

His performances as a writer and polemicist shook the Ukrainian intelligentsia, as well as they made the highest areas of concern in the current party hierarchy. In the prose by Mykola Khvylovyi, as the creator of «romance vitaism» («philosophy of life» or philosophical anthropology of Mykola Khvylovyi) intellectual orientation and laughter intentions constantly dominated.

Culture of laughter has had a long tradition in Ukrainian prose. Ukrainian culture of laughter is based on «good laugh», which is incorporated in the «world of folk laughter» by M. Kotlyarevskiyi, H. Kvitka-Osnovyanenko, M. Gogol, T. Shevchenko, I. Nechuy Levitsky, Panas Mirny, M. Kotsyubynsky, I. Franko and «philosophy of heart» by Gregory Skovoroda. M. Khvylovyi continued this tradition in his work taking into account the «anthropological turn» in the European humanitarian thought of the first third of the twentieth century and works of artists of world renown: D. Boccaccio, F. Rabelais, Miguel de Cervantes, D. Swift, Anatole France and others.

M. Khvylovyi's personal attitude to laughter is revealed in his famous pamphlet «Ostap Vyshnia ...» published in the journal «Prolitfront» (1930. – № 4).

Ostap Vyshnia's humoresques, according to M. Khvylovyi, are short humoristic thumbnails in which in a joking manner, like in a caricature or feuilleton, some negative burning in real society issues are wittily exacerbated. He mentions nearly two dozen works of the writer-comedian, patiently explaining their true meaning to a young critic O. Poltoratskiy, who belonged to the group of writers who rallied around the journal «New Generation».

Summarizing his analysis Khvylovyi says that Ostap Vyshnia's humorous irony is a feature of his character («fun champion»), the essence of his outlook, which is expressed through humoresques treating by optimism. Ostap Vyshnia's creative activity is an essential contribution to the development of Ukrainian literature, and his works are a significant factor for the cultural education of a human.

Key words: philosophical anthropology, «romance vitaism», culture of humor, irony, humor, wordplay, language humor.



УДК 32.019.5:316.772

Ю. А. Данько, аспірант

ФЕНОМЕН «ТРОЛІНГУ» ЯК ФОРМА КОМУНІКАТИВНОЇ ІНТЕРНЕТ-ВЗАЄМОДІЇ: ПОЛІТИЧНИЙ КОНТЕКСТ

У статті розглядається поняття «тролінгу» як нового мережевого феномену сучасності та нового виду комунікативної практики. Аналізується походження і розвиток «тролінгу», зазначається, що поява цього поняття здебільшого пов'язана

з мережевою анонімністю. Обґрунтовується те, що цей феномен можна розглядати як прояв соціальної агресії. Також у статті розглянуто феномен «політичного тролінгу».

Ключові слова: інформаційне суспільство, комунікативна діяльність, «тролінг», «інтернет-тролінг», соціальна агресія, «політичний тролінг».

Постановка проблеми. З виникненням такого явища, як Інтернет, ні для кого вже не секрет, що сьогодні це не тільки технічна можливість швидкої передачі інформації, але й засіб для віртуальної комунікації індивідів. Починаючи з 90-х рр. ХХ ст. ми спостерігаємо прискорену динаміку розвитку соціальних мереж. Вони активно структуруються, профілюються, збільшується чисельність самих мереж і їхніх учасників. Глобальні соціальні мережі об'єднують сьогодні сотні мільйонів учасників незалежно від статі, віку, рівня освіти й національної приналежності [1, с. 48].

Однак формування і розвиток інформаційного суспільства супроводжується також розповсюдженням у віртуальній реальності не тільки позитивних, але й негативних соціальних практик, властивих об'єктивній соціальній реальності, що потребують адекватної наукової інтерпретації.

При вивченні об'єктивної соціальної реальності провокаційні висловлювання, спрямовані на формування негативних почуттів та емоцій у процесі вивчення інтернет-комунікації, почали називати «тролінгом», так з'явилася нова дефініція, яка розкриває одну із сторін комунікативного взаємозв'язку [2, с. 1981].

Аналіз актуальних досліджень. Вважається, що першими серед західних учених, хто досить всебічно займається вивченням явища «тролінгу», є Дж. Донат, Дж. Хірш та А. Галінський. Певні аспекти проблемного поля цього явища також активно досліджуються і вітчизняними вченими. Так, питанням комунікативних дій займаються Н. І. Формановська, Ю. М. Караулов, В. Г. Костомаров, Е. М. Верещагін, І. А. Стернін, С. В. Масленченков. М. В. Загідуллїна вивчає «тролінг» як явище інтернет-комунікації, І. В. Ксенофонтова розглядає специфіку мережевої комунікації в умовах анонімності, О. Н. Анкудінова здійснює аналіз специфіки сучасної інтернет-комунікації на прикладі соціальних мереж, Т. Ю. Виноградова приділяє увагу специфіці спілкування в Інтернеті. Однак мережевий «тролінг» як одна із самостійних форм комунікативної поведінки залишається на сьогодні соціальним явищем, що потребує подальшого детальнішого вивчення.

Мета статті — на основі аналізу західних та вітчизняних публікацій, присвячених дослідженню мережевої комунікації, розглянути феномен «тролінгу» як нової агресивної форми комунікативної взаємодії у політичному контексті.

Виклад основного матеріалу. Стрімкі темпи розвитку «тролінгу» в комунікативному просторі глобальної мережі дозволяють говорити про нього як про потужний вид комунікативної діяльності, що постійно вдосконалюється.

Термін «тролінг» походить зі сленгу учасників віртуальних спільнот і не має прямого відношення до сфери наукового дискурсу. У дослівному перекладі з англ. «trolling» означає «ловлю риби на блешню» [3, с. 135]. За припущенням співробітника інституту соціології РАН І. В. Ксенофонтової це слово набуло популярності через інше його значення — «тролів» як істот, що згадуються у скандинавській міфології. Міфологічні істоти тролі, особливо в дитячих оповіданнях, зображуються як потворні, неприємні істоти, створені для заподіяння шкоди і скоєння зла [4]. У багатьох епізодах підкреслюється неприязнь тролів до сторонніх осіб у межах місць їхнього проживання, особливо до тих, хто збирався порушити їхній спокій.

«Тролінг» розглядається як вид віртуального спілкування з порушенням етики мережевої взаємодії, що виражається у вигляді прояву різних форм агресивної, знущальної і образливої поведінки для нагнітання конфліктів. Використовується як у процесі спілкування між персоніфікованими учасниками, зацікавленими в більшій впізнаваності, публічності або епатажі, так і в процесі анонімної взаємодії користувачів, здійснюваної без можливості ідентифікації з реальним суб'єктом віртуального спілкування.

У найбільш загальному вигляді це явище пропонується характеризувати як процес розміщення на віртуальних комунікативних ресурсах провокаційних повідомлень з метою нагнітання соціального напруження шляхом порушення правил етичного кодексу інтернет-взаємодії [1, с. 49].

Аналіз сучасної соціально-гуманітарної літератури свідчить, що дослідниками проблемного поля «тролінгу» виокремлюються також такі поняття, як мережевий «тролінг» та «інтернет-тролінг».

Мережевий «тролінг» — це розробка завідомо провокаційних повідомлень з метою викликати конфлікти між учасниками мережевого співтовариства, «хвилю правок» (активне цілеспрямоване вмішування в текст повідомлень у контексті пропаганди та нав'язування власної позиції), а також ввести користувачів у марну конфронтацію. Важливо зазначити, що «тролі» здійснюють свою діяльність будь-якими доступними їм засобами: від примітивного розміщення образливих повідомлень до плідної цілеспрямованої роботи в команді собі подібних з метою внесення хаосу до вибраного ними сайту чи форуму як жертви [3, с. 135].

«Інтернет-тролінг» — явище, яке починається з певного жарту, розіграшу, нехитрих і прямолінійних висловлювань — «тролінг»-атаки, метою якої

є знищення вибраної конференції або news-групи (сукупності новин), або доведення конкретної людини до нервового зриву [2, с. 1982].

Як соціальний феномен «тролінг» виникає на початку 90-х рр. ХХ ст. На теренах Інтернету користувачі заради розваги почали викладати у мережу повідомлення провокаційного характеру. Як правило, це були поодинокі випадки, але поступово сформувалася група осіб, об'єднаних подібним стилем інтернет-спілкування [5].

Першою, хто вивчав це явище, була дослідниця Дж. Донат — фахівець із сучасних медіа, науковий співробітник Беркманського центру Гарвардського університету. Вона підкреслює, що «тролінг» — це «гра в підробку особистості, але без згоди більшості гравців, які не усвідомлюють участі в цій грі» [1, с. 50].

Мотивами появи і розвитку «тролінгу» в мережі Інтернет можуть служити інтерес, цікавість, бажання самоствердитися, посперечатися, проявити дотепність, розважитися, бажання проявити агресію і негативні емоції. Так, М. М. Акулич, зокрема, зазначає, що «деяким просто приносить задоволення посперечатися і розважити за рахунок інших себе й аудиторію, інші намагаються таким чином перешкоджати дискусії. Є люди, для яких «тролінг» — це самоствердження, гра, боротьба інтелекту. Існує думка, що «тролінгом» займаються тільки закомплексовані люди, але насправді все не так. Часом серед кращих «тролів» зокрема можуть бути й дорослі серйозні люди, що займають солідні посади і вони таким чином дають собі емоційну розрядку [2, с. 1982]. При цьому він наводить дані, відповідно до яких багато людей один або два рази пробували публікувати провокаційні повідомлення у Всесвітній павутині просто з цікавості. Не оцінюючи це судження з психологічних і культурологічних позицій, як норму або девіацію, можна зазначити, що такий мотив соціального «тролінгу» також можливий.

Р. Внебрачних, досліджуючи цей феномен, проводить паралель «тролінгу» з явищем «енергетичного вампіризму». На його думку, найбільш успішні «тролі» здатні створити напругу в цілому ряді спільнот, здійснюючи зіштовхування їх між собою і використовуючи проекції публічності в ЗМІ для залучення уваги широкої громадськості. Р. Внебрачних робить висновок, що «судячи з останніх сценаріїв комп'ютерних або фейсбуківських революцій, «тролінг» може перетворитися на затребувану спеціалізацію представників цілої низки професій, наприклад таких, як журналістика, світова політика, міжнародна економіка і ряду інших» [1, с. 50].

Якщо розглядати «тролінг» як негативне явище, в такому ракурсі, безсумнівно, зручніше за все аналізувати його як форму соціальної агресії [6, с. 26].

Виходячи з цього можна зазначити, що «тролінг» як форма соціальної агресії має свої унікальні характеристики:

1) «тролінг» може існувати виключно у віртуальних спільнотах;

2) він володіє специфічними механізмами швидкого збудження лавино-подібної агресії, миттєвого розповсюдження на більшість учасників віртуального співтовариства;

3) необхідно врахувати, що унікальність «тролінгу» як форми соціальної агресії полягає в тому, що у потенційної жертви конфлікту відсутня можливість фізичного або візуального контакту з ініціатором самої конфліктної ситуації [1, с. 50].

Найважливішим джерелом появи і поширення «тролінгу» є мережева анонімність. На думку І. Ксенофонтової, феномен «тролінгу» пов'язаний з анонімністю й абсолютно неможливий в умовах, відмінних від анонімності при здійсненні мережевої комунікації [4].

Форуми, чати і спільноти постійно відвідуються людьми, єдина мета яких полягає у тому, щоб кого-небудь вилаяти або з кимось посваритися, причому все це не виходячи з тіні цілковитої мережевої анонімності. Анонімність мережевого спілкування дозволяє «тролеві» отримувати емоційну розрядку, проявляти низькі якості і почуття, викликаючи негативну реакцію інших людей практично безкарно. Це сприяє тому, що «троль» відчуває себе впевнено і значимо, відчуває свою перевагу в порівнянні з іншими людьми, дозволяє бути таким, який він є насправді, без будь-яких соціокультурних обмежень.

Недавні дослідження Дж. Хірша і А. Галінського з Північно-західного університету США, присвячені аналізу психології «тролінгу» і незвично сильного впливу «тролів» на учасників мережевого спілкування, дозволили з'ясувати певні моменти у їхній поведінці в межах інтернет-дискусій. На думку вчених, спонтанне занурення в режим тролінгу практично неминуче для користувачів, які обрали анонімну форму спілкування, якщо їхня здатність до самоконтролю недостатньо розвинена. У цілому, «тролі» демонструють весь набір поведінкових реакцій, характерних для людини, що перебуває під впливом алкоголю.

А. Галінський вважає, що психологічна ілюзія «зняття заборон», викликана анонімністю, призводить до оголення істинного характеру людини, але, з іншого боку, в такому стані люди максимально схильні до впливу і легко піддаються переконанню: «По суті, зняття обмежень може як виявити справжню сутність людини, так і сформувані її, як би суперечливо це не звучало». Інтернет-дискусія анонімних учасників форуму або соціальної мережі згідно з висновками дослідників подібна до спілкування людей, які випили, а суть її відображає істинні спонукання тих, хто спілкується [7].

У соціально-політичному плані важливо розуміти, що «тролем» може бути не тільки окрема людина, а й певна група людей, навіть організація. Таким суб'єктом і об'єктом «тролінгу» в мережі Інтернет є окремі особистості і соціальні групи, спілкування між якими відбувається безконтактно. У мережі Інтернет суб'єкт і об'єкт «тролінгу» реагують один на одного вербально, тим самим той, хто реагує на «тролінг», може ще більше активізувати «троля» та й власні емоції теж [8, с. 49].

Інтернет-«тролі» заважають вести дискусію на просторах мережі і простим користувачам, і відомим людям, користуючись тим, що покарати їх неможливо. Вбачається, що інтернет-«тролі» належать до комунікаторів, які активні, мобільні, здатні активізувати інтернет-аудиторію й актуалізувати проблеми, даючи свою інтерпретацію, застосовуючи власні методи і реалізуючи власні цілі. Причому основна маса «тролів» використовує обмежений набір прийомів, добре відомих досвідченим користувачам мережі. Однак окрім так званих «товстих тролів», які відкрито порушують правила ресурсу, ображають його учасників, викликають конфліктні ситуації, існують і так звані «тонкі тролі».

«Товстий тролінг» можна зафіксувати відразу. Зазвичай з перших же постів (повідомлення на веб-форумі) «товсті тролі» ведуть себе досить різко і навіть грубо, їхня думка докорінно відрізняється від думки локальної більшості. Вони розраховують на ефект «вибуху бомби» і, як наслідок, жвавої дискусії з цього приводу, що кращим чином служить досягненню їхньої мети — викликати хаос і привернути увагу до своєї особи. Заради цієї мети вони втручаються в обговорення і самовпевнено сперечаються, підкріплюючи свої доводи посиланнями на різні джерела, частіше — малодостовірні і невизначені. «Тролі» заходять в активні теми для того, щоб перетворити їх на масоване пояснення їм, що вони неправі і, тим самим, відвести дискусію в русло спору і перетворити її на скандал. Вони відкривають теми, одні назви яких викликають бурю емоцій та обурення. Вони відкрито хамлять учасникам, адміністраторам сайтів та модераторам, нехтують правилами форуму й елементарними нормами етики інтернет-спілкування, ігнорують прохання інших учасників припинити й офіційні попередження за порушення правил.

Розпізнати «тонкий тролінг» набагато складніше, його значущість і ступінь впливу залежить від того, наскільки добре «троль» знає психологію особистісної та колективної поведінки. «Тонкий троль» діє на межі правил, прийнятих у місці, де він діє, не порушуючи їх безпосередньо, і часто змушуючи адміністрацію на перевищення повноважень або на порушення власних же правил.

Останні відрізняються глибокими знаннями в галузі психології, що дозволяє їм впливати на людей з використанням більш витончених методів. У багатьох випадках жертви «тонкого тролінгу» навіть не усвідомлюють того, що «потрапили на гачок». Брак спілкування і комунікативного досвіду, нерозвиненість комунікативних здібностей та реалізації їх у соціальній реальності можуть сприяти тому, що людина починає здійснювати свої комунікативні компетенції, вибудовувати комунікативні стратегії і тактики у віртуальній реальності, стаючи при цьому не тільки активним, позитивним інтернет-користувачем та інтернет-комунікатором, а й «тролем». У зв'язку з цим зазначимо, що у різних типів «тролів» різні цілі і способи їхнього досягнення [2, с. 1984].

Також не менш важливо зазначити один із різновидів «тролінгу» — політичний «тролінг». Це феномен, який має місце в мережі Інтернет і дозволяє політикам напрацьовувати певний політичний капітал і реалізовувати політичні інтереси. Якщо використовувати термінологію «товстого» і «тонкого тролінгу», то можна зауважити, що в політичному спілкуванні, здійснюваному в реальному і віртуальному просторі, найчастіше використовується «тонкий тролінг». Політичний троль, зачіпаючи особистісні та професійні якості опонента, впливаючи на нього, виводить з рівноваги і викликає відповідні реакції, очікувані тролем [8, с. 51].

Політичний «тролінг» відрізняється від звичайного «тролінгу» тим, що має на меті просування власних ідей, у даному випадку — ідей переваги своєї політичної сили і дискредитації конкурентів. Методи роботи «тролів» різні, від публікації матеріалів та коментарів провокаційного змісту, що викликають бурхливі дискусії з потоками інформації, які ставлять за мету відвернути увагу учасників від обговорюваної теми, до витончених дій щодо дискредитації іміджу конкурентів.

Метою роботи політичних «тролів» є перебування на сайтах новин, блогах, сторінках інтернет-видань і розповсюдження матеріалів та коментарів агітаційного змісту на підтримку певного кандидата. Вони діють скоординовано і масово, з'являються в коментарях до статей, новин, інформаційних дописах, у яких ідеться про конкретного політичного діяча.

Головне завдання політичних «тролів» — інформаційна підтримка свого кандидата, дискредитація супротивника. Вони намагаються створити видимість невдоволення широких верств населення існуючою владою чи певним політиком, для чого реєструють сотні однотипних «нікнеймів» (мережевих імен) з нібито різних регіонів. Вони сотнями поширюють практично однакові повідомлення, щоб усіляко очорнити опонентів.

«Тролі», які обслуговують певні політичні проекти, націлені на конкретний результат, вони володіють чіткою системою організації праці, фінан-

совою та технічною базою, формують інформаційний простір, вигідний своїй партії. Слід зазначити, що «штабні тролі» часто бувають досить професійними. Вони цілодобово перебувають на форумах і новинних інтернет-ресурсах, просувають свої ідеї і займаються організованим цькуванням опонентів.

Після появи групи «політичних тролів» на сайті починаються чвари, конфлікти учасників із залученням модераторів, банами (позбавлення або обмеження будь-яких прав користувача на створення/відправлення нових повідомлень, створення нових тем на веб-форумах, чатах чи блогах), введення більш жорстких правил форуму. Досвідчені «тролі» можуть навіть зібрати навколо себе «групу підтримки» і впроваджувати відкритий тиск на опонентів. Нерідко до цього процесу залучається й адміністрація, «тролі» домагаються прихильності модераторів, після чого вже можуть самі диктувати правила. У підсумку сайти перетворюються на пропагандистські трибуни певних політичних сил.

«Політичні тролі» працюють по 7–10 осіб, кожна з яких пише по 50–70 повідомлень на добу.

Головною відмінною рисою «політичного троя» є агресивність та нав'язливість. Йому все одно, які аргументи ви йому наведете, він із завидною постійністю твердить ту саму думку, аби залучити якомога більше уваги до неї. Повідомлення «троля», як правило, мають образливий характер і неконструктивну критику. «Троль» поляризує учасників спільноти на два непримиренних «табори», спілкування яких іноді переростає в справжню інформаційну війну. «Троль» апріорі не здатний до ведення дискусій, це не входить до його завдань. На будь-які заперечення він відповідає потоками одноманітних цитат і скопійованого тексту, багаторазово тиражуючи одні й ті самі тези [9].

У Європі активну публічну увагу привертають до проблеми «тролінгу» і його впливу на виборчий процес в Інтернеті. Так, у лютому 2013 р. Daily Telegraph оголосила, що ознайомилася з конфіденційними документами, що описують плани з введення «троль-патруля» під час виборів 2014 р. Ключем нової стратегії стануть інструменти моніторингу громадської думки для виявлення на ранніх стадіях потенціалу залучення ЗМІ та громадян до конкретної дискусії. Їх кінцева мета — витягнути з безлічі дискусій «тролів», і посилити позиції Євросоюзу в політичному інтернет-діалозі. Прес-служби парламентаріїв повинні мати можливість моніторити бесіди в режимі реального часу для розуміння ситуації і можливості зреагувати швидко, точно — для максимального впливу на дискусію [10, с. 163].

Висновки. Становлення та розвиток інформаційного суспільства, бурхливий розвиток Інтернету сприяли появі нових феноменів, які потребують

наукового вивчення та прогнозування. Одним із таких феноменів, що активно розвивається, є «тролінг» у мережі Інтернет.

Аналіз сучасної соціально-гуманітарної літератури свідчить, що феномену «тролінгу» вже присвячено велику кількість статей і публікацій. Розглядаючи результати цих досліджень, можна зазначити, що в більшості випадків «тролінг» характеризується як негативне явище, агресивна форма соціально-комунікативної взаємодії, яка перешкоджає встановленню та відтворенню етичних норм мережевої взаємодії і конструктивної роботи груп.

Про «тролінг» можна говорити як про форму порушеної комунікації за допомогою маніпуляцій, яка активно використовується у віртуальному просторі з метою формування певної громадської думки з політичних питань. Але слід пам'ятати, що «тролінг» у мережі продовжує активно розвиватися, і здійснення цілеспрямованого впливу на аудиторію під маскою «троля» може призвести не тільки до негативних наслідків. Дійсно, можна домогтися роздрібнення одноманітно налаштованої спільноти на «ворогуючі кластери», не здатні до скоординованих спільних дій у реальному світі. Проте можна також успішно об'єднати групу з учасників, які ніколи раніше не поділяли спільних точок зору. Усе це означає, що «тролінг» як новий вид віртуальної комунікації потребує подальшого детального вивчення, насамперед у контексті адекватного визначення його функціонального потенціалу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Внебрачных Р. А. Троллинг как форма социальной агрессии в виртуальных сообществах / Р. А. Внебрачных // Вестн. Удмурт. ун-та. – Серия 3: Философия. Социология. Психология. Педагогика. – 2012. – Вып. 1. – С. 48–51.
2. Акулич М. М. Интернет-троллинг как девиация / М. М. Акулич // Социология и общество: глобальные вызовы и региональное развитие. – Сессия 13. Российская социология сегодня : IV очередн. всерос. социол. конгр., окт. 2012 г. : тезисы докл. – Уфа, 2012. – С. 1981–1987.
3. Семенов Д. И. Сетевой троллинг как вид коммуникативной деятельности / Д. И. Семенов, Г. А. Шушарина // Междунар. журн. эксперимент. образования. – 2011. – №8. – С. 135–136.
4. Ксенофонтова И. В. Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг / И. В. Ксенофонтова ; отв. ред. А. С. Каргин // Интернет и фольклор : сб. ст. – М. : Гос. республик. центр рус. фольклора, 2009.
5. Зінченко О. В. Психологічна характеристика інтернет-тролінгу і флейму у підлітковому віці / О. В. Зінченко // Вісн. Чернігів. нац. пед. ун-ту. – Вип. 103. – Т. 1 : Серія: Психологічні науки. – 2012.

6. Фролов С. С. Социология организаций : учебник / С. С. Фролов. – М. : Гардарики, 2001. – 384 с.
7. «Троллики и нолики»: Прогнозы социологов сбываются – социальные сети наполняются «агентами влияния» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://earth-chronicles.ru/news/2011-08-31-6647>.
8. Акулич М. М. Интернет-троллинг: понятие, содержание и формы / М. М. Акулич // Вестн. Тюмен. гос. ун-та. – 2012. – № 8. – С. 47–54.
9. Громова А. Политический троллинг в Укрнете. Юлеботы атакуют [Электронный ресурс] / А. Громова. – Режим доступа: <http://politiko.ua/blogpost41491>.
10. Власть и контроль в мире социальных сетей. Предвыборные кампании в Интернете: опыт Европы и США. – М., 2013. – 227 с.

ФЕНОМЕН «ТРОЛЛИНГА» КАК ФОРМА КОММУНИКАТИВНОГО ИНТЕРНЕТ-ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ: ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ

Данько Ю. А.

В статье рассматривается понятие «троллинга» как нового сетевого феномена современности и нового вида коммуникативной практики. Анализируется происхождение и развитие «троллинга», отмечается, что появление «троллинга» в основном связано с сетевой анонимностью. Обосновывается то, что этот феномен можно рассматривать как проявление социальной агрессии. Также в статье рассмотрен феномен «политического троллинга».

Ключевые слова: *информационное общество, коммуникативная деятельность, «троллинг», «интернет-троллинг», социальная агрессия, «политический троллинг».*

THE PHENOMENON OF «TROLLING» AS A FORM OF COMMUNICATION ONLINE INTERACTION: THE POLITICAL CONTEXT

Danko U. A.

The rapid pace of development of «trolling» in the communicative space of the global network allow us to speak of him as a powerful form of communicative activity, which is constantly being improved.

The term «trolling» comes from the slang of the participants of virtual communities and is not directly related to the sphere of scientific discourse.

«Trolling» is regarded as a kind of virtual communication with a violation of the ethics network interaction, such as various forms of aggressive, humiliating or offensive behavior to foment conflict. Used as a process of communication between personalized attendees

who are interested in more awareness, publicity or outrageous, and in the anonymous user interaction exercised without the possibility of identifying the real subject relationship.

In the most general terms, this phenomenon is proposed to characterize the process as placing on virtual communication resources provocative messages for escalation of social tension by breaking the rules of ethical code of online interaction.

Should also divide such thing as a «network trolling» and «Internet trolling».

Network «trolling» — a deliberately provocative message development to cause conflicts between the participants of the network community, «the wave of edits» (active purposeful interference with text messages in the context of promoting and imposing their own position), and introduce users are useless confrontation.

«Internet trolling» — a phenomenon that starts with a certain joke, a hoax, uncomplicated and straightforward expression — «trolling» attack whose goal is to destroy the selected conference or news-group (collectively news), or the making available of a particular person to a nervous breakdown.

The first who studied this phenomenon was a researcher John Donat — an expert on modern media, researcher at Harvard University.

R. Vnebrachnyh examining this phenomenon, draws a parallel «trolling» phenomenon «energy vampirism». In his opinion, the most successful «trolls» can create tension in a number of communities, making them colliding with each other and using the projection of publicity in the media to attract public attention.

The most important source appearance and spread of «trolling» is anonymity network.

«Internet trolls» hamper to lead the discussion on the Internet users a simple and well-known people, using the fact that punishing them is impossible. It seems that the «Internet trolls» are among the communicators that are active, mobile, able to activate the Internet audience and update problems, giving their interpretation using their own methods and implementing their own goals.

There are no less important to note about a type of «trolling» — political «trolling». This is a phenomenon that takes place on the Internet and allows politicians to gain some political capital and implement political interests. If used terminology «thick» and «thin trolling», it may be noted that the political dialogue rendered in real and virtual space, often using «thin trolling». Political troll, affecting the personal and professional qualities of the opponent, acting on it, takes off balance and causing responses expected troll.

Political «trolling» differs from the usual «trolling» that aims to promote their ideas. In this case, the benefits of their ideas and discredit political force competitors. Working methods trolls are different from post content and comments provocative content that cause heated debate with the information flows which aim to divert attention from the topic, to the elegant try to discredit the image of competitors.

The main task of political trolls information support their candidate, discrediting the opponent. They are trying to create the appearance of broad public discontent existing power or some politician what register hundreds of similar «nickname» (network name)

of supposedly different regions. They distribute hundreds of almost identical message to every way to discredit their opponents.

The main feature of political troll is aggression and obsession. To him do not care what arguments you spend it, he has consistently maintains the same opinion, to attract more attention to this point. Message troll usually are offensive and unconstructive criticism. Troll polarizes community members into two irreconcilable «camps» communication which sometimes turns into a real information war.

The formation and development of the information society, the rapid development of the Internet contributed to the emergence of new phenomena that require scientific study and forecasting. One of these phenomena is actively developing «trolling» on the Internet.

Key words: *information society, communication activities, «trolling», «Internet trolling» social aggression, «political trolling».*

