

**Katarzyna Bąkowicz**

Uniwersytet SWPS

ORCID: 0000-0001-6365-2696

## **Trolle jako kreatorzy dezinformacji. Analiza zjawiska**

### **Streszczenie**

Za czasów istnienia jedynie mediów tradycyjnych, takich jak prasa radio czy telewizja, komunikacja przebiegała w sposób ustrukturalizowany i przewidywalny. Pojawienie się mediów społecznościowych nie tylko zmieniło nas użytkowników, lecz także dało całkiem nowe możliwości komunikacji. Jednocześnie niestety pojawiły się zagrożenia wynikające z braku kontroli treści, jej szybkiego przyrostu oraz wpływu na proces tworzenia i dystrybucji, przez co zwiększyła się ilość dezinformacji. Czynniki te wpłynęły na powstanie podatnego gruntu dla trolli zajmujących się przeprowadzaniem ataków o charakterze dezinformacyjnym, które mają formę publikacji rozrywkowych lub posiadających znamiona mowy nienawiści. Ich rola sprowadza się do ośmieszania lub obrażania, a celem jest destabilizacja dyskusji, wprowadzenie w błąd swoich interlokutorów, a przez to naruszenie dobrego imienia osoby lub grupy. Artykuł opisuje zjawisko trollingu i jego związek z dezinformacją, skupiając się na cechach, zachowaniach i skutkach działań o takim charakterze.

**Słowa kluczowe:** dezinformacja, media, trolle, fake news, internet.

### **Trolls as creators of disinformation. Analysis of the phenomenon**

#### **Abstract**

When there were only traditional media such as press, radio or television, communication was structured and predictable. The emergence of social media has not only changed us as users, but has provided completely new opportunities for communication. At the same time, unfortunately, there were threats resulting from the lack of content control, its rapid growth and the impact on the creation and distribution process, which increased the amount of disinformation. These factors have created fertile ground for trolls carrying out disinformation attacks in the form of entertainment publications or hate speech publications. Their role is to ridicule or insult, and their goal is to destabilize the discussion, mislead their interlocutors, and thus damage the good name of a person or group. The article describes the phenomenon of trolling and its relationship with disinformation, focusing on the features, behaviors and effects of such activities.

**Keywords:** disinformation, media, trolls, fake news, internet.

## Wprowadzenie

W czasach przed powstaniem i upowszechnieniem się internetu odbiorca treści medialnych był postacią pasywną. Co prawda wybierał dowolne medium i konsumował stworzone przezeń materiały, jednak jego możliwości odpowiedzi czy relacji z autorem były bardzo ograniczone i mogły jedynie przybierać formę listu do redakcji. Podobnie rzecz miała się z kontaktami międzyludzkimi, w większości obejmowały one określoną grupę osób znanych nadawcy komunikatu. Komunikowanie się z nieznanymi czy nawiązywanie nowych relacji mogło odbywać się podczas debat lub spotkań społecznych organizowanych w imię jakiejś idei bądź motywu przewodniego. Internet zrewolucjonizował nie tylko komunikację masową, gdzie zjawisko konwergencji doprowadziło do tego, że mając telefon z dostępem do internetu praktycznie z każdego miejsca na świecie możemy mieć dostęp do dowolnych informacji, lecz także wpłynął w sposób znaczący na komunikację interpersonalną. Dzięki narzędziom technologicznym możemy obecnie poznawać nowych ludzi, jak również uczestniczyć w dyskusjach i wymianie myśli w perspektywie całego świata.

Ten postępek i rozwój narzędzi komunikacyjnych stworzył wirtualną agorę, niefizyczną przestrzeń wymiany myśli i poglądów, do której każdy, kto ma dostęp do internetu, może dołączyć i dowolnie ją eksplorować. Brak zewnętrznej kontroli publikowanych treści dość szybko pokazał negatywne oblicze internetu – półprawdy, przeinaczenia i fake newsy zaczęły powstawać w zwiększonej ilości i bardzo szybko rozprzestrzeniać się po sieci. Dezinformacja stała się wyzwaniem, jednym z największych w przestrzeni cyfrowej, które z uwagi na swoją wieloaspektowość wymaga szczególnej uważności ze strony zarówno instytucjonalnej, jak i społecznej.

Zaburzenia przestrzeni informacyjnej prowadzą do zjawiska nieładu informacyjnego (*information disorder*), w ramach którego możemy wyróżnić trzy rodzaje manipulacji komunikacją. Pierwszym z nich jest *disinformation* polegające na celowym i świadomym wprowadzaniu w błąd odbiorcy komunikatu po to, aby zrealizować swoje cele finansowe, polityczne lub propagandowe. Kolejnym typem jest *misinformation*, czyli nieświadome przekazywanie zmanipulowanej informacji, które może być nawet aktem komunikacyjnym odbywającym się w dobrej wierze. Trzecim typem zniekształcenia informacyjnego jest *malinformation*, będące procesem przekazywania informacji prawdziwych, ale wykorzystywanych do wyrządzenia szkody osobom, grupom społecznym lub instytucjom<sup>1</sup>.

Znaczącą rolę w nowym modelu komunikowania odgrywają media społecznościowe, których powstanie wykreowało inne od dotychczasowych style komunikacji, stworzyło także zupełnie nowe postaci. Trolle, bo o nich mowa, to osoby lub grupy społeczne przejawiające antyspołeczne zachowania w internecie, których działania są bardzo destrukcyjne dla ekosystemu informacyjnego. Obrażanie interlokutorów, stosowanie mowy nienawiści, tworzenie i dystrybucja treści dezinformacyjnych to główne cechy

---

<sup>1</sup> C. Wardle, *Understanding information disorder*, <https://firstdraftnews.org/long-form-article/understanding-information-disorder/> (dostęp: 19.09.2023).

tego rodzaju komunikacji<sup>2</sup>. Początkowo ich miejscem funkcjonowania były fora internetowe, obecnie przyczyniają się do zniekształceń informacyjnych głównie w mediach społecznościowych. Przez to są często autorami przekazów dystrybuowanych na szeroką skalę, wpływających na kształtowanie opinii i wywołujących konkretne emocje.

Celem tego opracowania jest charakterystyka zjawiska trollingu, naszkicowanie postaci trolla jako twórcy dezinformacji i pokazanie różnych jego obliczy. O ile bowiem samo zjawisko nie jest nowe, o tyle jego związek z dezinformacją staje się coraz silniejszy na przestrzeni ostatnich lat. Trolle poprzez intensywność swoich działań, a także cechy osobowościowe mogą przyczyniać się do wzrostu i szybszego rozprzestrzeniania się treści zmanipulowanych, poszerzając tym samym dezinformacyjną przestrzeń.

Przyjętą metodologią jest badanie jakościowe o charakterze eksploracyjno-weryfikacyjnym, czyli analiza źródeł zastanych, w skład których wchodzi literatura z obszaru komunikacji społecznej, medioznawstwa i pokrewnych im dziedzin. Aby poznać i zrozumieć trolling, koniecznym jest uzyskanie odpowiedzi na kilka kluczowych pytań: kim jest troll? jakie są jego cechy i rodzaje? czym się charakteryzuje? jak działa? Jest to analiza niezbędna w procesie systematyzowania wiedzy na temat różnych form zaburzeń przestrzeni informacyjnej i manipulacji oraz zapobiegania konsekwencjom społecznym dezinformacji.

## **Etymologia i cechy charakterystyczne**

Sama etymologia terminu „troll”, chociaż wprost kojarzy się z mitycznymi postaciami skandynawskiego folkloru, w rzeczywistości wywodzi się z nomenklatury militarnej. W czasie trwania wojny wietnamskiej amerykańskie odrzutowce uparcie krążyły wokół stanowisk wojskowych nieprzyjaciela, jednak nie atakując go. Było to jedynie szyderstwo, bez planu ataku, który mógłby zakończyć się porażką ze względu na dużą nierównowagę sił. Ten zabieg nazwano wówczas trollowaniem<sup>3</sup>. W nawiązaniu do tej historii, za trolla uważa się osobę, której opinii, wypowiedzi i publikacje, krążąc po internecie, generują silne emocje u odbiorców. Jego zadaniem jest implementowanie do dyskusji tez obliczonych na zmianę kierunku myślenia odbiorców, poprzez zastosowanie treści dezinformacyjnych, perswazyjnych i niejednoznacznych, rzadko opierających się na faktach. Celem trolla jest zakłócenie dyskusji i wywoływanie w niej zamieszania, dlatego gdy ktoś próbuje uspokoić wymianę zdań, troll często reaguje agresją. Im większa antagonizacja interlokutorów, im więcej obraźliwych treści kierowanych wobec siebie nawzajem, tym także większa satysfakcja u trolla, którego zwycięstwo jest mierzone ilością zamkniętych dyskusji<sup>4</sup>.

<sup>2</sup> D. Jachyra, *Trollowanie – antyspołeczne zachowania w internecie, sposoby wykrywania i obrony*, „Studia Informatica” 2011, nr 28, s. 253–261.

<sup>3</sup> E. Brooking, P.W. Singer, *Nowy rodzaj wojny. Media społecznościowe jako broń*, przeł. S. Baranowski, *Vis-à-Vis/Etiuda*, Kraków 2019, s. 211.

<sup>4</sup> P. Staniurski, *Trolling, fake news, infotainment. Rola mediów społecznościowych w prowadzeniu wojny informacyjnej na przykładzie działań podejmowanych w tym obszarze przez*

Definiując trolling, należy wziąć pod uwagę cztery elementy zjawiska. Pierwszym z nich jest kontekst. Trolle uaktywniają się tam, gdzie są warunki sprzyjające debacie, stąd taka ich intensywna obecność w mediach społecznościowych. Po drugie, z trollingiem wiąże się zjawisko anonimowości i im jest ona większa, tym korzystniejsze warunki do zmanifestowania swojej obecności. Trzecim elementem jest określony typ aktywności, będący aktywnością agresywną, dezorientującą, dezinformującą lub nie na temat. Ponadto ważnym czynnikiem jest motywacja, która może być natury psychologicznej czy socjologicznej i koncentruje się na wprowadzeniu zamieszania i ogólnej niezgody<sup>5</sup>.

Trolla nie zajmuje fakt, że nasycy ekosystem informacyjny treściami manipulacyjnymi, które mają szkodliwe społeczne skutki. Jego działanie jest zorientowane na cel, w związku z czym będzie używał on wszelkich dostępnych środków, aby go osiągnąć. Stąd często przejawianie konkretnych zachowań, takich jak na przykład bronienie konkretnej idei za wszelką cenę, bez względu na jej zgodność z rzeczywistością, wielokrotne zadawanie tych samych pytań, często niezwiązanych z tematem przewodnim dyskusji, nieumiejętność przyznania się do błędu, stosowanie argumentów *ad personam* czy nieprzestrzeganie zasad netykiety. Trolle chętnie zwracają uwagę na swoją osobę poprzez przedstawianie się jako ofiara albo specjalista w danej dziedzinie, szantażowanie odejściem z dyskusji, zmienianie nazwy użytkownika bądź klonowanie, czyli posiadanie kilku tożsamości<sup>6</sup>.

W swoim postępowaniu troll jest bardzo przebiegły. Wie, że pisanie tych samych treści w różnych miejscach w internecie szybko go zdemaskuje, dlatego przybiera różne formy i stosuje rozmaite zabiegi stylistyczne. Jego głównym celem jest bowiem pisanie na konkretny temat, przy jednoczesnym ukryciu rzeczywistych intencji. Twórczość trolli charakteryzuje się wszechobecnością docelowego komunikatu lub całej grupy takich komunikatów, które leżą u podstaw każdego z poruszanych przez trolla tematów. Powtarzanie dokładnie tego samego wpisu w mediach społecznościowych nie jest możliwe, dlatego docelowo troll używa słów kluczowych w różnych kontekstach, również takich, które mogą wydawać się niestosowne. Ma to jednak konsekwencje w postaci zgodności leksykalnej słowa docelowego, ponieważ wzrasta jego użycie, zwiększa się jego ilość, więcej osób udostępnia post, który je zawiera, co w konsekwencji prowadzi do wzmocnienia przekazu. Wykorzystanie sieci neuronalnej do identyfikacji trolli wykazało, że właśnie dzięki słowom kluczowym można dość łatwo namierzyć trolla w dyskusji. Wystarczy do tego zaledwie 50 wpisów, na przykład na platformie Twitter (X)<sup>7</sup>.

---

*Federację Rosyjską*, [https://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/13823/1/P\\_Staniurski\\_Trolling\\_fake\\_news\\_infotainment.pdf](https://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/13823/1/P_Staniurski_Trolling_fake_news_infotainment.pdf) (dostęp: 20.09.2023).

<sup>5</sup> A. Naruszewicz-Duchlińska, *Intencjonalne językowe zakłócenia komunikacji internetowej (trolling, flaming, hejting)*, „Prace Językoznawcze” 2014, nr 4, s. 90.

<sup>6</sup> *What is a troll?*, Indiana University: University Information Technology Services, Indiana University Knowledge Base, The Trustees of Indiana University 2008.

<sup>7</sup> S. Monakhov, *Early detection of internet trolls: Introducing an algorithm based on word pairs / single words multiple repetition ratio*, „PLoS ONE” 2020, Vol. 15, Issue 8, e0236832.

Zjawisko trollowania nie podlega regulacjom prawnym, egalitaryzm internetu i platform społecznościowych umożliwia trollom swobodną egzystencję. Największą karą jest dla nich wykluczenie z dyskusji, uniemożliwiające dalsze destabilizowanie jej lub przerywające implementację treści dezinformacyjnych. Dopóki troll trzyma się zasad dyskusji i nie łamie ich w rażący sposób, dopóty grupa, wśród której się znalazł, będzie poddana jego oddziaływaniu.

## Rodzaje trolli

Chęć bycia zauważonym oraz imperatyw dezorganizacji komunikacji danej społeczności powodują, że trolle przybierają różne formy, które umożliwiają im dostanie się do pożądanego grona odbiorców, a następnie jak najdłuższego pozostania wśród nich. W literaturze przedmiotu możemy znaleźć typologię, w której wyróżnia się siedem rodzajów trolli. Pierwszym z nich jest typ *podpalacza*, którego celem jest umyślnie wywołanie burzy w dyskusji. Najczęściej dotyczy ona nieznaczącego zagadnienia, ale troll próbuje jej go nadać oraz sprowokować jak najwięcej użytkowników do zwrócenia nań uwagi. Są to sytuacje, kiedy nagle w toku spokojnej, merytorycznej dyskusji pojawia się głos, który próbuje nadać znaczenie faktom lub elementom kompletnie tego znaczenia pozbawionym. Kolejnym typem jest *pedantyczny gramatyk*, czyli troll, którego przedmiotem zainteresowania nie jest dyskusja, ani żaden z jej aspektów, ale słowa, które w niej padają. Wytyka on uczestnikom dyskusji błędy gramatyczne lub stylistyczne, atakuje personalnie jako nieumiejących korzystać ze słownika, podając się jednocześnie za znawcę prawideł języka. *Wojownik* to typ trolla, który z przesadną konsekwencją dyskutuje i nie odpuszcza, dopóki ktoś nie zgodzi się z jego argumentami. Jest typem, który usiłuje udowodnić, że ma rację, nawet wówczas gdy nikt już nie chce z nim dyskutować. W swoim rzekomym profesjonalizmie przypomina *trolla-eksperta*, czyli takiego, który zna się na wszystkim, w każdym temacie potrafi i chce się wypowiedzieć. Ekspert nie opiera jednak swoich słów na wiedzy, a jedynie na przekonaniach, przez co często dezinformuje, podając się za specjalistę w wielu dziedzinach. W stosunku do innych uczestników dyskusji wywyższa się, uważa za wszechwiedzącego i najlepiej rozumiejącego rzeczywistość. Kolejnym typem trolla jest *złodziej*. W odróżnieniu od innych typów nie ogranicza się on jedynie do dyskusji na forum. W jej trakcie lub nawet po zakończeniu wysyła prywatne wiadomości do pozostałych uczestników, często grożąc im lub stosując mowę nienawiści. Podaje się również za organa ścigania, wymuszając w ten sposób na przykład podanie swojej tożsamości czy danych wrażliwych. Przypomina nieco *trolla-dawcę*, który po otrzymaniu lub samodzielnym wyszukaniu danych na temat osób biorących udział w dyskusji, upublicznia je, szkaluje i podaje w dużej ilości miejsc w internecie lub mediach społecznościowych, aby zdeprecjonować daną osobę i być może zachęcić nawet do hejtu wobec niej. Ostatnim typem jest *prześladowca*, który po upatrzeniu sobie wybranej z dyskusji osoby, będzie ją śledzić i prześladować w innych miejscach i dyskusjach, starając się jak najbardziej tej osobie

dokuczyć. Ataki kończy dopiero wtedy, gdy zostanie publicznie przeproszony, choć i wówczas może odpowiedzieć w sposób dyskryminujący czy nienawistny<sup>8</sup>.

Typy te nie stanowią zamkniętego i sztywnego zbioru, są raczej zapisem obserwacji zachowań, jakie zachodzą w internecie i mediach społecznościowych. Trolle mogą przybierać różne formy, łączyć się w coś na wzór hybrydy i zmieniać typy w zależności od sytuacji. Często zmian tych mogą dokonywać w czasie trwania jednej dyskusji po to, aby jak najbardziej ją zdestabilizować.

## Psychologia trollingu

Funkcjonowanie trolli nie byłoby możliwe, gdyby nie środowisko informacyjne, które powstało dzięki internetowi. Zajmuje ono przestrzeń pomiędzy skrajnościami: z jednej strony widzącymi sieć jako cyfrowy Dzik Zachód z normami i zasadami ustanawianymi przez użytkowników, aż do cyfrowego totalitaryzmu, z cenzurą i pozorem prawdziwej wolności. Takie widzenie przestrzeni internetowej wiąże się z przypisywaniem jej panowania innych, odwróconych zasad społecznych. Polega to na myśleniu moralnym wyraźnie oddzielnym od tego poza internetem i możemy określić je mianem wyobraźni dysocjacyjnej, która skutkuje poczuciem zagubienia i anomii, a w efekcie doprowadza do powstania indywidualnych projekcji zachowań normatywnych. Stąd także odwrócony model komunikacji, w którym ograniczone jest przekazywanie wielu informacji niewerbalnych, obejmujących cechy fizyczne, status społecznych czy stany emocjonalne. Związane z tym zjawisko niemożności potwierdzenia wszystkich zdobytych informacji sprawia, że internauta samodzielnie, na podstawie własnego doświadczenia społecznego musi zbudować sobie postać interlokutora. Z założenia będzie to portret projekcyjny, który opiera się głównie na osobowości osoby dokonującej introjekcji solipsystycznej i najczęściej rozmija z prawdą.

Dodatkowo trollingowi sprzyja, charakterystyczna dla środowiska internetu, minimalizacja autorytetów i odejście od hierarchii społecznej świata rzeczywistego, w którym czynom i słowom towarzyszą konsekwencje. Stąd związek pomiędzy trollowaniem a cechami osobowości, gdzie najczęściej zwraca się uwagę na sadyzm, makiawelizm oraz psychopatię, czyli tak zwaną Mroczną Triadę. Troll będzie więc osobą zapatrzoną na siebie, narcystyczną, charakteryzującą się obniżonym poziomem empatii oraz skłonną do manipulowania innymi ludźmi. Niektórzy badacze wskazują dodatkowo na ujemną korelację z ugodowością. Takie agresywne działania w internecie często idą w parze z wysokim poziomem nieśmiałości obserwowanym w świecie realnym, stąd wzrastająca chęć zachowań prowokacyjnych, która w warunkach poza sieciowych byłaby niemożliwa<sup>9</sup>.

<sup>8</sup> K. Bąkowicz, *Dezinformacja. Instrukcja obsługi*, CeDeWu, Warszawa 2023.

<sup>9</sup> R. Węgrzyn, J. Kuś, *Geneza popularności „cyfrowych bachanaliów” a fenomen trollingu internetowego z perspektywy psychologicznej*, [https://www.researchgate.net/publication/343046042\\_Geneza\\_popularnosci\\_cyfrowych\\_bachanaliow\\_a\\_fenomen\\_trollingu\\_internetowego\\_z\\_perspektywy\\_psychologicznej](https://www.researchgate.net/publication/343046042_Geneza_popularnosci_cyfrowych_bachanaliow_a_fenomen_trollingu_internetowego_z_perspektywy_psychologicznej) (dostęp: 25.09.2023).

Trolle kreują swój własny świat, często będący przestrzenią dezinformacyjną, a następnie wychodzą z tym światem do innych użytkowników, dystrybuując zmanipulowaną rzeczywistość po sieci. Tworzą ponad dwanaście razy więcej treści niż przeciętni bywalcy internetu i im mniej są zauważani, tym częściej publikują treści denerwujące lub szokujące. Nie mają także moralnych obiekcji z nękaniami innych użytkowników jedynie dla własnej przyjemności. Nakręcają w ten sposób spiralę negatywnych emocji, ponieważ oglądanie postów tworzonych przez trolle, uczestniczenie w dyskusji z nimi podnosi prawdopodobieństwo, że inni użytkownicy zaczną trollować. To pokazuje, że zjawisko trollingu nie jest zarezerwowane jedynie dla społecznej mniejszości, ale że trollem może stać się każdy. Mechanizmami wyzwalającymi są: nastrój jednostki oraz kontekst dyskusji, w którym znaczącą rolę odgrywa narażenie na wcześniejsze zachowania trollingowe. Użycie dezinformacji jako broni we własnej sprawie oraz do wzmocnienia argumentów jest jednocześnie środkiem do osiągnięcia celu oraz pośrednią konsekwencją sytuacji, w której znaleźć może się większość użytkowników internetu. Dodatkowo umieszczenie dyskusji w mediach społecznościowych powoduje, że staje się ona popularna w bardzo krótkim czasie, wzrasta poziom zaangażowania biorących w niej udział i tym samym podnosi się poziom ich chęci udowodnienia swoich racji. Trolle mogą wówczas stać się celebrytami, co jeszcze mocniej będzie pogłębiać ich deficyty psychologiczne oraz zwiększać wpływ społeczny. To z kolei motywuje do jeszcze intensywniejszej działalności. Główny cel trolli to przecież zaistnienie, wywołanie reakcji innych ludzi i bycie zauważonym, a motywacja – poszukiwanie doznań i nuda<sup>10</sup>.

Ta spirala wzajemnych zależności nie tylko intensyfikuje zjawisko trollingu, co badacze podkreślają na przestrzeni ostatnich lat, lecz także wpływa na zwiększenie ilości treści dezinformacyjnych, które są podstawowym narzędziem trolli w internetowych dyskusjach. Ich działalność, choć wyrasta z prostych pobudek, może przyczynić się do wielu szkód obejmujących zarówno wirtualny, jak i realny świat.

## Praktyki społeczne

Analizując zjawisko trollingu należy pamiętać, że choć poszerza się znaczenie tego terminu, to nie przypisuje się mu wszystkich form negatywnych zachowań w sieci. Trolle najczęściej podejmują się trzech rodzajów praktyk społecznych.

Pierwszą z nich jest antagonizowanie. Obejmuje ono wyrażanie wrogości lub sprzeciwu wobec ludzi lub instytucji w celu wywołania konkretnej reakcji. Co istotne, są to działania, które można obserwować najdłużej w historii internetu, ponieważ ich początek datuje się je na lata 80. XX wieku, czyli na długo przed upowszechnieniem sieci i powstaniem mediów społecznościowych. Trolling antagonizujący często wykorzystuje dezinformację, aby nastawiać przeciwko sobie osoby lub grupy społeczne. Szczególnie

<sup>10</sup> S. Xavier, *Impact of Trolling and Its Effects on the Popularity of social media*, „International Journal of Scientific Development and Research” 2022, Vol. 7, Issue 8, s. 760–768, <https://www.ijedr.org/papers/IJSDR2208113.pdf> (dostęp: 25.09.2023).

mamy do czynienia z tym zjawiskiem podczas wydarzeń oddziałujących emocjonalnie na społeczeństwo, takich jak konflikty zbrojne, kampanie wyborcze czy wojny biznesowe. Prowokacje, złośliwości, publikowanie obelżywości ma na tyle podnosić temperaturę dyskusji, że jej uczestnicy szybko podzielią się na dwa przeciwstawne obozy i zaczną atakować się wzajemnie.

Drugą praktyką trolli jest oszustwo. Nazywane również zwodniczym trollingiem, opiera się na celowym wprowadzaniu w błąd osób lub instytucji w celu sprowokowania reakcji. Polega na przybieraniu różnych tożsamości, przypomina nieszkodliwe żarty i najczęściej przyjmuje formę publikowania nieszkodliwych linków przekierowujących do nieoczekiwanych treści. Może opierać się na tworzeniu publikacji zafałszowujących obraz danej marki lub wręcz być zorganizowaną kampanią dezinformacyjną na jej temat. U podstaw leży wyrządzenie szkody, wyśmianie konsumentów marki i innych użytkowników, a nawet sprowokowanie zachowań destrukcyjnych. Jest dość proste do przeprowadzenia, na początku niewinne, może przypominać parodię marki i humorystyczne opisy klientów. Tak naprawdę jest działalnością wywrotową wobec marki, która może przynieść jej zarówno wizerunkowe, jak i finansowe szkody.

Kolejną praktyką trollingową jest czujność nazywana trollingiem samozwańczym, który pojawił się w internecie najpóźniej, ale szybko stał się dominującą działalnością ingerującą w dyskurs. Typ ten odnosi się do takich zachowań społecznych, które mają na celu zemstę na ludziach lub instytucjach poprzez prowokowanie reakcji. Skupia się głównie na drwinach i zawstydzaniu, szczególnie za awarie produktów lub usług, naruszanie zasad czy podstawy ideologiczne organizacji. Kpienie z działalności osób i firm może przybierać formę kampanii poprzez memy czy inne narzędzia satyryczne publikowane w internecie. W mediach społecznościowych mogą nawet obejmować pojedyncze monologi czy konkretne publikacje wymierzone w dany podmiot. Z trollingiem samozwańczym mamy do czynienia szczególnie w odniesieniu do biznesu, zwłaszcza w ostatnich latach, kiedy konsumenci coraz częściej sprawdzają, czy marka spełnia deklaracje dotyczące etyki i misji<sup>11</sup>.

Oprócz głównych praktyk społecznych stosowanych przez trolle można wyróżnić jeszcze szereg mikropraktyk. Polegają one głównie na obserwowaniu i śledzeniu osób, firm i instytucji w mediach społecznościowych i komentowaniu postów zamieszczanych zarówno przez dany podmiot, jak i jego konsumentów czy użytkowników. Łączy się to z zawstydzaniem za błędy w produktach, usługach czy zachowaniach. Praktyka ta może być stosowana konsekwentnie i przez bardzo długi czas, doprowadzając do powstania błędnego wyobrażenia na temat przedmiotu dyskusji. Bardziej wyrafinowaną mikropraktyką są inicjatywy współtworzące, które przyjmują postać kampanii hashtagowych czy konkursów, w których internauci mogą wziąć udział. Powstają wówczas grupy zebrane pod szyldem jednej idei lub przekonania. Jeśli jednak nie będzie

---

<sup>11</sup> V. Demsar, J. Brace-Govan, G. Jack, S. Sands, *The social phenomenon of trolling: understanding the discourse and social practices of online provocation*, [https://www.researchgate.net/publication/350385801\\_The\\_social\\_phenomenon\\_of\\_trolling\\_understanding\\_the\\_discourse\\_and\\_social\\_practices\\_of\\_online\\_provocation](https://www.researchgate.net/publication/350385801_The_social_phenomenon_of_trolling_understanding_the_discourse_and_social_practices_of_online_provocation) (dostęp: 26.09.2023).

ono opierać się na faktach, może przyczyniać się do legitymizowania dezinformacji i przyspieszać jej dystrybucję. Wśród grup, które silnie odczuwają emocje związane z działalnością osoby lub instytucji, bądź też nie podzielają perspektywy firmy, mogą przybierać formę ataków skoordynowanych, maksymalizując w ten sposób zakłócenia ekosystemu informacyjnego<sup>12</sup>.

Treści generowane przez trolle oddziałują szkodliwie nie tylko ze względu na to, czego dotyczą i wobec kogo są kierowane. Zagrożenia, jakie ze sobą niosą, to eskalacja i wirusowość, które doprowadzają do wzmocnienia określonych treści na rzecz marginalizacji innych. Jeśli treść taka będzie dezinformacją, jej zaimplementowanie i rozpowszechnienie odbędzie się znacznie szybciej i skuteczniej. Analizując więc działania trolli, warto patrzeć w szerszym aspekcie, ponieważ konsekwencje są oddalone w czasie, przez co często bywają lekceważone.

## Rosyjskie farmy trolli

Jednym z ważniejszych przykładów działalności trolli w obszarze dezinformacji jest aktywność Federacji Rosyjskiej i wykorzystywanie przez nią trollingu jako narzędzia do wpływania na sferę publiczną i międzynarodową. Literatura przedmiotu wskazuje tu na niemal zinstytucjonalizowaną działalność, a jako pierwszą zidentyfikowaną farmę podaje się trolli Platona Mamtowa na Uralu, której zadaniem było wzmocnienie wizerunku Aleksandra Miszarina, gubernatora obwodu swierdłowskiego. Celem farmy było realizowanie działań online dla kontaktów Kremla i władz regionalnych z proputinowskiej partii Jedna Rosja. Istnienie farmy potwierdzono w 2011 roku, a jej członkowie potwierdzili swoją działalność<sup>13</sup>.

Jedną z najbardziej znanych farm trolli w Rosko jest Agencja Badań Internetowych w Sankt Petersburgu, znana jako rosyjska farma trolli lub trolle z Ongino, która powstała w 2013 roku. Celem działań zgromadzonej dokoła ośrodka grupy jest destabilizowanie europejskiej opinii publicznej i manipulowanie przekazami na temat krajów europejskich. Jej pracami kieruje bliski współpracownik Władimira Putina. Trolle są w tym wypadku pracownikami najemnymi, pracującymi na zlecenie i otrzymującymi wynagrodzenie za swoją działalność. Nie jest to akcja oddolna czy pojedyncze osoby, które na skutek identyfikacji z ideą postanowiły wspierać ją swoimi zasobami. Jest to raczej proces zaplanowany i przeprowadzany strategicznie. Jego wyraźną intensyfikację obserwowaliśmy po aneksji Krymu oraz wzroście kryzysu na Ukrainie. Wówczas powiększono skład personalny do 600 osób, dzieląc ich na dwa działy. Na początku każdej zmiany pracownicy pierwszego z nich otrzymywali arkusz zadań technicznych z instrukcją, w jaki sposób działać w internecie. Zadaniem było trollowanie serwisów społecznościowych i rozpowszechnianie komunikatów. Mieli oni

<sup>12</sup> *Ibidem*.

<sup>13</sup> S. Morrison, *The Rise of the Kremlin Troll*, [https://jmiw.uitm.edu.my/images/Journal/Vol14No2/1-The\\_Rise\\_of\\_the\\_Kremlin\\_Troll.pdf](https://jmiw.uitm.edu.my/images/Journal/Vol14No2/1-The_Rise_of_the_Kremlin_Troll.pdf) (dostęp: 28.09.2023).

tworzyć oryginalne treści, które nie będą się powtarzały. Pracowali w trzyosobowych grupach, z których jedna osoba publikowała post lub komentarz, a pozostałe dwie odpowiadały na ten wpis, wywołując dyskusję i zwiększając popularność wątku. Druga grupa miała zakładać blogi lub konta o zwyczajnej tematyce, takiej jak ogrodnictwo czy rękodzieło, następnie pomiędzy wpisami merytorycznymi miały pojawiać się treści polityczne w celu wywarcia wpływu na obserwujących. Obie grupy korzystały z prywatnych sieci (VPN), aby ukryć rzeczywiste lokalizacje swoich pracowników<sup>14</sup>.

Pamiętać należy, że wszystkie konflikty zbrojne, w których udział ma Rosja, są wspierane tą cybernetyczną armią. Rosja stara się w ten sposób pogłębiać chaos informacyjny, uderzać w reprezentantów europejskiej opinii publicznej oraz wpływać na postrzeganie konfliktów tak, aby przybliżyć punkt widzenia kremlowskiej propagandzie. W Polsce działalność rosyjskich trolli skupia się głównie wokół tematyki ukraińskiej, co jest związane z przyjęciem przez Polskę znacznej liczby uchodźców z tego kraju. Próby pobudzania antyukraińskich nastrojów odbywają się za pomocą tysięcy fikcyjnych kont społecznościowych, w których publikacjach i wpisach pojawiają się takie terminy jak „ukraińscy faszyci” (na określenie żołnierzy armii ukraińskiej) czy „konflikt ukraiński” (zamiast wojny rosyjsko-ukraińskiej).

Pomocne trollom okazują się tu techniki manipulacji psychologicznej, takie jak efekt iluzorycznej prawdy, który opiera się na rozpowszechnianiu opinii autorów znanym odbiorcom, co znacznie poprawia zaufanie do nadawcy takiego komunikatu czy efekt potwierdzenia będący procesem komunikowania tych samych przekazów na różne sposoby i w różnych kontekstach<sup>15</sup>. Swoje metody oddziaływania i szerszenia dezinformacji trolle wykorzystują poprzez różne techniki. Jest to między innymi spamowanie polegające na wysyłaniu tysięcy podobnych komunikatów, wpisów i komentarzy w celu zmarginalizowania głosów alternatywnych, tworzenie specjalnych stron z fałszywymi informacjami, kreowanie mody na konkretne hasztagi czy hasła, szczególnie przydatne na Twitterze (X) czy masowe zgłaszanie do administratorów treści niezgodnych z punktem widzenia osoby publikującej.

Ponadto trolle korzystają z inżynierii społecznej do przeprowadzania cyberataków, na przykład poprzez wyłudzenie danych osobowych lub informacji poufnych za pomocą fałszywych kont, a następnie ujawnianie tych informacji. Ataki tego typu mogą być zautomatyzowane i prowadzone częściowo przez boty lub osoby z fałszywą tożsamością. Rosyjskie trolle nie są jednak bezkarne. Na Litwie zaobserwowano bowiem powstanie armii elfów, czyli antytrolli, których liczebność przekracza pięć tysięcy. Nie mają one formalnych kontraktów, obowiązków, centrali ani oficjalnego statusu, ponieważ działają głównie w czasie wolnym. Stali się oni jednak głównym narzędziem powstrzymywania

---

<sup>14</sup> K. Giles, *The Next Phase of Russian Information Warfare*, NATO Strategic Communications Centre of Excellence, Riga 2016, <https://stratcomcoe.org/publications/the-next-phase-of-russian-information-warfare/176> (dostęp: 30.09.2023).

<sup>15</sup> P. Staniurski, *Trolling, fake news, infotainment...*

fali dezinformacji, zwiększając tym samym odporność społeczeństwa na zakłócenia systemu informacyjnego<sup>16</sup>.

Rosyjska farma trolli pokazuje, jak można stworzyć maszynę dezinformacyjną wyrządzającą szkody na wielką skalę. Pomimo zdemaskowania jej działalności, społeczeństwa pozostają ciągle narażone na ataki zmanipulowanymi informacjami oraz wynikającą z nich niewiedzę o tym, co jest, a co nie jest prawdą.

## Zakończenie

Na przestrzeni lat definicja i działania trolli zmieniły się, co jest wynikiem procesów związanych ze zmianami technologicznymi. O ile analizując zjawisko trollingu widzimy jego głęboko szkodliwy wpływ polegający przede wszystkim na zwiększaniu treści dezinformacyjnych oraz destabilizacji ekosystemu informacyjnego, o tyle wydaje się, że istnienie internetu w ogóle jest w bardzo znacznym stopniu związane z istnieniem trolli.

Ponad 30% użytkowników mediów społecznościowych i internetu twierdzi, że zawsze spotyka na swoim koncie trolle i że bardzo często sami udostępniają treści przez nich opublikowane. Dla młodzieży trolling stanowi formę rozrywki, ponad 10% wyraża opinię, że trolle pomagają w podejmowaniu decyzji, a 15%, że pomagają w informowaniu. Ponad połowa z nas uważa, że trolling jest niezbędny w mediach społecznościowych i stanowi ich nieodłączny element, postrzegając je bez trolli jako nudne. Tylko niewielka część użytkowników trolli nie lubi i odczuwa w związku z ich obecnością złość, irytację czy obrzydzenie<sup>17</sup>. Te dane pokazują, że jednoznaczna ocena zjawiska trollingu nie jest możliwa. Podejście do niego jest bowiem warunkowane osobistymi preferencjami i oczekiwaniami, jakie użytkownicy mają wobec internetu.

Konstrukcja psychologiczna osób, które odnajdują satysfakcję w trollowaniu, ich metody działania i stosowanie techniki, jak również motywacje i cele wskazują, że szala przechyliła się w tę negatywną stronę. Trudno bowiem doszukać się pozytywu w dezinformowaniu i destrukcji ekosystemu informacyjnego, którego jakość bezpośrednio wpływa na kondycję społeczeństwa, a w efekcie na jakość demokracji. Z pozoru niewinne działania mogą przybierać zinstytucjonalizowane formy, przez co ich zasięg oraz stopień szkodliwości pogłębiają się i doprowadzają do coraz większego chaosu, polaryzacji i wzajemnej nienawiści. Niezależnie więc od tego, czy czasem zobaczymy w internecie zabawny mem, który trudno od razu klasyfikować jako coś złego, zobowiązani jesteśmy pamiętać, że dezinformacja nie zawsze wygląda na poważną i kłamliwą. Jej podstępne, a przez to destrukcyjne działanie, sprowadza się do pogłębiania społecznych podziałów, niemożności dotarcia do prawdy czy błędów w decyzjach. Na pewno więc zjawisko trollingu wymaga uważności w obcowaniu z informacją, ponieważ tylko wówczas

<sup>16</sup> O. Wasiuta, E. Wasiuta, *Kremlowska dezinformacja w internecie i reakcja społeczeństw zachodnich*, [https://www.researchgate.net/publication/346788368\\_Kremlowska\\_dezinformacja\\_w\\_Internecie\\_i\\_reakcja\\_spoleczenstw\\_zachodnich](https://www.researchgate.net/publication/346788368_Kremlowska_dezinformacja_w_Internecie_i_reakcja_spoleczenstw_zachodnich) (dostęp: 1.10.2023).

<sup>17</sup> S. Xavier, *Impact of Trolling and Its Effects on the Popularity of social media...*

jesteśmy w stanie ochronić się przed negatywnymi konsekwencjami zarówno samej działalności trolli, jak i związanej z nimi dezinformacji.

## Bibliografia

- Bąkowicz K., *Dezinformacja. Instrukcja obsługi*, CeDeWu, Warszawa 2023.
- Brooking E., Singer P.W., *Nowy rodzaj wojny. Media społecznościowe jako broń*, przeł. S. Baranowski, Vis-à-Vis/Etiuda, Kraków 2019.
- Demšar V., Brace-Govan J., Jack G., Sands S., *The social phenomenon of trolling: understanding the discourse and social practices of online provocation*, [https://www.researchgate.net/publication/350385801\\_The\\_social\\_phenomenon\\_of\\_trolling\\_understanding\\_the\\_discourse\\_and\\_social\\_practices\\_of\\_online\\_provocation](https://www.researchgate.net/publication/350385801_The_social_phenomenon_of_trolling_understanding_the_discourse_and_social_practices_of_online_provocation) (dostęp: 26.09.2023).
- Giles K., *The Next Phase of Russian Information Warfare*, Riga 2016, <https://stratcomcoe.org/publications/the-next-phase-of-russian-information-warfare/176> (dostęp: 30.09.2023).
- Jachyra D., *Trollowanie – antyspołeczne zachowania w internecie, sposoby wykrywania i obrony*, „Studia Informatica” 2011, nr 28, s. 253–261.
- Monakhov S., *Early detection of internet trolls: Introducing an algorithm based on word pairs / single words multiple repetition ratio*, „PLoS ONE” 2020, Vol. 15, Issue 8, e0236832.
- Morrison S., *The Rise of the Kremlin Troll*, [https://jmiw.uitm.edu.my/images/Journal/Vol-14No2/1-The\\_Rise\\_of\\_the\\_Kremlin\\_Troll.pdf](https://jmiw.uitm.edu.my/images/Journal/Vol-14No2/1-The_Rise_of_the_Kremlin_Troll.pdf) (dostęp: 28.09.2023).
- Naruszewicz-Duchlińska A., *Intencjonalne językowe zakłócenia komunikacji internetowej (trolling, flaming, hejting)*, „Prace Językoznawcze” 2014, nr 4, s. 89–97.
- Staniurski P., *Trolling, fake news, infotainment. Rola mediów społecznościowych w prowadzeniu wojny informacyjnej na przykładzie działań podejmowanych w tym obszarze przez Federację Rosyjską*, [https://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/13823/1/P\\_Staniurski\\_Trolling\\_fake\\_news\\_infotainment.pdf](https://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/13823/1/P_Staniurski_Trolling_fake_news_infotainment.pdf) (dostęp: 20.09.2023).
- Wardle C., *Understanding information disorder*, <https://firstdraftnews.org/long-form-article/understanding-information-disorder/> (dostęp: 19.09.2023).
- Wasiuta O., Wasiuta E., *Kremlowska dezinformacja w internecie i reakcja społeczeństw zachodnich*, [https://www.researchgate.net/publication/346788368\\_Kremlowska\\_dezinformacja\\_w\\_Internecie\\_i\\_reakcja\\_spoleczenstw\\_zachodnich](https://www.researchgate.net/publication/346788368_Kremlowska_dezinformacja_w_Internecie_i_reakcja_spoleczenstw_zachodnich) (dostęp: 1.10.2023).
- Węgrzyn R., Kuś J., *Geneza popularności „cyfrowych bachanaliów” a fenomen trollingu internetowego z perspektywy psychologicznej*, [https://www.researchgate.net/publication/343046042\\_Geneza\\_popularnosci\\_cyfrowych\\_bachanaliow\\_a\\_fenomen\\_trollingu\\_internetowego\\_z\\_perspektywy\\_psychologicznej](https://www.researchgate.net/publication/343046042_Geneza_popularnosci_cyfrowych_bachanaliow_a_fenomen_trollingu_internetowego_z_perspektywy_psychologicznej) (dostęp: 25.09.2023).
- What is a troll?*, Indiana University: University Information Technology Services, Indiana University Knowledge Base, The Trustees of Indiana University 2008.
- Xavier S., *Impact of Trolling and Its Effects on the Popularity of social media*, „International Journal of Scientific Development and Research” 2022, Vol. 7, Issue 8, s. 760–768, <https://www.ijedr.org/papers/IJSDR2208113.pdf> (dostęp: 25.09.2023).