з порушенням етики мережевої комунікації, взаємодії. Це відображається, перш за все, у вигляді прояву різних форм знущальної, негативної, агресивної, образливої поведінки з метою нагнітання конфліктної ситуації. Тролінг також можна охарактеризувати як написання в мережі інтернет повідомлень

провокаційного характеру з метою викликати беззмістовну розмову, конфлікт, флейм. Флейм в цьому контексті - емоційний обмін повідомленнями на форумах, у соціальних мережах у формі словесної війни, в процесі ведення якої фактично втрачається відношення до первинної причини дискусії [15]. Джудіт Донат — американська наукова співробітниця, яка перша спробували «доторкнутись» та спробувати пояснити сутність тролінгу в мережі. Свою думку з приводу причин виникнення тролінгу вона пояснювала двозначністю ідентифікації у віртуальній реальності, адже у фізичному світі норма — одне тіло — одна особистість. У світі віртуальному конструюється це інакшим чином через те, що все базується на словах, а не на фактах. Таким чином, тролінг в інтернеті, зазвичай, є грою в підробку, в контексті якої ніхто, окрім троля, про неї не знає та на участь в грі не погоджувався [29].

Інша дослідниця тролінгу К. Хардакер вважає, що троль — певний користувач інтернет- комунікації, який ідентифікує себе з включеним в груп учасником, який зацікавлений в спілкуванні, але, попри це, намагається тільки погіршити комунікативний процес, довести спільноту до стану роздратування, агресії, фрустрації . Для троля успіх — реалізація свого плану та бажань, тобто фактичне погіршення комунікативно близькості зі збереженням прихованих намірів троля. Невдача — викриття свого образу та намірів, в результаті чого троль може бути виключений з діалогу та комунікативного процесу, що унеможлиблює досягнення поставлених цілей [31].

Загалом, можна виокремити наступні чинники, які вплинули на формування та розвиток сутності тролінгу в інтернет-комунікації:

- технічні: вільний доступ до швидкісного інтернету, постійний розвиток та оновлення технічних та цифрових технологій;

- універсальні: поширення віртуальної, інтернет-комунікації як дуже зручного та не дуже дорогого способу обміну інформацією між користувачами, незалежно від часу, відстані;
- міжкультурні: тролінг — наслідок розвитку демократичних прав та свобод, зокрема концепції свободи слова
- психологічні: мотивами появи та розвитку тролінгу можуть бути інтерес, бажання самоствердитись, посперечатися, проявити дотепність, агресію чи негативні емоції;
- політичні: ефективність тролінгу в контексті дестабілізації комунікативного процесу зумовила зацікавленість використання штучних тролів в межах політичної боротьби [6].

В контексті мотивів тролів, можна виокремити наступні складові частини:

- ідеологічний: переконання в тому, що чийсь погляди правильні, а чийсь — ні;
- амбітний: тролінг-діяльність пов'язана з бажанням отримати визнання в певній мережевій групі, спільноті;
- лудичний: бажання «зіграти» на почуттях та емоціях оточення в контексті віртуальної комунікації;
- фінансовий: отримання вигоди, зокрема й фінансової, людьми, які були найняті з метою проведення тролінг-діяльності;
- психологічний: схильність до садизму, фрустрація, деіндивідуалізація тощо [7].

Більш того, мотивом тролінгу може бути банальна нудьга, анонімний пошук уваги, спроба розважитись, марнування часу інших учасників комунікативного процесу. Попри це, основна задача тролінгу — маніпулювання масовою свідомістю. Зважаючи на те, що вагома частка потенційних мережових комунікацій відбувається у відкритому форматі (тобто до цієї комунікації може

доєднатись хто-завгодно, наприклад, у коментарях під відео), початкові цілі тролля розповсюджуються не лише на фактичного співрозмовника, а й на «спостерігачів» комунікаційного процесу. Наприклад, цілі можуть бути наступними:

- залякування мас;
- підрив віри у переконання людей, суспільних норм, основ;
- нав'язування певних ідей, наративів, слів;
- інформаційна дезорієнтація людей (як співрозмовників, так і спостерігачів) [6].

Отже, головною ціллю тролінгу можна вважати внесення хаосу, розладу в суспільство. Іронічні, гумористичні, провокаційні повідомлення націлені на залучення якомога більшої кількості користувачів до конфронтації. Виходить, чим більше реагує віртуальне суспільство, тим більше троль стверджується в тому, що він робить все правильно — вносить хаос, залучаючи все більше і більше користувачів до діалогу [15].

Що найцікавіше, користувач самостійно може створити підґрунтя для тролінгу і, як наслідок, для розповсюдження хаосу, при цьому не стаючи тролем. Він може не висловлювати своєї думки, а просто підняти якусь «вічну» тему (наприклад, релігійну, економічну чи політичну). Якщо ж його віртуальне оточення підхоплять її, почнуть висловлювати протилежні думки, сперечатись, атмосфера стане конкліктною, то вийде так, що користувач ненавмисно створив передтечу тролінгу. І в процесі дискусії, контроль над нею можуть підхопити реальні тролі.

Безперечно, тролінг є однією з форм віртуальної соціальної агресії завдяки наявності наступних характеристик:

- наявність специфічних механізмів розповсюдження конфліктної ситуації, по аналогії з лавинами, є збудником агресії такого ж формату.

Швидкість розповсюдження інформації в мережі зумовлює ідентичне розповсюдження потрібної троллю інформації на користувачів мережі;

- тролінг як такий може існувати лише у віртуальному мережевому просторі;
- унікальність тролінгу як форми соціальної агресії — практична неможливість жертвою тролінгу деанонімізувати тролля, відсутня можливість фізичного або візуального контакту з ініціатором.

І в даному контексті ми підходимо до важливої складової частини мережі як системи — часткова або повна анонімність користувачів. Таким чином, основним та головним джерелом появи, формування та поширення тролінгу є саме мережева анонімність. Явище тролінгу нерозривно пов'язане з анонімністю. Більш того, без неї тролінг не є можливим [9].

Якщо конкретизувати наш теоретичний аналіз сутності тролінгу, необхідно пояснити поняття мережевого тролінгу — написання заздалегідь підготовлених провокаційних повідомлень з метою створення конфліктної ситуації між користувачами мережі, яка, фактично, має безглуздий характер і створюється лише заради існуванню конфронтації як такої.

Отже, можна сміливо говорити про те, що тролінг — важливе поняття в контексті мережевих комунікацій, вивчення, дослідження й аналіз якого є необхідним задля розпізнавання та боротьби з маніпуляційними комунікативними «заходами» в мережі.

1.2 Тролінг в контексті конфліктної теорії Л. Козера

Тролінг як явище, яке активно продукує конфлікти, конфліктні ситуації та напруження зумовлює потребу у розгляді даного феномена в межах конфліктних теорій з метою його коректного теоретичного обґрунтування. Як

було зазначено в минулому підрозділі, одна з основних цілей тролів — провокація формування конфліктної ситуації. На нашу думку, логічним буде розгляд явища тролінгу в контексті теорії конфлікту Л. Козера, теоретичні напрацювання якого стали основою сучасної конфліктології. Зважаючи на те, що головні тези теорії Л. Козера формують обґрунтовану науково концепцію побудови суспільства в контексті конфліктного функціоналізму, шляхи ненасильницького вирішення конфліктів, використання даних напрацювань в межах теоретичного аналізу тролінгу нададуть можливість сформуванню якісної картини сутності даного поняття з конфліктологічної точки зору [1].

Л. Козер в своїй теорії конфліктів приділяв багато уваги таким аспектам конфлікту: тривалість, гострота, причини, функціональність. Основна критика підходу Л. Козера до сутності конфлікту заключалась в тому, що соціолог акцентував свою увагу переважно на позитивних, інтегруючих функціях конфлікту, на протиположність своїх попередників. Попри це, зважаючи на, здавалося б, лише негативну сутність тролінгу, необхідно розуміти, що конфлікти, які тролінг провокує та підтримує мають інтегральний потенціал як по відношенню до учасників комунікативного процесу, так і по відношенню до користувачів мережі загалом. Адже, за Л. Козером, головне завдання конфліктології — розробка рекомендацій стосовно обмеження руйнівних результатів та наслідків виникнення конфліктів. З цієї точки зору, тролінг можна та треба використовувати з метою напрацювання стратегій не тільки протидії даному явищу, а й залученні до освітніх процесів в контексті медіаграмотності та розвитку критичного мислення [28].

Важливим аспектом аналізу конфліктної складової явища тролінгу є відстежування моменту комунікативного процесу, в якому виникає безпосередньо конфліктна ситуація. В межах даної тези варто зазначити, що троль ставить собі за мету залучити в дискусію, а в подальшому і в конфлікт,

користувачів за допомогою написання провокативних та агресивних повідомлень. В такому випадку, виникнення конфлікту можливе за збігом всіх потрібних аспектів:

- троль написав достатньо провокативне повідомлення;
- користувач/користувачі, незгодні зі змістом чи ідеєю повідомлення вирішили вступити в діалог (потенційну конфронтацію);
- троль в процесі діалогу за допомогою використання своїх технік та методик «підвищує» рівень емоційної напруги, що призводить до виникнення конфлікту.

Виходить, що троль в мережевих комунікаціях — певний мовець-каталізатор обговорення актуальних суспільних проблем. Конфлікт в такому випадку відбувається за рахунок «влучання» тролем в комунікативному сенсі в потрібну актуальну проблему, на основі якої можна вибудувати агресивну та потенційно конфліктну комунікацію. За Л. Козером, чим більше емоцій викликає конфлікт у його учасників, тим він гостріший. В даному контексті треба зазначити, що якраз основна мета троля в межах мережевої комунікації — провокація емоцій. Таким чином, підвищення емоційності «жертви» троля сприяє збільшенню гостроти конфлікту, що, безперечно, влаштовує тільки ініціатора. Виведення користувача на емоції за допомогою технік та методик, які використовуються при проведенні тролінг-діяльності, фактично, тролінг і відтворює [28].

Ще один аспект конфлікту, який підвищує його гостроту — конфлікт через нереальні спірні питання. Конфліктна ситуація в контексті мережевого тролінгу формується на основі дискусійних питань, вирішити які, фактично, жодна зі сторін конфлікту не здатна. А, враховуючи те, що тролем конфлікт створюється штучним шляхом, нереальність вирішення первинної проблеми, навколо якої і виникає конфлікт, тільки збільшує рівень його гостроти.

Таким чином, в контексті конфліктної теорії Л. Козера тролінг можна охарактеризувати наступним чином:

- причини: троль провокує на агресивний та потенційно конфліктний діалог за допомогою «заклику» до обговорення актуальної теми або проблеми, зазвичай в контексті політики, економіки, соціальної сфери, освіти тощо;
- тривалість: напряду залежить від емоційного стану користувача або користувачів мережі, які стали учасниками комунікаційного процесу разом з тролем. Чим більше їх «чіпляє» проблема — тим довше буде продовжуватись конфлікт. Більш того, кількість учасників конфлікту теж впливає на його тривалість, зважаючи на те, що в процесі тролінгу можливе виникнення конфліктної ситуації вже між окремими учасниками комунікативного процесу, а не тільки між тролем та всіма іншими.
- гострота: визначається причинами, тобто проблемами, які були використані в межах формування тролем повідомлення, а також емоційністю учасників конфлікту. Аналогічно з минулим аспектом: кількість учасників може впливати на гостроту конфлікту;
- функції: переважають дестабілізуючі. А саме: провокація хаосу в комунікативному контексті, дестабілізація ситуації в межах обговорюваної проблеми, маніпулювання думками мас, дезінформація тощо. В якості інтеграційної функції можна виокремити лише потенційну можливість «освітнього» процесу в контексті розпізнавання та ідентифікації тролінгу [2].

Таким чином можна зробити висновок, у межах конфліктної теорії Л. Козера тролінг є провокацією, яка здатна спричинити конфлікт, який може мати як деструктивні, так і конструктивні наслідки. Все залежить від того, як група реагує на провокацію: чи спроможна вона інтегруватися навколо вирішення проблеми, чи конфлікт призводить до руйнування соціальних зв'язків.

1.3 Явище тролінгу в межах теорії мережевого суспільства М. Кастельса

М. Кастельс — автор теорії мережевого суспільства, яка, фактично, є однією зі складових цілісної макросоціологічної теорії інформаційного суспільства. Теоретичні напрацювання науковця в даному напрямку були зумовлені необхідністю виокремити, відслідкувати, проаналізувати та зафіксувати фундаментальні зміни, які відбуваються в соціальному контексті в епоху стрімкого розвитку цифрових технологій. Зважаючи на те, що явище тролінгу виникло завдяки створенню віртуальних умов для його розповсюдження, ми вважаємо доцільним аналіз даного поняття крізь призму ідей М. Кастельса [12].

Попри те, що мережеві структури існували в соціальному вимірі вже давно, саме комунікаційні та інформаційні технології ХХ століття призвели до зростання ролі мереж в житті суспільства [21].

За М. Кастельсом мережа — сукупність пов'язаних між собою вузлів, демократична система, яка надає рівні інформаційні можливості. Більш того, переваги мережі зумовлюють можливість без зайвих витрат часу встановити велику кількість прямих контактів. Попри позитивні наслідки подібного аспекту, в контексті тролінгу, знаходження користувачами в єдиному, спільному віртуальному середовищі певної конкретної частини інтернету (форум, блог, соціальні мережі), полегшений доступ до вибудовування комунікативного процесу, безперечно, сприяє збільшенню кількості шансів натрапити на троля. Система мережі є багатоканальною, з великою кількістю рівнозначних, взаємозамінних ланок-логістичних шляхів. Таким чином, за технічної справності мережі, комунікативний процес в її межах відбувається безперервно, без фактичної можливості перервати небажаний діалог за власним бажанням [26].

Загалом, не є секретом той факт, що неконтрольованість та вседозволеність в мережі сприяє формуванню та відтворенню деструктивних соціальних дій, наприклад, тролінгу. Відсутність чіткої та якісної модерації мережі або її частини створюється пряма загроза активізації тролінгу, який також може приймати різні форми з метою приховування істинних намірів. В умовах розвитку мережевого суспільства послаблюється контроль влади над масами, що зумовлює полегшення «роботи» тролів у політичних дискусіях та конфліктах. Зважаючи на це, соціальні мережі наразі є доволі вагомим середовищем в контексті виникнення політичних баталій.

На думку М. Кастельса, існують реальні можливості програмування або перепрограмування мережі, інформаційної повістки в ній або в її частинах. Відбувається це в межах функціонування соціального контролю — комплексного явища, котре сконцетроване навколо складних за структурою мереж. В даному контексті, здатність використовувати соціальний контроль напряду залежить від наступних двох механізмів:

- здатність поєднувати кооперацію між різними мережами за допомогою «рубильників» - перемикачі між мережами та головні важелі, які сприяють формуванню маніпулятивного впливу по відношенню до суспільства;
- здатність створювати, перетворювати, програмувати та перепрограмувати мережі [14].

Таким чином, здійснення соціального контролю на мережами комунікацій є основними активами акторів вищезазначеного контролю. Більш того, тролінг як явище мережевої комунікації є частиною описуваного явища, зважаючи на його комунікативний потенціал та маніпулятивну складову.

Тролінг в контексті соціального контролю слід розглядати в межах боротьби за владу, боротьби за ідеї та думки людей. В умовах інформаційної війни, ідеологічних протистоянь, негативні характеристики тролінгу як

агресивної та провокативної соціальної дії сприяють активному залученню даного інструменту до перебігу конфліктів.

Більш того, у теорії мережевого суспільства Мануеля Кастельса тролінг можна розглядати як природний наслідок горизонтальних, децентралізованих комунікацій. Він є продуктом цифрового середовища, де стикаються ідеї, ідентичності та конфлікти. Тролінг виступає своєрідним викликом для мережевих спільнот, які повинні навчитися протистояти деструктивним проявам у середовищі, що ґрунтується на свободі та відкритості. Тролінг демонструє "темний бік" мереж – відсутність чітких механізмів контролю та відповідальності у глобальній цифровій комунікації [36].

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Тролінг — багатогранне поняття, розгляд якого можливий з точки зору різних підходів та дисциплін. В межах даної роботи ми зосередились на аналізі тролінгу як явища мережевих комунікацій. Стрімкий розвиток інформаційних та цифрових технологій став каталізатором багатьох соціальних процесів, зокрема й розвитку тролінгу. Контекст мережевого суспільства сприяв активному розповсюдженню тролінгу, а також його класифікації, поділу на різні форми та види. Таким чином, тролінг можна поділяти за форматами, легкістю ідентифікації троля, намірами, засобами та техніками.

Важливий аспект, який необхідно підкреслити ще раз, полягає в загальній сутності тролінгу — емоційний та потенційно конфліктний тиск, який здатний заважати вести раціональну боротьбу проти нелогічності доводів троля, його антиморальної поведінки. Це і є основна мета троля: «притуплення» розуму та провокація емоцій. В такому стані об'єкт тролінгу не здатен зберігати холодну голову та ігнорувати троля, активно включаючись в суперечку, розвиваючи та підтримуючи її. Відкритість мережі, легкість комунікації в її межах, зі свого боку, зумовлює створення потенціалу для залучення в процес тролінгу більше та більше осіб. Контраверсійна тактика промивання думок, спотворення ідеалів та цінностей — задачі троля, які він намагається досягти за допомогою низки варіацій тролінгу, використання яких залежить від конкретного контексту та ситуації.

Більш того, в межах даного розділу було проаналізовано тролінг крізь призму конфліктної теорії Л. Козера, було досліджено тролінг в контексті маркерів та умов конфлікту: тривалість, гострота, причини, функції.

За допомогою тез та ідей М. Кастельса тролінг було представлено нами крізь призму соціального контролю, участі в цьому процесі соціальних акторів (програмістів та перемикачів).

Отже, варто зазначити, що місця для дослідження тролінгу ще вкрай багато. Більш того, актуальність даного процесу важко переоцінити, зважаючи на потенційну небезпеку подальшого розвитку даного явища.

РОЗДІЛ 2. ТРОЛІНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ЯК КОНФЛІКТНА ВЗАЄМОДІЯ

2.1. Явище тролінгу в соціальних мережах

Не секретом є той факт, що наразі соціальні мережі відіграють значну роль в житті суспільства загалом та кожного його члена зокрема. Станом на січень 2024 року, кількість користувачів соціальних мереж сягнула 24,3 мільйони людей, при загальній кількості інтернет-користувачів у 29,64 мільйони людей. Зважаючи на ці цифри, вплив та вагу соціальних мереж в сучасному комунікативному процесі важко переоцінити [13].

Окрім загальної кількості користувачів, які мають активні акаунти в соціальних мережах, в контексті теми нашої роботи важливо розуміти, які соціальні мережі є найпопулярнішими джерелами інформації для українців. Отже, за даними дослідження ГМ «Опора» та Агентства США з міжнародного розвитку (USAID), найбільш популярним джерелом отримання інформації для українців є соціальні мережі — 77,9% респондентів. В розрізі вікових категорій, популярність соціальних мереж знижується з 95,8% (для українців віком 18-29 років) до 36,5% (для українців віком 70+%). Якщо аналізувати розподіл популярності конкретно по соціальним мережам, то отримаємо такі результати: найбільше українці використовують Telegram (71,3%), YouTube (66,2%) та Facebook (55%). Також 50% опитаних споживають новини у Viber, 29,5% — в Instagram, 25,1% — у TikTok, 8,3% — у Twitter.

Різні вікові категорії віддають перевагу в контексті джерел інформації різним соціальним мережам. Так, найпопулярнішими серед молоді (18–29 років) є Telegram (89,9%), YouTube (64,5%) та Instagram (46,1%). Респонденти

віком 30–39 років користуються переважно такими соціальними мережами як Telegram (75,6%), YouTube (61,1%) та Facebook (59,1%). Серед 40–49-річних Telegram (70,9%), YouTube (65,6%) та Facebook (64%) також упевнено тримають перевагу, але тут відстань між 3-м та 4-м місцем не дуже велика - наздоганяє Viber із показником у 54,2%. Респонденти віком 50–59 років для отримання новин найчастіше використовують Telegram (70%), YouTube (69,3%), Facebook (59,6%) та Viber (59,5%). Серед опитаних віком 60–69 років на перше місце виходить вже YouTube (71,3%), Viber (68%) та Facebook (62,4%), а от Telegram опинився лише на четвертій сходинці із результатом 53,5%. Серед аудиторії віком від 70 років найбільш популярними є YouTube (72,7%) та Viber (58,3%), а рівень використання інших соцмереж як джерела новин не перевищує 40%. Показово, що TikTok, хоч і не отримав переваги серед жодної з вікових категорій, демонструє найбільше зростання частки прихильників, порівняно з ідентичним дослідженням 2022 року. Так, за рік його аудиторія віком 70+ зроста з 12,2% до 21,1%, а серед людей віком 40–49 років — із 17,9% до 26,5% [13].

Зважаючи на наведені статистичні дані, недивним є той факт, що соціальні мережі наразі, окрім виконання функцій безпосереднього міжособистісного спілкування та обміну думками, отриманням інформації, все частіше стають об'єктами і засобами інформаційного управління та ареною інформаційних війн. Окрім зазначених вище характеристик соціальних мереж, варто зазначити й наступні:

- отримання інформації від інших користувачів;
- соціальна вигода у всіх сенсах від контактів;
- верифікація ідей за допомогою участі у взаємодіях;
- рекреація, дозвілля.

З точки зору порівняння соціальних мереж та інших засобів масової комунікації, можна виокремити наступні особливості:

- відповідальність. Публікації та дописи в соціальних мережах зазвичай можуть безкінечно коригуватись авторами (іноді й анонімними), що вказує на потенційну відсутність етично-правової бази, відповідальності за інформацію

- оперативність надання інформаційних послуг. Соціальні мережі оперують величезними інформаційними потоками, які оновлюються на інтернет-сервісах майже зі швидкістю світла.

- централізованість та ієрархічність у масиві повідомлень. Соціальні мережі майже позбавленні будь-якої ієрархічної структури, оскільки будь-хто може продукувати контент у віртуальному середовищі.

- споживання і розповсюдження інформації. Соціальні мережі вимагають від учасників комунікативного процесу володіння базовими навичками користування мультимедійними пристроями (комп'ютером, планшетом, смартфоном тощо) й інтернетом. За відсутності одного з двох компонентів унеможлиблюється їхнє використання.

- різноманіття, багатогранність тематики і способів подачі інформації – інформативне наповнення соціальних мереж розрізняється за якістю, обсягом, змістовним наповнення, способом передачі, форматами, структурою соціальної мережі загалом тощо. [30].

Зважаючи на всі наведені вище характеристики соціальних мереж як комунікативно-інформаційної системи, статистика їхньої популярності в Україні, нескладно дійти до тези про те, що соціальні мережі сьогодні є «ідеальним» середовищем для ведення інформаційних війн, пропагандистської діяльності тощо. Адже жоден інструмент передачі та розповсюдження інформації сьогодні не здатний надати таку чисельну активну аудиторію. Тому саме соціальні мережі наразі здебільшого використовуються для ведення негативних, деструктивних та дестабілізаційних комунікативних процесів.

Інтернет-тролінг суттєво змінився у своїй сутності як термін з часів своїх перших теоретичних обґрунтувань Дж. Донат у 90-х роках. Науковиця є однією з найавторитетніших у світі фахівців в сфері психології онлайн-спілкування. Тролінг в її розумінні — інтелектуальна гра, основною метою якої є «завоювання» підпорядкування користувача або групи користувачів одній особі — троллю. Його завданням є розпалення ворожнечі, сварок, агресивних дискусій маніпулятивним шляхом, залишаючись при цьому в тіні, немов в стороні. Десятиліттями тролінг привертав увагу науковців та дослідників, адже невпинно розвивався як явище, дещо еволюціонував та розповсюджувався [29].

Дж. Бішоп виокремлює такі чотири основні групи тролів:

- тролі, які люблять розпалювати або накалювати ситуації без будь-якої реальної вигоди.
- тролі, які люблять провокувати інших користувачів з метою фокусування уваги на собі.
- тролі, які люблять спілкуватись, не звертаючи уваги на точність, достовірність та доречність своїх повідомлень або зауважень.
- тролі, які спостерігають за іншими, очікуючи на ідеальний момент для публікації провокативного повідомлення [24].

Варто зазначити, що вищенаведені групи тролів характеризують саму сутність даного явища як певної субкультурної поведінки в інтернеті загалом та в соціальних мережах зокрема. Усталені кризь роки форми та формати спілкування тролів зумовили їх перетворення на конкретні технології, які почали використовувати не найкращі люди та навіть уряди світу. Тролінг саме як технологія здебільшого стала популярною та ефективною завдяки наявним аспектам потенційного впливу на масову свідомість, можливості «сіяти» паніку та дезінформації. Зважаючи за постійно зростаючий вплив соціальних мереж як джерел отримання інформації на пересічних користувачів, наявність такої

технології як тролінг з метою просування потрібних ідей та наративів з одного боку, а також дискредитація та викривлення реальності з іншого — створює низку серйозних викликів в контексті збереження стійкості та стабільності суспільств, особливо в складні часи та під час криз [30].

Не варто забувати про те, що повідомлення, які надсилаються тролями, зазвичай мають образливий характер, неетичну критику та переважно емоційне (а не змістовне) наповнення. Наведені основні характеристики тролінгового повідомлення, звісно, сприяють активізаціям дискусій, суперечок, конфліктів навколо них, що дозволяє троллю досягати одну зі своїх потенційних цілей троля.

Аналізуючи безпосередньо цілі тролів в соціальних мережах, потрібно відштовхуватись від їх мотивації. Загалом, цілі тролінгу можуть бути наступними:

- розвага. Є категорії тролів, які отримують задоволення від процесу тролінгу в соціальних мережах. Це можуть бути як і досить невинні саркастичні та іронічні повідомлення, так і повноцінні провокації;
- політичні цілі. В межах даної цілі тролінг відбувається задля підтримки або ж, навпаки, дискредитації певної політичної сили, партії, особи тощо. Відбувається це, зазвичай, за допомогою поширення фейків та дезінформації. В цьому ж контексті варто і розглядати тролінг як інструмент інформаційних війн, що наразі активно і використовується нашим ворогом в соціальних мережах.
- комерційні цілі. Це може бути як залучення уваги до компанії, бренду чи конкретного продукту за допомогою тролінг-технологій, або боротьба з конкурентами з метою зниження їхньої репутації, дискредитації або створення негативного образу [16].

Загалом, можна говорити про те, що форма тролінгу практично не видозмінюється в залежності від його цілей. Це завжди теж саме провокативне, іноді образливе та емоційне повідомлення, на яке дуже хочеться відреагувати. Таким чином тролі змушують інших користувачів долучатись до діалогу, який часто переростає у конфронтацію або конфлікт (навіть і без участі самого троля).

Окрім вже розглянутих вище поділів тролів за цілями та видами, необхідно звернути увагу на те, що тональність тролінг-повідомлень відіграє значну роль в ефективності тролінгу як такого. Більш того, майстерно замасковані під нормальні повідомлення тролів важче ідентифікувати і, як наслідок, протидіяти їм. Отже, за тональність повідомлень тролів можна поділити на:

- грубих — діють неприховано, у жорсткій, грубій, емоційній формі;
- тонкі — завуальовані, прикриті та замасковані повідомлення, які вписуються у загальне комунікативне середовище.

Кожен з вищезгаданих видів тролінгу ефективний по-своєму в залежності від загальних цілей тролів. Попри це, варто розуміти, що з плином часу, розвитком інформаційних та цифрових технологій, потенційним посиленням модерації соціальних мереж, тролі адаптуються та еволюціонують, створюючи все більше складності як в їній ідентифікації саме як тролів, так і в подальшій протидії [25].

Саме тому, тролінг в соціальних мережах вже давно вийшов за межі поодиноких випадків, які відбувались з метою розваги чи власного задоволення. Звісно, це не перестає виникати, проте сутність та форма тролінгу виявилась настільки ефективною та дієвою в контексті її використання в інтернет-середовищі загалом та в соціальних мережах зокрема, що його активно почали використовувати з метою виконання конкретних завдань (наприклад

політичних або комерційних). Таким чином, необхідно чітко та коректно аналізувати сутність тролінгу з точки зору технологій, які потенційно можуть використовуватись. Отже, основні технології та методи, які використовують тролі:

- масове створення фейкових акаунтів. Це відбувається як з метою запобігання проблем в разі блокування якогось з акаунтів модераторами соціальних мереж, так і з метою створення ілюзії масової підтримки певних ідей або тез;

- анонімність. Використання чужих або створених за допомогою штучного інтелекту фотографій, вигаданих імен та особистої інформації. Також можливе використання додаткових технічних засобів та інструментів з метою приховування справжнього місцезнаходження. Головна умова — використання локальних, культурних або національних елементів (зазвичай просто ім'я та прізвище або нікнейм, чи мова повідомлення), щоб «влитись» в потрібне середовище;

- боти та ботоферми. Можуть бути як автоматизовані акаунти, мета яких — спам повідомленнями, коментарями тощо, так і організовані групи людей, які координують свої дії для масового тролінгу;

- психологічний вплив. Вся сутність тролінгу зазвичай зводиться до намагань троля викликати емоційну реакцію у користувачів (сум, гнів, страх тощо). Емоційність та провокативність повідомлень троля сприяє розвитку цього процесу, залученню до діалогу більшої кількості користувачів, в результаті чого троль стає наче модератором конфлікту;

- поширення фейків. Створення та розповсюдження фейкових новин відбувається з метою маніпуляції громадської думки, створення паніки. В межах даного процесу тролі, окрім текстових фейків, зазвичай можуть

використовувати монтаж відео та фотошоп, що виступають наче відео- або фото- доказами контroversійних подій [24].

Отже, в результаті нашого аналізу сутності тролінгу в соціальних мережах, можемо констатувати, що дане явище є розповсюдженим завдяки своїй ефективності не лише в межах досягнення особистих цілей (задоволення або розваги), а й при залученні тролінгу в контекст політичних або комерційних цілей. Види тролінгу, фактично, різняться процесом вибудовування комунікації, її тональністю, емоційністю. Зважаючи на використання тролінгу як засобів політичної боротьби та інформаційних війн, технології тролінгу активно розвиваються з метою підвищення рівня ефективності використання тролінгу загалом.

2.2. Види та форми тролінгу. Методи розпізнавання тролінгу

Наразі, віртуальне середовище, і особливо соціальні мережі, перенасичені тролінгом. Фактори, що виділяють навмисний тролінг з-поміж інших комунікативних елементів в мережі:

- емоційність повідомлення, що безпосередньо відображає емоційний стан автора повідомлення. Перенасичення повідомлення прислівниками, вигуками, лексемами емоційного характеру — яскраві признаки потенційно тролінгових повідомлень. Адже основна складова частина тролінгу — привернути увагу користувачів, емоційно забарвлені речення сприяють цьому. Більш того, оскільки тролінг є формою соціальної агресії в мережі, задача якого одночасно і втягнути інших в агресивну «перепалку», увагу також слід звертати на повідомлення з негативною тональністю.

- велика кількість повідомлень. Не є секретом той факт, що найкраще в соціальних мережах привертає увагу той контент, який зосередив навколо себе

велику кількість користувачів. Це проявляється в кількості коментарів, лайків, репостів. Створюючи вигляд популярності необхідного контенту, тролі зумовлюють його соціалізацію в межах віртуального середовища за допомогою написання фіктивних коментарів. Подібна технологія здатна сприяти впливу на маси, їх думки та погляди, створюючи ілюзію одностайності думок інших з приводу певної теми, що може, безперечно, розхитати стабільність ситуацію та зумовити утворення хаосу в комунікативному сенсі.

- відсутність якісних аргументів. Сумнівність наведених доказів, відсутність авторитетності автора, його можлива анонімність, посилання на думки широкого загалу, відсутність конкретики у формулюваннях — маркери, що свідчать про фейковість думок, створені троями.

- сенсаційність повідомлення, що сприяє приверненню певної кількості увагу за допомогою посилань на відомих людей, не завжди точних та правдивих, вживання слів, що підвищують тривожність.

Повідомлення та контент, які створюють та розповсюджують тролі носять образливий, конфліктний, агресивний характер. Якісно сформована емоційна складова повідомлення і відповідний стан соціуму сприяють або ефективному прийняттю змісту та тональності інформації, або навпаки. Зважаючи на це, для виявлення повідомлень та контенту з ознаками тролінгу, обов'язково необхідно аналізувати тональність повідомлення, окрім всіх вже згаданих факторів [30].

Важливо також розуміти, повідомлення яких форматів можуть містити в собі ознаки тролінгу. Загалом, виділяють наступні:

- офтоп — повідомлення в мережі, яке не стосується заздалегідь визначеної теми спілкування;

- спойлер — навмисна публікація деталей чи розв'язки будь-якого культурного чи соціального явища — фільму, спектаклю, серіалу, події;

- вкрай самовпевнені повідомлення — вираження думки як загальновідомого факту, висловлювання без аргументації або аналізу;
- спонукання на суперечку — свідомо провокація на виникнення конфронтації з метою її підтримки, розповсюдження, залучення нових учасників;
- «гра на почуттях» - цілеспрямоване агресивне чи негативне повідомлення із урахуванням спрямованості групи (наприклад, в групі веганів запропонувати добірку страв із м'яса);
- «флейм» - суперечка заради суперечки, без конкретної мети;
- комбінація будь-яких вищезазначених форм [29].

Таким чином, ми бачимо, що варіацій використання тролінгу в сучасній мережі доволі багато, тим паче, що всі вищезазначені варіанти можуть комбінуватись між собою в залежності від ситуації та контексту.

Важливо також розуміти у соціологічному плані, що за сутністю та проявами тролінгу завжди стоять живі люди або група таких людей, яким з тих чи інших причин проводити тролінг-діяльність вигідно. Отже, таким/такими суб'єктом та об'єктом тролінгу в мережі можуть бути окремі особистості та соціальні групи, а спілкування між ними відбувається безконтактно, тобто в межах мережевої комунікації. Суб'єкт та об'єкт тролінгу в мережі реагують один на одного вербально, в той час коли реакція об'єкту тролінгу в тій чи іншій мірі може активізувати процес тролінгу одночасно з дестабілізацією свого емоційного стану [22]

В контексті ідентифікації тролінгу в мережі також варто зазначити, що з видимістю застосування тролінгу дане явище поділяється на:

- товстий тролінг. Тролі заважають вести коректну та етичну інтернет-комунікацію, користуючись перевагами анонімності в інтернеті та тим, що покарати їх не дуже легко. Виходить так, що тролі в інтернеті — активні та

мобільні комунікатори, які активізують аудиторію мережі та актуалізують певні проблеми, обговорення яких започатковують або підтримують. Тролі подають свою інтерпретацію подій та явищ з того боку, який їм вигідно просувати. Зазвичай, вони використовують класичний набір методик та технік, який був розписаний вище. Через це товстий тролінг ідентифікувати легше, більшо того, йому легше протистояти. В межах даного виду тролінгу тролі ведуть себе прямолінійно, з перших повідомлень чи постів дають зрозуміти, що їх думка докорінно відрізняється від більшості користувачів. Вони розраховують на ефект «вибуху бомби» в комунікативному контексті і, як наслідок, активної дискусії або полеміки на певну тему. Тролі втручаються у дискусії, самовпевнено сперечаються, просуваючи вигідні собі ідеї та наративи. Відкрито грублять іншим користувачам, іронізують та нехтують комунікативно-етичними правилами мережі загалом та соціальних мереж зокрема.

- тонкий тролінг розпізнати складніше, адже в його межах тролі тримаються кордонів правил середовища чи групи, в межах якої він вибудовує комунікативні процеси. Тролі використовують більш тонкі інструменти впливу, часто пов'язані з психологічними аспектами [34].

Розуміння та коректна ідентифікації тролів та тролінгу безпосередньо залежить від вміння кожного окремого користувача оцінювати та виявляти ті чи інші комунікативні тенденції, механізми та елементи маніпулятивного впливу.

Безперечно, можна зробити висновок, що вищезгадані форми тролінгу сприяють тому, що тролінг як явище в мережевих комунікаціях активно розвивається. Зважаючи не той факт, що в переважній більшості випадків тролінг несе негативні комунікативні та соціальні наслідки, важливо коректно та якісно вивчати, досліджувати його з метою напрацювання дієвих тактик та методик протидії тролінгу. Тролінг відіграє важливу роль в умовах інформаційних війн, що, безперечно, актуалізує потребу у досконалому

вивченні даного феномену. Підсумовуючи все вищерозписане, можна виокремити такі чотири основні маркери ідентифікації тролля:

- троль зазвичай уникає прямих запитань, ставлячи їх першим;
- основна мета тролля — створення конфліктної ситуації, агресивного комунікативного середовища, емоційну напруженість;
- троль завжди намагається зруйнувати конструктивність комунікації, застосовуючи методику флейму, в межах якої вибудовується суперечка заради суперечки;
- спроба заманити в дискусію та конфлікт якомога більше користувачів задля масштабування полеміки.

Ефективність тролінгу з точки зору комунікативної сили зумовили привернення уваги до цього явища з боку людей (та груп людей), які зрозуміли, що його можна використовувати у власних цілях.

У соціологічному контексті платний тролінг - складне явище, яке поєднує в собі аспекти соціальної інженерії, масової комунікації, поведінкової психології. Використання тролінгу стає інструментом для навмисного створення конфліктів, поширення дезінформації та формування штучної підтримки або критики певних ідей, продуктів, осіб або подій. Це явище має значний вплив на соціальні структури та процеси, викликаючи зміни в соціальних взаємодіях, формуванні громадської думки.

Ефективність та дієвість тролінгу як інтернет-явища напряму сприяли тому, що воно почало використовуватись в політичних та комерційних цілях. Більш того, як було зазначено в першому розділі, тролінг в соціальних мережах стає вагомим інструментом в контексті інформаційних війн. Основна задача тролля в цих межах є незмінною (можна сказати класичною) — просування потрібних замовнику наративів та меседжів (як в текстовій формі, так і за допомогою повноцінних постів з відео- або фото-матеріалами). І, звісно,

діяльність троля завжди супроводжується активно-емоційною, зазвичай агресивною, дискусією на потрібну тему в коментарях. Адже не потрібно забувати, що, окрім створення та провокування конфліктних ситуацій, завданнями троля можуть бути більш глобальними — зміни в масовій свідомості користувачів соціальних мереж [35].

Платних тролів можна ідентифікувати за допомогою наступних ознак:

- троль ніколи не змінює свою думку, через що сперечатись з ним марно;
- цілеспрямовані меседжі, адже троль фактично є запрограмованим власним керівником/куратором;
- троль намагається акцентуватись на розпалюванні конфліктних ситуацій, зазвичай беручи в них участь одразу з декількох акаунтів;
- пустий або закритий акаунт користувача, анонімне фото профілю та назва. Попри це, зустрічаються тролі, які мають фото реальних людей на аватарках та нормальні імена або нікнейми [34].

Узагальнюючи всі характеристики та ознаки платного троля можна сформулювати основну схему роботи троля в соціальних мережах:

- створення акаунтів у цільовій соціальній мережі з метою їхнього використання в тролінг-діяльності. Наповнення профілів постами, фотографіями, додавання друзів та підписок, щоб створити ілюзію «нормальності» акаунту.
- отримання завдань від куратора/керівника, в якому прописані основні тези повідомлення та цільові теми (або конкретні акаунти/користувачі) для атаки або ж, навпаки, захисту певних наративів.
- створення тем для дискусії або на своїй сторінці, або в коментарях на чужих сторінках, використовуючи методи та інструменти, які були описані раніше в нашій роботі.

- залучення у дискусії та конфліктні обговорення більшу кількість користувачів за допомогою маніпулятивних технологій побудови меседжів та повідомлень.

- для швидкого залучення уваги до своїх повідомлень троль може використовувати інші свої акаунти, вступаючи з них у конфронтації з основним, що створює враження живої та нормальної суперечки [27].

Тролінг як інструмент інформаційних війн в соціальних мережах має свої підвиди. Тролінг сформував загальний патерн поведінки та комунікацій в мережі — виведення залучених в діалог користувачів на негативні емоції, вплив на масову свідомість, створення ілюзії масовості прихильників певної ідеї або тези [33].

За своєю суттю такими є боти та лідери громадської думки (за деякими виключеннями). Розглянемо їх детальніше.

Боти є, фактично, автоматизованими версіями тролів. Мета незмінна — просування тез та наративів в соціальних мережах за допомогою контроверсійних та емоційних повідомлень. Сучасні інформаційні та цифрові технології сприяють й технічному розвитку тролінгу, створюючи потенціал для практично повної автоматизації процесу — від створення десятків тисяч акаунтів в цільовій соціальній мережі, до безпосереднього розповсюдження необхідних повідомлень по коментарях та сторінках. Можна виокремити такі типи ботів у соціальних мережах:

- боти одного дня — акаунти без фотографії профілю, з невеликої кількістю друзів/підписників, порожньою стрічкою. Основна задача такого бота — опублікувати максимальну кількість повідомлень до блокування модераторами. Тривалість життя такого бота вкрай коротке, адже вони здійснюють велику кількість однотипних дій за невеликий проміжок часу, через що одразу привертають увагу модерації соціальної мережі.

- Класичні або стандартні боти — більш складні боти з наявною фотографією профіля та певною активністю у себе на сторінці. Більша схожість зі звичайними користувачами та обережніша діяльність сприяє тому, що живуть такі боти в соціальних мережах трохи довше за ботів одного дня.

- Іноземні-боти — аналог класичного бота, просто куплений на закордонних ботофермах.

- Боти зі складною поведінкою — найбільш складний та дорогий для створення тип ботів, який практично повністю імітує поведінку пересічного користувача у соціальних мережах, завдяки чому може виконувати свої завдання максимально довго та практично без ризиків [22].

Лідери громадської думки, напевно, є одним із найефективніших для замовників та найнебезпечнішим для масової свідомості інструментом впливу у соціальних мережах. Експерти, журналісти, політологи, публічні персони за гроші чи за інші форми винагороди просувають потрібні замовнику тези та наративи методами тролінгу. Сутність їхньої діяльності в соціальних мережах зводиться до основної задачі тролінгу — зміна масової свідомості користувачів за допомогою публікацій контроверсійної, емоційної, недостовірної інформації, завдяки яким завжди відбуваються бурхливі дискусії та конфронтації в коментарях. Для популяризації їхнього контенту можуть комплексно використовуватись як і боти, так і тролі, які своєю активністю у вигляді лайків, репостів або коментарів просувають пости лідерів громадської думки. Найбільшою їхньою перевагою є те, що користувачі бачать перед собою живу людину, можливо навіть з певним авторитетом, який успішно таким чином просуває потрібні наративи. Подібні методи залучення лідерів громадської думки використовуються як і політичному контексті (наприклад, передвиборчі кампанії), так і в контексті ведення інформаційних війн. Більш того, до такої роботи не є обов'язковим залучення відомих публічних осіб, підійдуть й

блогери з невеликими аудиторіями, які за певну оплату поширюватимуть певні ідеї, повідомлення та наративи для формування певної громадської думки.

2.3. Методологія і практики антитролінгу

Важливою та, водночас, заключною частиною теоретичної частини нашої роботи є розробка низки методів антитролінгу як відповідь на загрози, які несе в середовищі соціальних мереж тролінг. Загалом, антитролінг можна охарактеризувати як комплекс заходів і стратегій, що використовуються для виявлення, запобігання та нейтралізації атак тролів, ботів та протидіють небезпечним лідерам громадської думки. Він включає в себе як технічні засоби, так і соціальні та психологічні інструменти. Впровадження та використання ефективних методів антитролінгу дозволять підтримувати здоровий клімат в соціальних мережах. Більш того, вони сприятимуть захисту користувачів від маніпуляцій та навмисних втягувань у конфлікти та суперечки [4].

Безперечно, слід розпочати з технічних можливостей протидії тролінгу в соціальних мережах. В межах даної групи методів можна виокремити наступні:

- Інструменти автентифікації. Встановлення двохфакторних систем автентифікації акаунтів, по-перше, з метою безпеки акаунтів користувачів загалом, і, по-друге, задля ускладнення троям та ботам створювати та перемикались між десятками акаунтів. Загалом це сприятиме підвищенню безпеки акаунтів за допомогою додаткових методів перевірки особистості.

- Біометрична автентифікація - використання біометричних даних для ускладнення створення фейкових акаунтів. Попри логічність та потенційну дієвість даного методу варто зазначити, що це може спричинити проблеми в контексті свободи слова в соціальних мережах, так як держава та правоохоронні органи матимуть додаткові важелі впливу на користувачів, що може сприяти формуванню страху висловлювати свою думку в мережі.

- Розвиток та покращення систем штучного інтелекту в контексті виявлення та блокування тролінг-повідомлень. Автоматична фіксація підозрілих повідомлень, безперечно, сприятиме зниженню ефективності використання тролінгу в соціальних мережах.

- Залучення більшої кількості модераторів для постійного моніторингу і втручання в обговорення, коли проявляються тролінг-повідомлення. Більш того, в цьому контексті варто виробити більш чіткі та суворі системи санкцій, які включають попередження, тимчасові блокування або повне видалення акаунтів тролів.

Попри активну діяльність самих соціальних мереж в питанні протидії тролінгу, варто звернути увагу на необхідність проведення освітньо-навчальних процесів для користувачів, які б допомогли розвинути критичне мислення, що, у свою чергу, посприяло б у загальній боротьбі з тролінгом. Це можуть бути як інформаційні кампанії, які проводяться з метою підвищення обізнаності користувачів про тролінг, його наслідки та способи захисту, так і повноцінні онлайн-курси по формуванню навичкам протидії тролінгу [23].

Авжеж, важливим та потрібним аспектом антитролінгу є правове регулювання даного питання та залученість органів влади (тим паче в умовах інформаційної війни) в процесі боротьби з тролінгом. В даному контексті слід виокремити посилення відповідальності за негативну та небезпечну діяльність в соціальних мережах; міжнародне співробітництво з метою координації зусиль у боротьбі з тролінгом (зважаючи як на внутрішні джерела розповсюдження тролів, так і на зовнішні чинники); співпраця із соціальними мережами напряму для загального посилення якості та ефективності протидії з тролями, ботами. Важливим чинником протидії однієї з цілей тролів — впливу на масову свідомість — є розвінчання фейків та дезінформації від відповідних органів влади з метою зниженню ризику розповсюдженню паніки та зневіри [19].

Безперечно, ефективне використання методів антитролінгу можливе лише комплексно, адже кожна з наведених груп методів та інструментів поодинокі кардинально не вплине на ситуацію. Зважаючи на постійне збільшення кількості тролів та ботів в соціальних мережах, потрібно відповідально та комплексно підійти до питання їхньої протидії.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Дослідження тролінгу в контексті соціальних мереж виявило багатогранність цього явища та його значний вплив на сучасне українське суспільство. Зважаючи на вплив соціальних мереж у процес отримання громадянами інформації, актуальність розгляду теми тролінгу важко переоцінити. Ризики і небезпеки тролінгу в умовах інформаційної війни напряду сприяють тому, що тролінг в таких умовах є вкрай дієвим та ефективним інструментом, який здатний впливати як на психологічний стан окремих користувачів у соціальних мережах, так і сприяти дестабілізації суспільства та зміні масової свідомості. В межах даного розділу були розглянуті різні аспекти тролінгу, його види, цілі та технології, а також специфіка платного тролінгу і методи боротьби з ним.

Інтернет-тролінг суттєво змінився у своїй сутності як явище з часів своїх перших теоретичних обґрунтувань. Технологічні та цифрові зміни сприяли цьому процесу. З індивідуальної розваги тролінг перетворився на інструмент інформаційного впливу в соціальних мережах, який активно використовується для виконання певних політичних або комерційних цілей, а також в контексті інформаційних війн. Розуміти сутність тролінгу, виокремлювати та аналізувати його різновиди — обов'язкова теоретична складова розгляду теми тролінгу загалом. Більше того, наявність теоретичного опису даного явища частково полегшує виведення та реалізацію практичних методів протидії тролінгу — антитролінг. Технічні, навчально-освітні та правові аспекти були описані нами в якості вищезгаданої системи боротьби з тролінгом. Звісно, для максимальної ефективності цієї боротьби необхідно використовувати комплексний підхід, залучаючи при цьому всі наявні методи та інструменти, паралельно розробляючи нові.

Загалом, ми вважаємо, що розробка та впровадження практик антитролінгу наряду залежить від фактичної якості теоретичного опису та аналізу тролінгу як складової частини мережевої комунікації.

Наведені тези в цьому розділі щодо небезпеки тролінгу, його розповсюдженості, використанні на платній основі мають, безперечно, ще більше надихати науковців поглиблюватись в контекст теоретизації тролінгу і, як логічний наслідок, виведення практичних рекомендацій його протидії.

Розділ 3. ЯВИЩЕ ТРОЛІНГУ У ДЗЕРКАЛІ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ

3.1. Програма дослідження.

План:

- 1. Постановка проблеми**
- 2. Мета і завдання дослідження**
- 3. Об'єкт і предмет дослідження**
- 4. Інтерпретація основних понять**
- 5. Гіпотези**
- 6. Методи дослідження**

Постановка проблеми

Активний розвиток інформаційних технологій зумовив появу віртуальних середовищ для спілкування між людьми – соціальних мереж, в межах яких взаємодія між користувачами набуває нових форм та можливостей. Однак, разом з позитивними аспектами, зростає і кількість негативних явищ, серед яких одним з найпоширеніших є тролінг. Тролінг, або цілеспрямоване провокування та образи інших користувачів в онлайн-просторі, перетворюється на серйозну соціальну проблему, яка має негативні наслідки як для окремих користувачів, так і для суспільства загалом.

Зокрема, основною проблемою тролінгу є створення токсичної атмосфери у мережевих спільнотах, що часто призводить до емоційного виснаження, втрати мотивації до участі у дискусіях, а в крайніх випадках навіть до психологічних травм. Крім того, тролінг має здатність провокувати конфлікти та поглиблювати соціальну напруженість, сприяючи поширенню дезінформації та маніпуляції громадською думкою. В умовах українсько-російської війни

питання тролінгу стоїть гостро, адже дане явище активно використовується ворогом в межах ведення інформаційної війни на просторах Інтернету.

У зв'язку з цим виникає низка важливих питань: як саме тролінг впливає на психологічний стан пересічного користувача Інтернету? Які механізми захисту можна запропонувати для мінімізації негативних наслідків? Як користувачі можуть ефективно розпізнавати тролінг та уникати його шкідливих наслідків?

Таким чином, дана проблема вимагає детального дослідження з метою глибшого розуміння природи тролінгу, його основних видів та форм, а також розробки рекомендацій для користувачів щодо безпеки в інтернеті. Аналіз впливу тролінгу на користувачів, а також методи боротьби з цим явищем можуть сприяти формуванню більш безпечного та доброзичливого інтернет-середовища. Більш того, розуміння сутності тролінгу сприятиме запобіганню деструктивного впливу цього явища на суспільство загалом в умовах гібридної українсько-російської війни.

Мета дослідження

Метою дослідження є виявлення особливостей та специфіки тролінгу як різновиду мережевої агресії, аналіз його впливу на психоемоційний стан користувачів та розробка рекомендацій для зниження негативних наслідків для пересічних користувачів мережі Інтернет та суспільства загалом, а також виявити ступінь обізнаності аудиторії щодо проблеми тролінгу і ставлення респондентів до тролів мова про громадську думку, свідомість респондентів

Завдання дослідження:

1. З'ясувати рівень обізнаності користувачів Інтернету щодо явища тролінгу.
2. Дослідити, чи здатні користувачі розпізнавати відмінності між звичайною дискусією та провокаційною поведінкою тролів.

3. Проаналізувати існуючі стратегії поведінки користувачів у випадку комунікації з троями (ігнорування, блокування, відповідь тощо).

4. Розробити рекомендації щодо оптимальних підходів до взаємодії з троями, що допоможуть зменшити їх негативний вплив на користувачів та спільноту загалом.

Об'єкт та предмет дослідження

Об'єкт дослідження: користувачі інтернету, які можуть зустрічатися (стикатися) з феноменом платного тролінгу

Предмет дослідження: процес комунікації в мережі Інтернет, який включає явище тролінгу.

Інтерпретація основних понять

Тролінг визначається як свідомо агресивна або провокативна поведінка в Інтернеті, спрямована на виклик негативних емоцій, конфліктів або хаосу у певній спільноті. Основною метою троля зазвичай є маніпуляція емоціями та думками інших користувачів.

Троль — це користувач інтернету, який свідомо та цілеспрямовано провокує інших до конфлікту або викликає емоційні реакції, публікуючи агресивні, саркастичні, образливі або деструктивні коментарі. Тролі зазвичай не зацікавлені в конструктивній дискусії, а їхньою метою є створення напруженості, відволікання від основної теми обговорення або маніпуляція емоціями учасників комунікативного процесу. Тролінг може мати як особисті, так і політичні, соціальні чи комерційні мотиви.

Бот — це певна програма або автоматизований обліковий запис, який виконує конкретні завдання в інтернеті без участі людини. Боти можуть працювати на платформах соціальних мереж, у месенджерах чи на веб-сайтах для автоматичного поширення потрібної інформації, публікації коментарів, відправлення повідомлень або збору даних про інших користувачів. Боти

можуть бути як корисними (наприклад, для автоматизації відповідей на запити та повідомлення клієнтів), так і шкідливими, якщо використовуються для масової дезінформації, тролінгу, спаму тощо.

Ботоферма — це група пов'язаних між собою автоматизованих облікових записів (ботів), що працюють під централізованим управлінням і масово виконують однакові дії, зазвичай з метою маніпулювання громадською думкою або поширення певної інформації. Ботоферми можуть використовуватися для створення ілюзії популярності певної теми або позиції шляхом збільшення кількості лайків, репостів чи коментарів, а також для проведення організованих атак на окремих користувачів чи, звісно, для поширення дезінформації.

Соціальна мережа — це онлайн-платформа, яка надає користувачам інструменти для створення, обміну та розповсюдження інформації, зокрема текстових повідомлень, зображень, аудіо, відео тощо. В соціальних мережах користувачі можуть взаємодіяти у режимі реального часу або асинхронно. Кожен користувач має власний профіль, який містить персональну інформацію (ім'я, фото, біографію тощо) і служить для ідентифікації та персоналізації комунікації. Це дозволяє більш легко знаходити й розпізнавати інших учасників соціальної мережі. Попри це, звісно, віртуальність інтернет-середовища, часткова анонімність сприяють розвитку та розповсюдженню негативних явищ, зокрема й тролінгу.

Гіпотези дослідження

1. Більшість користувачів Інтернету мають загальне розуміння про тролінг, але не здатні точно ідентифікувати характерні риси тролів.
2. Вплив тролінгу на користувачів залежить від їхнього досвіду в соціальних мережах та вміння ідентифікувати деструктивну поведінку.
3. Чіткі рекомендації та настанови щодо поведінки з тролями здатні значно знизити їхній вплив на емоційний стан користувачів.

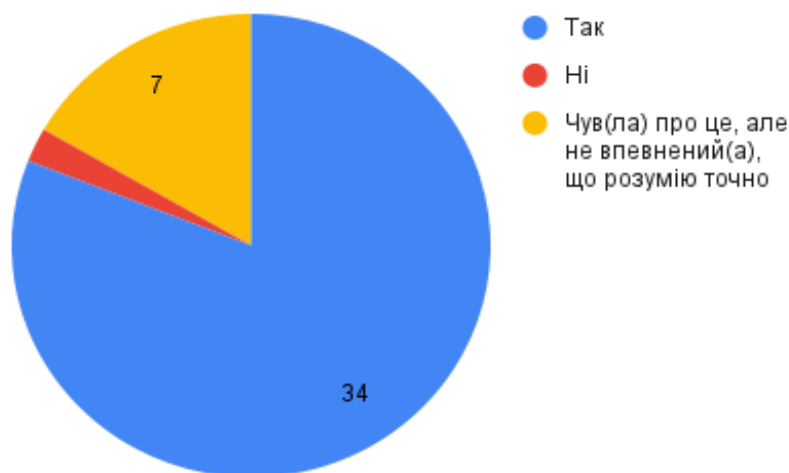
Методи дослідження

Кількісний метод дослідження – проведення онлайн-опитування з використанням питань закритого та напівзакритого типів, а також питань-фільтрів.

3.2. Результати дослідження

Нами було проведено онлайн-опитування, розроблене на основі платформи Google Forms, в якому прийняло участь 42 респондента. Анкета складалась з 19-х запитань, поділених на 4 умовних блока (Див. Додаток 1).

Перше питання анкети: «Чи знаєте ви, хто такі "інтернет-тролі"?» (Діаграма 3.2.1) відсіювала від проходження опитування респондентів, які не знали, про кого йде мова.



Діаграма 3.2.1 – Чи знають респонденти, хто такі «інтернет-тролі»?

Зроблено було це з метою підвищення якості відповідей респондентів. При виборі відповіді «Так» і «Чув(ла) про це, але не впевнений(а), що розумію точно» респондент переходив до наступного блоку запитань, а в разі вибору відповіді «Ні» – опитування завершувалося, адже цільова аудиторія нашого опитування – люди, які повністю або частково розуміють сутність явища

тролінгу. Як ми бачимо, переважна більшість респондентів (35) знають або чули про феномен тролінгу. І лише один респондент не знав цього та був відсіяний після першого питання.

Питання «Як би ви описали інтернет-троля?» (Діаграма 3.2.2) відкривало другий умовний блок нашого опитування. Задача даного питання з'ясувати, під яким кутом бачать тролінг респонденти, який аспект даного феномену, на їх думку, є найважливішим. Зважаючи на це, дане питання мало лише один варіант відповіді, який, на нашу думку, був найбільш повним та всеохоплюючим в контексті визначення сутності інтернет-тролінгу: «Той, хто намагається свідомо, цілеспрямовано дискредитувати наратора, сіяти хаос і провокувати конфлікт».

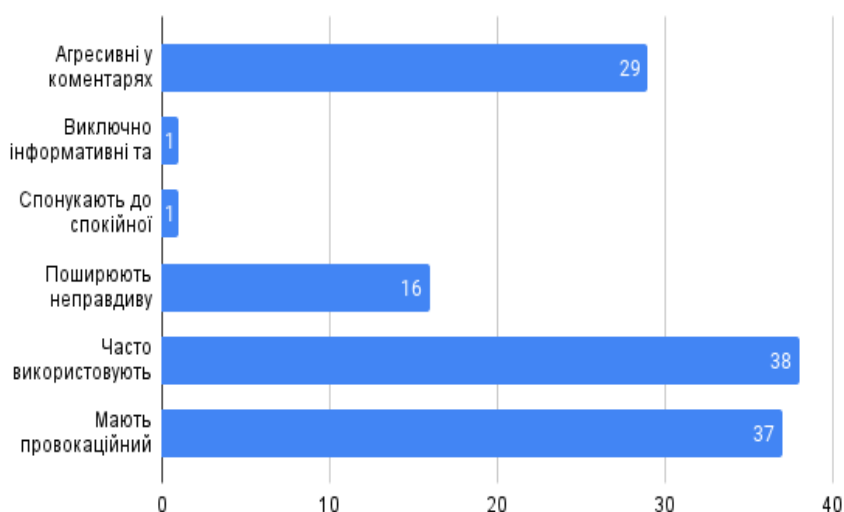


Діаграма 3.2.2 – Опис інтернет-троля

Як ми можемо бачити, більшість респондентів обрали найбільш повний опис інтернет-троля при відповіді на дане запитання. Попри це, 13 респондентів вважають, що інтернет-троль – це людина, яка жартує або кепкує над іншими. А 6 респондентів обрали варіант відповіді «Користувач, який намагається спровокувати інших на конфлікт», а 1 респондент обрав варіант «Той, хто свідомо поширює фейкову інформацію». Дійсно, кожен варіант відповіді з того чи іншого боку можна вважати за правильний. Найбільш популярний варіант

відповіді в контексті цього запитання є правильним за рахунок своєї повноти, універсальності. Зважаючи на всі описані в попередніх теоретичних розділах сутності та трансформації поняття тролінгу з розряду розваг в мережі до «зброї» в контексті інформаційної війни, є не дуже дивним той факт, що практично третина респондентів (13) вважають, що троль – людина, яка жартує або кепкує над іншими користувачами. Цю відповідь не можна вважати стовідсотково неправильною, але варто сказати, що це просто застаріле розуміння сутності тролінгу, його, мабуть, найменш популярна форма станом на зараз.

Наступне запитання (Діаграма 3.2.3) ще більш поглиблює нас в контекст розуміння сутності тролінгу респондентами. Дане питання має варіант множинного вибору та звучить наступним чином: «Які риси з перелічених нижче на вашу думку притаманні троям? (можна обрати кілька варіантів)»

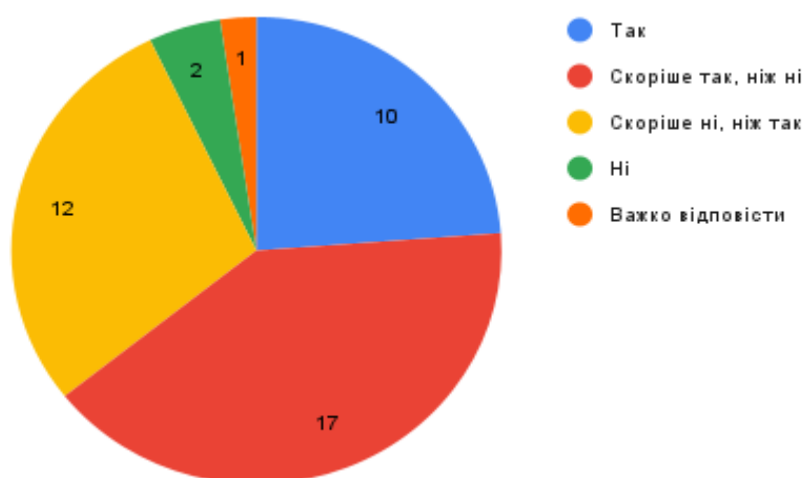


Діаграма 3.2.3 – Риси, притаманні троям в інтернеті

В контексті отриманих відповідей на дане питання варто зазначити, що ми бачимо два варіанти відповідей, які були обрані практично 90% респондентів: «Мають провокаційни стиль комунікації» та «Часто використовують іронію та сарказм». Варіанти «Агресивні у коментарях», а також «Поширюють неправду інформацію» виявились не такими популярними серед

респондентів, але, попри це, безперечно, в контексті виокремлення конкретних рис тролінгу мають бути в цьому списку. Останні два запропонованих варіантів відповідей, а саме «Спонукають до спокійної дискусії» та «Виключно інформативні та об'єктивні», додавались лише з метою додаткової перевірки респондентів на розуміння сутності тролінгу і, насправді, є абсолютно нелогічними в контексті виокремлення рис, які є притаманними троям.

Важливим аспектом розробки анкети була необхідність з'ясування відношення користувачів інтернету до явища тролінгу. А саме, чи вважають вони тролінг проблемою в сучасному інтернеті (Діаграма 3.2.4). Безперечно, з наукової точки зору загалом та із соціологічної точки зору зокрема, ми вже довели той факт, що сучасний тролінг є глобальною інтернет-небезпекою. Попри це, на нашу думку, безперечно, необхідно моніторити ставлення пересічних користувачів інтернету до даного контексту.

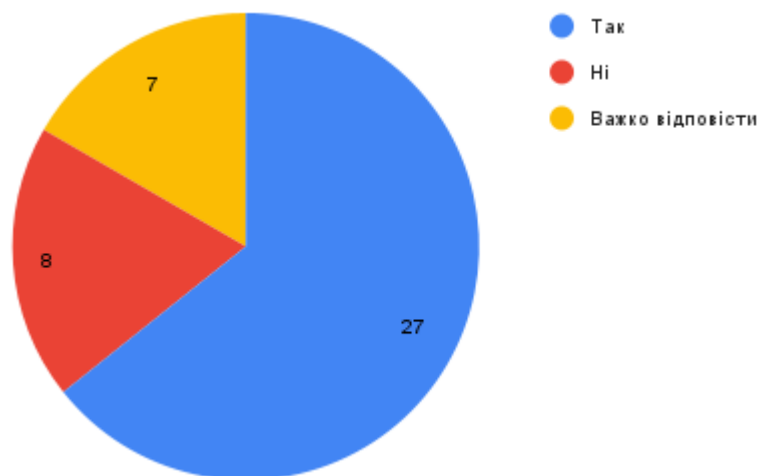


Діаграма 3.2.4 – Чи є тролінг проблемою в сучасному інтернеті

Переважає більшість респондентів (27) в тій чи іншій мірі вважають тролінг проблемою в сучасному інтернеті (обравши варіанти відповідей «Так» і «Скоріше так, чим ні»). Це, безперечно, свідчить про те, що відповідна частка респондентів розуміє всю сутність явища тролінгу, що зумовлює формування відповідного їхнього ставлення по відношенню до вищезгаданого явища. Попри

це, практично третина респондентів (15) або не вважає тролінг проблемою, або сумнівається з цього приводу.

Заключне питання даного блоку (Діаграма 3.2.5) полягало у з'ясуванні, чи стикались коли-небудь респонденти з інтернет-тролями.

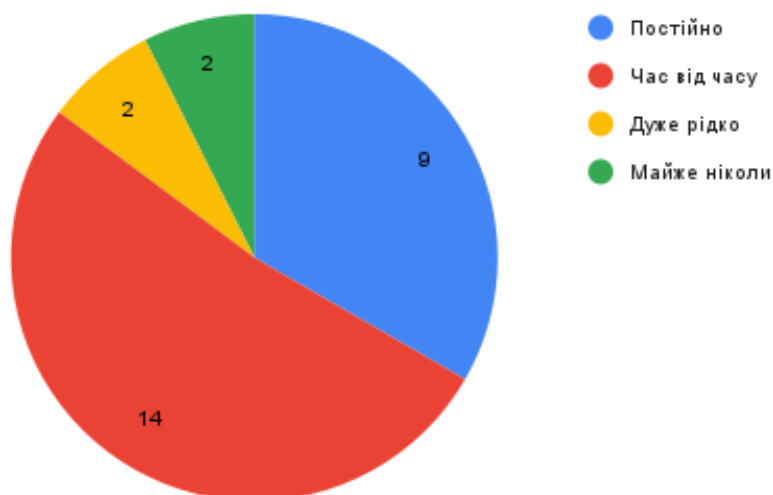


Діаграма 3.2.5 – Чи стикалися респонденти з троями в інтернеті

Дане питання, окрім безпосередньої емпіричної важливості, було необхідним з метою виокремлення групи респондентів, які стикалися з троями, тому зможуть описати свої дії по відношенню до них. Загалом, переважна більшість респондентів (27) стикалися з троями.

Наступний блок запитань присвячений досвіду респондентів в контексті зустрічей з троями, а також бажаній ідеальній поведінці користувачів при виявленні тролів в інтернет-середовищі. Попри це, в межах блоку були зібрані відповіді на запитання про ставлення респондентів до необхідності навчання користувачів методам протидії тролінгу.

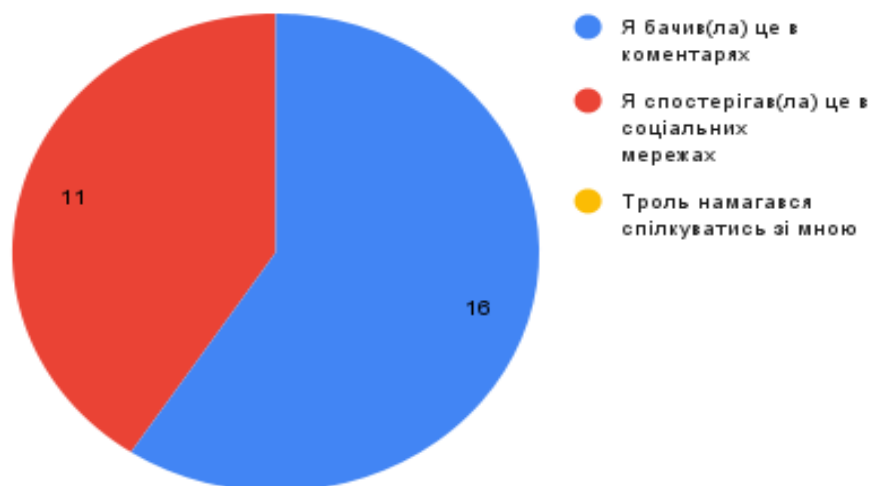
Отже, наступне питання в анкеті полягало у виявленні частоти зустрічей користувачів з інтернет-тролями (Діаграма 3.2.6).



Діаграма 3.2.6 – Частота зустрічей з тролями в інтернет-середовищі

Як ми можемо бачити, в контексті даного питання, більше половини респондентів (14) оцінили частоту спостереження тролінгу в інтернет-середовищі в межах поняття «час від часу». Постійно бачать тролінг в мережі 8 респондентів. 4 респонденти, у свою чергу, дуже рідко або майже ніколи не стикаються з цим явищем в інтернеті.

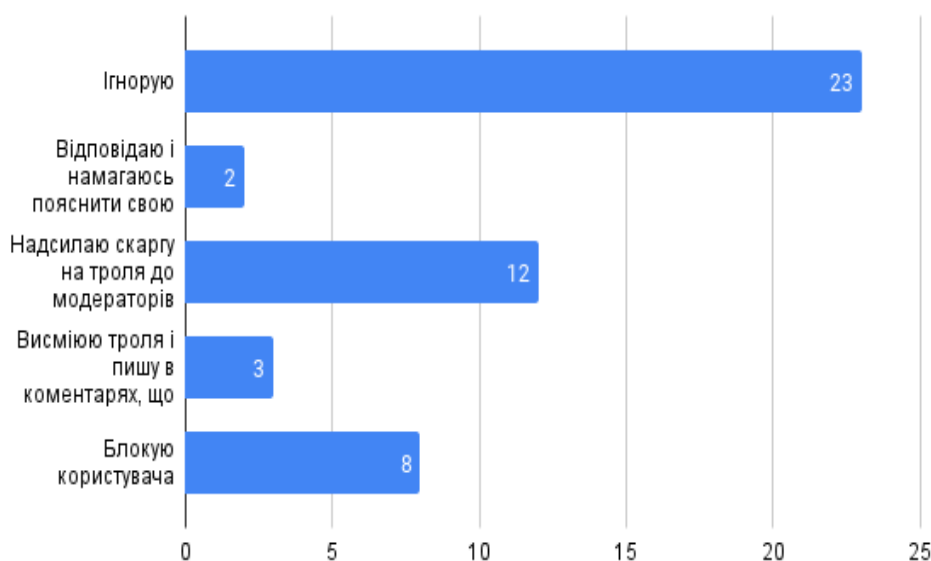
Безперечно, сучасні види тролінгу можуть так чи інакше бути адаптовані під різноманітні формати соціальних мереж, але, попри це, найлегше його застосовувати в межах сервісів, де є коментарі. Більш того, як ми визначили в попередньому розділі, тролінг потенційно може використовуватись не лише в безпосередній комунікації з іншими користувачами, а й у межах окремого поста (це може бути як просто текст, так і фото- або відеоконтент). Наступне питання присвячено контексту зустрічі респондентів з тролінгом в інтернеті (Діаграма 3.2.7).



Діаграма 3.2.7 – Місце зустрічі користувачів з тролінгом в Інтернеті

Як ми бачимо, всі респонденти лише спостерігали за явищем тролінгу, вони не були безпосередньо залучені в комунікативний процес. Більшість користувачів (16) бачили прояви тролінгу в коментарях, в той час як 11 респондентів спостерігали його у соціальних мережах загалом. З жодним з опитаних троль не намагався спілкуватись. Логічним продовженням анкети є питання щодо реакції користувачів, їх дій по відношенню до тролінгу. На нашу думку, питання на цю тему є найбільш важливими в контексті визначення рівня розуміння пересічних користувачів методикам антитролінгу. Зважаючи на безпосередню необхідність глобальних змін задля впровадження частини запропонованої нами методики, не можна забувати про те, що кожний окремий користувач має можливість вести боротьбу з тролями. Але, звісно, для цього потрібно вміти ідентифікувати їх та не бути байдужим до цієї комунікативної інтернет-проблеми загалом.

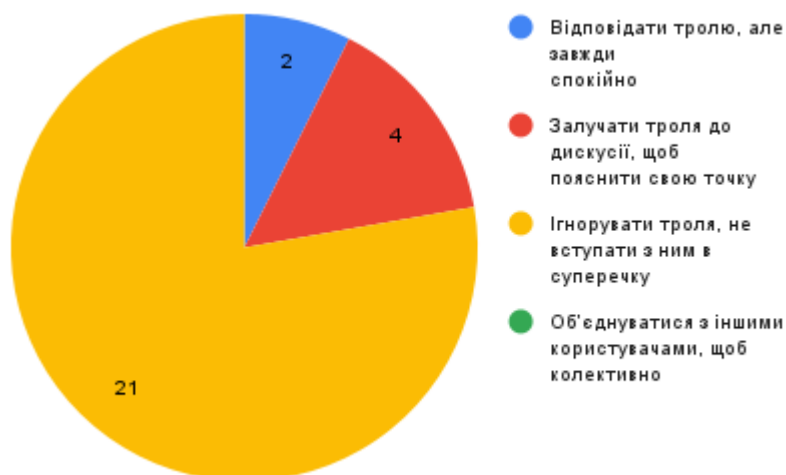
Наступне питання присвячено реакції респондентів на тролінг з можливістю множинного вибору, адже представлені дії можуть доповнювати один одного (Діаграма 3.2.8).



Діаграма 3.2.8 – Реакція респондентів на тролінг

Ми бачимо, що всі респонденти (за винятком 4-х) в безпосередньому комунікативному контексті надають перевагу ігноруванню троля. Трохи менше половини респондентів (12) надсилають скарги на троля до модераторів платформи. Менше третини респондентів безпосередньо блокують троля, висміюють його або намагають відповідати йому та пояснити свою точку зору. Безперечно, отримані результати можуть нас тішити, зважаючи на те, що переважна більшість обраних варіантів реакції є головними аспектами особистої боротьби з тролями в інтернеті – ігнорування та надсилання скарг до модераторів. Це, без перебільшень, найдієвіший спосіб боротьби з тролями без емоційного впливу.

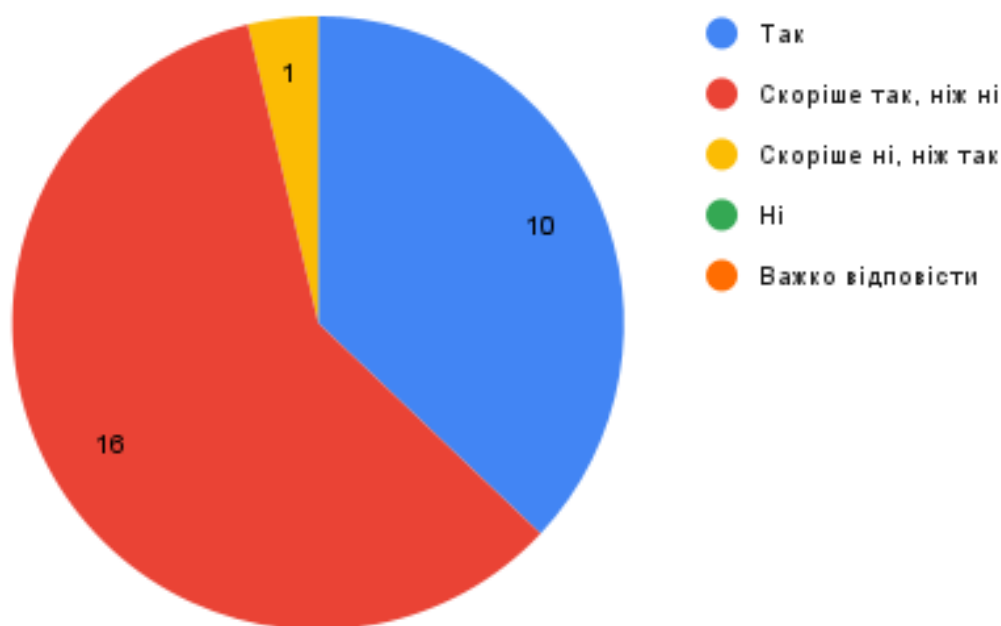
Зважаючи на важливість розуміння даної методики, варто було перевірити, чи знають респонденти її концептуально (Діаграма 3.2.9).



Діаграма 3.2.9 – Що означає «Не треба годувати тролів»?

Дійсно, як ми вже неодноразово підкреслювали, головна задача тролінгу – вивести на конфлікт, на емоції. Відсутність відповідей на повідомлення троля його ж і зупиняють. Таким чином, насправді тролів краще «не годувати». 21 респондент (що, безперечно, є переважною більшістю по відношенню до загальної кількості) абсолютно правильно відповів на поставлене питання. Дійсно, дане правило є основною рекомендацією до всіх користувачів, які стикаються з тролінгом в інтернеті. Відсутність будь-якої реакції на тролінг «вбиває» його сенс, що робить дане явище в конкретному контексті не найнебезпечнішим комунікативним феноменом.

Наступним в черзі стоїть питання про оцінку складності розпізнавання тролів в інтернеті респондентами. Безперечно, щоб говорити про боротьбу з троями, про правила поведінки та комунікації з ними, для початку потрібно їх розпізнати (Діаграма 3.2.10).

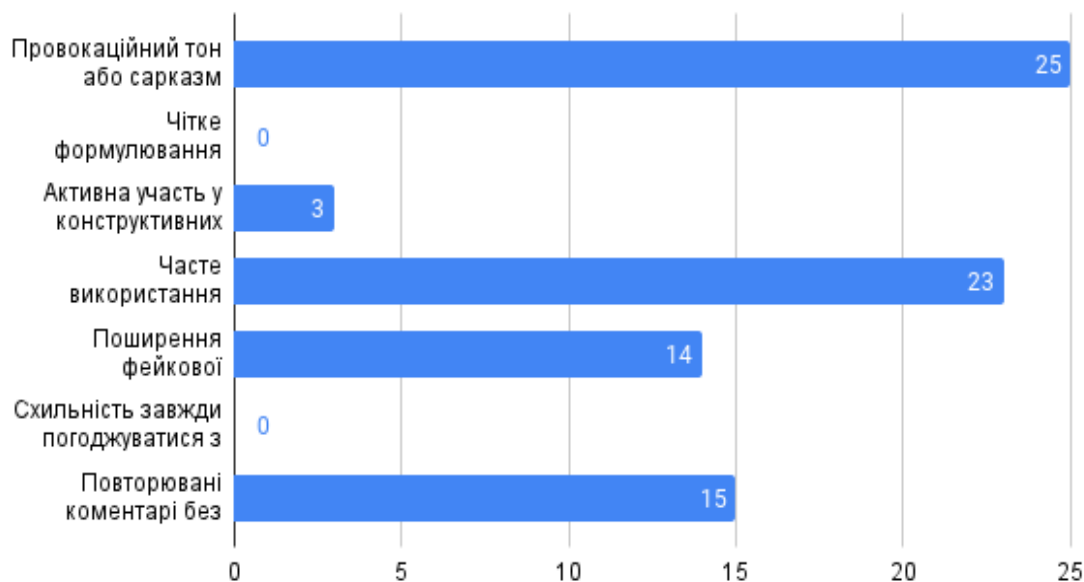


Діаграма 3.2.10 – Чи легко розпізнавати тролінг в інтернеті?

Загалом, респонденти (всі, окрім одного) демонструють досить високий рівень впевненості у здатності розпізнавати тролів в інтернеті, хоча найбільша частка схиляється до помірної оцінки ("Скоріше так, ніж ні"). Відповідно майже ніхто не вважає себе повністю нездатним розпізнати троля чи не мав труднощів із відповіддю. Таким чином, можна говорити про те, що користувачі загалом знають, як виглядають тролі в інтернеті, хоча частина все ще має певні сумніви в контексті їхнього розпізнавання.

Далі ми пропонуємо респондентам розкрити аспекти, по яким вони розпізнають тролів в інтернет-середовищі (Діаграма 3.2.11). В контексті даного питання можна обрати декілька варіантів відповідей, щоб більш точно конкретизувати процес ідентифікації та розпізнавання троля в інтернеті. Як і в усіх питаннях з множинним вибором, ми пропонуємо респондентам не тільки правильні тези. Результати опитування демонструють, які ознаки тролів видають їх (для респондентів) в інтернеті. Це дозволяє зрозуміти, які поведінкові моделі чи особливості комунікації найчастіше асоціюються з

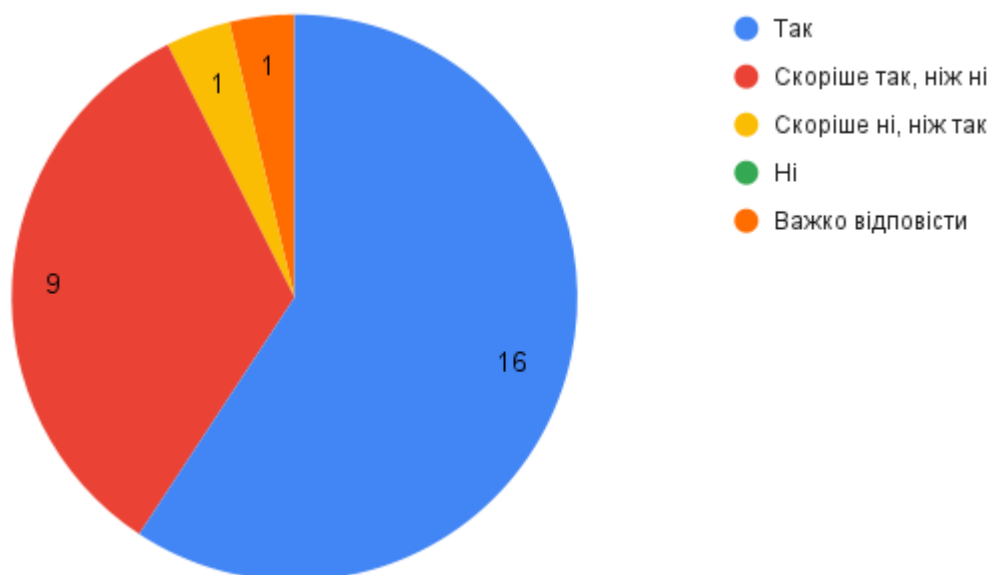
тролями. Аналіз відповідей допомагає виявити, наскільки респонденти обізнані щодо характерних тактик тролів, та визначити, чи існують спільні підходи до їх розпізнавання. Розглянемо найбільш популярні варіанти.



Діаграма 3.2.11 - Ознаки, які допомагають розпізнавати тролів

З результатів відповідей на дане питання ми бачимо, що найбільш очевидними маркерами тролів для респондентів є «Часте використання образливих слів, ненормативної лексики» (23 обрали) та «Провокаційни тон або сарказм (25 обрали). Окрім них, приблизно половина респондентів зазначили, що «Поширення фейкової інформації» (14 обрало) та «Повторювані коментарі без конкретної аргументації» (15 обрало) також є важливими ознаками тролів. Попри очевидність вищезазначених ознак, 3-є респондентів вбачають «Активну участь у конструктивних дискусіях» в якості ознаки тролів. «Чітке формулювання своїх думок» та «Схильність завжди погоджуватись з думкою інших» ніхто з респондентів не обрав. Таким чином, ми бачимо, що практично всі респонденти дійсно розуміють, як виглядає троль в інтернеті, а саме за якими ознаками його можна ідентифікувати та виявити.

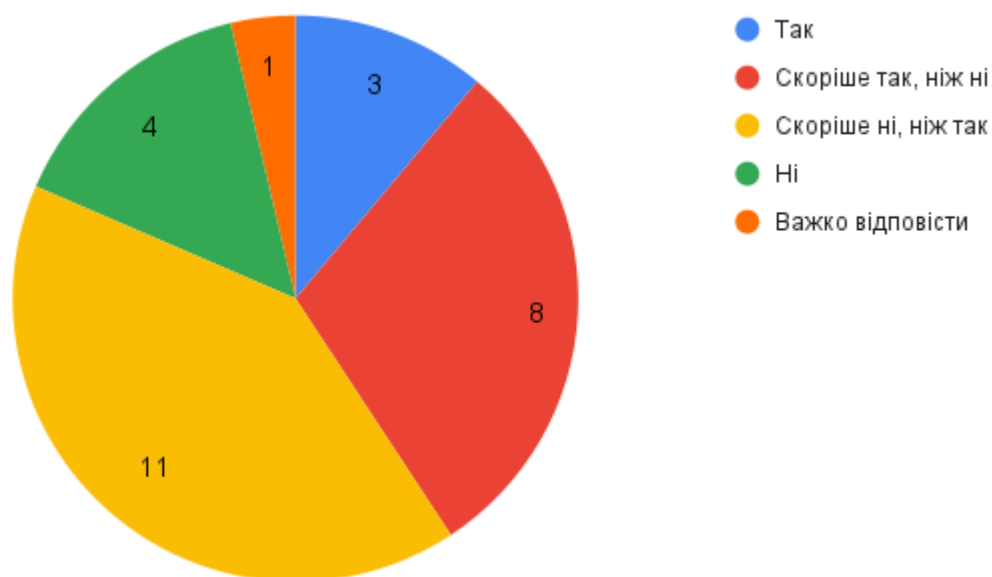
Важливий аспект вивчення та аналізу теми тролінгу – зменшення його негативного впливу на інтернет-середовище загалом та окремих користувачів зокрема. І як ми вже підкресливали: розпізнавання, ідентифікація тролів з подальшим їхнім ігноруванням та блокуванням зводять потенційний негативний вплив тролінга до мінімуму. Зважаючи на це, пересічні користувачі в інтернет-середовищі мають розуміти необхідність вміти розпізнавати тролів (Діаграма 3.2.12).



Діаграма 3.2.12 – Чи вважають користувачі, що розпізнавання тролів допомагає оздоровити інформаційний простір

Ми чітко бачимо, що 25 респондентів з 27-ми повністю або частково впевнені в тому, що розпізнавання тролів допомагає, фактично, позбутися них в інформаційному просторі. Лише 2 респонденти вважають в тій чи іншій мірі, що це не відповідає дійсності. Ми ж вкотре наголошуємо на тому, що розпізнавання тролів – важливий аспект боротьби з тролінгом загалом.

Не варто забувати, що окрім потенційних глобально-негативних наслідків (наприклад, зміна масової свідомості, розповсюдження фейкових повідомлень тощо) тролінг може сприяти погіршенню морально-психологічного стану користувача. Це не є дивним, адже тролінг провокує конфлікт, який, у свою чергу, позитивно впливати на настрій користувача не може. Більш того, навіть спостереження за конфліктною комунікацією в соціальних мережах може викликати негативні емоції у користувачів. Тому в межах наступного питання ми вирішили дізнатись, чи впливає наявність тролів в обговореннях та дискусіях на настрій респондентів (Діаграма 3.2.13).

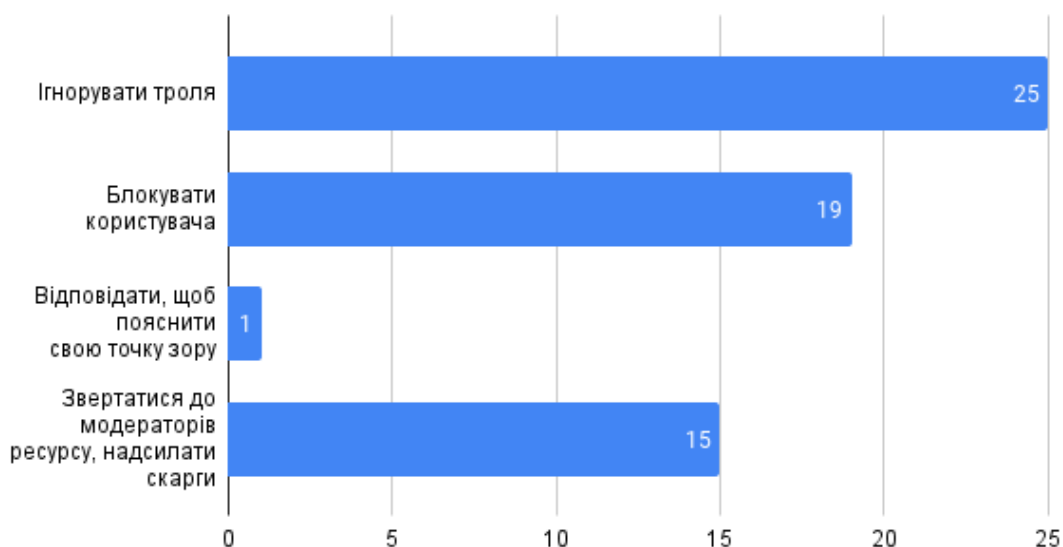


Діаграма 3.2.13 – Чи псує настрій респондентам наявність тролів в обговореннях, дискусіях?

Як ми можемо бачити, в контексті цього питання більшість респондентів (15) вважають, що тролінг або повністю, або скоріше не впливає на їхній настрій. 1 респондент не певен у точній відповіді на це питання, а 11 інших респондентів відповіли, що наявність тролів у дискусіях та обговореннях повністю або частково погіршує їхній настрій. Безперечно, особисті психологічні відмінності респондентів, їхнє ставлення до тролінгу зумовлюють

певну різницю у їхньому сприйнятті присутності тролів в соціальних мережах загалом та в безпосередніх комунікаціях зокрема.

В межах даної анкети ми вже з'ясували, яким чином поведуть себе респонденти при зустрічі з троями в інтернет-середовищі. Наступне питання опитування полягало у виявленні ідеальної реакції, на думку респондентів, на тролінг (Діаграма 3.2.14). Важливо розмежовувати вищезгадані питання, адже те, як ми себе поведимо як в реальному житті, так і в інтернеті, не завжди співпадає з правильною, логічною реакцією на ту чи іншу ситуацію. І, враховуючи те, що наше дослідження має на меті з'ясувати рівень обізнаності пересічних користувачів в контексті правил поведження з троями, дане питання є вкрай важливим та актуальним.

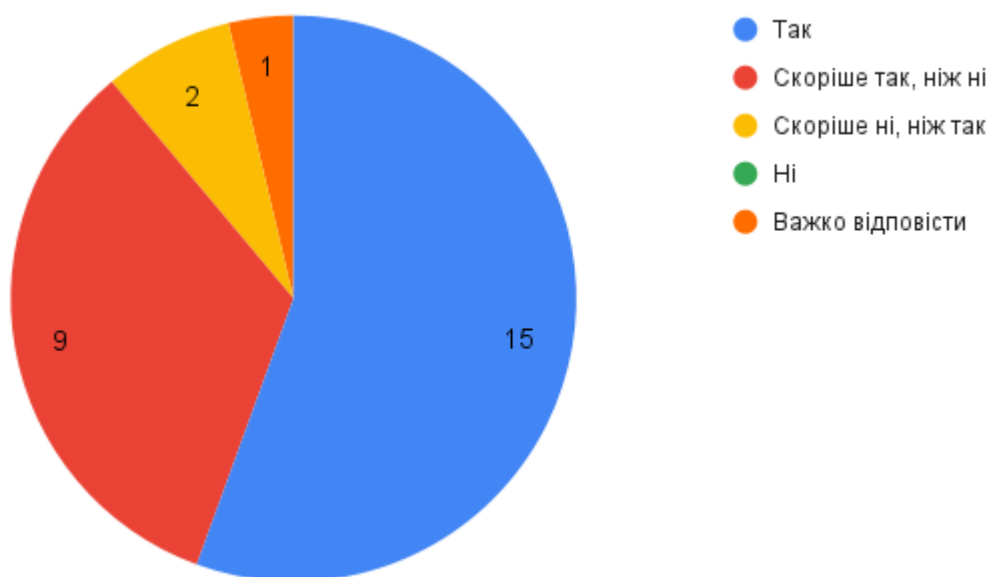


Діаграма 3.2.14 – Як потрібно реагувати на тролів в інтернет-середовищі

Варіант «Ігнорувати тролів» в контексті даного питання був обраний найбільшою кількістю респондентів – 25. Дійсно, ігнорування тролів як складова частина протистояння з ним є досить ефективним та дієвим варіантом. Блокування користувача та звернення до модерації, надіслання скарг було відмічено 19-ма та 15-ма респондентами відповідно. Варто зазначити, що всі ці три найбільш популярні методи протидії троям в комплексі є, мабуть,

найкращим варіантом в контексті поодинокі боротьби. Зважаючи на те, що варіант «Відповідати, щоб пояснити свою точку зору» був обраний лише 1-м респондентом, можна констатувати, що практично всі респонденти усвідомлюють, як саме потрібно поводити себе при зустрічі з троями в мережі. Намагання щось довести трюлю, переконати його не принесе жодної користі, а лише зтягне користувача в конфлікті комунікацію, що, в свою чергу, є однією з цілей тролінгу загалом.

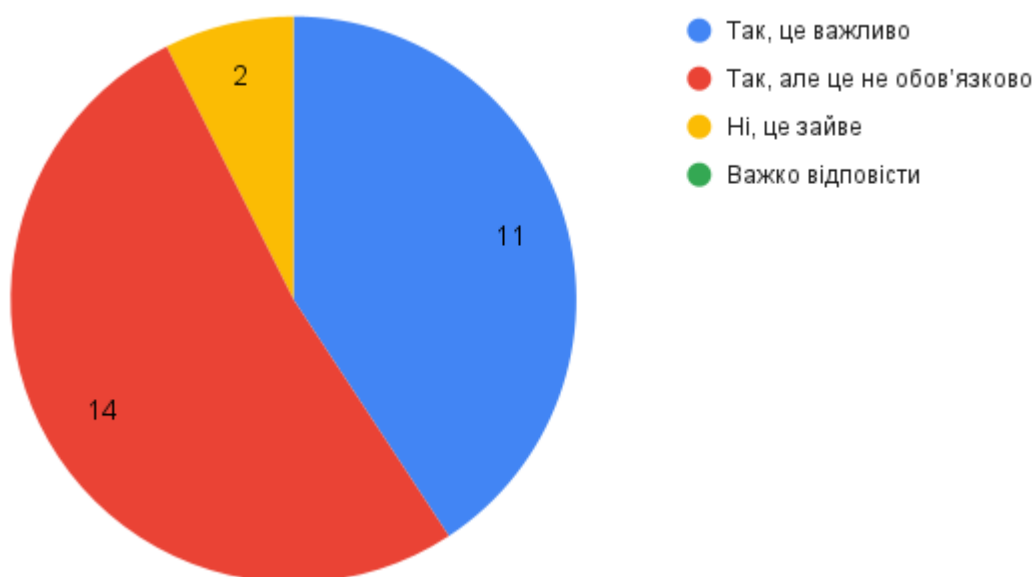
Безперечно, в контексті комплексної стратегії протидії тролінгу потрібно зазначити про необхідність розвитку у користувачів рівня медіаграмотності загалом та навичок протидії тролінгу зокрема. Інтернет-тролінг, як неодноразово вже підкреслювалось, трансформувався з практично безневинних жартів до потужного інструмента в межах ведення інформаційних війн, внутрішньополітичних протистоянь тощо. Потрібно неодмінно розробляти плани розвитку та навчань пересічних інтернет-користувачів методикам протидії тролінгу, аспектам його ідентифікації та викриття. Заключні питання основного блоку питань нашої анкети присвячені якраз темі освіти в цьому контексті (Діаграма 3.2.15).



Діаграма 3.2.15 – Чи вважають респонденти, що обізнаність користувачів щодо явища тролінгу допомагає уникати його негативного впливу

24 респондента в тій чи іншій мірі погоджуються з тим, що обізнаність користувачів щодо тролінгу дійсно може допомогти уникати його негативного впливу. Лише 3-є респондентів з-поміж усіх схиляються до протилежної думки (2-є), або не можуть відповісти загалом (1). Таким чином, можна спостерігати підтвердження нашої тези про необхідність проведення навчальної роботи з пересічними користувачами інтернету з метою надання їм поглиблених знань в контексті теми тролінгу, його небезпек та методик протидії.

Попри те, що респонденти переважно згодні з тим, що обізнаність користувачів щодо тролінгу допомагає уникати його негативного впливу, в контексті питання «Чи підтримуєте ви ідею навчання користувачів методам протидії тролінгу?», не всі впевнені в необхідності вищезгаданої ініціативи (Діаграма 3.2.16).



Діаграма 3.2.16 – Чи підтримують респонденти ідею навчання користувачів методам протидії тролінгу

25 з 27 респондентів загалом підтримують ідею навчання користувачів методам протидії тролінгу. Попри це, лише 11 респондентів зазначили, що цей процес є важливим. В той час, коли 14 респондентів відмітили, що вони підтримують це, але дана ініціатива не є обов'язковою. 2-є респондентів, у свою чергу, взагалі вважають, що це зайве. Ми бачимо, що підтримка з-поміж пересічних користувачів безперечно присутня, але про важливість цього процесу відмітило менше половини респондентів, що зумовлює необхідність проведення попередньої ознайомчої роботи перед безпосередньою розробкою навчальних матеріалів щодо протидії тролінгу. Але це, звісно, не скасовує факту необхідності постійної роботи в контексті підвищення рівня медіаграмотності користувачів загалом. Сьогодні, під час як і повномасштабної війни, і війни інформаційної, важко переоцінити важливість та необхідність розуміти, що таке тролінг і як йому протистояти. Тролінг у контексті інформаційної війни є серйозним викликом для сучасного суспільства. Його ефективність у руйнуванні довіри, створенні конфліктів та маніпуляції свідомістю змушує переглянути підходи до організації інформаційного простору загалом. Лише

через освіту та колективні зусилля можна створити умови, у яких тролінг втратить свій руйнівний потенціал в контексті суспільства.

В нашому опитуванні загалом прийняло участь 42 респондента, на всі питання анкети, з урахуванням відсіювання, відповіло 27 респондентів.

Всі респонденти, які взяли участь в опитуванні, мають щоденний досвід користування соціальними мережами та сервісами, медіаплатформами, де є коментарі (Діаграма 3.2.17).



Діаграма 3.2.17 – Частота користування соціальними мережами та медіаплатформами, де є коментарі

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

В межах третього розділу кваліфікаційної роботи нами було сплановано, розроблено та проведено кількісне онлайн-дослідження на тему «Явище тролінгу в дзеркалі громадської думки».

В межах даного дослідження ми розкрили низку питань, пов'язаних з проявами тролінгу в мережі інтернет. Всі респонденти нашого опитування мають щоденний досвід користуванням соціальними мережами та медіаплатформами з коментарями – місцями в мережі, тролінг в яких розвинений найбільше завдяки необхідному для тролінг-комунікації формату.

Проведене дослідження підтвердило актуальність та значущість проблеми тролінгу як форми мережевої агресії в сучасному інформаційному просторі загалом та в соціальних мережах зокрема.

Якщо звернутись до висунутих гіпотез в межах відповідної частини нашої програми дослідження, то варто сказати, що жодна з них не була підтверджена на практиці. Нами було виявлено, що переважна більшість респондентів як мають досить повне розуміння сутності тролінгу, так і здатні виокремити та виділити основні його характерні риси. За допомогою чого, власне, і відбувається виявлення та ідентифікація тролів в інтернеті. Вплив тролінгу на користувачів, зокрема, залежить не тільки від їхнього досвіду в соціальних мережах та вмінні ідентифікувати деструктивну поведінку, а й в залежності від особистісних психологічних, ментельних та емоційних особливостей.

В контексті необхідності підняття рівня медіаграмотності користувачів варто зауважити, що більшість респондентів вважають, що поглиблення знань щодо тролінгу позитивно впливають на шанси виявляти тролів в мережі, але, попри це, однасторонньої думки щодо необхідності масових навчань цьому немає.

Загалом можна констатувати, проведене дослідження не лише підтвердило значущість проблеми тролінгу, а й додатково вказало на потребу у подальшому розвитку рекомендацій для користувачів щодо протидії цьому явищу. Формування стійкості до тролінгу та поширення відповідних знань серед аудиторії сприятиме створенню більш безпечного інтернет-середовища, особливо в тяжких умовах сьогодення.

ВИСНОВКИ

У сучасному світі, де інформація стала головним ресурсом, тролінг зайняв особливе місце як різновид мережевої агресії. Цей феномен, спершу сприйнятий як форма інтернет-гумору або провокації, набув стратегічного значення у боротьбі за вплив на суспільну думку, підрив довіри до інституцій та дестабілізацію соціальних структур.

В межах даної магістерської роботи ми теоретично проаналізували тролінг як складову частину мережевих комунікацій. Загалом, тролінг — це форма порушення етики мережевої комунікації, яка проявляється через провокаційні, агресивні або образливі повідомлення з метою створення конфліктів чи маніпуляцій у віртуальному просторі. Анонімність є фундаментальною умовою для існування тролінгу, що унеможлиблює боротьбу з ним традиційними методами. Тролінг у контексті мережевих комунікацій — це не лише спосіб прояву агресії, але й форма маніпуляції, що може впливати на масову свідомість, суспільні норми та поведінку інтернет-користувачів.

Ми також вияснили, що тролінг виступає своєрідним каталізатором конфліктів, спрямованих на провокування емоційного напруження серед учасників мережевих комунікацій. Використовуючи основні аспекти конфліктної теорії Л. Козера (тривалість, гострота, причини, функції), явище тролінгу набуває структурованого аналізу. Хоча тролінг зазвичай асоціюється з деструктивністю, теорія Л. Козера дозволяє оцінити його потенційний інтегративний вплив, особливо у контексті підвищення критичного мислення та медіаграмотності користувачів, які можуть з ним стикатися.

Емоційна напруга, створена тролем, є основним чинником, що визначає гостроту та тривалість конфлікту. Конфлікти, викликані тролінгом, часто

базуються на нереальних чи провокативних питаннях, які неможливо вирішити, що збільшує їхню деструктивність. У той же час, конструктивний підхід до конфліктів може сприяти їхньому використанню для навчання та соціальної адаптації.

У контексті мережевого суспільства тролінг є результатом децентралізованої та горизонтальної природи цифрових комунікацій. Відсутність чітких механізмів контролю у віртуальному середовищі сприяє його розповсюдженню. Тролінг демонструє виклики, з якими стикається суспільство, що базується на відкритості, свободі слова та технологічній доступності. Більш того, можна констатувати, що тролінг підкреслює недоліки сучасної цифрової комунікації, такі як відсутність відповідальності, чіткої модерації та механізмів запобігання деструктивній поведінці. Водночас, адаптація мережевих спільнот до деструктивних проявів може стати викликом для їхньої еволюції та посилення стійкості.

Вкотре підкреслимо, що тролінг є багатогранним явищем, яке водночас має деструктивний і потенційно конструктивний вплив. Його аналіз у контексті конфліктної теорії Л. Козера та теорії мережевого суспільства М. Кастельса дає змогу глибше зрозуміти соціальні та психологічні аспекти даного явища, а також шляхи його регулювання і протидії.

Інтернет-тролінг розвинувся від ідеї "інтелектуальної гри" до ефективного інструмента інформаційних війн, політичної та комерційної боротьби. Види тролів розрізняються за їхніми цілями, такими як розваги, провокації, політичні або комерційні вигоди. Водночас тролі використовують провокаційні методи комунікації, спрямовані на створення конфліктів, залучення уваги та маніпуляцію емоціями. Не секретом також є той факт, що з розвитком технологій тролі стають складнішими для ідентифікації. Вони адаптуються до

нових умов, що ускладнює боротьбу з ними як на індивідуальному, так і на суспільному рівні.

Із загального контексту нашої роботи, ми можемо виокремити такі основні маркери тролінгу:

- Емоційно насичені повідомлення, спрямовані на привернення уваги, зокрема за допомогою негативної тональності.
- Висока активність — численні повідомлення, що імітують популярність обговорення.
- Відсутність якісних аргументів та використання маніпулятивних технік.
- Сенсаційність і провокаційний характер повідомлень.

Зважаючи на загрози, які несе тролінг, важливо впроваджувати комплексні заходи для його виявлення, запобігання та нейтралізації. Запропоновані нами практики антитролінгу охоплюють технічні, соціальні та психологічні інструменти, включаючи автентифікацію, модерацію контенту, підвищення медіаграмотності користувачів.

Закінчити теоретичну частину висновків потрібно нагадуванням щодо необхідності подальшого вивчення феномену тролінгу. Вивчення тролінгу є критично важливим для формування стійкості до його впливу. Розробка нових методик протидії сприятиме збереженню здорової комунікації в соціальних мережах та мінімізації негативних наслідків тролінгу.

В контексті проведеного дослідження варто зазначити, що більшість респондентів продемонстрували загальне розуміння явища тролінгу або часткову обізнаність щодо нього. Лише один респондент не мав уявлення про це поняття, що свідчить про високу поширеність теми тролінгу серед активних користувачів інтернету. Це може бути пов'язано як із зростанням загальної

цифрової грамотності, так і з поширенням інформації про сам тролінг та інші негативні комунікативні інструменти в інтернеті через медіа та соціальні мережі.

При визначенні сутності інтернет-троля більшість респондентів обрали найбільш повний і точний варіант: "Той, хто свідомо дискредитує наратора, сіє хаос і провокує конфлікти". Це свідчить про доволі зріле сприйняття явища серед опитаних. Проте близько третини респондентів все рівно обрали застарілу характеристику троля як людини, яка "жартує або кепкує над іншими", що може бути пов'язано зі змінами у сприйнятті цього явища за останні роки.

Серед рис, притаманних троям, найпоширенішими виявилися "провокаційний стиль комунікації" та "використання іронії та сарказму". Вони були зазначені приблизно 90% респондентів. Це підтверджує провідне місце цих аспектів в процесі ідентифікації тролів. Варіанти "агресивні коментарі" та "поширення неправдивої інформації" теж отримали помітну підтримку, що вказує на їхню актуальність у контексті виявлення сучасного тролінгу.

Респонденти переважно погоджуються з тим, що тролінг є проблемою сучасного інтернету. Це узгоджується з нашими теоретичними висновками про деструктивний вплив тролінгу на психологічний стан користувачів, атмосферу онлайн-спільнот і довіру до інформації в мережі загалом.

Отримані дані свідчать, що тролінг еволюціонує від жартівливого явища до серйозної загрози, особливо в умовах гібридних війн, коли тролінг використовується як інструмент маніпуляції громадською думкою. Це підтверджується поширеністю у відповідях респондентів згадок про деструктивний характер тролів і їхній вплив на емоційний стан користувачів.

Аналіз відповідей респондентів підкреслює необхідність підвищення інформаційної грамотності серед користувачів щодо тролінгу. Точніше

розуміння його характеристик і форм прояву сприятиме кращій ідентифікації тролів та зниженню їхнього негативного впливу.

На основі отриманих даних можна зробити висновок, що ефективна стратегія поведінки з троями включає ігнорування, блокування або відповідь у конструктивному ключі залежно від ситуації. Це дозволить знизити рівень токсичності в онлайн-просторі та мінімізувати емоційний вплив тролінгу на користувачів.

Таким чином, проведене дослідження не лише підтвердило значущість проблеми тролінгу, а й вказало на потребу у подальшому розвитку рекомендацій для користувачів щодо протидії цьому явищу. Формування стійкості до тролінгу та поширення відповідних знань серед аудиторії сприятиме створенню більш безпечного та доброзичливого інтернет-середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Біляк Ю. В. Сучасні концепції дослідження конфліктів інтересів. *Економіка та держава*. 2020. № 9. С. 80–85.
2. Боднар В. Теорія позитивно-функціонального конфлікту Л. Козера. *Науковий вісник ужгородського університету*. 2010. № 14. С. 8–12.
3. Бронікова С., Кондратенко Н. Тролінг як вияв вербальної агресії в публічній комунікації. *Теоретико-методологічні засади соціокомунікативного механізму публічного управління*. Київ, 2020. С. 72–78.
4. Гачкевич А. О. Тролінг в мережі інтернте як загроза правопорядку в умовах інформаційного суспільства. *Право на інформацію в громадянському суспільстві. Проблеми захисту інформаційного суверенітету держав*. 2016. С. 10-13.
5. Грицаюк Ю. Психологічні аспекти тролінгу в сучасному кіберпросторі. *Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання*. С. 172–173.
6. Гришина О. Г. Тролінг як чинник впливу на інформаційну безпеку. *Актуальні проблеми управління інформаційною безпекою держави*. 2020. С. 260–261.
7. Гуменюк Л. Й. Мережевий тролінг як вид комунікативної поведінки. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія психологічна*. 2014. № 1. С. 172–180.
8. Данько Ю. А. Тролінг – мережевий феномен сучасності. *Матеріали V міжнародної науково-практичної конференції «Соціалізація особистості у сучасних соціокультурних контекстах»*, м. Харків. Харків, 2014. С. 97–100.
9. Данько Ю. А. "Тролінг" як новий вид віртуальної комунікації. *Український соціум*. 2013. С. 17–25.

10. Дяченко Н., Войналович А. Тролінг і його комунікативний потенціал. *Філологічний часопис*. 2023. № 1. С. 46–55.
11. Запорожець О. Інтернет-тролінг як інструмент інформаційної війни. *Acta de Historia & Politica: Saeculum XXI*. – 2023.
12. Капустіна Н. Б. Мережеве суспільство: введення в концептуальні основи теорії М. Кастельса. *Правове життя сучасної України* : у 3 т. Одеса : Гельветика, 2020. – Т. 1. – С. 21-24.
13. Кількість користувачів соцмереж в Україні за рік зменшилася на 10% [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ms.detector.media/internet/post/34670/2024-04-15-kilkist-korystuvachiv-sots-merezh-v-ukraini-za-rik-zmenshylasya-na-10/>
14. Кондов К. В. Концепція соціального контролю в соціологічній теорії мережевого суспільства мануеля кастельса. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. 2015. Т. 3, № 28.
15. Могилко С.В. Тролінг як спосіб психологічної маніпуляції в Інтернеті. *Вісник Черкаського університету*. С. 61–67.
16. Мудра І. М. Поняття «тролінг» і його види в соціальних мережах. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. – 2016. – №4.
17. Островська В. М., Войтович О. П. Семантичний аналіз великих даних у задачах кібербезпеки. *Інформаційні технології та комп'ютерне моделювання*. 2017. С. 256–259.
18. Островська В. М., Войтович О. П. Тролінг як засіб інформаційної війни. Матеріали XLVII науково-технічної конференції підрозділів ВНТУ, Вінниця – 2018
19. Радутний О. Е. Чинні засоби кримінально-правової протидії інтернет-тролінгу. *Інформація і право*. – 2015. – №3.

20. Стельмах, Х. І. Специфіка мережевої комунікації. *Тенденції реформування правової системи України і країн світу: правові, психологічні та соціокультурні аспекти*. - Тернопіль : ТНЕУ, 2019. - С. 365-367.
21. Трач Ю. В. Мережева структура сучасного суспільства. *Україна у світових глобалізаційних процесах: культура, економіка, суспільство*. 2019. С. 67–69.
22. Шиповський В. В. “Ботоферми” як ефективний медіаманіпулятивний інструмент в соціальних мережах. *Сучасні інформаційні технології та системи в управлінні*. – Київ : КНЕУ, 2020. – С. 55–59. – Наз
23. Binns A. Don't Feed the Trolls [Електронний ресурс] / Amy Binns. // *Journalism Practice*. – 2012.
24. Bishop J. Representations of ‘trolls’ in mass media communication: a review of media-texts and moral panics relating to ‘internet trolling’ / Jonathan Bishop. // *Web Based Communities*. – 2014. – №10.
25. Buckels E. Trolls just want to have fun/ E. Buckels, D. Paulhus, P. Trapnell // *Personality and Individual Differences*. – 2014.
26. Castells M. *End of millennium, the information age: economy, society and culture*. 1996. 608 p.
27. Golumbia D. Commercial Trolling: Social Media and the Corporate Deformation of Democracy [Електронний ресурс] / David Golumbia. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: https://www.academia.edu/6045645/Commercial_Trolling_Social_Media_and_the_Corporate_Deformation_of_Democracy.
28. Coser L. A. Social conflict and the theory of social change. *The british journal of sociology*. 1953. Т. 8, № 3. С. 197–207.
29. Donath J. Identity and Deception in the Virtual Community [Електронний ресурс] / Judith Donath. – 1996. – Режим доступу до ресурсу:

- https://www.researchgate.net/publication/2512169_Identity_and_Deception_in_the_Virtual_Community.
30. de Seta G. Trolling, and other problematic social media practices [Электронный ресурс] / Gabriele de Seta // *The SAGE handbook of social media*. – 2017. – Режим доступа до ресурсу: https://www.academia.edu/35228629/Trolling_and_other_problematic_social_media_practices.
31. Hardaker C. Trolling is asynchronous computer-mediated communication: from user discussions to academic definitions. *Journal of politeness research*. 2010. С. 215–242.
32. Jonathan B. Examining the concepts, issues, and implications of internet trolling / Bishop Jonathan., IGI Global. 2013.
33. Kaplan A. M., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*. 2010. Т. 53, № 1. С. 59–68.
34. Nycyk M. Trolls and Trolling: An Exploration of Those That Live Under The Internet Bridge / Michael Nycyk., 2017.
35. De Nazareth S. Online harassment and Trolling on Facebook pages [Электронный ресурс] / Steven De Nazareth – Режим доступа до ресурсу: https://www.academia.edu/13821183/Online_harassment_and_Trolling_on_Facebook_pages.
36. Castells, M. *The rise of the network society*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd., 1996.

ДОДАТКИ

Додаток 1. Анкета інтернет-опитування «Явище тролінгу у дзеркалі громадської думки»

Питання

1. Чи знаєте ви, хто такі "інтернет-тролі"?

- Так
- Ні
- Чув(ла) про це, але не впевнений(а), що розумію точно

2. Як би ви описали інтернет-троля?

- Користувач, який намагається спровокувати інших на конфлікт
- Той, хто свідомо поширює фейкову інформацію
- Людина, яка жартує або кепкує над іншими
- Той, хто не в темі, але намагається вести дискусію
- Той, хто намагається свідомо, цілеспрямовано дискредитувати наратора, сіяти хаос і провокувати конфлікт

3. Які риси з перелічених нижче на вашу думку притаманні тролям? (можна обрати кілька варіантів)

- Агресивні у коментарях
- Виключно інформативні та об'єктивні
- Спонукають до спокійної дискусії
- Поширюють неправдиву інформацію
- Часто використовують сарказм або іронію
- Мають провокаційний стиль комунікації

4. Чи вважаєте ви тролінг проблемою в сучасному інтернеті?

- Так

- Скоріше так, ніж ні
- Скоріше ні, ніж так
- Ні
- Важко відповісти

5. Як часто ви бачите явище тролінгу у соціальних мережах?

- Постійно
- Час від часу
- Дуже рідко
- Майже ніколи

6. Останній раз ви стикалися з тролінгом:

- Я бачив(ла) це в коментарях
- Я спостерігав(ла) це в соціальних мережах
- Троль намагався спілкуватись зі мною

7. Якою зазвичай є ваша реакція на тролінг? (можна обрати кілька варіантів)

- Ігнорую
- Відповідаю і намагаюсь пояснити свою точку зору
- Надсилаю скаргу на троля до модераторів платформи
- Висміюю троля і пишу в коментарях, що цей користувач є тролем
- Блокую користувача

8. Експерти кажуть, що не треба “годувати” троля. На вашу думку, що це означає?

- Відповідати тролю, але завжди спокійно
- Залучати троля до дискусії, щоб пояснити свою точку зору
- Ігнорувати троля, не вступати з ним в суперечку
- Об’єднуватися з іншими користувачами, щоб колективно “виховувати” троля

9. Чи легко вам розпізнати троля в інтернеті?

- Так
- Скоріше так, ніж ні
- Скоріше ні, ніж так
- Ні
- Важко відповісти

10. Які ознаки, на вашу думку, дозволяють розпізнати троля? (можна обрати кілька варіантів)

- Провокаційний тон або сарказм
- Чітке формулювання своїх думок
- Активна участь у конструктивних дискусіях
- Часте використання образливих слів, ненормативної лексики
- Поширення фейкової інформації
- Схильність завжди погоджуватися з думкою інших
- Повторювані коментарі без конкретної аргументації

11. Чи вважаєте ви, що розпізнавання тролів дозволяє оздоровити інформаційний простір?

- Так
- Скоріше так, ніж ні
- Скоріше ні, ніж так
- Ні
- Важко відповісти

12. Чи псує ваш настрій наявність тролів в обговореннях, дискусіях?

- Так
- Скоріше так, ніж ні
- Скоріше ні, ніж так
- Ні

- Важко відповісти

13. На вашу думку, як найкраще реагувати на тролінг? (можна обрати кілька варіантів)

- Ігнорувати троля
- Блокувати користувача
- Відповідати, щоб пояснити свою точку зору
- Звертатися до модераторів ресурсу, надсилати скарги

14. Чи вважаєте ви, що обізнаність користувачів щодо явища тролінгу допомагає уникати його негативного впливу?

- Так
- Скоріше так, ніж ні
- Скоріше ні, ніж так
- Ні
- Важко відповісти

15. Чи підтримуєте ви ідею навчання користувачів методам протидії тролінгу?

- Так, це важливо
- Так, але це не обов'язково
- Ні, це зайве
- Важко відповісти

16. Ваш вік:

- До 18 років
- 18-24 роки
- 25-34 роки
- 35-44 роки
- 45-54 роки
- 54 роки і більше

17. Ваша стать:

- Чоловіча
- Жіноча
- Віддаю перевагу не відповідати

18. Ваш рівень освіти:

- Середня
- Незакінчена вища
- Вища
- Науковий ступінь

19. Як часто ви користуєтеся соціальними мережами та медіаплатформами, де є коментарі?

- Щоденно
- Кілька разів на тиждень
- Один раз на тиждень
- Рідше ніж раз на тиждень