УДК 070 + 32.019.51 DOI 10.17238/issn1998-5320.2019.38.41

В. А. Евдокимов,
Омская гуманитарная академия

ТРОЛЛИНГ В МЕДИАСФЕРЕ

Проблема и цель. Троллинг распространён в интернете и массмедиа. Недостаточно изучена специфика троллинга, отражающего формы конфликта в медиасфере.
Методология. Статья базируется на общенаучной методологии историко-философского анализа, общей теории познания.
Результаты. Большинство материалов, относящихся к троллингу, монофункциональны. Массмедиа используют и дисфункциональные возможности. Единичные или системные провокационные действия не тождественны цивилизованной полемике, основанной на уважительном отношении к участникам диалога. Однако в некоторых ситуациях троллинг может произвести социально значимый эффект.
Выводы. Автор выделил с точки зрения интенсивности информационного воздействия троллинг-выпад и троллинг-кампанию, с точки зрения целевого назначения – троллинг-искушение, троллинг-разоблачение и троллинг-мщение.
Ключевые слова: массмедиа, троллинг, конфликт.

Проблема и цель. Троллинг, как единичные или системные провокационные действия, направленные на дискредитацию концепций, программ, воззрений, а также индивидов и социальных групп, получил распространение в интернете и массмедиа. Как правило, инициаторы троллинга преследуют неполитические или политические интересы, нацелены на обострение отношений с объектом, нанесение ущерба ему, создают условия для возникновения конфликтов между индивидами, объединениями людей. Интерес представляет изучение специфики троллинга, отражающего формы конфликта в медиасфере.

Методология. Статья базируется на общенаучной методологии историко-философского анализа, общей теории познания. В качестве ведущего метода использован системный подход, согласно которому любой объект может быть рассмотрен как целостный комплекс взаимосвязанных элементов.

Результаты. Исследование троллинга привлекает внимание представителей различных научных направлений. Чаще всего троллинг трактуется как присущая сетевому общению и не выходящая за его рамки анонимная речевая стратегия, целью которой является разрушение коммуникации посредством провокационных действий. Языковеды понимают троллинг как игру в подделку личности [1, с. 22], как некооперативную, деструктивную, направленную на эскалацию конфликта речевую стратегию [2, с. 68], как особый тип речевого поведения в средствах массовой информации, возникший как реакция на изменение условий их функционирования [3, с. 87]. Известна интерпретация троллинга как формы социальной провокации или издевательства в сетевом общении, которая используется как персонифицированными участниками, заинтересованными в публичности, эпатаже, так и анонимными пользователями без возможности их идентификации [4, с. 48]. Сохраняя анонимность в глобальной сети, индивид, по мнению исследователей, может отправить сообщение в любую часть планеты; в связи с практикой троллинга возник ряд проблем: распространение недостоверных данных, пропаганда терроризма, информационные атаки на отдельных людей. С точки зрения экономистов, в индустриально развитых странах пускают в ход патентный троллинг, под которым понимают получение патента не для коммерческих целей и использования новинки в практике, а для предъявления исков хозяйствующим субъектам, которые якобы незаконно применяют разработку [5, с. 293].

Особое внимание субъектам троллинга уделяют психологи. Анализ поведения «форумных активистов» осуществили учёные канадских университетов, расположенных в Виннипеге и Ванкувере. С одной стороны, исследователями определена склонность респондентов к сетевому троллингу, с другой, − степень проявления нарциссизма (мания величия, высокомерие, эготизм и отсутствие эмпатии), макиавеллизма (склонность к циничному манипулированию людьми и эксплуатации окружающих), психопатии (склонность к антисоциальному поведению, импульсивность) и садизма (получение удовольствия от нанесения боли и страданий). Потенциальных троллей в сети оказалось 5,6 процента. «Подискутировать» предпочли 23,8 процента опрошенных, «початить» – 21,3 процента респондентов. Лишь 2,1 процента опрошенных пожелали найти друзей, а 41,3 процента респондентов

заявили, что никогда не оставляют комментариев в интернете. Психологическое тестирование показало, что у «сетевых активистов» развит садизм, в минимальной степени нарциссизм. Пять процентов пользователей являются троллями потому, что они нездоровы [6].

Провокационные сообщения в дискуссионных форумах рассматривают и специалисты сферы управления персоналом. Опросив более 9000 посетителей сайта hh.ru, служба исследований сервиса HeadHunter выяснила, что любители троллинга действуют во многих коллективах. Лишь половина респондентов в рабочее время относится к нему отрицательно, а семь процентов опрошенных оценили троллинг положительно. В качестве его основного недостатка респонденты назвали негативное влияние на атмосферу, сложившуюся в коллективе, что ведет к разжиганию конфликтов, созданию нервного напряжения. Напротив, те, кто не видят в троллинге ничего плохого, уверены, что он добавляет положительные эмоции, разбавляет рутину (53 процента), помогает отдохнуть от работы (47 процентов), а также способствует оттачиванию искусства ведения спора и аргументации (45 процентов). Почти каждый третий из участников опроса занимался троллингом в рабочее время [7]. Опросив сотрудников компаний, а также ученых, общественных деятелей, исследовательская организация Pew Research Center и университет Elon выяснили, что большинство экспертов считают что ситуация в будущем либо ухудшится, либо останется без изменений [8].

При этом троллинг не представляет абсолютно новое явление. Издавна провокации используются в межличностной и межгрупповой полемике, политической борьбе. Теоретик марксизма В. И. Ленин отмечал, что в 1912 г. в центральный комитет большевиков вошел провокатор Малиновский, который провалил десятки и десятки лучших товарищей, подведя их под каторгу и ускорив смерть многих из них [9, с. 28]. В 1933 г. нацисты в Германии устроили поджог рейхстага и на судебном процессе обвинили в этом коммуниста Г. Димитрова.

В XXI в. троллинг приобретает иные масштабы благодаря интернету, обеспечивающему мгновенное распространение информации в глобальном пространстве и возможность ознакомления большого количества людей с провокационными текстами для дискредитации лиц, а также социальных групп, придерживающихся неугодной кому-либо позиции. Троллинг отражает многие противоречия современной эпохи. В их числе – противоречия, существующие между производительными силами и производственными отношениями, декларируемыми социумом ценностями и их реальным воплощением, а также обусловленные материальным неравенством представителей высших и низших общественных слоёв, интеллектуальным расслоением, неравным доступом к образованию. В одних ситуациях троллинг служит разрушению коммуникации, в других – провоцированию диалога с объектом посредством оскорбительной фразеологии.

В поиске острых ощущений, возможностей самоутверждения часть людей сознательно инициирует провокации, чреватые конфликтами. Вследствие троллинга во взаимоотношениях субъекта и объекта могут проявиться сущностные признаки конфликта: наличие противоречий, возникших в процессе социального взаимодействия, противоборства, а также негативных эмоций, испытываемых сторонами по отношению друг к другу [10, с. 75]. Исследователями определены такие формы конфликта, как бойкот, саботаж, травля (преследование), а также словесная или физическая агрессия. В качестве признаков возникновения конфликта А. Минделл выделяет словесное несогласие, сплетни о противнике, негативные образы или фантазии о нём, подозрительность и недоверчивость по отношению к другому [11]. Инициаторы троллинга, в частности, предлагают единомышленникам объявить бойкот известному лицу, чья позиция будто бы отличается от общепризнанной. Троллинг в интернете и массмедиа чаще всего соединяет травлю и агрессию.

Если противоречия, существующие во взаимоотношениях сторон, не устранены, могут возникнуть противоборство субъектов различных социальных интересов, конфликты ценностей. Для потенциального провокатора поиск противоречия не является затруднительным. Объект троллинга нередко служит в качестве клапана для отвода отрицательных эмоций: субъекту достаточно совершить единичное провокационное действие, чтобы выразить накопившееся недовольство, к примеру, своей жизнью, скромными достижениями, несбывшимися мечтами о благополучии. Высмеивание оппонента (взглядов, а также внешности, речи, манеры поведения, стиля одежды), как правило, не связано с обстоятельным анализом его деятельности. Однако акции могут принять системный характер, когда негативные эмоции не рассеиваются в результате единичного провокационного действия и объекту адресуется серия оскорблений. Используя возможности троллинга, владельцы веб-ресурсов и администраторы форумов нередко побуждают людей к участию в дискуссиях по поводу провокационных тем. Если единичные провокационные действия предпринимают политики, то они вынуждены в короткий срок пре-

кратить полемику, так как нередко становятся объектами насмешек в социальных сетях. Чаще всего в политике предпринимаются системные провокационные действия, чреватые конфликтами.

В медиасфере, как пространстве, в котором действуют средства массовой информации, массмедиа способны осуществлять единичные или системные провокационные акции в отношении других средств информации, а также индивидов (политиков, общественных деятелей), социальных групп. Можно выделить виды троллинга, распространённого в медиасфере. С точки зрения интенсивности информационного воздействия вероятны троллинг-выпад и троллинг-кампания. Троллинг-выпад представляет единичное провокационное действие, которое может вызвать реакцию объекта или оставить его безучастным. На сайте газеты «Спорт-экспресс» 20 мая 2019 г. размещена заметка под заголовком «Россия повозила Швейцарию лицом по льду», в которой шла речь о победе сборной России по хоккею с шайбой над командой Швейцарии. Сайтом издания избран уничижительно-пренебрежительный тон рассуждений о сопернике российской команды. Но для возникновения противоборства не оказалось оснований. Объект троллинга либо не осведомлен о материале, размещенном на сайте газеты, либо не счёл необходимым реагировать на публикацию.

Если же реакция объекта троллинга на провокационное действие последовала, отразила противоречие и получила широкий резонанс, может возникнуть противоборство. В июне 2019 г. Федеральное агентство новостей (ФАН) распространило материал «Главред РБК заявила, что задержанный за наркотики Голунов должен ответить по закону», текст содержал ссылку на портал «Ньюинформ». Соруководитель объединенной редакции РБК Е. Голикова подчеркнула, что в заметке абсолютно искажен смысл сказанного ей и РБК намерен предъявить в суд иск о защите деловой репутации. По мнению генерального директора ФАН Е. Зубарева, иск бесперспективен, а искажение сказанного Е. Голиковой не допущено [12]. Обе стороны выразили негативные эмоции по отношению друг к другу. Троллинг-выпад создал условия для возникновения конфликта.

В отличие от троллинга-выпада проведение троллинга-кампании связано с интенсивной информационной атакой на объект. Выгоды троллинга для дискредитации оппонентов оценили субъекты политической деятельности, сочетающие отдельные выпады с организацией провокационных кампаний. Для координации действий их участников может быть использована «фабрика троллей» [13]. В 2018 г. вовлечённым в троллинг-кампанию оказался российский журналист О. Кашин, который опубликовал комментарий в интернет-издании Republic и принял участие в общественно-политической программе, показанной телеканалом «Россия1». Его выступления вызвали значительное количество откликов в социальных сетях и массмедиа, авторы которых дали категоричные оценки в меньшей степени деятельности Кашина, в большей мере – личности журналиста. Звучали оскорбления в его адрес. О. Кашин не уклонился от противоборства. В программе телеканала «Дождь» 14 декабря 2018 года журналист отметил, что критика в его адрес – это шельмование, скопилось слишком много людей, наговоривших про него столько всего, что ему захотелось посмотреть на них не сквозь монитор социальных сетей, а «из кабины бомбардировщика» [14]. Возникший конфликт отразил противоречие, противодействие, стороны не скрывали негативные эмоции по отношению друг к другу.

С точки зрения целевого назначения можно выделить троллинг-искушение, троллинг-разоблачение и троллинг-мщение. Троллинг-искушение используется как средство привлечения общественного внимания к субъекту. Объекту могут быть адресованы единичные или системные провокационные действия. В одних случаях амбициозное лицо с помощью резкой критики, высмеивания объекта пытается вывести из состояния душевного равновесия и вовлечь в полемику именитого человека. В других ситуациях малоизвестное массмедиа заинтересовано в обострении взаимоотношений с популярными средствами массовой информации, провоцирует их участие в обмене оскорблениями. Если троллинг имеет широкий резонанс, критикуемые лица вынуждены вступить в противоборство. На это и рассчитывают провокаторы. Если стороны испытывают отрицательные эмоции по отношению друг к другу, возникают конфликты. Таковые нередко происходят, в частности, между журналистами-блогерами в связи с рассмотрением социальных, политических и культурных ценностей, интерпретацией событий прошлого и настоящего. Некоторые массмедиа используют троллинг-искушение, когда существует возможность уличить конкурента в ошибке, искажении фактов. К троллингу прибегают интернет-издания, которые в борьбе за симпатии рекламодателей порицают друг друга за недобросовестность при подсчёте количества читателей, ознакомившихся с материалами сайтов.

Троллинг-разоблачение ориентирован на раскрытие будто бы отрицательных качеств объекта, нанесение ущерба его профессиональной, общественной репутации. Формы троллинга-разоблачения разнообразны. Одна из них – ассоциирование поведения объекта с действиями групп людей, с кото-

рыми он не имеет ничего общего, наделение индивида качествами, которыми в действительности он не обладает. В октябре 2017 г. в программе «Вести в 22.00» телеканала «Россия-24» процитирована запись, сделанная журналистом Е. Поддубным в одной из социальных сетей: «В Москве при встрече вся эта кокаиновая пустая публика отводит глаза, нервно ретируется. Сколько раз это видел. И правды в них нет, и гуманизма ни на грамм». «Ну и как тут не вспомнить журналиста П. Каныгина», – прокомментировал запись ведущий программы А. Казаков, затем был продемонстрирован фрагмент видеосюжета, снятого одним из украинских телеканалов, в котором показан П. Каныгин, передававший информацию из зоны боевых действий. По мнению редакции «Новой газеты», реплика А. Казакова, цитирование Е. Поддубного и видеоряд создали тенденциозный, искаженный образ журналиста Каныгина, представили его в оскорбительном свете. Рассмотрев обращение редакции газеты, Общественная коллегия по жалобам на прессу пришла к выводу, что в программе российского телеканала отражена провокационная попытка выстроить психологически безотказную модель подрыва доверия прессе, домысел преподнесён как факт, зритель введён в заблуждение, основная задача, которую ставили её авторы – не журналистская, связанная с дискредитацией оппонентов [15].

Для искажения поведения подвергаемого осмеянию лица используется также монтаж. 22 мая 2019 г. на странице Politics WatchDog в социальной сети Facebook размещена видеозапись, в которой искажена речь спикера палаты представителей конгресса США Нэнси Пелоси. Вследствие этого создается впечатление, что она нетрезва и её язык заплетается. Английская газета The Guardian сравнила эту видеозапись с тем, как в действительности звучала речь Пелоси, и выявила, что в смонтированном ролике речь политика выглядит замедленной [16].

Еще одна форма троллинга-разоблачения – приписывание кому-либо фраз или слов, которые человек не произносил, использование домыслов при интерпретации его высказываний. Газета «Спорт экспресс» сообщила в апреле 2019 года о конфликте, который будто бы возник между вратарем футбольной команды «Спартак» А. Селиховым и главным тренером О. Кононовым. По данным издания, Селихов якобы отказался пожать руку наставнику команды после замены в матче и сказал ему что-то нелицеприятное. Позднее Селихов сделал в приложении для обмена фотографиями и видеозаписями «Инстаграм» запись, в которой рядом с названием газеты разместил несколько смайликов в виде мусорного ведра [17]. Интернет-издание «Спорт.ру» трактовало реакцию спортсмена как фиксацию ошибки, допущенной конкурентом, в заметке «Футболист назвал издание «помойкой» вложило в уста спортсмена слово, которое он не произносил.

Для инициаторов троллинга, заинтересованных в формировании общественного мнения о каком-либо событии, объект критики является неким символом того, что для них неприемлемо, они адресуют претензии всем, кто разделяет недопустимую, на взгляд провокаторов, точку зрения. Позицию известного лица искажают с помощью троллинга-разоблачения. В 2018 г. некоторые массмедиа обратили внимание на комментарий, адресованный музыкантом А. Макаревичем подписчику, о том, что будто бы открыт двадцать пятый кадр, который «превращает людей в злобных дебилов». Публикации содержали утверждение, что музыкант будто бы имел в виду россиян. Пресс-секретарь президента России Д. Песков публично ответил критикам, что они неправильно процитировали сказанное Макаревичем.

Целью троллинга-разоблачения является резкая критика взглядов или поведения объекта, троллинга-мщения – запугивание индивида, чья позиция вызывает отрицательные эмоции у провокаторов, в расчете на то, что он прекратит публично выражать свои воззрения или общественную деятельность в целом. Иногда подстрекатели действуют крайне жёстко. В апреле 2015 г. в украинской столице Киеве застрелен журналист О. Бузина, которому неоднократно угрожали недоброжелатели [18]. В июле 2019 г. телеканалы NewsOne (Украина) и «Россия» планировали подготовить и выпустить в эфир совместную программу, однако украинская компания отказалась участвовать в передаче, так как в адрес журналистов поступили угрозы [19]. Учитывая воинственную и бескомпромиссную позицию провокаторов, профессор университета Огайо в США М. Ферье основала организацию Troll-Busters.com, которая оказывает помощь журналистам, писателям, блогерам, столкнувшимся с онлайн-насилием, троллинг-мщением.

Большинство материалов, относящихся к троллингу, объединяет то, что они монофункциональны, имеют развлекательный или идеологический характер, однако слабо выражена информационная и другие функции. Массмедиа используют и дисфункциональные возможности, когда результатом искажения информационной функции становится дезинформация, развлекательной – контроль восприятия аудиторией разнообразных сообщений, высмеивание кого-либо.

Троллинг не равнозначен безобидной шутке, забавному происшествию, он, как правило, связан с искажениями чьего-либо образа, поведения, взглядов, отношений индивида с окружающими людь-

ми, его реакции на какое-либо событие. Единичные или системные провокационные действия не тождественны цивилизованной полемике, в которой стороны прислушиваются к доводам друг друга, если и подшучивают над кем-либо, то делают это в негрубой, не унижающей достоинство оппонента манере, далёкой от травли и агрессии. Субъекты же троллинга отвергают, как правило, принципы дискуссии, основанной на уважительном отношении к участникам диалога.

В некоторых ситуациях троллинг может произвести социально значимый эффект. Провокация может рассматриваться как способ стимулирования повестки дня нужными для её субъекта темами и сюжетами, позволяет привлечь внимание к волнующим общество проблемам [20, с. 94]. В отдельных случаях гражданские активисты побуждают известных людей, скрывающих неблаговидные намерения и дела и нередко избегающих меры правового воздействия, к саморазоблачению, раскрытию истинных устремлений, далёких от интересов общества. Украинский журналист А. Шарий предоставил ложные сведения о себе корреспондентам телекомпаний, которые не проверили полученную информацию и обнародовали её на государственном телеканале. Раскрыты будто бы личные данные журналиста, указано его местонахождение и представлен результат якобы проведённой скрытно видеосъёмки, что противоречит украинскому закону «Об информации». Ряд массмедиа в качестве следствия этой ошибки назвали увольнение министра информации Украины Ю. Стеця [21]. Так троллинг-искушение дал возможность раскрыть методы работы сотрудников массмедиа, распространивших недостоверные сведения. Видимо, противоречие и противоборство возникли, когда А. Шарий инициировал расследование в отношении одного из двух тележурналистов, ставших авторами программы о нём и призвавших спецслужбы к расправе над коллегой.

Троллинг в массмедиа чаще всего скоротечен. Провокаторы рассчитывают не на длительность, а на интенсивность информационной атаки на объект и координацию действий, когда на него обрушивается поток обвинений и оскорблений. Инициаторы троллинга учитывают и то обстоятельство, что чем дольше длится информационная атака, тем больше возможностей имеют потребители для определения степени достоверности полученных сообщений. Кроме того, аудитория быстро утрачивает интерес к провокационным сообщениям, их вытесняет из повестки дня массмедиа информация о других событиях.

Реакция аудитории на действия инициаторов троллинга противоречива. Часть потребителей доверяет им, так как всегда доверяет конкретному источнику информации, например, телеканалу. Другая часть аудитории, используя разнообразные источники информации, выясняет, что массмедиа распространяют искажённые данные об индивидах, социальных группах в провокационных целях.

Стороны конфликтов учитывают эти особенности восприятия аудиторией единичных или системных провокационных действий. Верные своей позиции, они не ведут поиск компромисса, не рассчитывают на победу над оппонентом. В редких случаях одна из сторон конфликта настроена на разрешение конфликта в правовом поле, как это намеревался сделать медиахолдинг РБК в отношениях с ФАН, либо информационную атаку на кого-либо прекращает высокопоставленный представитель органов власти, как произошло в результате троллинга, выявленного в отношении А. Макаревича.

Выводы. Автор выделил с точки зрения интенсивности информационного воздействия троллинг-выпад и троллинг-кампанию, с точки зрения целевого назначения – троллинг-искушение, троллинг-разоблачение и троллинг-мщение.

Конфликт, возникший в результате троллинга, может оказаться не только скоротечным, но и длительным, он только меняет форму, из открытого превращается в латентный. Информационные атаки на объект могут быть возобновлены при любом удобном случае. Заботясь будто бы о представлении разнообразных мнений, субъекты троллинга часто искажают информацию о реальных людях, а также социальных группах. Троллинг вредит репутации массмедиа, укрепляет сомнения потребителей относительно достоверности распространяемой ими информации. Но многие субъекты журналистики не опасаются троллинга, провоцирования конфликта, исходя из представления о любом скандале как эффективном способе привлечь внимание к самому средству информации аудитории и рекламодателей.

Проявления троллинга волнообразны. В стабильной общественной ситуации потребность в нём бывает минимальной. Как только ухудшается социально-экономическое положение, обостряются отношения между социальными группами в обществе или межгосударственное взаимодействие, волны троллинга накатывают как на индивидов, так и на общественные группы, которые служат в качестве «защитных клапанов» для отвода отрицательных эмоций. Большинство конфликтов, возникших в результате троллинга, имеют деструктивный характер, создают условия для разобщения людей, сохранения разногласий.

Библиографический список

1. Judith S. Donath. Identity and Deception in the Virtual Community // Communities in Cyberspace / edited by Kollock, P. and Smith, H. – L.: Routledge, 1999. P. 29–59.

2. Немыка А. А., Ушаков А.А. Дискурсивное пространство текста: троллинг как элемент некооперативной речевой стратегии современной интернет-коммуникации // Вестн. Российского ун-та дружбы народов. Серия «Вопросы образования: языки и специальность». 2012. № 4. С. 68–71.

3. Дускаева Л. Р., Коняева Ю.М. Троллинг в русскоязычных медиа // Вестн. Москов. ун-та. Серия 10. Журналистика. 2017. № 5. С. 84–100.

4. Внебрачных Р. А. Троллинг как форма социальной агрессии в виртуальных сообществах // Вестн. Удмурт. ун-та. Серия «Философия. Социология. Психология. Педагогика». 2012. Вып. 1. – С. 48-51.

5. Шуртаков К. В. «Патентный троллинг»: анализ зарубежной и российской практики // Экономика науки. 2016. Т. 2. № 4. С. 293–303.

6. Erin E. Buckels, Paul D. Trapnell, Delroy L. Paulhus. Trolls just want to have fun // Personality and Individual Differences. 2014. September. Vol. 67. P. 97–102. URL: https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.016

7. Тролли в офисе. URL: https://omsk.hh.ru/article/1346

8. The Future of Free Speech, Trolls, Anonymity and Fake News // https://www.pewinternet.org/2017/03/29/the-future-of-free-speech-trolls-anonymity-and-fake-news-online/

9. Ленин В. И. Полн. собр. соч. Т. 41.

10. Анцупов А. Я., Шипилов А.И. Конфликтология. – СПб.: Питер, 2007. 496 с.

11. Минделл А. Конфликты: фазы, форумы и способы разрешения. М.: Ганга, 2019. 608 с.

12. РБК подаст иск против РИА ФАН. URL: https://www.interfax.ru/russia/664529

13. Захаров А., Русяева П. Расследование РБК: как из «фабрики троллей» выросла «фабрика медиа» // РБК. 2017. 4 апреля.

14. Кашин ответил на обвинения после своих слов о Сенцове в эфире «60 минут» // URL: https://tvrain.ru/teleshow/kashin_guru/kashin_o_sentsove-477034/

15. Жалоба «Новой газеты» на программу «Вести» телеканала «Россия 24» // URL: https://www.presscouncil.ru/praktika/zhaloby-kollegi/rassmotrennye-zhaloby /5890-zhaloba-novoj-gazety-na-programmu-vesti-telekanala-rossiya-24?start=4

16. Бакланов А. Видео с речью политика в США замедлили… URL: https:// medusa.io/feature/2019/05/26/video-s-rechyu/politika-v-ssha-zamedlili

17. «Спорт-экспресс» сообщил о конфликте Селихова и Кононова, футболист назвал издание «помойкой» URL: https://www.sport.ru/football/sport-ekspress-soobschil-o-konflikte-selihova-i-kononova-futbolist-nazval-izdanie-/article423736/

18. Полухина Ю. Война выдохлась и превратилась в опухоль // Новая газета. 29 апреля. 2015.

19. Шиманов М. Между Россией и Украиной рухнул телемост // Коммерсант. 2019. № 118.

20. Глухова А. В. К вопросу о роли провокации в политике // Власть. – 2016. № 3. С. 92–96.

21. Бердник М. Стець уволился из-за провокации Шария? URL: https://golospravdy.com/stec-uvolilsya-iz-za-provokacii-shariya-2/

V. A. Evdokimov,
Doctor of Political Sciences, Professor,
Omsk Humanitarian Academy,
2a 4th Cheluskintsev st., Omsk, 644105, Russian Federation
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-8128-5690
e-mail: evdokimovva@list.ru

TROLLING IN MEDIA SPHERE

Introduction. Trolling is widespread on the Internet and in the mass media. The specifics of trolling, reflecting the forms of conflict in the media sphere, have not been sufficiently studied.

Methods. The article is based on the general scientific methodology of historical and philosophical analysis, the general theory of knowledge. As a leading method, a systematic approach is used, according to which any object can be considered as an integral complex of interrelated elements.

Results. Most materials related to trolling are mono-functional. Mass media also use dysfunctional capabilities. Single or systematic provocative actions are not identical to a civilized polemic in which the parties listen to each other's arguments. The trolling subjects reject, as a rule, the principles of discussion based on respect for the participants in the dialogue. In some situations, trolling can acquire a socially significant effect. Civic activists are able to encourage prominent people who hide unseemly intentions and deeds to self-disclosure, detection of true aspirations that are far from the interests of society.

Conclusion. From the point of view of the intensity of the information impact, the author singled out trolling-lunge and trolling-campaign, from the point of view of the purpose – trolling-temptation, trolling-exposure and trolling-revenge. Trolling harms the reputation of the mass media, strengthens consumer doubts about the credibility of the information mass media disseminate. Despite this many subjects of journalism are not afraid of trolling, provoking a conflict, these ones share the idea of any scandal as an effective way to draw attention to themselves of the audience and advertisers. Manifestations of trolling are wave-like. In a stable social situation, the need for it is minimal. As soon as the socio-economic situation worsens, relations between social groups in society or interstate interaction are exacerbating, trolling waves roll on both individuals and social groups, which serve as "protective valves" to avert negative emotions. Most of the conflicts that arose as a result of trolling are destructive and create conditions for the disunity of people and the preservation of disagreements.

Keywords: mass media, trolling, conflict.

Rererences

1. Judith S. Donath. Identity and Deception in the Virtual Community // Communities in Cyberspace / edited by Kollock, P. and Smith, H. – L.: Routledge, 1999. – Pp. 29-59.

2. Nemika A.A., Ushakov A.A. Discursive Text Space: Trolling as an Element of a Non-Cooperative Speech Strategy of Modern Internet Communication // Bulletin of RUDN University. – 2012. –No. 4. – Pp. 68-71.

3. Duskaeva L.R., Konyaeva Yu.M. Trolling in the Russian-language Mass Media // Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism. – 2017. – No. 5. – Pp. 84-100.

4. Vnebrachnyh R.A. Trolling as a Form of Social Aggression in Virtual Communities // Bulletin of UdSU. – 2012. – Issue 1. – Pp. 48-51.

5. Shurtakov K.V. «Patent Trolling»: Analysis of Foreign and Russian Practice // Economics of Science. – 2016. – Volume 2. –No. 4. – Pp. 293-303.

6. Erin E. Buckels, Paul D. Trapnell, Delroy L. Paulhus. Trolls Just Want to Have Fun // Personality and Individual Differences. – 2014. – September. – Volume 67. – Pp. 97-102. https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.016

7. Trolls in Office // https://omsk.hh.ru/article/1346

8. The Future of Free Speech, Trolls, Anonymity and Fake News // https://www.pewinternet.org/2017/03/29/the-future-of-free-speech-trolls-anonymity-and-fake-news-online/

9. Lenin V.I. Complete Works. – Volume 41.

10. Antsupov A.Y., Shipilov A.I. Conflict Management. – SPb: Piter Publ., 2007. – 496 p.

11. Mindell A. Conflicts: Phases, Forums and Methods of Resolution. – Moscow: Ganga Publ., 2019. – 608 p.

12. RBK Will File a Lawsuit against RIA FAN // https://www.interfax.ru/russia/664529

13. Zakharov A., Rusyaeva P. Investigation of RBK: How the "Media Factory" Grew out of the "Troll Factory" // RBK. – 2017. – April 4.

14. Kashin Answered the Accusations after his Words about Sentsov on the Air of "60 Minutes" // https://tvrain.ru/teleshow/kashin_guru/kashin_o_sentsove-477034/

15. The Complaint of Novaya Gazeta against the Vesti Program of the "Russia 24" television channel // https://www.presscouncil.ru/praktika/zhaloby-kollegi/ assmotrennye-zhaloby/5890-zhaloba-novoj-gazety-na-programmu-vesti-telekanala rossiya-24?start=4

16. Baklanov A. The Video with the Speech of the Politician in the USA Was Slowed down... // https:// medusa.io/feature/2019/05/26/video-s-rechyu/politika-v-ssha-zamedlili

17. "Sport-Express" Reported the Conflict between Selikhov and Kononov, the Football Player Called the Publication "Garbage" // https://www.sport.ru/ football/sport-ekspress-soobschil-o-konflikte-selihova-i-kononova-futbolist-nazval -izdanie-/article423736/

18. Polukhina Yu. The War Ran out and Turned into a Tumor // Novaya Gazeta. – April 29th. – 2015.

19. Shimanov M. Teleconference between Russia and Ukraine Collapsed // Kommersant. – 2019. – No. 118.

20. Glukhova A.V. Role of Provocation in Politics // Power. – 2016. – No. 3. – Pp. 92-96.

21. Berdnik M. Stets Quited due to the Provocation of Sharia? // https:// golospravdy.com/stec-uvolilsya-iz-za-provokacii-shariya-2/

Поступила в редакцию 3.09.2019 © В. А. Евдокимов, 2019

Автор статьи: **Владимир Анатольевич Евдокимов,** доктор политических наук, профессор, Омская гуманитарная академия, 644105, Омск, ул. 4-я Челюскинцев, 2а, e-mail: evdokimovva@list.ru

Рецензенты:

Е. В. Безвиконная, доктор политических наук, доцент, зав. кафедрой правоведения, государственного и муниципального управления, Омский государственный педагогический университет.

В. И. Хомяков, доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики и медиалингвистики, Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского.