

ТРОЛЛИНГ КАК СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН

С. В. МАСЛЕНЧЕНКО¹⁾

¹⁾Академия Министерства внутренних дел Республики Беларусь,
пр. Машерова, 6, 220005, г. Минск, Республика Беларусь

Исследуются предпосылки появления и объективации индивидуального и группового троллинга. Устанавливаются психические, этические, социокультурные и политические особенности активности троллей, причинно-следственные связи между групповым троллингом и современными политическими технологиями воздействия на общественное мнение. Представлена система социальных ролей в рамках группового политического троллинга: тролли-модераторы, тролли-писатели (включая троллей-комментаторов, троллей – создателей фотоматериалов, троллей – создателей видеоматериалов). Описаны типовые стратегии активности групп троллей, пути противодействия троллингу.

Ключевые слова: тролль; троллинг; интернет; пропаганда; социальные сети; сетевое общение; теги.

TROLLING AS A SOCIAL-POLITICAL PHENOMENON

S. V. MASLENCHENKO^a

^aAcademy of the Interior Ministry of the Republic of Belarus, Masherova avenue, 6, 220005, Minsk, Republic of Belarus

The article investigates the background of appearance and objectification of individual and group trolling; are established mental, ethical, socio-cultural and political characteristics of the activity of «trolls», the causal linkages between group trolling and modern technology impact on public opinion. The author proposes a system of social roles in the group political trolling: trolls-moderators, trolls-writers (including trolls-commentators, trolls-creators of photographs, trolls- creators of video); describes the typical strategy of the activity of groups of trolls, trolling ways to counter.

Key words: troll; trolling; internet; propaganda; social network; network communication; tags.

Каждая историческая эпоха порождает «героев своего времени». Не исключение – информационное общество с такими репрезентативными социальными ролями, как хакер, IT-специалист, программист, блогер и др. С удвоенной скоростью в этот список стремится тролль – субъект с мифологическим именем, но с весьма своеобразным поведением, воплощающимся в провокациях, оскорблениях и издевательствах в процессе сетевого общения.

Такие характеристики троллинга не в полной мере раскрывают его природу. Сегодня он из психологического или лингвистического феномена пре-

вращается в силу, изменяющую отчасти внутреннюю культуру интернет-сообщества, делающую приемлемым подобного рода манеру сетевого общения, что вызывает новый виток дискуссий вокруг ставшего классическим вопроса о необходимости хотя бы минимального этического регулирования взаимодействия пользователей на общественных интернет-площадках.

В начале своей объективации троллинг представлял интерес преимущественно для журналистов и психологов. Возможно, потому, что провокации в дискуссиях – явление, сопровождающее

Образец цитирования:

Масленченко С. В. Троллинг как социально-политический феномен // Журн. Белорус. гос. ун-та. Социология. 2017. № 1. С. 127–132.

For citation:

Maslenchenko S. V. Trolling as a social-political phenomenon. *J. Belarus. State Univ. Sociol.* 2017. No. 1. P. 127–132 (in Russ.).

Автор:

Сергей Валерьевич Масленченко – кандидат культурологии, доцент; начальник кафедры философии и идеологической работы.

Author:

Serge Maslenchenko, PhD (cultural studies), docent; head of the department of philosophy and ideological work. sergwalery@yahoo.com

европейскую культуру на протяжении тысяч лет. Достаточно вспомнить полемику Сократа и учеников, Цицерона и Марка Антония, Ф. Энгельса и Е. Дюринга, предвыборные журналистские баталии или такую ставшую распространенной форму травли сотрудника в коллективе, как моббинг (обычно в целях его последующего увольнения).

По мере увеличения масштабов распространения и степени влияния троллинг заслужил статус серьезного объекта исследования для философов, социологов, политологов, специалистов по связям с общественностью и медиавоздействию.

В 1996 г. Дж. Донат впервые употребила термин «троллинг» в работе «Идентичность и вымысел в виртуальном сообществе» [1]. Однако попытки междисциплинарного решения поставленных исследовательских проблем были предприняты только в 2000-е гг. И. В. Ксенофонта предлагает рассматривать троллинг не только как психологический, но и как социально-философский и общественно-экономический феномен [2]. Д. И. Семенов и Г. А. Шушаринова обозначают троллинг как особый вид коммуникативной деятельности. С. В. Масленченко связывает ценностные установки троллей или лиц, осуществляющих аналогичную активность, с происходящими в сетевом пространстве процессами формирования новых социальных ролей пользователей и хакеров [3].

В 2014–2016 гг. в массмедиа появляется серия статей о возможностях использования троллинга в качестве средства ведения информационной войны (О. Антоненко, И. Блау, Р. Внебрачных, В. Зыков, А. Каспи, А. Сантана, П. Чернышев и др.), что придало этому явлению статус социально-политического феномена и поставило перед научным сообществом задачу его междисциплинарного исследования.

Наиболее фундаментальные исследования социокультурного влияния троллинга на современное информационное общество представлены в работах У. Филипс: «Не кормить троллей? Не так-то это просто»¹ (англ. *Don't feed the trolls? It's not that simple*) и «Вот почему у нас нет приятных вещей: составление карты связей интернет-троллинга и господствующей культуры» (англ. *This is why we can't have nice things: mapping the relationship between online trolling and mainstream culture*). По ее мнению, тролли появились примерно в середине 1990-х гг., а в 2000-х гг. вокруг них сложилась определенная субкультура, пропиаренная массмедиа и ставшая «фабрикой интернет-мемов» (мем как единица культурной информации (идея, слово, фраза, образ действия, фото, видео и пр.), передаваемая через каналы коммуникации (например, «анонимус», «фотожаба», «демотиватор», «олбанский язык», «медвед» и др.)) для всего интернет-пространства [4].

По мере распространения в сетевой культуре созданных троллями интернет-мемов возрастал интерес интернет-аудитории к данной группе, а ее субкультурные новации со временем становились частью всей интернет-культуры.

Вместе с тем трудно не согласиться с утверждением У. Филипс о том, что в современной литературе доминирует толкование троллей как группы пользователей, провоцирующих споры, оскорбления и конфликты на форумах, в то время как исследователи не замечают разнообразия течений внутри самой группы и креативную деятельность части ее членов [4].

Именно признаки тролля, описанные О. ле Деффом и часто тиражируемые, представляют классический, не филипповский, подход к данному феномену: «...ищет "пищу" сразу на нескольких сайтах, делает орфографические ошибки, всегда ставит кучу смайлов, стремится стать модератором на форуме, сыплет оскорблениями, пытается шутить (причем практически постоянно, даже если у него это плохо получается), вызывает и искусственно подпитывает споры (даже если обсуждение остановилось, тролль вновь дает ему толчок с помощью нескольких "вбросов")» [5].

Пространство активности троллей – социальные сети, блогосфера, форумы и иные площадки сетевого общения. Троллинг, как форма провокации с целью вызвать спор ради спора, эскалацию оскорблений, конфликт между участниками, стал активно распространяться с ростом популярности социальных сетей.

Однако внутригрупповые изменения в социальной активности и структуре троллей последних лет говорят о более сложном и многогранном характере данного явления. Следовательно, разграничивать простых пользователей и троллей по одному признаку (провокация конфликтов и споров) в условиях, когда нормы и модели поведения троллеров становятся массовыми в интернет-сообществе, не совсем верно. Кроме того, мотивы троллей настолько разнообразны, что с трудом укладываются в диапазоне от личной неприязни и нарциссизма до политической пропаганды и контрпропаганды.

В условиях возрастающего с 2014 г. информационного противостояния между Западом и Россией особый интерес представляют организованные группы троллей, практикующие не только ставшее традиционным межличностное и межгрупповое конфликтное взаимодействие, но и технологии политической индоктринации и конфронтации. Подобного рода сетевое социальное образование получило название «фабрика троллей». Это группы троллей, занимающихся «производством» комментариев на интернет-форумах в целях распространения определенных идей среди массового поль-

¹Здесь и далее перевод наш. – С. М.

зователя, применяя при этом троллинг как одну из основных технологий воздействия.

Внутри «фабрики троллей» социальные роли распределяются, как правило, следующим образом:

- **троль-модератор** – лицо, осуществляющее контроль за идейным содержанием и направленностью комментариев, размещаемых троллями. Он формулирует троллям задание, которое включает в себя тему, ключевые слова, цель троллинга и пространство реализации (список форумов и т. п.), взаимодействует с заказчиком или спонсором (при их наличии);

- **тролли-исполнители**, делящиеся, в свою очередь, на следующие категории:

- **тролли-писатели** – лица, размещающие текстовые сообщения на площадках обсуждений. Среди них также может быть специализация по виду площадок обсуждений: «тролли отдела социальных сетей, форумов, отдела новостей» (при необходимости вводится специализация этой подгруппы по конкретным социальным сетям: а) тролли, действующие в «Твиттере», б) тролли, работающие в Facebook и т. д.). При реализации стратегий политической пропаганды и контрпропаганды, ориентированной на зарубежную аудиторию, к «троллям-писателям» могут предъявляться требования по знанию того или иного иностранного языка. Соответственно, для них меняется и интернет-область деятельности – это иноязычные веб-страницы;

- **тролли, изготавливающие и размещающие фотоматериалы** (картинки, слайды, презентации, демотиваторы и т. д.),

- **тролли, изготавливающие и размещающие видеопroduкцию.**

Типовая стратегия «фабрики троллей» включает в себя следующие шаги:

1. Определение группы манипулируемых блогеров или иных лиц, осуществляющих сетевое общение с целью вызвать у них внутреннее желание троллить либо целенаправленное создание «фабрики троллей» – группы лиц, осуществляющих троллинг за идею или вознаграждение:

1.1. при отборе соискатель получает испытательное задание и срок. Как правило, проверяются его творческие, публицистские и коммуникативные способности;

1.2. проведение идеологической экспертизы по установлению идейных ориентиров, особенностей мировоззрения и социально-политических взглядов соискателя.

2. Создание фальшивых аккаунтов в крупных социальных сетях. Выбор сети зависит от предполагаемой целевой аудитории.

3. Размещение постов, содержащих спектр идей: поддержка, высмеивание, фейм, эскалация конфликта, оскорбление, разжигание вражды и розни. Для троллей, работающих за вознаграждение, ор-

ганизуется работа по 12-часовым сменам (дневная и ночная), устанавливается «производственная норма» (например, размер минимального комментария в несколько сотен знаков или количества комментариев на форумах) и зависящая от «выработки» шкала оплаты.

4. Модерирование размещаемой троллями информации на предмет идейной направленности.

5. Дальнейшая тактика действий:

5.1. тролли-писатели, как правило, работают с разных аккаунтов, группами, в которых можно выделить «троль(и) – за» и «троль(и) – против», при этом последние должны действовать разнопланово для повышения степени аргументированности своих постов: размещать ссылки на свою «правоту», картинки, видео и т. д.;

5.2. текст сообщений в обязательном порядке должен содержать определяемые модератором теги – ключевые слова для поисковых систем. Формулировка тегов и их выбор согласуется с содержанием и рейтингами пользовательских запросов, которые генерируются поисковиками, такими как Google, Yahoo, Яндекс, Рамблер и др.

Пример реализуемого задания.

...Основная идея: формируем негативное отношение к Бараку Обаме; президент США систематически нарушает правила этикета во время официальных визитов.

Ключевые слова: США, новости США, политика США, Барак Обама, Россия, Индия.

Начинается история опять в ЖЖ, но аккаунт тролля иной:

На форуме в Астрахани является «злодей»: «А если он [Барак Обама] чихнет, вы тоже будете это обсуждать? Что за бред, ну жевал человек жвачку, забылся немного, с каждым же бывает, мне кажется, что, несмотря на это, президент США все равно добьется своего, не думаю, что какая-то проклятая жвачка поспособствует тому, чтобы Штаты не сблизились с Индией!»

«Троль с картинкой» (карикатура на Обаму) завершает дискуссию: «Ой, да кто только Обаму не критикует! Помню новости США про его визит во Францию. Тогда его раскритиковали французские пользователи социальных сетей. Люди были возмущены манерами лидера США, который смаковал жевательную резинку во время официальных мероприятий».

И снова на 35 форумах – от Бийска до Читы – тройка с улицы Савушкина обсуждает жвачку, споря между собой. Других комментариев нет, но тема подлетает в топ Яндекса [6].

6. Объект воздействия – обычные интернет-пользователи, которые посещают площадки сетевого общения. При «вторжении» на новую площадку обсуждения, как правило, в полемику тролли вступают с наиболее активной частью пользователей, которые, в свою очередь, готовы высказать свои взгляды и разместить их на форуме. Парадокс

ситуации заключается в том, что переубедить «местных» активистов достаточно тяжело. Проведенный в 2012 г. опрос 1183 американцев установил, что троллинг обладает интересной спецификой: «оскорбительные комментарии способствуют убеждению пользователей в прежних взглядах» [7], что ведет к еще большей поляризации мнений на площадках обсуждений. Поэтому в отношении активных пользователей тролли используют, как правило, классические приемы: флейм, конфликт, вал оскорблений.

На «захватываемых территориях» троллинг выступает не как средство убеждения или форма провокации, а как ресурс привлечения сторонних пользователей («читателей») и, по возможности, создания информационного резонанса. Действуя «стаей», альтернативные комментарии активных пользователей путем лайков и голосований понижаются в рейтинге выдачи, а свои – повышаются. В результате участники обсуждения видят на своем экране только посты троллей. Со временем такая практика ведет к уходу части активных пользователей с форума и лишает его сторонников объективного взгляда на обсуждаемые темы.

Пропагандистский потенциал троллинга не остался незамеченным со стороны военных ведомств и политических активистов. В 2012 г. в США была предложена программа *Viral Peace* («Вирусный мир») по противодействию терроризму с помощью троллинга [8]. Ее цель – достижение информационного доминирования в тех сегментах интернета (социальные сети, блоги, форумы типа *4chan*, *Shumukh*, *Muslim.net* и пр.), в которых ведется активная пропаганда идей экстремизма, терроризма и фундаментализма.

Кроме того, в целях информационного противодействия пропаганде контрагентов в социальных сетях и в интернете в целом начали создаваться группы контрпропаганды из политических активистов. Это явление особенно распространилось в прибалтийских государствах. Представители одного из таких образований решили именоваться «эльфами» [9]. Вдохновителем этой группы стал литовский бизнес-консультант и блогер Р. Савукинас, призвавший соотечественников противостоять, как ему казалось, разжиганию ненависти и пророссийской пропаганде. Целью «эльфов» стало отслеживание пророссийских групп в *Facebook*, разоблачение поддельных аккаунтов, отправка запросов на удаление. В перспективе планируется подвергнуть «идейному патрулированию» новостные интернет-ресурсы и телевизионные каналы.

Примером реализации «контрпропагандистской цензуры» может служить крупнейший новостной агрегатор *Delfi*, в штате которого уже есть сотрудники, удаляющие крайне экстремистские, в их интерпретации, сообщения. Кроме того, Литва практикует трехмесячные запреты на вещание иностранных каналов, занимающихся, по мнению официальных

властей, «подстрекательством к войне, раздору и ненависти» [9].

Происходящие процессы демонстрируют неготовность – как психологическую, так и контрпропагандистскую – рядовых пользователей противостоять троллингу. Во-первых, тролли получают психическое удовлетворение от своей «работы», что подтверждается данными исследования Манитобского университета в 2014 г., установившего связь между частотой онлайн-комментариев и степенью получаемого от троллинга удовольствия [10].

Во-вторых, анализ комментариев 1215 чел., проведенный специалистами этого же учреждения, позволил установить причинно-следственные связи между троллингом, садизмом, психопатией и макиавеллизмом (склонность индивидуума обманывать других людей и манипулировать ими в личных целях) [10].

В-третьих, существенным обстоятельством, позволяющим троллям почувствовать безнаказанность, выступает анонимность в интернете. Согласно данным *Pew*, около 25 % пользователей комментируют анонимно, а в менее возрастных группах доля таких комментаторов существенно возрастает (например, в группе от 18 до 29 лет – до 40 %) [11]. Сравнительный анализ 900 случайно выбранных комментариев, проведенный профессором А. Сантана (Хьюстонский университет), показал, что троллинг в постах допускали 53 % анонимных пользователей и только 29 % зарегистрированных [11]. С одной стороны, анонимность обеспечивает свободу самовыражения, свободу слова в интернете, с другой – увеличивает риски нарушения прав и свобод пользователей, подвергает сомнению феномен легитимности вообще, не говоря уже о легитимности какого-то права и/или государства, эффективность светской и религиозной морали как этических регуляторов.

Можно предложить следующие пути нейтрализации троллинга.

1. «Не кормить» троллей – первое и самое известное правило противодействия троллингу. Если позволяют возможности форума, необходимо удалить комментарии тролля или обратиться к поставщику интернет-услуг (или владельцу интернет-ресурса) с просьбой о блокировке данного пользователя. Учитывая возросший резонанс о деструктивной деятельности троллей, ответственные лица охотно действуют заявителю.

2. Использовать тактику молчания. По утверждению У. Филипс, тролль без аудитории погибает [12].

3. Расширить практику обнародования личностей, виновных в троллинге, тем самым частично решив проблему анонимности в сети.

4. Учить пользователей верифицировать информацию, подвергать все, получаемое из информационного пространства, критическому осмыслению. Помимо этических проблем, порождаемых

троллингом, появляется общая для всего интернета гносеологическая проблема истинности получаемой информации. Сегодня пользователь имеет доступ к альтернативным источникам информации, каждый из которых сам, только с ему присущими целями и контекстом, производит «продукт». Как правило, интернет-обыватель либо не имеет возможности, либо не удосуживается соотносить получаемую информацию с реальностью, в результате чего мозаично и через посредника – производителя информации воспринимает действительность. По сути, можно говорить о конструируемой производителями информации реальности интернет-пользователя теории (в рамках конструируемой информационной реальности). При этом конструирование подразумевает не только производство информации, но и ее распространение и внедрение в сознание аудитории. А сама ситуация применима как к классическим источникам информации (газеты, книги, радио, телевидение), так и к современным (интернет-СМИ, социальные сети, блоги и т. п.). Даже собственный жизненный опыт пользователя преломляется через индивидуальные психофизиологические особенности, полученные знания и впечатления, которые искажают объективность восприятия и интерпретации действительности. В прошлом было популярно формировать в индивидуальном политическую, правовую, финансовую и иные виды культуры. Наступает время, когда в современном человеке необходимо развивать информационную культуру.

5. Вовлекать репрезентативные фигуры, имеющие большую аудиторию интернет-поклонников, в антитроллинговые компании.

6. Разрабатывать и реализовывать скоординированные программы противодействия троллингу, т. е. осуществлять:

- антитроллинг (например, провоцировать тролля на продолжение полемики и вмешиваться лишь для того, чтобы сбить его с толку, привести в замешательство и подтолкнуть к скандальным заявлениям) [12];
- подготовку «антитроллей» и руководителей «антитроллинг-операций» как средства нейтрализации троллинга;

- при наличии правовой и программно-технической возможности проводить (воплощаемые уже рядом государств) DOS-атаки на форумы в целях защиты прав и свобод граждан, национальных интересов страны.

7. Практиковать запрет на интернет-обсуждение или отсутствие форумов на определенных информационных ресурсах. В некоторых случаях это позволяет донести до массового пользователя неискаженную информацию. Так, еще в 2013 г. журнал *Popular Science* заблокировал возможность комментировать размещаемые на его сайте научные статьи по причине того, что высказывания (особенно анонимные) подрывают научную достоверность, объективируют агрессию и травлю, что делает невозможным полноценное научное обсуждение [11].

Таким образом, троллинг перестал быть сугубо филологическим, этическим и психологическим объектом исследования. Это явление давно вышло за границы внутренних структур сетевой реальности, проникнув не только в общую интернет-культуру, но и в *offline*-среду, предоставив традиционным структурным элементам общества новые технологии воздействия на массовое сознание, а ученым – новую область для изучения. В связи с этим перспективными направлениями исследования становятся вопросы:

1) границ применимости к рассматриваемому объекту методов сравнительного и структурно-функционального анализа, контент-анализа и социологического наблюдения, что на первоначальном этапе позволило определить систему и иерархию моделей социальных ролей в групповой троллинг-активности, установить имеющиеся закономерности в социальной объективации данного феномена, а на последующем этапе должно помочь в определении эффективных форм информационного противодействия троллингу;

2) определения субъектов, объектов и технологий использования троллинга как средства манипулирования массовым сознанием и формирования общественного мнения в условиях ведения информационных войн.

Библиографические ссылки

1. Judith S. Donath identity and deception in the virtual community // Communities in cyberspace / P. Kollock, M. Smith (eds). London, 1996. P. 1–20.
2. Ксенофонтowa И. В. Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг // Интернет и фольклор : сб. ст. / отв. ред. А. С. Каргин. М., 2009. С. 285–294.
3. Масленченко С. В. Социальная структура сетевого пространства. Минск, 2011.
4. Phillips W. A brief history of trolls [Electronic resource] // The Daily Dot. 20 May, 2013. URL: www.dailydot.com/opinion/phillips-brief-history-of-trolls/ (date of access: 24.05.2013).
5. Le Deuff O. La victoire des trolls: comment Internet a été abandonné aux tyrans et aux mauvais esprits [Electronic resource] // Atlantico.fr. URL: www.atlantico.fr/decryptage/victoire-trolls-comment-internet-ete-abandonne-aux-tyrans-et-aux-mauvais-esprits-olivier-deuff-862759.html (date of access: 07.10.2013).

6. Волчек Д. Безумие кремлевских троллей [Электронный ресурс] // Радио «Свобода». URL: <http://www.svoboda.org/content/article/26913247.html> (дата обращения: 21.03.2015).
7. Mooney C. The Science of Why Comment Trolls Suck [Electronic resource] // Mother Jones. URL: <http://www.motherjones.com/environment/2013/01/you-idiot-course-trolls-comments-make-you-believe-science-less> (date of access: 10.01.2013).
8. Ackerman S. Newest U.S. Counterterrorism Strategy: Trolling [Electronic resource] // Wired. URL: <https://www.wired.com/2012/07/counterterrorism-trolls/all/> (date of access: 18.07.2012).
9. Dapkus L. Lithuanian «elves» combat Russian influence online [Electronic resource] // Washingtonpost. URL: <http://bigstory.ap.org/article/27ce7f001bde4ccb9415ce4a0de74af1/lithuanian-elves-combat-russian-influence-online> (date of access: 28.12.2016).
10. Blaszczyk-Boxe A. Sadist Behind the Screen: The «Internet Troll» Personality [Electronic resource] // Live Science Contributor. URL: <http://www.livescience.com/48128-internet-trolls-sadistic-personalities.html> (date of access: 03.10.2014).
11. Konnikova M. The Psychology of Online Comments [Electronic resource] // The New Yorker. URL: <http://www.newyorker.com/online/blogs/elements/2013/10/the-psychology-of-online-comments.html> (date of access: 24.10.2013).
12. Phillips W. Don't feed the trolls? It's not that simple [Electronic resource] // The Daily Dot. URL: <http://www.dailydot.com/opinion/phillips-dont-feed-trolls-antisocial-web/> (date of access: 13.06.2013).

References

1. Judith S. Donath identity and deception in the virtual community. *Communities in cyberspace*. London, 1996. P. 1–20.
2. Ksenofontova I. V. Spetsifika kommunikatsii v usloviyakh anonimnosti: memetika, imidzhbordy, trolling. *Internet i fol'klor* : sb. st. Moscow, 2009. P. 285–294 (in Russ.).
3. Maslanchenko S. V. Sotsial'naya struktura setevogo prostranstva. Minsk, 2011 (in Russ.).
4. Phillips W. A brief history of trolls. *The Daily Dot*. 20 May, 2013. URL: www.dailydot.com/opinion/phillips-brief-history-of-trolls/ (date of access: 24.05.2013).
5. Le Deuff O. La victoire des trolls: comment Internet a été abandonné aux tyrans et aux mauvais esprits. *Atlantico.fr*. URL: www.atlantico.fr/decryptage/victoire-trolls-comment-internet-ete-abandonne-aux-tyrans-et-aux-mauvais-esprits-olivier-deuff-862759.html (date of access: 07.10.2013).
6. Volchek D. A former employee of «Ministry of Truth» tells about the work of paid commentators on the Internet. URL: www.svoboda.org/content/article/26913247.html (date of access: 21.03.2015) (in Russ.).
7. Mooney C. The Science of Why Comment Trolls Suck. *Mother Jones*. URL: <http://www.motherjones.com/environment/2013/01/you-idiot-course-trolls-comments-make-you-believe-science-less> (date of access: 10.01.2013).
8. Ackerman S. Newest U.S. Counterterrorism Strategy: Trolling. *Wired*. URL: <https://www.wired.com/2012/07/counterterrorism-trolls/all/> (date of access: 18.07.2012).
9. Dapkus L. Lithuanian «elves» combat Russian influence online. *Washingtonpost*. URL: <http://bigstory.ap.org/article/27ce7f001bde4ccb9415ce4a0de74af1/lithuanian-elves-combat-russian-influence-online> (date of access: 28.12.2016).
10. Blaszczyk-Boxe A. Sadist Behind the Screen: The «Internet Troll» Personality. Live Science Contributor. URL: <http://www.livescience.com/48128-internet-trolls-sadistic-personalities.html> (date of access: 03.10.2014).
11. Konnikova M. The Psychology of Online Comments. *The New Yorker*. URL: <http://www.newyorker.com/online/blogs/elements/2013/10/the-psychology-of-online-comments.html> (date of access: 24.10.2013).
12. Phillips W. Don't feed the trolls? It's not that simple. *The Daily Dot*. URL: <http://www.dailydot.com/opinion/phillips-dont-feed-trolls-antisocial-web/> (date of access: 13.06.2013).

Статья поступила в редколлегию 12.01.2017.
Received by editorial board 12.01.2017.