

СОЦІОЛОГІЧНА ПУБЛІЦИСТИКА

УДК 316.772.5:177.3:004.738.5

МАРІЯ АКУЛІЧ,

доктор економічних наук, завідувачка кафедри загальної та економічної соціології Тюменського державного університету

Тролінг' як феномен мережі Інтернет

Анотація

У статті розглянуто поняття, зміст і форми Інтернет-тролінгу. Конструюється поняття “Інтернет-тролінг”, розглядається походження і розвиток цього феномену, визначаються особливості тролінгу в мережі Інтернет. Автор звертає увагу на те, що формування і розвиток інформаційного суспільства супроводжуються активним використанням у мережі Інтернет як позитивних, так і негативних соціальних практик. Тролінг постає як специфічна негативна практика, застосовувана в різних цілях. Відповідно до цілей тролля виокремлено бізнес-тролінг і аматорський тролінг. Аналізуючи бізнес-тролінг, автор пропонує розрізняти такі його різновиди, як патентний тролінг і астротурфінг. У статті також розглядаються інші прояви тролінгу, аналізується тролінг у мережі Інтернет із соціологічних і психологічних позицій.

Ключові слова: *тролінг, Інтернет-тролінг, мережа Інтернет, бізнес-тролінг, астротурфінг*

Інформаційне суспільство, що формується і розвивається в сучасному світі, посприяло появі двох соціальних реальностей: об'єктивної та віртуальної. Ці реальності, суттєво відрізняючись в одному, мають сутнісні подібності в іншому. Не спиняючись на розгляді відмінностей між цими реальностями, оскільки це є предметом окремого дослідження, зазначу, що найважливішою схожістю об'єктивної й віртуальної соціальної реальності є спільні соціальні практики. В історичному розвитку різних суспільств скла-

лися багатоманітні практики дій, взаємодії, діяльності, відносин, спілкування тощо. Укорінені та новостворювані соціальні практики дістають відображення й на теренах мережі Інтернет. Соціальний тролінг належить до числа соціальних практик, поширених як у реальному, так і у віртуальному житті. Хоча маю зазначити, що поняття “тролінг” почали застосовувати до розуміння соціальних процесів віртуальної реальності зовсім нещодавно. Зокрема, в реальних об’єктивних взаємодіях доволі відомий “офісний тролінг”, коли один чи кілька співробітників організації провокують одного чи кількох колег, викликаючи негативні емоції й почуття.

Визначення особливостей і основних характеристик такого нового явища, як тролінг в Інтернеті, виявлення спрямованості й тенденцій його розвитку належить до завдань сучасної гуманітарної науки. Спілкування в Інтернеті, на Інтернет-форумах стає активно реалізовуваною потребою багатьох людей, бо дає змогу ділитися своїми проблемами, отримувати поради, висловлювати свою думку тощо. Тотальна анонімність, властива Інтернет-комунікаціям, почасти пояснює, чому таке спілкування не завжди відповідає соціальним, професійним, моральним критеріям. Стираються грані припустимого у спілкуванні, мова і форми спілкування невинно віддаляються від норм культури та права, а це, ясна річ, надає негативного характеру спілкуванню. У реальному житті соціальні норми вимагають від людини стримувати емоції і не демонструвати паскудний характер чи поганій настрій, реагувати на те, що відбувається, соціально прийнятними способами; в іншому разі вам загрожує покарання — юридично регульоване або нерегульоване. Натомість у віртуальному спілкуванні прояви агресії, зухвалості, злостивості тощо практично не регулюються ані правом, ані культурою, ані мораллю. Це й активізує розвиток тролінгу в мережі Інтернет.

Поняття “троль” і “тролінг” активно використовують у контексті Інтернет-комунікацій. Термін “тролінг” попервах вживали у зв’язку із ловлею риби. У такому значенні він використовується і зараз, набуваючи при цьому нового звучання у сенсі соціального тролінгу, використовуваного в мережі Інтернет. Опис тролінгу в соціальних мережах й Інтернет-комунікаціях ґрунтується на вивченні понад 200 різноманітних джерел, розміщених в Інтернеті. Практично в усіх джерелах виникнення цього феномену датується 1980–1990-ми роками. “Одне із найперших посилань на слово “троль”, яке можна знайти в архіві конференції Google Usenet, належить користувачеві “Mark Miller”, котрий звертався до користувача “Tad” 8 лютого 1990 року. Утім, залишається незрозумілим, було це використанням поняття “троль” у тому сенсі, в якому воно відоме сьогодні, чи зовсім випадково обраний епітет” [Что такое троллинг, s.a.: с. 3]. “Словосполучення “форумний троль” згодом з’явилося наприкінці 1980-х років, але саме явище настільки ж давнє, як DDS і Usenet. Заведено вважати, що термін був запозичений з рибальства, де “тролем” називають принаду на гачку. Тролінг на форумі також нагадує риболовлю. Наївним юзерам підкидають провокаційний пост (принаду), ті емоційно на нього реагують і тим самим нагадують пійману рибку в сітках флеймера. 8 лютого 1990 року такий собі Mark Miller згадав термін “троль” у своєму пості на Usenet, звертаючись до юзера Tad: “ти просто не в змозі зрозуміти, що тобі тут усі намагаються втовкмачити,

тобі марно щось взагалі пояснювати. Але найсумніше те, що ти ще й абсолютно впевнений у своїй правоті. Ти просто наочний приклад помилки природи — зроби нам послугу, закінчи свій шлях у харчовому ланцюжку. Сконай, бездумний, пихатий троль”. Це було перше зафіксоване згадування слова “троль” стосовно до флеймерів. Відтоді його почали вживати дедалі частіше” [Так делать нельзя, s.a.: с. 1–2]. Подальша практика застосування тролінгу в соціальних мережах показала, що навіть коли “тролінг” і “троль” — це “випадково обрані епітети”, вони виявилися вдалими й набули неабиякого поширення у віртуальній реальності.

Тролінг в Інтернеті сягає корінням соціальної реальності, хоча, напевно, в реальній практиці людських відносин соціальний тролінг менш відвертий і більшою мірою стримується панівною культурою і чинним законодавством. До речі, прикладів соціального тролінгу в об’єктивній соціальній реальності, аналогічних до названих вище, можна навести чимало. Вони стосуються спілкування, взаємодії, взаємин між людьми. У юридичних науках навіть існує термін, що відображає певні дії в душі троля й означає “доведення до самогубства”. Одначе при дослідженні суспільства, соціальної реальності поняття “соціальний тролінг” не використовують, натомість застосовують такі терміни, як маніпулювання, шантаж, підбурення, провокація тощо. Слід також зазначити, що в Інтернет-джерелах тролінг іноді розглядають як “психологічну маніпуляцію, ґрунтовану на публічному глузуванні або приниженні переконань (здебільше схиблень, упереджень, радикальних поглядів тощо) опонентів, що призводить до емоційної нестабільності останніх, до зривів у тій чи іншій формі, прояв яких зветься “заковтнув блешню” і зазвичай є кінцевою метою” [Форум, s.a. : с. 1].

Тролінг у соціальних мережах — це відносно нове, недостатньо досліджене явище. Наведу приклад однієї з версій походження поняття і самого явища тролінгу в соціальних мережах. “Найімовірнішим є походження поняття “тролінг” від фрази “trolling for newbies” (англ. newbies — новачок), популяризоване на початку 1990-х років в одній із груп мережі Usenet, alt. foiklore. urban. Вжиток його там дещо відрізнявся від сучасного значення — це був доволі м’який жарт, зрозумілий для “своїх”, застосований старими користувачами щодо настільки виопуклених питань або тем, що тільки новачок відреагував би на них щиро. Із часом термін почав також характеризувати ситуацію, коли хтось навмисно вдавав із себе вкрай хибно поінформованого або введеного в оману користувача... — найчастіше це сприймалося... як жарт” [Что такое троллинг, s.a.: с. 5]. Прикладом соціального тролінгу як у реальному житті, так і у віртуальному просторі є “першоквітневий тролінг” [Первоапрельський троллинг, s.a.: с. 1]. Попервах тролінг був “нехитрим і прямолінійним. Хтось кидав принаду (наївне запитання, твердження, що не має під собою жодних підстав) і чатував на того, хто її вхопить. Спостерігачі, хотіли вони того чи ні, мимоволі ставали співучасниками троля, одержуючи лулзи нарівні з авторами розіграшу” [Интернет-троллинг, s.a.: с. 1]. Тролінг у соціальних мережах розвивався, став дедалі поширенішим, але “тривалий час ... вважався безневинним заняттям сперечальників, грою аргументів. Лише у другій половині 1990-х років з’явився новий різновид тролей, що ставлять собі за мету цілеспрямоване знищення певної конфе-

ренції чи ньюс-групи. Досягається це масивним флудом безглузких повідомлень або листувань, не цікавих постійним читачам. Коли кількість такого спаму починає перевищувати 75% усіх постів, читачі зазвичай просто відмовляються від участі у конференції і її трафік сходить нанівець. Прикладами можуть слугувати Usenet-конфи uk.lokal. Birmingham і alt. astrology. metapsych, що припинили своє існування через цих форумних тролей” [Так делать нельзя, s.a.: с. 2]. Безневинний тролінг у формі жарту та розіграшу зберігається дотепер, але назагал явище набуває дедалі більш негативних характеристик.

Інтерес, цікавість, бажання самоствердитися, посперечатися, виявити дотепність можуть слугувати причиною тролінгу в соціальних мережах. Автор одного із Інтернет-джерел вважає, що “багато людей раз чи двічі намагалися публікувати провокаційні повідомлення у Всесвітньому павутинні просто з цікавості” [Что такое троллинг, s.a.: с. 2]. Не оцінюючи такої поведінки ані з психологічних, ані з культурологічних позицій як норму чи девіацію, зазначу, що це один із можливих мотивів соціального тролінгу. Що стосується інших мотивів, то “дехто просто радий посперечатися і розважити за рахунок інших себе й аудиторію; інші намагаються в такий спосіб завадити дискусії на небажану тему; є люди, для котрих тролінг — це самоствердження, гра, боротьба інтелекту. Вважається, що тролінгом займаються лишень закомплексовані діти, але насправді все далеко не так. Незрідка серед найкращих тролей трапляються дорослі серйозні люди, які обіймають солідні посади ... і воліють у такий спосіб давати розрядку своїй голові” [Так делать нельзя, s.a.: с. 2]. Звісно, Інтернет-тролінг у формі гри дає змогу розважитися, а у формі боротьби інтелектів — самоствердитися.

Мірою розвитку тролінгу як явища, властивого мережі Інтернет, відбувається його трансформація з явним трендом до агресивності. У сучасних Інтернет-джерелах соціальний тролінг уже починають розглядати не як безневинне явище, не просто як агресивне висловлення, а як свого роду атаку шляхом “розміщення в Інтернеті (на форумах, у дискусійних групах, вікі-проектах, ЖЖ та ін.) провокаційних повідомлень, аби спричинити флейм, конфлікти між учасниками, взаємні образи тощо...” [Троллинг — вид атаки, s.a.: с. 1]. Завдання троля — “перетворити спокійний тренд на запеклу суперечку, на конфлікт, до якого залучиться якомога більше читачів, а початкову тему розмови геть зовсім забудуть [Так делать нельзя, s.a.: с. 2].

Як правильно реагувати на висловлювання троля? Може, не сперечатися? Наведу деякі варіанти відповідей Інтернет-користувачів: “Звісно, не сперечатися не завжди виходить... Я не знаю відповіді. Здебільшого навчилася оминати конфліктних людей, але іноді не вдається... не дозволяти собою маніпулювати... Я теж навчаюся управляти своїми емоціями... Я тролей не боюся. Я хочу їх зрозуміти й допомогти їм упоратися зі своєю залежністю... Навіщо зрозуміти? Та ще й допомагати, якщо не просять! Вам зовсім нема чого робити?” [Форум, s.a.: с. 1–3]. Вище наведене “листування” — з одного Інтернет-джерела, що вирізняється певною культурою мови і соціально прийнятними порадами. Хоча, слід зазначити, багато користувачів відчувають серйозні психологічні ускладнення, потрапивши в поле впливу троля.

Що спонукає людину займатися тролінгом? Не претендуючи на те, щоб дати науково обґрунтовану класифікацію джерел тролінгу в мережі Інтернет, перелічу лише деякі доволі очевидні підстави. Так, можуть бути соціально-політичні чинники, пов'язані першою чергою з недосконалістю чинного законодавства в частині регулювання Інтернет-комунікацій. Соціально-економічні чинники, зумовлені реаліями ринкової економіки і, відповідно, економічними інтересами та цілями, реалізовуваними засобом тролінгу в соціальних мережах. Соціально-культурні джерела цього явища багато в чому детерміновані тим, що відбувається зміна ціннісних орієнтацій і пріоритетів, формуються і набувають поширення нові, нетрадиційні субкультури, формується мова мережевих комунікацій, що далеко не завжди відповідає мовним нормам даної культури. Соціально-психологічні джерела тролінгу в Інтернеті безпосередньо пов'язані з особливостями психічного розвитку і соціалізації тієї чи іншої особистості. Сімейно-побутові особливості, в яких соціалізується особистість, справляють суттєвий вплив на формування у людини схильності до тролінгу.

Тролем може стати далеко не кожна людина, як і об'єктом тролінгу, а незрідка й жертвою. “Процес комунікації в Інтернеті достатньо вільний, але певні правила в ньому все одно є. А отже, є ті, хто намагається ці правила порушити. Або, що куди почесніше, змусити порушити їх інших. Інтернет-тролі ... псують кров на теренах Мережі і пересічним громадянам, і сильним світу цього, користуючись тим, що покарати їх не можна” [Это же троллинг, s.a.: с. 1]. Інтернет-тролі належать до кола комунікаторів, активних, мобільних, здатних активізувати Інтернет-аудиторію й актуалізувати ті чи інші проблеми, надаючи їм свою інтерпретацію. Причому “основна маса тролей використовує обмежений набір прийомів, добре відомих досвідченим користувачам мережі. Одначе, крім “товстих” тролей, котрі відверто порушують правила ресурсу, ображають його учасників, розпалюють конфлікти тощо, існують так звані тонкі тролі. Останні вирізняються глибокими пізнаннями у царині психології, що дає їм змогу впливати на людей більш витонченими методами. У багатьох випадках жертви “тонкого” тролінгу навіть не усвідомлюють того, що “потрапили на гачок”” [Конструктор, s.a.]. Брак спілкування і комунікативного досвіду, нерозвиненість комунікативних здібностей і нереалізованість їх у соціальній реальності можуть призводити до того, що людина починає реалізовувати свої комунікативні компетенції, вибудовувати комунікативні стратегії й тактики у віртуальній реальності, і разом стає активним учасником віртуального спілкування, зокрема таким, як троль.

Наведу деякі висловлення з Інтернет-джерел з приводу цілей і потреб тролей. “Метою троля не є доказ його правоти чи якоїсь точки зору. Мета троля — привернення до себе уваги й підвищення власної популярності. Причому неважлива кількість негативних і позитивних думок стосовно особистості троля. Справжній троль знає, що головне — це популярність, головне — привернути увагу, стати знаменитим, упізнаваним і популярним. У будь-якого успішного троля з'являються фанати, причому двох типів: одні люблять і поважають його, інші ненавидять і зневажають його. Причому ті, що зневажають, своїми виступами ще більше розпалюють полеміку навколо

особистості тролля, тим самим роблять його ще відомішим” [Что такое троллинг, s.a. (b): с. 1]. Цей різновид тролей зорієнтований на “зоряне життя” і намагається здійснити в мережевому спілкуванні те, що йому не вдається в реальному житті. При цьому для завоювання популярності йому не потрібно вкладати гроші й наполегливо розвивати певні здібності, визнані та схвалювані в реальному житті.

Існує також думка, що “тролінг має за головну мету якимось чином внести розлад у суспільство. Підбурювання, саркастичний, провокаційний чи гумористичний зміст повідомлень тролля спрямований на те, щоб схилити інших користувачів до залучення в марну конфронтацію. Чим бурхливіше реагує суспільство, тим імовірніший подальший тролінг з боку ініціатора, оскільки це підкріплює його впевненість у тому, що певні дії досягають його мети спричинити хаос. Так народилася часто вживана в Інтернет-культурі фраза: “не годуйте тролей”” [Что такое троллинг, s.a. (a): с. 3.]. Напевно, це справді головна мета тролля, і як припущення це може бути розглянуто.

Як зазначалося вище, мережева анонімність — це одне із важливих джерел появи й поширення тролінгу. “Форуми, чати і спільноти регулярно відвідують люди, єдина мета яких у тому, щоб когось вилаяти або з кимось посваритися, причому все це не виходячи із затишної тіні цілковитої мережевої анонімності” [Что такое троллинг, s.a. (c): с. 1]. Анонімність мережевого спілкування дозволяє троллю отримувати емоційну розрядку, виявляючи найгірші якості, викликаючи негативну реакцію інших людей безкарно і без жодних соціокультурних обмежень.

На думку тих, хто пише про тролінг і тролів в Інтернеті, “людині просто потрібна своєрідна віддушину, яку вона знаходить у знущанні над іншими людьми”. При цьому “будь-які каральні заходи для таких людей — ніби червона ганчірка для бика... Найдієвішим способом боротьби із цим явищем можна вважати ігнорування провокаторів” [Это же троллинг, s.a.: с. 1–2]. Це вельми гідний спосіб поведінки для користувача, але це не означає, що дане явище не потребує соціального та правового регулювання для забезпечення Інтернет-комунікацій.

У реальному житті людина займається наукою, стає композитором, полководцем, співаком тощо, і її успіх визнається суспільством. Прагнення самотвердження тролем реалізується в соціальній мережі.

В Інтернет-джерелах трапляються повідомлення, в яких тролі пояснюють, для чого вдаються до тролінгу. Тролінг у мережевому спілкуванні — “це своєрідне тренування для розуму ... довести десятки людей до нестями, змусити їх зненавидіти вас не так просто, треба знати, що сказати їм. Вигадування аргументів і формулювань для відповідей потребує неабиякого розумового напруження, заради якого все й затіваю”, — пише один троль [Это же троллинг, s.a.: с. 1]. Іноді тролі пояснюють свою поведінку “безневинно”: “Мені нудно”; іноді агресивно: “А що, не можна?” Один зізнається: “Я розумію, що чиню неправильно: спершу впливаю на болісні точки людини, а потім кліпаю очима: “А що я? Я нічого!”” [Что такое троллинг, s.a. (c): с. 2]. Тобто хтось діє несвідомо, виявляючи свій характер або настрої, тоді як інший розуміє, що чинить неправильно, й зумисно, цілеспрямовано намагається викликати в людей негативні емоції та реакції.

У наш час відсутня наукова класифікація Інтернет-тролінгу, хоча пропонуються назви різновидів тролінгу та описи їх. Інтернет-тролінг за його цілями (економічними й неекономічними) можна поділити на бізнес-тролінг і аматорський тролінг. Досягнення економічних цілей за посередництва тролінгу в мережі Інтернет уже не дивина. Понад те, відбувається формування бізнес-тролінгу. Хоча поняття “бізнес-тролінг” в Інтернет-джерелах мені не траплялося, його зміст певною мірою передає вживане користувачами Інтернету поняття “професійний тролінг”. Під професійним тролінгом вони розуміють подання інформації таким чином, що вона впливає на почуття, бажання, потреби, інтереси, цілі людини, пов’язані з професійною діяльністю суб’єкта чи об’єкта тролінгу, і викликає реакцію, потрібну троллю. Тобто тролінг може бути пов’язаний із професійною діяльністю як суб’єкта, так і об’єкта впливу. Це стає видом Інтернет-бізнесу, коли допомагає підтримувати розвиток сайту; при цьому успішні тролі отримують 100 доларів на день, і це не межа [Как заработать в сети, s.a. : с. 1]. В Інтернет-джерелах можна знайти чимало порад, як стати професійним тролем, або бізнес-тролем.

Різновидом бізнес-тролінгу є патентний тролінг, що набуває нечуваного розвитку в наш час. Описано навіть випадок, коли одна з усесвітньовідомих компаній намагалася отримати патент на цей вид тролінгу [IBM, s. a. : с. 1]. Патентний тролінг полягає в тиску на об’єкт тролінгу через пред’явлення патентних прав на здійснену дію. Типовий патентний троль — це “маленька, але дуже хитра фірма, що не має совісті, не випускає власних продуктів, але має низку патентів. Вона займається судовим переслідуванням більших компаній, які буцімто порушують патенти”. За деякими оцінками впродовж двадцяти років (1990–2010) компаніям США засобами патентного тролінгу завдано збитків у сумі 500 млрд долл. [Патентный троллинг, s.a.: с. 1]. Такого штибу тролінг — це, мабуть, те, що найочевидніше потребує правового регулювання. У нашій країні дотепер залишається вкрай недосконалим законодавство із захисту інтелектуальної власності, що суттєво ускладнює ідентифікацію патентного тролінгу.

Астротурфінг — новий рівень у розвитку бізнес-тролінгу, коли користувачам Інтернету нав’язується штучно створювана “неначе громадська думка”. “Сьогодні це явище перебуває на підйомі, й, на жаль, ми вже не можемо бути впевнені, що те, що ми читаємо в Мережі, написано реальними людьми” [На окраине сети, s.a.: с. 1]. Занепокоєність з приводу розвитку астротурфінгу висловив у своєму блозі Дж.Монбіот, який розповів “про справжнісіньке військо астротурферів, а простіше тролей”, що проникають в різноманітні мережеві форуми, реалізуючи інтереси конкретних компаній, і заробляють цим на життя [там само]. Проте назагал за умов ринкових відносин імовірність того, що бізнес-тролінг доволі швидко розвиватиметься, досить висока.

У контексті політичних цілей можна виокремити політичний тролінг. Це феномен у мережі Інтернет, що дає змогу політикам напрацьовувати певний політичний капітал і реалізовувати політичні інтереси. У політичному спілкуванні як у реальному, так і у віртуальному просторі найчастіше використовують “тонкий” тролінг. Політичний троль, заторкуючи особистісні та

професійні якості опонента, впливає на нього, чим викликає відповідні реакції, корисні для такого тролля.

Утім, не кожен тролінг має суто прагматичні — економічні чи політичні цілі, й у цьому зв'язку можна говорити про свого роду аматорський тролінг, що приносить тролеві інші дивіденди. Ідеться про негативний вплив на емоції, почуття, бажання, настрої об'єкта тролінгу, натомість суб'єктові тролінгу це забезпечує задоволення, що підвищує його самооцінку. Такий дилетантський тролінг реалізує інтереси, найчастіше пов'язані із психологічними і соціалізаційними проблемами та комплексами і може виявлятися у формі тролінгу-хуліганства. Так, “деякі люди займаються тролінгом задля розваги, одержуючи задоволення від власних дій... Тролі, котрі вдаються до такого виду тролінгу, більше насолоджуються процесом, аніж результатом, і ніколи не розкривають власних даних” [За права семьи, s.a.: с. 2].

Потреба в реалізації психологічних цілей, важко досяжних або недосяжних у реальному житті, втілюється в психологічному тролінгу. В Інтернет-джерелах містяться згадування “психологічного тролінгу”. Під тролінгом “часто мають на увазі психологічну маніпуляцію, ґрунтовану на публічному глузуванні або приниженні переконань... опонентів, що призводить до емоційної нестабільності останніх”, і це “зазвичай є кінцевою метою тролінгу” [За права семьи, s.a.: с. 1]. Особливістю “психологічного тролінгу” є те, що він існує не тільки сам по собі, а й супроводжує будь-який інший тролінг як механізм його реалізації. Г.Лебон писав: “Лише заглиблюючись у психологію мас, можна зрозуміти, наскільки сильною є над ними влада нав'язаних ідей” [Лебон, 2000: с. 9]. Тут ідеться про ідею, хоча так само успішно людині можна нав'язати будь-яку оцінку, “навісити ярлик” тощо.

Слід зазначити, що поряд із мережевим існує і так званий офісний тролінг, про що свідчать ті самі Інтернет-джерела: “...тролі існують не тільки в Інтернеті... у багатьох колективах, якщо уважно придивитися, можна помітити свого тролля” [Тролли в офисе, s.a.: с. 1]. Тут також наведено результати опитування, здійсненого Службою досліджень HeadHunter 15–22 листопада 2011 року серед відвідувачів одного із сайтів ($N = 9251$), котрі мають уявлення про тролінг. У перебігу опитування вивчали думку респондентів про ставлення до таких тролів на роботі. З'ясувалося, що 50% опитаних негативно ставляться до тролінгу, 43% — нейтрально, однак 7% є прихильниками тролінгу. Серед прихильників 53% упевнені, що це додає позитивних емоцій, розбавляючи рутину, 47% — що допомагає розвантажити голову, відпочити від роботи, 45% — що сприяє відточуванню мистецтва ведення спору й аргументації. При цьому “майже кожен третій займався тролінгом на роботі” [Тролли в офисе, s.a.: с. 1].

В межах Інтернет-тролінгу залежно від характеру впливу тролля на свій об'єкт зазвичай розрізняють “товстий” і “тонкий” тролінг. Цю відмінність фіксують не лише користувачі Інтернету, а й самі тролі. “Товстий тролінг завжди можна побачити за першого погляду, він полягає в зухвалій поведінці, прямих образах та однозначних порушеннях правил” [За права семьи, s.a.: с. 2]; “містить ненормативну лексику, персональні образи, відверту лайку...” [Патентный троллинг, s.a.: с. 1]. “Тонкий” тролінг виявити складніше, такий троль має добре знатися на людях, уміти змусити об'єкт тролінгу порушувати

ти встановлені правила, перевищувати свої повноваження, приймати неадекватні рішення, хибно оцінювати події, що відбуваються, неадекватно реагувати на них. “Тонкий” тролінг “формально виглядає цілком пристойно, провокації подають в завуальованій формі” [Если вы говорите, s.a.: с. 1].

Тролінг у мережі Інтернет може виявлятися у формі провокації чи імітації. Провокаційний тролінг має на меті спровокувати конфлікт і тим самим дає змогу досягати не тільки індивідуальних, а й соціально значущих цілей. Іноді він набуває форми атаки. Тролінг-атаку “взято на озброєння бійцями інформаційних війн. У цьому разі мета застосування тролінгу — це, зокрема, відволікання уваги від гострих тем і перетворення конструктивного обговорення на суперечку. Одним із методів нападу є агресивне вкидання наклепу, компромату, чуток тощо” [За права семьи, s.a.: с. 2].

Імітаційний тролінг має місце, коли троль розважається, імітуючи конфлікт. При цьому він може не мати жодних інших цілей.

Г.Тард, досліджуючи об’єктивну соціальну реальність, писав: “Дивно, але ті люди, котрі захоплюються таким чином, котрі взаємно збуджують одне одного, або, радше, передають одне одному навіювання, що йде згори, ці люди не стикаються поміж собою, не бачаться і не чують одне одного; вони розпорошені по великій території, сидять по своїх домівках і читають одну й ту саму газету. Який же зв’язок існує між ними? Цей зв’язок полягає в одночасності їхнього переконання чи захоплення, в усвідомленні з боку кожного, що цю ідею чи це бажання поділяє в даний момент сила-силенна інших людей. Достатньо людині знати це, навіть якщо вона не бачить цих інших людей, і на неї впливає вся їхня сукупна маса, а не тільки один журналіст, спільний натхненник, сам невидимий і невідомий і тим паче неунікнений” [Тард, 1999: с. 3]. Це висловлення Г.Тарда дає змогу зрозуміти й багато чого з того, що відбувається в реальності віртуальній, зокрема застосовно до тролінгу. Водночас Тард попереджав: “Хоч би яким великим було значення громадської думки, не треба перебільшувати її ролі, попри те, що в наш час вона є паводковим потоком. Спробуймо визначити межу сфери її панування. Її не потрібно змішувати з двома іншими фракціями суспільного духу, котрі одночасно підживлюють і обмежують її, перебуваючи в безперервній боротьбі з нею через ці межі. Одна з них — це традиція ... Інша — ... розум” [Тард, 1999: с. 28]. Мабуть, розум і мережа — та рятувальна сила, що має зупинити вплив тролінгувальника на тролінгованого. Наведу ще одну думку Тарда, поза сумнівом, корисну для розуміння тролінгу: “...публіка — це щось постійне”; і далі: “публіка... є ніщо інше, як розпорошена юрба, в якій вплив розумів одне на одного став дією на відстані, — на відстанях, що невинно зростають”. Аналізуючи психологію натовпу, Г.Тард розрізняв несвідому юрбу, спонукувану силою темних і руйнівних імпульсів, і свідому публіку, що створює громадську думку. Очевидно, що тролі та їхні об’єкти — представники як юрби, так і публіки.

Тролінг у соціальних мережах поступово розвивається й у своєму роді вдосконалюється. Від початку XXI століття Інтернет-тролі почали створювати власні спільноти й організації, ділитися досвідом із найефективнішого розпалювання конфліктів. Зараз будь-який популярний форум, група новин і вікі-проект рано чи пізно стикаються із тролями і тролінгом” [Что та-

кое троллінг, s.a. (a): с. 2]. У наш час є значні ресурси, “на яких віртуальні порушники спокою обмінюються інформацією, діляться досвідом, зорганізують спільні акції” [Это же троллинг, s.a.: с. 2].

Чи може троллінг у мережі вже зараз стати об’єктом правового регулювання? Справді, за умов недосконалості сучасного законодавства троль перебуває у вигіднішій ситуації, ніж його жертва. Водночас певні можливості правового регулювання цих процесів існують. Так, “безробітний 25-літній житель Великої Британії Шон Даффі (Sean Duffy) був засуджений до 18 тижнів тюремного ув’язнення за троллінг в Інтернеті, повідомляє “Guardian” [За троллинг в тюрьму, s.a.: с. 1], а дванадцятирічний американській школярці за троллінг у соціальній мережі загрожує 30-денний арешт [Американских школьниц судят, s.a.: с. 1].

Наостанок зазначу, що троллінг у віртуальній реальності аналогічний процесам, що відбуваються в соціальній реальності, таким, як маніпулювання тощо. Поняття соціального троллінгу потребує уточнення. Спробую сконструювати таке поняття, не претендуючи на незаперечну його точність: соціальний троллінг — це навмисне провокування негативних емоцій, почуттів і настроїв особистості, соціальних спільнот і суспільств, здійснюване в об’єктивній соціальній реальності та віртуальній реальності в процесі взаємодії соціальних суб’єктів, супроводжуване несталістю й дестабілізацією соціальних систем. Таким чином, Інтернет-тролінг є різновидом соціального троллінгу. У соціологічному плані важливо розуміти, що троль являє собою соціальний суб’єкт. Суб’єктом і об’єктом троллінгу в мережі Інтернет є окремі особистості й соціальні групи, спілкування між якими відбувається безконтактно, вербально. Об’єкт троллінгу, ясна річ, може не реагувати на нього, але може використовувати і методи троля, впливаючи на його слабкі сторони, комплекси, емоції, тобто вдатися до “тонкого” троллінгу, при цьому він сам стає тролем.

Тролінг у мережі Інтернет існує й розвивається, тож необхідно вивчати цей феномен з позицій різних наук, у тому числі соціології. Тут, як мені видається, можна успішно застосувати структурно-функціональний і феноменологічний аналіз, ідеї конструювання соціальної реальності П.Берґера і Т.Лукмана, ідею габітуса П.Бурдьє та ін. Загалом зазначу, що у зв’язку з формуванням і розвитком інформаційного суспільства завдання соціальних наук ускладнюються, оскільки досліджувати потрібно не лише об’єктивну і суб’єктивну реальності, а й реальність віртуальну.

Джерела

- “Интернет-троллинг” — свидетельство раздвоения личности // psyvision.ru (s.a.)
- IBM пыгается запатентовать патентный троллинг // piratemediа.ru (s.a.)
- Американские ученые сравнили “троллинг” в Интернете с алкогольным опьянением // www.gazeta.ru (s.a.)
- Американских школьниц судят за троллинг в фейсбуке // vrednovosti.com (s.a.)
- Если вы говорите с троллем // www.forsfortune.com (s.a.)
- За права семьи // forum. Profamilia.ru (s.a.)
- За троллинг в тюрьму // pnm.ru (s.a.)

Інтернет-тролінг два-в-одном: краткая энциклопедия и инструкция // semet-pire.info (s.a.)

Как заработать в сети? Быть может, троллинг? // vovka.su (s.a.)

Конструктор Jimm // www.jimm-info.ru (s.a.)

Лебон Г. Психология народов и масс / Г.Лебон. — М.: АСТ, 2000.

На окраине Интернета // na-ukraine.llogspot.com (s.a.)

Патентный троллинг может разорить США // www.pcweek.ru (s.a.)

Первоапрельский троллинг // aniclub.co (s.a.)

Так делать нельзя. Троллинг и его признаки (учебное пособие) // fightnews.ru (s.a.)

Тард Г. Общественное мнение и толпа / Г.Тард. — М.: КСП+. — 1999.

Тролли в офисе // ural.ru (s.a.)

Троллинг — вид атаки // Lurm.ru (s.a.)

Троллинг // loom.ru (s.a.)

Форум “диких” хозяйек // forum/wild-mistress.ru (s.a.)

Что такое троллинг // sprunet.ru (s.a. (a))

Что такое троллинг // eve-online.fatal.ru (s.a. (b))

Что такое троллинг // www.cosmo.ru (s.a. (c))

Это же троллинг, братюнь // info.sibnet.ru (s.a.)