

УДК 811.161.2.42:004.738

DOI: <https://doi.org/10.31499/2415-8828.1.2023.281355>Наталія Дяченко* , Анна Войналович** 

ТРОЛІНГ І ЙОГО КОМУНІКАТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ

У статті представлено матеріал про тролінг як одну із сучасних комунікативних практик. Для дослідження були використані такі методи: зіставлення, спостереження, описовий метод і його основні прийоми – інвентаризацію та систематизацію мовних одиниць, метод анкетування, класифікаційний метод, метод когнітивної інтерпретації, елементи статистичного методу. Розглянуто сутність понять «троль», «тролінг», визначено основні мотиви й ознаки тролінгу, його комунікативну специфіку. Простежено явище тролінгу в динаміці, з'ясовано місце й семантику тролінгу в мовній свідомості сучасних українців.

Ключові слова: тролінг, троль, тролінгова комунікація, інтернет-комунікація, анкетування.

Diachenko Nataliia, Voinalovych Anna. Trolling and its communicative potential.

The modern world is a world of rapid changes, large information flows and almost continuous communication. In recent years, due to the COVID-19 pandemic and the full-scale Russian invasion of Ukraine, Ukrainians have been forced to limit real contacts, which has significantly increased the share of online communication. However, the development of the information society is accompanied by the spread of not only positive but also negative practices in the virtual world. One of the most common is trolling.

The purpose of the article is to give a comprehensive description of trolling as one of the modern communicative practices, including to consider the essence of the concepts of «troll», «trolling», to determine the main motives and signs of trolling, its communicative specificity; present the phenomenon of trolling in dynamics, find out the place and semantics of trolling in the linguistic consciousness of modern Ukrainians.

The following methods were used for the study: comparison, observation, descriptive method and its main techniques – inventory and systematization of language units, questionnaire method, classification method, cognitive interpretation method, elements of the statistical method.

Based on the analysis of the concepts of «troll», «trolling», the main motives and signs of trolling, its communicative specificity are determined. It has been established that in science trolling is considered mainly as a kind of virtual interaction in blogs, social networks, Internet forums, when the activity of the addressee is aimed at manipulation, insult, conflict or positive ridicule, exposing phenomena, objects, actions, etc. As the study showed, despite all the negatives associated with the concept of «trolling», this type of communicative interaction also has a positive side.

Since one of the tasks was to study the attitude of Ukrainians towards trolling in dynamics, experimental data were used for this. The purpose of our survey was to identify the attitude of modern youth to the phenomenon under consideration and compare the information received with the established one. Based on the answers to the questionnaires, it can be concluded that in the language picture of the world of modern Ukrainian academic youth, trolling is perceived mainly as a negative phenomenon. A vivid evidence of the preservation of the primary, purely negative perception are the lexemes that characterize a typical troll: evil, cunning, treacherous, cruel, boorish, provocateur, ruthless, immoral, etc.

At the same time, we also traced the dynamics of the perception of trolling, which is confirmed by the words used by the respondents (cool, humorous, credit, best) and gives reason to interpret the phenomenon under consideration as positive as well.

It was revealed that although trolling is more viewed as a destructive phenomenon, a means of manipulation, but if it is aimed at motivating constructive actions and meeting the needs of both parties, there is every reason to define it as a constructive communicative practice.

Keywords: trolling, troll, trolling communication, Internet communication, questionnaire.

* **Наталія Дяченко**, кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови та методики її навчання Житомирського державного університету імені Івана Франка (Житомир, Україна); e-mail: dyachenkonatali@gmail.com.

** **Анна Войналович**, магістр середньої освіти (українська мова і література) Житомирського державного університету імені Івана Франка (Житомир, Україна); e-mail: anna.kinalevska@gmail.com.

Постановка проблеми. Сучасний світ – світ стрімких змін, величезних інформаційних потоків і майже безперервної комунікації. Для того щоб бути успішним, кожен член людської спільноти повинен уміти спілкуватися і знаходити порозуміння з іншими. Комунікативна компетентність і грамотність дає можливість гармонізувати взаємодію між людьми, зрозуміти позицію чи істинні мотиви співрозмовника, а отже, досягати консенсусу, максимально уникати непорозумінь, маніпулятивного тиску й агресії. В умовах пандемії COVID-19, особливо в осередках спалаху хвороби, люди змушені обмежувати реальні контакти. Водночас обсяг інтернет-спілкування збільшився в рази. На жаль, із початком повномасштабного вторгнення росії в Україну безпосереднє спілкування громадян нашої країни набуло ще більших обмежень: через загрозу життю українці змушені були покинути свої домівки та спілкуватися зі своїми рідними опосередковано, використовуючи для цього різноманітні засоби зв'язку, зокрема й послуговуючись можливостями, які надає Інтернет. Однак розвиток інформаційного суспільства супроводжується поширенням не тільки позитивних, а й негативних практик у віртуальному світі. Однією з найпоширеніших з-поміж останніх вважають тролінг.

Аналіз останніх досліджень. Швидкі темпи розвитку тролінгу в інтернет-просторі дають підстави говорити про нього як про потужний вид комунікативної діяльності, що постійно змінюється, удосконалюється й адаптується до потреб сьогодення, а отже, і привертає до себе увагу науковців. Аналізу тролінгу, вивченню його впливу на комунікацію присвятили праці Дж. Донат, К. Хардакер, А. Марвік, Ю. Данько, С. Могилко та ін. Значна частина літератури про тролінг – це наукові дискусії про те, що конкретно ми маємо вважати тролінгом. Як зауважує Е.А. Джейн [Jane 2015], деякі вчені стверджують, що відбулася концептуальна інфляція тролінгу. Це означає, що дослідники вважають кожен вияв девіантної поведінки в анонімному онлайн-контексті формою тролінгу незалежно від того, що троль мав на меті [O'Sullivan & Flanagan 2016]. Учені стверджують, що тлумачення поняття «тролінг» є проблематичним, оскільки воно нівелює «справжній» тролінг та об'єднує «гумористичних» тролів зі «зловмисними», несправедливо приписує аморальність позитивним трольам і занижує конструктивні наслідки тролінгу. Це спонукає до переоцінки негативного ставлення до тролінгу [Sanfilippo, Fichman & Yang 2018] та дальшого дослідження цього явища. Актуальність таких студій полягає в тому, що природа тролінгу наразі є недостатньо вивченою. До того ж з огляду на сучасну комунікативну практику його можна трактувати з якісно нового погляду. Самі нинішні реалії спонукають фахівців у сфері комунікації до переосмислення певних уже усталених поглядів на тролінг.

Мета нашої розвідки – представити комплексну характеристику тролінгу як однієї із сучасних комунікативних практик.

Реалізація поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**: а) розглянути сутність понять «троль», «тролінг», визначити основні мотиви й ознаки тролінгу, його комунікативну специфіку; б) представити явище тролінгу в динаміці, з'ясувавши місце й семантику тролінгу в мовній свідомості сучасних українців.

З огляду на поставлені мету й завдання в роботі використано загальнонаукові (зіставлення, спостереження) та власне лінгвістичні (описовий метод і його основні прийоми – інвентаризацію та систематизацію мовних одиниць, метод анкетування) **методи**, а також класифікаційний метод, метод когнітивної інтерпретації, елементи статистичного методу, методик дискурс-аналізу й

моделювання (для з'ясування формально-семантичної структури розгляданого явища).

Виклад основного матеріалу. На перший погляд, може здатися, що тролінг – це своєрідний продукт інтернет-комунікації, який з'явився зовсім недавно. Однак глибше дослідження нашоухе на думку, що явище походить зі звичайного життя та переходить в іншу, більш агресивну форму в онлайн-мережах.

Тролінг – це розміщення в Інтернеті (на форумах, у групах новин Usenet, у вікі-проектах тощо) провокаційних повідомлень, що спричиняють між учасниками спілкування суперечки, комунікативні конфлікти, які втілюються в образах, війні редагувань, марнослів'ї тощо. С. Могилко зауважує, що це явище з'явилося в Сполучених Штатах Америки на початку 1990-х років в інтернет-мережі Usenet. Лексему *троль* із семантикою «інтернет-провокатор» увів у науковий обіг Марк Міллер під час конференції Google Usenet 8 лютого 1990 року [Могилко 2008]. Наразі немає єдиної думки про походження слова *тролінг*. З одного боку, його пов'язують з англійським *trolling*, що дослівно означає «ловити рибу сіткою». Це риболовна техніка, суть якої полягає в тому, що рухомий плавальний засіб тягне за собою приманку, спокусившись на яку, риба потрапляє в сіті. З іншого боку, простежується зв'язок з іменником *troll*, запозиченим зі скандинавської міфології й уперше зафіксованим 1610 року. Згідно зі скандинавським фольклором, тролі – це надістоти, зазвичай велетні, які шкодили людям, лякали їх своїми розмірами і здатністю чаклувати [OED].

Досліджувати тролінг почала Джудіт Донат – науковий співробітник Беркманського центру Гарвардського університету, фахівець із сучасних медіа, засновник «Групи суспільних медіа» (Sociable Media Group). У праці «Identity and Deception in the Virtual Community», опублікованій 1996 року, вона проаналізувала концепцію цього явища. Дослідниця зазначила, що тролінг – це «гра в підробку особистості, але без згоди більшості гравців, які не усвідомлюють своєї участі в цій грі» [Judith 1996].

Послідовницею Дж. Донат у вивченні явища тролінгу стала Клер Хардакер. Її публікація в журналі «Journal of Politeness Research» є базовою для студій щодо комунікації, опосередкованої комп'ютером. Професорка поділила своє дослідження на 2 етапи. Під час першого К. Хардакер звернулася безпосередньо до учасників онлайн-комунікації з проханням описати ситуації, коли вони стикалися з тролінгом, і пояснити, як вони на нього реагували. Під час другого науковиця досліджувала академічний дискурс і систему репрезентацій тролінгу як специфічного вияву мовної поведінки. Спілкування з онлайн-користувачами розтягнулося на десять років: з 2001 р. по 2010 р. К. Хардакер була учасницею спільноти новин «Usenet». Вона зібрала 186470 постів, із яких сформувала окремі тексти, що містили роздуми про тролінг. У результаті індуктивного аналізу Клер Хардакер виокремила чотири характеристики тролінгу: троль уникає прямих запитань і ставить їх сам (так йому вдається контролювати комунікацію); поведінку троля можна схарактеризувати як агресивну образу (такий співрозмовник завжди намагається створити конфліктну ситуацію або емоційну напруженість); троль намагається порушити конструктивну комунікацію та звести її до позбавленої сенсу суперечки, підмінити конструктивну розмову взаємними звинуваченнями; спроба «заманити» якомога більше учасників у конфлікт: що більше осіб приєднується до суперечки, тим «успішніший» троль. За визначенням К. Хардакер, троль – це користувач опосередкованої комп'ютером комунікації, який ідентифікує включеного в

групу учасника, зацікавленого в спілкуванні, але насправді намагається погіршити комунікацію, привести спільноту до стану фрустрації та роздратування [Hardaker 2010]. Успіх такої поведінки – це погіршення комунікативної близькості без розпізнавання справжніх намірів тролля, невдача – викриття прихованої ідентичності тролля, відсутність комунікації з ним.

Дж. Донат стверджує, що троль – особа, яка поширює провокативні повідомлення в Інтернет-мережі, передусім на дискусійних форумах, з метою образи учасників дискусії або зірвати саме обговорення, а тролінг є повідомленнями такого типу або діями з їх поширення [Dong 2007].

На думку іншого дослідників, тролінг – це особлива комунікативна практика, характерним для якої є застосування образливої мови, бажання емоційно впливати на співбесідника [Marwick & Ellison 2012].

Деякі науковці пропонують розглядати тролінг як специфічний формат спілкування, у якому можна виявити новий тип соціальної особистості, сформованої у віртуальній реальності. Особа, яка здійснює тролінгову поведінку, називається тролем (або інтернет-тролем), а особа, яка зазнає тролінгу, – жертвою. Зазвичай тролінгова поведінка спрямована саме на жертву. Люди, які випадково стали свідками тролінгу, але не відчули його на собі, ставши жертвою цієї комунікативної практики, називаються сторонніми спостерігачами. Ці три ролі раніше використовувалися як інструменти для аналізу кібербулінгу, однак останнім часом активно застосовуються для диференціації ролей у тролінговій комунікації [Huang & Chou 2010].

Зауважимо, що тролем може бути як одна конкретна особа, так і група осіб (наприклад, «ольгінські тролі», або «тролі з Ольгіна», «фабрика тролів», «кремлеботи», «подоляківські боти» та ін.). Суб'єктами й об'єктами тролінгу є певні групи або особи, які спілкуються безконтактно. Опоненти реагують один на одного вербально, тобто той, хто реагує на тролінг, зазвичай посилює активність тролля. Інтернет-тролі заважають спілкуватися в мережі як звичайним користувачам, так і відомим особам, оскільки переконані у своїй безкарності.

З-поміж мотивів діяльності тролів виокремлюють такі складники: психологічний – фрустрація, схильність до садизму, соціальне відчуження, деіндивідуалізація, мінімізація авторитетів [Wawrzyn 2013]; лудичний – піднесені інтелектуальні розваги, бажання зіграти за рахунок чужих почуттів, викликаючи інтелектуальну провокацію; амбітний – здійснення тролінгової діяльності в певній спільноті, наприклад, така провокація може бути пов'язана з бажанням отримати визнання серед членів певної спільноти [Chmielecka 2012]; ідеологічний – ґрунтується на переконаності в тому, що чийсь погляди є правильними; фінансовий – отримання фінансової вигоди людьми, найнятими для тролювання [Kowalska 2011]. Крім того, мотивацією може стати анонімний пошук уваги, намагання розважитися, викликати гнів у партнерів по комунікації, самоствердження, марнування часу користувачів, перевірка роботи системи (чи буде якась реакція на конкретне порушення з боку адміністраторів сайту). Причинами тролінгу в онлайн-просторах та ігрових середовищах є також розвага, нудьга, пошук уваги й помста [Cook, Schaafsma & Antheunis 2018; Thacker & Griffiths 2012].

У статті «“Тролінг” як новий вид віртуальної комунікації» Ю. Данько, виокремлюючи специфічні мотиви появи й розвитку тролінгу в Інтернет-мережі, пише про такі: інтерес, жага до самореалізації, цікавість, розвага, агресія, бажання посперечатись або проявити інтелект [Данько 2013].

Окрім перерахованих вище мотивів, на базі власних спостережень, можемо виокремити ще такі: 1) експеримент – може бути або над самим собою, або над співрозмовниками. Він проявляється в перевірці терпіння, реакції користувачів на подразники, спробах відвернути увагу від основної теми обговорення, порушенні правил мережевого етикету та прагненні залишитися без жодного покарання; 2) бажання змінити думку співрозмовників – зазвичай здійснюється за допомогою декількох акаунтів одночасно; 3) полювання на тролів – такий тип комунікативної взаємодії часто має гірші наслідки, ніж робота звичайного троля, тому що конфлікт починається дуже швидко й не може залишитися непоміченим; 4) відведення уваги, зміщення фокусу від важливих на цей момент подій для суспільства на менш вагомі, другорядні.

Тролінг уносить хаос у життя спільноти, а останнім часом й усе частіше стає зброєю в інформаційних війнах. Н. Вовк стверджує, що основна мета – «відвернення уваги від гострих тем і переведення конструктивного обговорення в перепалку, а також один із методів нападу шляхом агресивного вкидання наклепу, компромату, чуток». Сьогодні інтернет-мережа перенасичена тролінгом: він є в соціальних мережах, особистих блогах, на вебсайтах, форумах тощо [Вовк 2013]. З-поміж ознак застосування тролінгу в публікаціях у соціальних мережах науковці виокремлюють:

- емоційність повідомлення, яка відображає емоційний стан його автора й реалізується в перенасиченості тексту емоційно забарвленими лексемами, великою кількістю вигуків та прислівників. Оскільки тролінг переважно є засобом агресивного впливу, що часто передбачає агресивну відповідь, перераховані мовні одиниці мають негативну тональність [Островська і Войтович 2017];

- невпевненість у наведених фактах, яка виражається у відсутності джерел та авторів наведеної інформації, відсутності доказової бази, аргументів, використанні необґрунтованих висловлень і риторичних запитань;

- наявність у повідомленні сенсації, яка повинна привернути увагу до викладеної інформації завдяки вживанню слів, що підвищують тривожність;

- велика кількість публікацій або коментарів: користувачі звертають особливу увагу на ті дописи, які є популярними, тобто збирають найбільше коментарів, уподобайок, репостів тощо [Voitovych & Holovenko 2016]. Завдяки великій кількості коментарів, троям удається створити ілюзію активної дискусії, так соціалізуючи свій контент. Найчастіше таким прийомом користуються соціальні тролі [Молодецька 2016].

Основними операціями тролінгу науковці вважають:

- навмисну гру на почуттях людей, що враховує спрямованість спільноти;
- офтоп, або офтопик – будь-яке повідомлення в Інтернеті, що не стосується теми спілкування;

- підштовхування до суперечки;

- самовпевнені висловлювання: вираження власної думки як загальноновизнаного факту без аргументації, доказів та аналізу;

- спойлер – навмисна публікація розв'язки нового фільму чи літературного твору;

- постмодерацію повідомлень, окремих тем або новин – так званий «флейм»;

- будь-яке поєднання перерахованих вище операцій [Островська і Войтович 2017].

Поведінка тролія в мережі часто є антисоціальною, тому існує багато методів боротьби з нею. Наприклад, ранжування коментарів [Chiao-Fang, Khabiri & Caverlee 2009], модерація, рання ідентифікація тролія [Cheng, Danescu-Niculescu-Mizil & Leskovec 2015], повне відключення коментарів на сайті [Finley 2015] тощо.

Якщо розглядати явище тролінгу в суто негативному аспекті, то можна без жодного сумніву вважати його формою соціальної агресії, за якої відсутній реальний контакт жертви й ініціатора конфлікту.

Свобода слова, передбачена статтею 34 Конституції України, на законодавчому рівні дає право вільно висловлювати свої думки, поширювати будь-які повідомлення в інтернет-мережі, тобто у статті відсутня заборона тролінгу. Однак у разі порушення прав осіб та інтересів суспільної безпеки принцип свободи інформації може бути обмеженим. Оскільки діяльність тролів часто порушує права інших, то за такі дії троль має нести цивільно-правову відповідальність. З огляду на суспільну безпеку, дії тролія можуть бути кваліфіковані як злочинні, згідно з понад 20-ма статтями Кримінального кодексу України [Радутний 2015].

Більшість дослідників вважають тролінг суто негативним явищем деструктивного характеру, що має на меті внести розбрат у комунікацію інтернет-користувачів, змусити їх витратити багато часу й зусиль на безрезультативну суперечку. Однак в останніх розвідках спостерігаємо позитивну динаміку щодо розглядуваного поняття: учені почали досліджувати й виокремлювати добрі наміри у тролінг-діяльності. Зокрема, Дж. Бішоп, проаналізувавши тролінг-повідомлення в мережі Інтернет, визначив, що, залежно від ролі, яку виконує троль, можна виокремити понад десять категорій тролінгу, деякі з яких навіть здійснюють конструктивну діяльність. Наприклад, троль, якого умовно називають «flirt», намагається допомогти іншим соціалізуватися, використовуючи в спілкуванні анекдоти, проте така поведінка може викликати роздратування в учасників дискусії. Такий тип тролінгу не завжди є доречним, однак і не становить жодної загрози [Bishop 2014].

Авторки цієї розвідки ще донедавна мали такі самі погляди на тролінг, як і більшість науковців, які його досліджували, тобто вбачали в ньому суто негативне явище, прояв мовної та соціальної агресії, провокативної поведінки. Однак спостереження за інтернет-спілкуванням, зокрема аналіз комунікації У. Супрун, яка послуговувалася тролінгом не для образ, а передусім для деміфологізації й боротьби з фейками в царині медицини, спонукав до висунення гіпотези про те, що тролінг, залежно від комунікативної інтенції, може бути й позитивним явищем, використаним на благо. Для перевірки цього припущення в грудні 2021 р. було проведено анкетування серед академічної молоді, яка представляла такі ЗВО: Житомирський державний університет імені Івана Франка, Житомирський музичний фаховий коледж ім. В.С. Косенка, Державний університет «Житомирська політехніка», Поліський національний університет, Національний медичний університет імені О.О. Богомольця. Завданням опитування було: визначити, чи знають респонденти, що таке тролінг загалом і політичний зокрема; з'ясувати, яке місце він посідає в мовній картині світу представників сучасної української молоді, та, головне, підтвердити чи спростувати висунуту гіпотезу, зрозуміти, чи якась частина суспільства розглядає його як конструктивну комунікативну практику.

Щодо першого питання (*Чи знаєте Ви, що таке «тролінг»?*), результати опитування виявилися прогнозовані. Молодь у спілкуванні активно

використовує неологізми, іншомовну лексику, слідкує за новими трендами в усіх сферах, зокрема й у комунікативній, тому 97,5 % (118) опитаних відповіли «так» і лише 2,5 % (трьох осіб) – «ні».

Характеризуючи тролінг як позитивне чи негативне явище, респонденти утворили шкалу оцінок, крайніми точками якої стали відповіді від «негативне» (так відповіло 58 осіб) до жаргонного «це ваще топчик» (1 особа). Інші відповіді: скоріше негативне – 7 осіб, нейтральне – 6, не знаю – 1, залежно від обставин – 28, в політиці – негативне – 2, у політиці негативне, а в житті позитивне – 3, у політиці – більш позитивне – 2, якщо коректний – позитивне – 1, позитивне – 14.

Відповідаючи на питання про риси, які найкраще характеризують типового троля, опитані зазначили, що він: *злий* – 69, *хитрий* – 42, *підступний* – 28, *жорстокий* – 25, *розумний* – 21, *грубий* – 20, *безпринципний* – 16, *безжальний* – 14, *хам* – 12, *нечесний* – 10, *аморальний* – 9, *впливовий* – 7, *корисливий* – 6, *крутий* – 5, *продажний* – 4, *грязний* – 2, *антуражний*, *нечистоплотний*, *юморний*, *зачотний*, *провокатор*, *the best* – 1.

Для характеристики троля використано переважно лексеми з негативною конотацією (259 відповідей, що становить 87,5 % від загальної кількості), тоді як позитивні риси цього персонажа актуалізовано в значно меншому обсязі (37 відповідей, 12,5 %). При цьому майже всі назви на позначення якостей троля є прикметниками (18) і лише два іменники (*провокатор*, *хам*). Найбільш експресивними з-поміж ужитих є книжне *антуражний*, жаргонізми *юморний*, *зачотний*, варваризм *the best*.

Попри наявність майже в усіх респондентів уявлення про тролінг, чіткого розуміння цього явища на момент опитування в багатьох представників українського студентства не було: 38 % респондентів не змогли дати конкретної відповіді на питання *Хто з політиків найчастіше використовує тролінг у своїй діяльності?*, а конкретних прикладів політичного тролінгу не змогли навести 68 %.

Дані анкетування підтвердили припущення про наявність позитивної динаміки в сприйманні тролінгу та диференціації його різновидів залежно від комунікативних намірів користувача. І хоча серед названих ознак типового троля переважають негативні (*злий*, *хитрий*, *підступний*, *жорстокий*), однак у деяких відповідях реалізовано й позитивні характеристики (*крутий*, *юморний*, *зачотний*, *the best*). Прикметники *розумний*, *впливовий* свідомо не зараховуємо до позитивних, зважаючи на ймовірність співвіднесення їх саме з особистістю комуніканта, безвідносно до її ситуативної ролі троля, яка може бути різною (і негативною, і позитивною), залежно від обраного напрямку діяльності.

Можливість трактування тролінгу як позитивної комунікативної практики підтверджує й наявність 12 % ствердних, без жодних застережень (на зразок «залежно від ситуації») відповідей. З іншого боку, за умови нечіткого розуміння розгляданого поняття саме наявність відповідей, які містять проміжні характеристики («залежно від обставин» – 23 %, «нейтральне» – 5 %), дає підстави говорити про зміни в сприйманні тролінгу, переосмислення його сутності та підтвердити наше припущення про те, що, залежно від комунікативної інтенції, тролінг можна розглядати і як негативне, і як позитивне явище в процесі спілкування.

Висновки й перспективи дослідження. Отже, наразі в науці усталений погляд на тролінг як такий вид віртуальної взаємодії в блогах, соціальних мережах, онлайн-форумах, коли діяльність адресанта спрямована на маніпуляцію, образу, конфлікт або позитивне глузування, викриття явищ,

предметів, дій тощо. Тролінг здебільшого розглядають як деструктивне явище, засіб маніпуляції. Якщо він скерований на мотивацію до конструктивних дій і задоволення потреб обох сторін, є всі підстави визначати його конструктивною комунікативною практикою. Дослідження підтвердило, що, попри весь негатив, із яким асоціюють поняття «тролінг», цей вид комунікативної взаємодії має також і позитивну сторону. На нашу думку, маючи на меті добрі наміри, а не цькування, маніпулювання та провокації, тролінг виводить комунікацію на новий рівень, допомагає мовцеві висловлювати свою думку й так, як є – іронічно, а іноді й сатирично, – але називати речі своїми іменами.

Оскільки одним із завдань було дослідити ставлення українців до тролінгу в динаміці, для цього було залучено експериментальні дані. Метою нашого анкетування було з'ясувати ставлення сучасної молоді до розгляданого явища й зіставити отриману інформацію з усталеною. Зазначимо, що матеріал про явища тролінгу та висновки, які можна зробити на основі зібраних нами даних, є лише частиною загальної картини, яка вимагає подальшої корекції, однак засвідчує наявність уже сформованого позитивного ставлення до тролінгу в частини комунікантів. На основі відповідей на питання анкет можна зробити висновок, що тролінг у мовній картині світу сучасної академічної молоді представлений переважно як негативне явище. Яскравим свідченням збереження первинного, суто негативного сприймання є лексеми, що характеризують типового троля: *злий, хитрий, підступний, жорстокий, хам, провокатор, грязний, безжалний, аморальний* та ін. Ці одиниці мають виразну негативно-оцінну семантику. Водночас ми простежили й динаміку в перцепції тролінгу, що засвідчили слова, які використали здобувачі: *крутий, юморний, зачотний, the best*. Останні дають підстави трактувати розглядане явище також і як позитивне.

Перспективи подальших студій пов'язуємо з дослідженням тролінгу та стратегій і засобів його репрезентації, з удокладненням анкетування, з організацією тематичних конференцій для обговорення різноманітних аспектів порушеної проблеми.

ЛІТЕРАТУРА

- Вовк, Н. (2013). Явище тролінгу в Інтернеті як загроза інформаційному суспільству. [В:] *Інформація, комунікація, суспільство 2013*. Матеріали 2-ої Міжнародної наукової конференції ІКС-2013, 16–19 травня 2013 року (Львів, Славське). Львів, с. 104–105. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/20753> (дата запису: 16.02.2023).
- Данько, Ю. А. (2013). «Тролінг» як новий вид віртуальної комунікації. [У:] *Український соціум*, № 4, с. 17–25.
- Могилко, С. В. (2008). Тролінг як спосіб психологічної маніпуляції в Інтернеті. [У:] *Вісник Черкаського університету. Серія Філологічні науки*. Черкаси, с. 57–60.
- Молодецька, К. В. (2016). Підхід до виявлення організаційних ознак інформаційних операцій у соціальних інтернет-сервісах [У:] *Пріоритетні напрямки розвитку телекомунікаційних систем та мереж спеціального призначення. Застосування підрозділів, комплексів, засобів зв'язку та автоматизації в АТО*. Зб. матер. ІХ наук.- практич. конф., 25 листоп. 2016 р. Київ, с. 130–131.
- Островська, В. і Войтович, О. (2017). Семантичний аналіз Великих Даних у задачах кібербезпеки. [У:] *Інформаційні технології та комп'ютерне моделювання*. Івано-Франківськ, с. 256–259.
- Радутний, О. Е. (2015). Чинні засоби кримінально-правової протидії Інтернет-тролінгу. [У:] *Інформація і право*, № 3, с. 25–129.
- Bishop, J. (2014). Transforming Politics and Policy in the Digital Age. [In:] *IGIGlobal*, p. 157.
- Cheng, J., Danescu-Niculescu-Mizil, C. & Leskovec, J. Antisocial Behavior in Online Discussion Communities. URL: <https://cs.stanford.edu/people/jure/pubs/trolls-icwsm15.pdf> (дата запису: 16.02.2023).
- Chmielecka, J. Trolle i zlewy. URL: <https://wyborcza.pl/duzyformat/7,127290,12102809,trolle-i-zlewy.html> (дата запису: 16.02.2023).

- Cook, C., Schaafsma, J. & Antheunis, M. (2018). Under the bridge: An in-depth examination of online trolling in the gaming context. [In:] *New Media & Society*, 20(9), p. 3323–3340. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444817748578> (дата запыту: 16.02.2023).
- Dong, J. (2007). *Network Dictionary*. Javvin Technologies Inc, p. 256.
- Finley, K. (2015). A brief history of the end of the comments. [In:] *Wired*, oct 8. URL: <http://bit.ly/1Wz2OUg> (дата запыту 10.02.2023)
- Hardaker, C. (2010). Trolling is asynchronous computer-mediated communication: From user discussions to academic definitions. [In:] *Journal of Politeness Research*, 6 (2), pp. 215–242.
- Hsu, Ch.-F., Khabiri, E. & Caverlee, J. Ranking comments on the social web. URL: <https://people.engr.tamu.edu/caverlee/pubs/hsu09socialcom.pdf> (дата запыту: 16.02.2023).
- Huang, Y. & Chou, C. (2010). An analysis of multiple factors of cyberbullying among junior high school students in Taiwan. [In:] *Comput. Human Behav.*, 6, 1581–1590.
- Jane, E. A. (2015). Flaming? What flaming? The pitfalls and potentials of researching online hostility. [In:] *Ethnics and Information Technology*, 16, pp. 65–87. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10676-015-9362-0> (дата запыту: 16.02.2023).
- Judith, S. Donath identity and deception in the virtual community. [In:] *Communities in cyberspace*. London, pp. 1–20. (дата запыту: 16.02.2023).
- Kowalska, D. (2011). Opluwanie ludzi w internecie to całkiem dobry biznes. URL: <http://www.polskatimes.pl/artukul/409400,opluwanie-ludzi-w-internecie-tocalkiem-dobry-biznes,id,t.html> (дата запыту: 25.10.2022).
- Marwick, A. & Ellison, N. (2012). There Isn't Wifi in Heaven! Negotiating Visibility on Facebook Memorial Pages. [In:] *Journal of Broadcasting*, 3, pp. 378–400.
- O'Sullivan, P. B. & Flanagan, A. J. (2003). Reconceptualizing “flaming” and other problematic messages. [In:] *New Media & Society*, 5(1), pp. 69–94. URL: <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1461444803005001908> (дата запыту: 15.02.2023).
- Online etymology dictionary*. URL: <https://www.etymonline.com/word/troll> (дата запыту: 15.02.2023).
- Sanfilippo, M. R., Fichman, P. & Yang, S. (2018). Multidimensionality of online trolling behaviors. [In:] *The Information Society*, 34 (1), pp. 27–39. DOI: <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1391911> (дата запыту: 16.02.2023).
- Thacker, S. & Griffiths, M. D. (2012). An Exploratory Study of Trolling in Online Video Gaming. [In:] *Int. J. Cyber Behav. Psychol. Learn.*, 4, pp. 17–33.
- Voitovych, O. & Holovenko, V. Research of social networks as a source of information in warfare. [W:] *Inżynier XXI wieku projektujemy przyszłość*. Rysiński, J. (ed.). Bielsko-Biała, pp. 111–119.
- Wawrzyn, M. (2013). Psychologia trolla – czemu niektórzy internauci lubią wkurzać innych. [W:] *Gadzetomania*. URL: <http://gadzetomania.pl/3968,psychologia-trolla-czemu-niektorzyinternauci-tak-lubia-wkurzac-innych> (дата запыту 13.02.2023).

REFERENCES

- Vovk, N. (2013). Yavvshche trolinhu v Interneti yak zahroza informatsiinomu suspilstvu [The phenomenon of trolling on the Internet as a threat to the information society]. [V:] *Informatsiia, komunikatsiia, suspilstvo 2013*. Materialy 2-oi Mizhnarodnoi naukovoï konferentsii IKS-2013, 16–19 travnia 2013 roku (Lviv, Slavske). Lviv, s. 104–105. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/20753> (дата запыту: 16.02.2023). (in Ukrainian)
- Danko, Yu. A. (2013). «Trolihu» yak novyi vyd virtualnoi komunikatsii [«Trolling» as a new type of virtual communication]. [V:] *Ukrainskyi sotsium*, 4, s. 17–25. (in Ukrainian)
- Mohylko, S. V. (2008). Trolihu yak sposib psikhologichnoi manipuliatsii v Interneti [Trolling as a method of psychological manipulation on the Internet]. [U:] *Visnyk Cherkaskoho universytetu. Seriia Filolohichni nauky*. Cherkasy, s. 57–60. (in Ukrainian)
- Molodetska, K. V. (2016). Pidkhyd do vyavlennia orhanizatsiinykh oznak informatsiinykh operatsii u sotsialnykh internet-servisakh [An approach to identifying organizational features of information operations in social Internet services]. [U:] *Priorytetni napriamky rozvytku telekomunikatsiinykh system ta merezh spetsialnogo przyznachennia. Zastosuvannia pidrozdiliv, kompleksiv, zasobiv zviazku ta avtomatyzatsii v ATO*. Zb. mater. IX nauk.- prakt. konf., 25 lystop. 2016 r. Kyiv, s. 130–131. (in Ukrainian)
- Ostrowska, V. i Voitovych, O. (2017). Semantychnyi analiz Velykykh Danykh u zadachakh kiberbezpeky [Semantic analysis of Big Data in cyber security problems]. [V:] *Informatsiini tekhnologii ta kompiuterne modeliuvannia*. Ivano-Frankivsk, s. 256–259. (in Ukrainian)
- Radutnyi, O. E. (2015). Chynni zasoby kryminalno-pravovoï protydiv Internet-trolihu [Current means of criminal legal counteraction to Internet trolling]. [V:] *Informatsiia i pravo*, 3, s. 25–129. (in Ukrainian)

- Bishop, J. (2014). Transforming Politics and Policy in the Digital Age. [In:] *IGIGlobal*, p. 157.
- Cheng, J., Danescu-Niculescu-Mizil, C. & Leskovec, J. Antisocial Behavior in Online Discussion Communities. URL: <https://cs.stanford.edu/people/jure/pubs/trolls-icwsm15.pdf> (data zapytu: 16.02.2023).
- Chmielecka, J. Trolle i zlewy. URL: <https://wyborcza.pl/duzyformat/7,127290,12102809,trolle-i-zlewy.html> (data zapytu: 16.02.2023).
- Cook, C., Schaafsma, J. & Antheunis, M. (2018). Under the bridge: An in-depth examination of online trolling in the gaming context. [In:] *New Media & Society*, 20(9), pp. 3323–3340. <https://doi.org/10.1177/1461444817748578> (data zapytu: 16.02.2023).
- Dong, J. (2007). Network Dictionary. Javvin Technologies Inc, p. 256.
- Finley, K. (2015). A brief history of the end of the comments. [In:] *Wired*, oct 8. URL: <http://bit.ly/1Wz2OUg> (data zapytu: 10.02.2023).
- Hardaker, C. (2010). Trolling is asynchronous computer-mediated communication: From user discussions to academic definitions. [In:] *Journal of Politeness Research*, 6 (2), pp. 215–242.
- Hsu, Ch.-F., Khabiri, E. & Caverlee, J. Ranking comments on the social web. URL: <https://people.engr.tamu.edu/caverlee/pubs/hsu09socialcom.pdf> (data zapytu: 16.02.2023).
- Huang, Y. & Chou, C. (2010). An analysis of multiple factors of cyberbullying among junior high school students in Taiwan. [In:] *Comput. Human Behav*, 6, pp. 1581–1590.
- Jane, E. A. (2015). Flaming? What flaming? The pitfalls and potentials of researching online hostility. [In:] *Ethnics and Information Technology*, 16, pp. 65–87. URL: <https://doi.org/10.1007/s10676-015-9362-0> (data zapytu: 16.02.2023).
- Judith, S. Donath identity and deception in the virtual community. [In:] *Communities in cyberspace*. London, pp. 1–20. (data zapytu: 16.02.2023).
- Kowalska, D. (2011). Opluwanie ludzi w internecie to całkiem dobry biznes. URL: <http://www.polskatimes.pl/artukul/409400,opluwanie-ludzi-w-internecie-tocalkiem-dobry-biznes,id,t.html> (data zapytu: 25.10.2022).
- Marwick, A. & Ellison, N. (2012). There Isn't Wifi in Heaven! Negotiating Visibility on Facebook Memorial Pages. [In:] *Journal of Broadcasting*, 3, pp. 378–400.
- O'Sullivan, P. B. & Flanagan, A. J. (2003). Reconceptualizing “flaming” and other problematic messages. [In:] *New Media & Society*, 5(1), pp. 69–94. URL: <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1461444803005001908> (data zapytu: 15.02.2023).
- Online etymology dictionary*. URL: <https://www.etymonline.com/word/troll> (data zapytu: 15.02.2023).
- Sanfilippo, M. R., Fichman, P. & Yang, S. (2018). Multidimensionality of online trolling behaviors. [In:] *The Information Society*, 34 (1), pp. 27–39. URL: <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1391911> (data zapytu: 16.02.2023).
- Thacker, S. & Griffiths, M. D. (2012). An Exploratory Study of Trolling in Online Video Gaming. [In:] *Int. J. Cyber Behav. Psychol. Learn*, 4, pp. 17–33.
- Voitovych, O. & Holovenko, V. Research of social networks as a source of information in warfare. [W:] *Inżynier XXI wieku projectujemy przyszłość*. Rysiński, J. (ed.). Bielsko-Biała, pp. 111–119.
- Wawrzyn, M. (2013). Psychologia trolla – czemu niektórzy internauci lubią wkurzać innych. [W:] *Gadżetomania*. URL: <http://gadzetomania.pl/3968,psychologia-trolla-czemu-niektorzyinternauci-tak-lubia-wkurzac-innych> (data zapytu: 13.02.2023).

Подано до редакції 28.02.2023 року
 Прийнято до друку 29.03.2023 року