



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ Δ.Ο.Ε.Π.&Τ.Μ.

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
**TROLLING: ΤΟ ΝΕΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΟΥ
ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ**

ΚΟΡΑΙΣΤΕ ΑΙΝΤΑ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΣΩΤΗΡΗΣ ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΟΥ

ΠΥΡΓΟΣ, 2018

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ ΠΕΡΙ ΜΗ ΛΟΓΟΚΛΟΠΗΣ

Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Ακόμα δηλώνω ότι αυτή η γραπτή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά και αποκλειστικά και ειδικά για την συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία και ότι θα αναλάβω πλήρως τις συνέπειες εάν η εργασία αυτή αποδειχθεί ότι δεν μου ανήκει.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ

ΑΜ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

ΚΟΡΑΙΣΤΕ ΔΙΝΤΑ



ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου, στον επιβλέποντα καθηγητή μου, για τις καίριας σημασίας επισημάνσεις του και την υποστήριξη του, καθ' όλη τη διάρκεια της συγγραφής της παρούσας πτυχιακής εργασίας, καθώς και όλους τους καθηγητές της σχολής μου, που με την πείρα τους και τις γνώσεις τους, κατόρθωσαν να μου μεταδώσουν όλες τις απαραίτητες γνώσεις για τη συγγραφή της. Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου, για την οικονομική, ηθική και ψυχολογική υποστήριξη που μου προσέφεραν, καθ' όλη την διάρκεια των σπουδών μου.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα εργασία διερευνά τις πτυχές του φαινομένου του trolling στο διαδίκτυο, με έμφαση στον ορισμό του και στις μορφές εμφάνισης του, στα αίτια εμφάνισης του, στο προφίλ των ατόμων που κάνουν trolling και αυτών που δέχονται trolling, καθώς και στους τρόπους διαχείρισης και πρόληψης του. Η παρούσα πτυχιακή εργασία είναι πρωτότυπη στη μελέτη του φαινομένου αυτού για τα ελληνικά δεδομένα και σκοπό έχει να παράσχει ένα πλαίσιο για την κατανόηση του φαινομένου αυτού, το οποίο είναι ιδιαίτερα διαδεδομένο στο διαδίκτυο και ιδιαίτερα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η εργασία αυτή εστιάζει στη μελέτη του φαινομένου του trolling στο διαδίκτυο και εξετάζει τα διαφορετικά είδη trolling, τις θετικές και αρνητικές πτυχές του, τα αίτια εμφάνισής του, καθώς και τους τρόπους διαχείρισης και πρόληψης. Σε πρακτικό επίπεδο πραγματοποιήθηκε έρευνα σε ένα δείγμα 53 χρηστών σε ηλεκτρονικά κοινωνικά μέσα, προκειμένου να μελετηθούν οι απόψεις και οι στάσεις τους απέναντι στο trolling. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι χρήστες των κοινωνικών μέσων αποδίδουν κυρίως αρνητική έννοια στο trolling, καθώς ανέφεραν ότι πρόκειται για κοροϊδία, χλευασμό, ειρωνεία, σαρκασμό, ψευδή δήλωση ταυτότητας, ανούσιες θέσεις και κακόβουλα σχόλια, που έχουν σκοπό να βλάψουν συναισθηματικά τους χρήστες και να διαταράξουν τις κοινότητες. Ωστόσο μια σημαντική μερίδα των συμμετεχόντων το βλέπουν ως μια μορφή χιούμορ και διασκέδασης, ως ένα αθώο πείραγμα, ως ένα φυσιολογικό φαινόμενο ή ακόμα και ως εποικοδομητικό και καλοπροαίρετο. Ως εκ τούτου μπορεί να εξαχθεί το συμπέρασμα ότι το trolling είναι ένα πολυδιάστατο φαινόμενο με θετικές, αλλά κυρίως με αρνητικές εκφάνσεις, που μπορούν να έχουν πολλές αρνητικές συνέπειες για τους χρήστες του διαδικτύου και για την λειτουργία των διαδικτυακών κοινοτήτων συζήτησης. Η ανωνυμία του διαδικτύου είναι ο βασικός παράγοντας που τροφοδοτεί το trolling, ωστόσο η κατάργησή της με σκοπό τον περιορισμό του trolling δημιουργεί ζητήματα που σχετίζονται με την ελευθερία της έκφρασης του λόγου. Η εκπαίδευση των χρηστών του διαδικτύου μπορεί να είναι αποτελεσματική στον περιορισμό του φαινομένου, ιδίως των εφήβων και των ατόμων που βρίσκονται σε μεγαλύτερο κίνδυνο να δεχθούν trolling και η αγνόηση των troll προτείνεται ως η καλύτερη λύση για τους χρήστες του διαδικτύου.

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ

Trollin, troll, αίτια, συνέπειες, αντιμετώπιση, πρόληψη

ABSTRACT

This work studies internet trolling and examines the different types of trolling, its positive and negative aspects, its causes, and its management and prevention. At a practical level, a survey of 53 users in electronic social media was conducted to study their views and attitudes towards trolling. The results showed that users of social media mostly attribute a negative meaning to trolling, as they said it was about mockery, ridicule, irony, sarcasm, false declaration of identity, meaningless positions, and malicious comments aimed at emotionally damaging of users and the disruption of web communities. However, a significant portion of the participants thought trolling as a form of humor and fun, as an innocent perception, as a normal phenomenon or even as constructive and well-meaning. Therefore, it can be concluded that trolling is a multidimensional phenomenon with positive but mainly negative outcomes, which can have many negative consequences for Internet users and for the functioning of the Internet chat communities. Anonymity of the internet is the key factor in fueling trolling, but its removal with the purpose of limiting trolling creates issues related to freedom of expression. The training of Internet users can be effective in limiting trolling, especially among teenagers and those who are most at risk of accepting trolling. Ignoring the troll is suggested as the best solution for internet users.

KEYWORDS

Trollin, troll, causes, consequences, management, prevention

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	2
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	4
ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ	5
ABSTRACT	5
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	6
ΕΥΡΕΤΗΡΙΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	10
ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ	11
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	12
1. ΤΟ «TROLLING»	15
1.1 TROLLING – ΟΡΙΣΜΟΣ –ΑΠΟΣΑΦΗΝΙΣΗ	15
1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ –ΠΡΟΔΡΟΜΑ ΦΑΙΝΟΜΕΝΑ	19
1.2.1 ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ TROLLING.....	19
1.2.2 FLAMING	20
1.2.3 CYBERBULLYING.....	21
1.3 Είδη trolling και παραδείγματα.....	22
2 ΤΟ TROLLING ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ	28
2.1 ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΙ ΑΝΤΙΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ	28
2.2 ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ TROLL	29
2.2.1 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	29
2.2.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	31
2.2.3 ΟΙ ΤΥΠΟΙ ΤΩΝ TROLL	33
2.3 Η ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ TROLLING.....	36
2.4 ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΑΤΟΜΩΝ ΠΟΥ ΔΕΧΟΝΤΑΙ TROLLING	40
2.5 ΑΙΤΙΑΤROLLINGΚΑΙ ΑΝΤΙΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ	42
3 Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ TROLLING	47
3.1 Η ΑΡΝΗΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ TROLLING.....	47
3.1.1 Η ΑΡΝΗΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ .	47
3.1.2 Η ΑΡΝΗΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΟΥΣ ΔΕΚΤΕΣ.....	47
3.1.3 Η ΑΡΝΗΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	49

3.1.4	Η ΑΡΝΗΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΟΥΣ TROLL.....	50
3.2	ΤΡΟΠΟΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΟΥ TROLLING ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΔΕΚΤΕΣ.....	51
3.2.1	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΧΡΗΣΤΕΣ ΚΑΙ ΤΙΣ ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ.....	51
3.2.2	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΜΕ ΝΟΜΙΚΑ ΜΕΣΑ.....	52
3.3	ΠΡΟΛΗΨΗ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥ TROLLING	54
3.3.1	ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΛΗΨΗ TROLLING.....	55
3.3.2	ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΧΡΗΣΤΩΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΛΗΨΗ TROLLING	58
3.3.3	ΝΟΜΙΚΑ ΚΑΙ ΠΟΙΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΣΤΗΝ ΠΡΟΛΗΨΗ ΤΟΥ TROLLING	61
4	ΕΡΕΥΝΑ.....	64
4.1	ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	64
4.2	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ.....	65
4.2.1	ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ.....	65
4.2.2	ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΣΕ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ	67
4.2.3	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΑΝΑΡΤΗΣΗΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΩΝ ΚΑΙ ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΥ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΩΝ	70
4.2.4	ΓΝΩΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ TROLLING.....	72
4.2.5	ΑΠΟΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ TROLLING.....	78
4.3	ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	83
	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	86
	ΑΝΑΦΟΡΕΣ.....	88

Απόψεις χρηστών διαδικτύου για το φαινόμενο του trolling (τρολάρισμα) στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Ερωτηματολόγιο

* Απαιτείται

1. Φύλο *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Άνδρας
 Γυναίκα

2. Ηλικία *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- <20
 20-22
 23-25
 >25

3. Έτος σπουδών

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Α
 Β
 Γ
 Δ
 >Δ

4. Διαθέτετε λογαριασμούς σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Facebook, Twitter, κλπ.); *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Ναι
 Όχι

5. Σε πόσα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχετε λογαριασμούς; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- 1-2
 3-4
 >=5

6. Πόσο χρόνο δαπανάτε ημερησίως στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Καθόλου
- Λιγότερο από 1 ώρα
- 1-2 ώρες
- 3-4 ώρες
- >5 ώρες

7. Πόσες δημοσιεύσεις κάνετε μηνιαίως στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Καμία
- 1-5
- 10
- 11-20
- >20

8. Πόσο συχνά κάνετε σχόλια σε αναρτήσεις φίλων και γνωστών σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Ποτέ
- Σπάνια
- Μέτρια συχνά
- Συχνά
- Πολύ συχνά

94

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β : ΟΡΙΣΜΟΣ TROLLING –ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΕΡΕΥΝΑΣ 84

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 4.1. Φύλο	51
Διάγραμμα 4.2. Ηλικία	52
Διάγραμμα 4.3. Έτος σπουδών.....	52
Διάγραμμα 4.4. Ύπαρξη λογαριασμών σε κοινωνικά μέσα	53
Διάγραμμα 4.5. Αριθμός λογαριασμών σε κοινωνικά μέσα	54
Διάγραμμα 4.6. Χρόνος που δαπανάται μηνιαία σε κοινωνικά μέσα	55
Διάγραμμα 4.7. Αριθμός δημοσιεύσεων σε μηνιαία βάση στα κοινωνικά μέσα ..	56
Διάγραμμα 4.8. Συχνότητα σχολιασμού δημοσιεύσεων σε αναρτήσεις φίλων και γνωστών	57
Διάγραμμα 4.9. Γνώση του trolling.....	58
Διάγραμμα 4.10. Προσβλητικά ή αγενή σχόλια στα κοινωνικά μέσα	62
Διάγραμμα 4.11. Πρόκληση αισθήματος λύπης για άσχημα σχόλια στα κοινωνικά μέσα	63
Διάγραμμα 4.12. Πρόκληση αισθήματος θυμού για άσχημα σχόλια στα κοινωνικά μέσα	63
Διάγραμμα 4.13. Πρόκληση αισθήματος φόβου ή ανησυχίας για άσχημα σχόλια στα κοινωνικά μέσα	64
Διάγραμμα 4.14. Το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι ενοχλητικό	65
Διάγραμμα 4.15. Το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι απαράδεκτο.....	65
Διάγραμμα 4.16. Το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι προσβλητικό	66
Διάγραμμα 4.17. Το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι μια μορφή δυσφήμισης	66
Διάγραμμα 4.18. Το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι ένα δυσάρεστο φαινόμενο	67
Διάγραμμα 4.19. Το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι ένα μια μορφή χιούμορ	68
Διάγραμμα 4.20. Το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι ένα μια μορφή διασκέδασης	68
Διάγραμμα 4.21. Το trolling στα κοινωνικά δίκτυα πρέπει να σταματήσει	69

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 4.1. Αποδόσεις ορισμού στο trolling.....	59
---	----

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το trolling στο διαδίκτυο, είναι ένα φαινόμενο που έχει κερδίσει περισσότερη φήμη και δημοτικότητα κατά την τελευταία δεκαετία λόγω της αύξησης της χρήσης των κοινωνικών δικτύων και της ανωνυμίας που προσφέρεται στις διαδικτυακές πλατφόρμες επικοινωνίας. Το trolling είναι ένα πολυδιάστατο φαινόμενο με πολλές πτυχές και που εμφανίζεται σε ένα πλήθος από διαφορετικές διαδικτυακές πλατφόρμες (Hardaker, 2015).

Ο όρος trolling έχει χρησιμοποιηθεί για να περιγράψει πολλών ειδών συμπεριφορές, κυρίως αρνητικές, στο διαδίκτυο, όπως κακόβουλη ή ενοχλητική ή παρενοχλητική δραστηριότητα, που συνίσταται στην ανάρτηση αρνητικών ή ανούσιων σχολίων ή εικόνων και στη συμπεριφορά με αγένεια και επιθετικότητα, με σκοπό την εσκεμμένη πρόκληση αντίδρασης και διαταραχής σε μια κοινότητα, την πρόκληση διαφωνίας και αναστάτωσης, την κατανάλωση του χρόνου των θυμάτων, την πρόκληση συναισθηματικής βλάβης στα άτομα, την χειραγώγηση της κοινότητας και τη διάσπαση της εμπιστοσύνης της. Αν και οι περισσότεροι συμφωνούν ότι το trolling έχει αρνητική έννοια, στη βιβλιογραφία γίνεται διαχωρισμός μεταξύ του trolling που είναι αβλαβές για τους χρήστες και έχει σκοπό τη διασκέδαση και την έκφραση χιούμορ, και σε αυτό που γίνεται ώστε σκόπιμα να είναι επιβλαβές (Sanfilippoetal., 2017).

Η ύπαρξη των ίδιων των ηλεκτρονικών επικοινωνιών αλλά και η ανωνυμία που προσφέρει το ίδιο το διαδίκτυο, αποτελούν ένα σημαντικό αίτιο που καθοδηγεί το trolling, ενώ οι αποκρίσεις των χρηστών στους troll (δηλαδή των ατόμων που κάνουν trolling), φαίνεται ότι συμβάλλουν στην διαιώνιση του φαινομένου. Τα κίνητρα των ατόμων που εμπλέκονται σε συμπεριφορές trolling, μπορεί να ποικίλουν και συχνά αναφέρεται ότι είναι η πλήξη, η διασκέδαση, η ψυχαγωγία, η απόλαυση, η προσέλευση προσοχής, η ικανοποίηση ενός αισθήματος ανωτερότητας και η επιβεβαίωση της κυριαρχίας και του ελέγχου των άλλων. Τα κίνητρα μπορεί επίσης να είναι πολιτικά και ιδεολογικά, όταν γίνεται αναφορά σε συγκεκριμένα είδη trolling, όπως το πολιτικό και θρησκευτικό trolling, ή αυτό που γίνεται σε ακτιβιστές (Jussinoja, 2018).

Σήμερα, έχουν αναπτυχθεί διάφορες στρατηγικές διαχείρισης και μέτρα πρόληψης του trolling στο διαδίκτυο, ωστόσο η συνεχής αύξηση της έντασης του φαινομένου, δείχνει ότι τα μέτρα που υπάρχουν δεν είναι πολύ αποτελεσματικά, ωστόσο οι χρήστες και οι κοινότητες έχουν τη δυνατότητα σε κάποιο βαθμό να προστατευθούν από τις αρνητικές συνέπειες του trolling (Rousendaletal, 2018).

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να μελετήσει τις πτυχές του φαινομένου του trolling που εκδηλώνεται στο διαδίκτυο, με έμφαση στις διάφορες μορφές που μπορεί να λάβει, στα αίτια εμφάνισης του, στο προφίλ των troll και των θυμάτων του trolling, στις αρνητικές συνέπειες που έχει και στους τρόπους διαχείρισης και πρόληψης του.

Η εργασία χωρίζεται σε δύο μέρη: το θεωρητικό και το πρακτικό. Στο θεωρητικό μέρος εξετάζονται όλα τα παραπάνω θέματα, μέσα από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, ενώ στο πρακτικό μέρος πραγματοποιήθηκε ποσοτική έρευνα με τη χρήση ερωτηματολογίου, σε χρήστες του διαδικτύου, με σκοπό την έρευνα των απόψεων τους για το φαινόμενο του trolling, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Η εργασία χωρίζεται σε τέσσερα συνολικά κεφάλαια, εκ των οποίων τα τρία πρώτα αποτελούν το θεωρητικό μέρος της και το τέταρτο παρουσιάζει τα αποτελέσματα της έρευνας. Στο πρώτο κεφάλαιο καταγράφεται ο ορισμός του trolling και η ιστορία του φαινομένου, καθώς και φαινόμενα αρνητικής συμπεριφοράς στο διαδίκτυο που έχουν κοινά στοιχεία με αυτό, και τα διαφορετικά είδη trolling που καταγράφονται.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στο προφίλ των troll και των θυμάτων τους, με έμφαση στα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας και του ψυχολογικού υπόβαθρου των troll. Στο κεφάλαιο αυτό συζητούνται επίσης τα αίτια που συμβάλλουν στην ανάπτυξη του φαινομένου, συμπεριλαμβανομένων των κινήτρων των troll.

Στο τρίτο κεφάλαιο, γίνεται αναφορά, στην επίδραση, κυρίως την αρνητική, που έχει το trolling στο διαδίκτυο στους χρήστες και στις κοινότητες, στους τρόπους διαχείρισης του trolling από τους χρήστες και τις ηλεκτρονικές κοινότητες, καθώς στα μέτρα που έχουν ληφθεί ή που θα μπορούσαν να ληφθούν μελλοντικά για την πρόληψη του trolling.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, παρουσιάζονται και σχολιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας που έγινε σε χρήστες του διαδικτύου, σχετικά με το φαινόμενο του

trollingστα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Τα σημαντικότερα σημεία και συμπεράσματα της εργασίας, συνοψίζονται στο τέλος, στο κεφάλαιο των συμπερασμάτων.

1. ΤΟ «TROLLING»

1.1 TROLLING – ΟΡΙΣΜΟΣ – ΑΠΟΣΑΦΗΝΙΣΗ

Το trolling αποτελεί ένα φαινόμενο του διαδικτύου, για το οποίο έχουν αναπτυχθεί πολλοί διαφορετικοί ορισμοί, οι οποίοι αντικατοπτρίζουν έναν εύρος σχετικών συμπεριφορών. Οι διάφοροι ορισμοί που έχουν αποδοθεί στο trolling έχουν αλλάξει με την πάροδο των ετών, προκειμένου να προσαρμόζονται στο αυξανόμενο εύρος των διαφορετικών δραστηριοτήτων και συμπεριφορών trolling και μέχρι σήμερα δεν υπάρχει συναίνεση σε έναν κοινό ορισμό. Οι Coles&West (2016) αναφέρουν ότι υπάρχουν διαφορετικοί ορισμοί, επειδή το trolling μπορεί να λάβει διαφορετικές μορφές, ανάλογα με το πλαίσιο στο οποίο χρησιμοποιείται ο όρος.

Ένας από τους πρώτους ορισμούς που δόθηκαν στο trolling, ο οποίος έχει ελάχιστες ομοιότητες με τους σύγχρονους ορισμούς του trolling, είναι ότι αποτελεί την διαδικασία ανάρτησης ενός μηνύματος σε μια ηλεκτρονική ομάδα συζήτησης που υπερβάλλει πάνω σε ένα συγκεκριμένο θέμα. Ο ορισμός αυτός αφορούσε περισσότερο την ανάρτηση μηνυμάτων από ειδησεογραφικές ομάδες (Bishop, 2012).

Μεταγενέστερα ο Terper (1997), χρησιμοποίησε τον όρο trolling για να περιγράψει τη συμπεριφορά «ως πείραγμα» των μελών μιας ομάδας, απέναντι σε ένα νέο μέλος της ομάδας. Ωστόσο προτάθηκε ότι αυτή η συμπεριφορά δεν προοριζόταν να είναι επιβλαβής, αλλά ήταν περισσότερο μια ενέργεια για την είσοδο των νέων μελών στην ομάδα.

Ο Donath (1999) χαρακτήρισε το trolling ως «ένα παιχνίδι εξαπάτησης ταυτότητας, το οποίο παίζεται χωρίς τη συγκατάθεση άλλων παικτών» και πρόσθεσε ότι ένας troll, δηλαδή το άτομο που κάνει trolling, προσπαθεί να διαταράξει τις συζητήσεις και να βλάψει το αίσθημα της εμπιστοσύνης στο εσωτερικό της ομάδας.

Οι παραπάνω πρώτοι ορισμοί του trolling υποδηλώνουν ότι πρόκειται για μια ενέργεια, ενδεχομένως υπερβολής, στο εσωτερικό μιας ηλεκτρονικής κοινότητας-ομάδας, με σκοπό τη διάσπαση της εμπιστοσύνης στο εσωτερικό της. Αυτό που είναι κοινό μεταξύ των παραπάνω ορισμών είναι ότι δεν υπήρχαν ενδείξεις

κακομεταχείρισης ή παρενόχλησης στο φαινόμενο του trolling, όπως συμβαίνει με τους περισσότερο σύγχρονους ορισμούς, που θα αναφερθούν παρακάτω.

Στους ορισμούς του trolling, της δεκαετίας του 2000, άρχισαν να υπάρχουν ενδείξεις ότι το trolling, αποτελεί περισσότερο μια ενοχλητική συμπεριφορά στο διαδίκτυο. Για παράδειγμα ο Herring (2002), όρισε ότι το trolling αποτελεί μια διαδικασία προσέλκυσης άλλων ατόμων σε συχνά άσκοπες και χρονοβόρες συζητήσεις. Υπό αυτή την έννοια το trolling αναφερόταν στην διαδικασία της δημοσίευσης ενός εσκεμμένα προκλητικού μηνύματος, σε μια ομάδα συζήτησης με σκοπό να προκαλέσει αναστάτωση και διαφωνίες (Herring, 2002).

Παρόμοιος ήταν και ο ορισμός που έδωσαν και οι Turneretal (2005), σύμφωνα με τον οποίο ο troll, προσπαθεί να διαταράξει μια ηλεκτρονική ομάδα, θέτοντας προκλητικές ερωτήσεις.

Αυτοί οι ορισμοί υποδηλώνουν ότι οι trolls είναι άτομα που στοχεύουν στη διατάραξη των διαδικτυακών κοινοτήτων, χρησιμοποιώντας προκλητικά μηνύματα για να δημιουργήσουν διαφωνίες και να καταναλώσουν το χρόνο των θυμάτων.

Μετά το 2010, η ραγδαία ανάπτυξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και ο αυξανόμενος αριθμός των χρηστών τους, ανέδειξαν ένα σύνολο περισσότερο κακόβουλων και ενοχλητικών συμπεριφορών στο διαδίκτυο, οδηγώντας στη σύνδεση του trolling με καταστροφικές συμπεριφορές.

Για παράδειγμα οι Cambriaetal., (2010) όρισαν το trolling στο πλαίσιο του κοινωνικού ιστού, ως μια συναισθηματική επίθεση σε ένα πρόσωπο ή μια ομάδα, μέσω κακόβουλων και χυδαίων σχολίων, με σκοπό να προκαλέσουν την ανταπόκριση του.

Οι Shachaf&Hara, (2010) συμπλήρωσαν επίσης ότι το trolling έγκειται σε επαναλαμβανόμενες, σκόπιμες και βλαβερές ενέργειες που διεξάγονται μεμονωμένα και από άτομα με κρυμμένες εικονικές ταυτότητες, οι οποίες παραβιάζουν τις πολιτικές λειτουργίας των διαδικτυακών ομάδων και κοινοτήτων. Τόσο οι παραπάνω ορισμοί, όσο και οι μεταγενέστεροι τους, αντικατοπτρίζουν καλύτερα το περιεχόμενο του trolling και τη συμπεριφορά των troll, όπως αναπτύσσονται σήμερα.

Αναφορικά με τους troll, οBinns (2012) αναφέρει ότι πρόκειται για άτομα με προσβλητική συμπεριφορά που παρασύρουν άλλα άτομα σε διαφωνίες και λογομαχίες επαναλαμβανόμενα.

Ο Bishop (2013) όρισε το trolling ως την αποστολή προκλητικών μηνυμάτων μέσω μιας πλατφόρμας επικοινωνίας για την ψυχαγωγία του εαυτού, άλλων ή και των δύο, ενώ ο Hardaker (2013) ως την σκόπιμη (αντιληπτή) χρήση αγένειας / επιθετικότητας, εξαπάτησης ή / και χειραγώγησης στις ηλεκτρονικές κοινότητες, για να δημιουργηθεί ένα πλαίσιο που να ευνοεί ή να ανταγωνίζεται τις συγκρούσεις, συνήθως για λόγους διασκέδασης.

Σύμφωνα με τους Bukelsetal (2014) το διαδικτυακό trolling είναι η πρακτική της συμπεριφοράς με παραπλανητικό, καταστροφικό ή ενοχλητικό τρόπο σε ένα κοινωνικό περιβάλλον στο διαδίκτυο χωρίς εμφανή σκοπό.

Πιο πρόσφατα οι Coles&West, (2016), όρισαν το trolling ως ένα συγκεκριμένο είδος κακόβουλης διαδικτυακής συμπεριφοράς, που αποσκοπεί στη διακοπή/διατάραξη των κοινωνικών διαδικτυακών αλληλεπιδράσεων, και στην παράσυρση άλλων ατόμων σε άκαρπες επιχειρηματολογίες.

Οι Golf-Papez και Veer, (2017), ορίζουν το trolling ως τις σκόπιμες, παραπλανητικές και κακόβουλες προσπάθειες που γίνονται για να προκαλέσουν αντίδραση από τους στόχους, εκτελούνται προς όφελος των troll και των οπαδών τους και μπορεί να έχουν αρνητικές συνέπειες για τους ανθρώπους που εμπλέκονται.

Παρόλο που υπάρχουν πολλοί ορισμοί του trolling, σύμφωνα με τον Jussinoja (2018) παραμένει ασαφές αν αυτοί μπορούν να εκφράσουν την σύγχρονη μορφή του φαινομένου, το οποίο είναι πολυδιάστατο.

Οι Coles και West (2016) αναφέρουν επίσης ότι το trolling είναι ένα πολύπλοκο φαινόμενο, και δεν μπορεί να περιγραφεί μέσα από έναν μόνο ορισμό, καθώς η έννοια του μεταβάλλεται με την πάροδο των ετών, οφειλόμενη στην συνεχή ανάπτυξη του διαδικτύου και των κοινωνικών μέσων του διαδικτύου, η οποία διευρύνει τις συμπεριφορές trolling, δηλαδή οδηγεί στη δημιουργία και ανάπτυξη πολλών υποκατηγοριών συμπεριφορών που θα μπορούσαν να θεωρηθούν ως trolling. Ως εκ τούτου, στο διαδίκτυο είναι δυνατό να εντοπιστούν πολλές και διαφορετικές συμπεριφορές, που αποκλίνουν από τους ορισμούς που αναφέρθηκαν προηγουμένως. Για παράδειγμα, αν και οι περισσότεροι ορισμοί που αποδίδονται στο trolling κυρίως μετά το 2010, είναι καταδικαστικοί απέναντι στο φαινόμενο αυτό, οι Sanfilippoetal (2017), αναφέρουν ότι υπάρχουν χρήστες του διαδικτύου που δέχονται trolling, και το αποδέχονται ως μια μορφή χιούμορ και διασκέδασης.

Συνολικά μπορεί να ειπωθεί ότι το trolling αποτελεί έναν όρο «ομπρέλα», ο οποίος ενσωματώνει διάφορες αρνητικές συμπεριφορές στο διαδίκτυο, όπως συναισθηματικές επιθέσεις, προσβολή, αγένεια, επιθετικότητα, χειραγώγηση, εξαπάτηση, πρόκληση άσκοπων συζητήσεων, διατάραξη των κοινωνικών συζητήσεων και αλληλεπιδράσεων και δημιουργία λογομαχιών /διαφωνιών (Jussinoja, 2018).

Εκτός από τον ορισμό του trolling που υπάρχει στη βιβλιογραφία, διάφορες έρευνες έχουν μελετήσει τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες του διαδικτύου αντιλαμβάνονται την έννοια αυτή. Στις έρευνες αυτές έχει βρεθεί ότι ο όρος troll χρησιμοποιείται ως «ετικέτα» ή ως χαρακτηρισμός σε άτομα ή ως μια μορφή δυσφήμισης των άλλων (π.χ. «είσαι troll») (Sindorf, 2013).

Ο Hardaker (2010) ο οποίος μελέτησε τον τρόπο με τον οποίο τα μέλη μιας διαδικτυακής κοινότητας ορίζουν τον trolling, βρήκαν ότι οι βασικοί όροι που χρησιμοποιήθηκαν στις περιγραφές, ήταν η απόκρυψη, η αναστάτωση/διάσπαση και η επιθετικότητα, ενώ σε άλλη έρευνα από τους Coles και West (2016), οι οποίοι ανέλυσαν τα δεδομένα χρηστών διαδικτυακών κοινοτήτων για να μάθουν πώς χρησιμοποιούν τον όρο troll, οι χρήστες δήλωσαν ότι το trolling είναι εύκολα αναγνωρίσιμο και δυσάρεστο.

Η χρήση των όρων trolling και troll μπορεί επίσης να διαφέρει μεταξύ διαφορετικών πολιτισμών, όπως χαρακτηριστικά μεταξύ δυτικής και ανατολικής κουλτούρας. Στην Κίνα για παράδειγμα, ο αντίστοιχος όρος για το trolling είναι το «báimù», το οποίο μπορεί να εξηγηθεί απλά ως «μάτια χωρίς κόρη (οφθαλμού)». Ο όρος χρησιμοποιείται υπό την έννοια ότι ενώ η κόρη του ματιού χρησιμοποιείται για την όραση, το λευκό τμήμα του ματιού δεν μπορεί να δει, και πως στο πλαίσιο αυτό το trolling, αποτελεί ένα φαινόμενο κατά το οποίο κάποιος μιλάει «στα τυφλά» μέσω του Διαδικτύου, λέγοντες «ανοησίες» ή πράγματα χωρίς ουσία και σκοπό, αγνοώντας πλήρως τις ευαισθησίες των άλλων ή μη έχοντας γνώση μιας κατάστασης. Ένας σχετικός όρος είναι επίσης και το «báilàn», ο οποίος περιγράφει μια θέση εντελώς ανούσια, προκειμένου να αναστατώσει τους άλλους, και η οποία λέγεται όταν κάποιος «είναι νέος και ανόητος» (Sarada, 2016).

1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ –ΠΡΟΔΡΟΜΑ ΦΑΙΝΟΜΕΝΑ

1.2.1 ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ TROLLING

Οι όροι troll και trolling, υπάρχουν και έχουν χρησιμοποιηθεί ήδη από το 16^ο αιώνα, σε άλλα πλαίσια πέρα από το διαδίκτυο. Παρ' όλα αυτά φαίνεται ότι υπάρχουν ομοιότητες και συνδέσεις με την σύγχρονη έννοια του trolling στο διαδίκτυο. Το αγγλικό ουσιαστικό troll, υπάρχει σε λεξικά με την έννοια του «άσχημου νάνου ή γίγαντα», ήδη από το 1610 και προέρχεται από την παλαιά νορβηγική λέξη "troll" που σημαίνει γίγαντας ή δαίμονας (Krappitz και Lialina, 2012).

Στο πλαίσιο αυτό ο όρος troll έχει χρησιμοποιηθεί ευρέως στην Σκανδιναβική λαογραφία και σε παιδικά παραμύθια, για να περιγράψει αντικοινωνικά και εριστικά πλάσματα, που δυσκόλευαν τη ζωή των ταξιδιωτών, χαρακτηριστικά τα οποία σύμφωνα με τους Krappitz και Lialina (2012), είναι εγγενή των σύγχρονων troll στο διαδίκτυο.

Επίσης ο όρος trolling στη σύγχρονη αγγλική γλώσσα, περιγράφει μια τεχνική ψαρέματος, τη λεγόμενη «συρτή» στην ελληνική γλώσσα, στην οποία ο ψαράς σύρει σιγά-σιγά στην επιφάνεια του νερού, το αγκίστρι με το δόλωμα (συνήθως ένα ψεύτικο ψάρι) από ένα κινούμενο σκάφος, προκειμένου να τσιμπήσουν τα ψάρια. Σύμφωνα με τον Jussinoja, (2018), το trolling ως τεχνική ψαρέματος και το trolling με τη μορφή που έχει σήμερα στο διαδίκτυο, έχει την ομοιότητα, ότι όπως και στο ψάρεμα, έτσι και στο διαδίκτυο ο troll, θέτει επίσης ένα δόλωμα με τη μορφή κειμένου, ώστε να προκαλέσει τους υπόλοιπους χρήστες να απαντήσουν.

Αν και το trolling είναι σήμερα ένα συχνό φαινόμενο στο διαδίκτυο, ιστορικά η προέλευση του και η χρονική στιγμή κατά την οποία πρωτοεμφανίστηκε στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες, είναι αβέβαιη. Υπάρχουν ενδείξεις ότι το trolling ως φαινόμενο στο διαδίκτυο, υπάρχει εδώ και πάνω από τρεις δεκαετίες. Σύμφωνα με τον Hardaker (2013), το Usenet, ένα από τα πρώτα συστήματα ηλεκτρονικής συζήτησης (chatting), έχει θεωρηθεί, ως ο ηλεκτρονικός τόπος όπου εμφανίστηκε το trolling το 1980, παρόλο που δεν υπάρχουν άμεσες αποδείξεις για αυτό. Ο ίδιος είχε εντοπίσει, με βάση προηγούμενες έρευνες, παραδείγματα μηνυμάτων στο Usenet,

όπου οι όροι troll ή trolling χρησιμοποιήθηκαν με παρόμοιο τρόπο, όπως σήμερα (Jussinoja, 2018).

Στον τομέα του διαδικτύου ωστόσο ο όρος trolling εισήχθη επίσημα στο λεξικό όρων OxfordEnglishDictionary, το 1992. Στο πλαίσιο αυτό περιέγραφε μια χιουμοριστική πρακτική που υπήρχε στο Usenet, κατά την οποία οι παλαιότεροι χρήστες, παρουσίαζαν στην ηλεκτρονική κοινότητα, ερωτήσεις ή θέματα που ήταν τόσο υπερβολικά, που μόνο ένας νέος χρήστης θα ανταποκρινόταν σοβαρά. Οι παλαιοί χρήστες και αναγνώστες αναγνώριζαν ότι μια τέτοια δημοσίευση έχει συζητηθεί επανειλημμένα, αλλά οι νέοι συνδρομητές της ομάδας δεν το αντιλαμβάνονταν και απαντούσαν. Αυτός ο τύπος trolling χρησίμευε ως πρακτική για τον εντοπισμό των νέων μελών της ομάδας (Jussinoja, 2018).

1.2.2 FLAMING

Το trolling στην ουσία αποτελεί μια μορφή αντι-κοινωνικής συμπεριφοράς στο διαδίκτυο και στο πλαίσιο αυτό, θεωρείται πως είναι η εξέλιξη άλλων παρόμοιων πρακτικών που εμφανίστηκαν προγενέστερα, όπως το flaming και το cyberbullying (Shepherd et al., 2015).

Το flaming είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται, μεταξύ άλλων, στις ηλεκτρονικές και διαδικτυακές επικοινωνίες για να περιγράψει τα επιθετικά σχόλια και μηνύματα προς τρίτους, ήδη από το 1980. Στην ουσία το flaming και το trolling, είναι δύο όροι που έχουν μεγάλη ομοιότητα σε κάποιες από τις πτυχές τους, και πολλές φορές χρησιμοποιούνται συνώνυμα στα μέσα μαζικής ενημέρωσης (Golf-Papez και Veer, 2017).

Οι συμπεριφορές flaming έχουν από πολλούς ερευνητές θεωρηθεί ως ένα είδος trolling, οδηγώντας στην ανάπτυξη του όρου flametrolling, στον οποίο οι troll δημοσιεύουν επιθετικά σχόλια και στέλνουν επιθετικά μηνύματα σε τρίτους (Shepherd et al., 2015). Ο Bishop (2012) αναφέρει επίσης ότι ο όρος αυτός περιγράφει όλους τους troll των οποίων οι προθέσεις είναι να βλάψουν τους άλλους. Γενικά το flaming έχει χαρακτηριστεί ως μήνυμα που προορίζεται να προσβάλλει, να προκαλέσει ή να επιπλήξει και περιλαμβάνει εχθρότητα και χρήση προσβλητικής γλώσσας (McCosker, 2014). Το flaming έχει σκοπό να υποκινήσει οποιονδήποτε το διαβάσει

και μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί για να εκφράσει τη διαφωνία, τις διαφορετικές απόψεις και το χιούμορ (Herringetal., 2002).

Ωστόσο σύμφωνα με τον Hardaker (2013), οι δύο έννοιες έχουν επίσης διαφορές, μιας και το flaming δεν είναι σκόπιμα παραπλανητικό, όπως το trolling, παρόλο που οι δύο όροι μοιράζονται τις πτυχές της επιθετικότητας και της ενδεχόμενης χειραγώγησης. Το trolling έχει σκοπό να προκαλέσει, ενώ το flaming είναι μια αντίδραση στην πρόκληση (Golf-Papez και Veer, 2017). Οι δύο συμπεριφορές συχνά θεωρούνται συνώνυμες, επειδή αποσκοπούν αμφότερες, στη διακοπή των συνομιλιών και μπορούν να οδηγήσουν σε επιδείνωση των λογομαχιών και των διαφωνιών (Herringetal., 2002).

1.2.3 CYBERBULLYING

Το cyberbullying είναι επίσης ένας όρος που συχνά συνδέεται με το trolling. Το cyberbullying ορίζεται ευρέως ως η παρενόχληση στο διαδίκτυο (Shaw, 2013). Πράγματι τα δύο φαινόμενα φαίνεται πως έχουν κάποια κοινά σημεία, όπως το γεγονός ότι και τα δύο αποτελούν μορφές επαναλαμβανόμενης παρενόχλησης ή επιθετικότητας στον κυβερνοχώρο. Έτσι το cyberbullying έχει παρουσιαστεί πολλές φορές ως ένα είδος trolling.

Ωστόσο ο Hardaker (2010) αναφέρει ότι το trolling έχει ως στόχο ανώνυμους χρήστες και στο πλαίσιο αυτό ο troll μπορεί να μην γνωρίζει το θύμα του στον πραγματικό κόσμο, σε αντίθεση με το cyberbullying, όπου ο κυβερνο-εκφοβιστής γνωρίζει τα θύματα του και έξω από το διαδίκτυο. Έτσι στο cyberbullying η πρόθεση είναι πιο απλή και οι συμπεριφορές είναι πολύ άμεσες και στοχοθετημένες (Buckelsetal., 2014).

Το cyberbullying είναι επίσης μια επαναλαμβανόμενη δραστηριότητα και η πρόθεσή του είναι να προκαλέσει βλάβη σε συγκεκριμένα άτομα, σε αντίθεση με το trolling που αποτελεί ένα ευρύτερο σύνολο συμπεριφορών και μπορεί να γίνει μεμονωμένα, ακούσια ή σκόπιμα. Αυτοί που κάνουν cyberbullying στοχεύουν άτομα που δεν μπορούν εύκολα να υπερασπιστούν τον εαυτό τους και έτσι υπάρχει μια ανισορροπία εξουσίας, η οποία δεν συναντάται αποκλειστικά στο trolling. Στην ουσία το cyberbullying αποτελεί μια μορφή εκφοβισμού (bullying) στο διαδίκτυο (Jussinoja, 2018).

1.3 Είδη trolling και παραδείγματα

Αν και υπάρχουν πολλά είδη trolling, μέχρι σήμερα δεν έχει αναπτυχθεί μια σαφής κατηγοριοποίηση των διαφορετικών τύπων και υπότυπων. Πρόσφατα ο Nuccitelli (2017) συγκέντρωσε πάνω από 100 διαφορετικούς τύπους trolling στην ιστοσελίδα του από διαφορετικές πηγές στο διαδίκτυο, υποδεικνύοντας ότι η κατηγοριοποίηση των συμπεριφορών trolling είναι αντιπαραγωγική.

Πολλοί ερευνητές κάνουν λόγο μόνο για συγκεκριμένα είδη trolling, τα οποία συνδέονται με ένα συγκεκριμένο θέμα ή με μια συγκεκριμένη ιστοσελίδα στο διαδίκτυο ή με ένα ευρύτερο σύνολο παρόμοιων ιστοσελίδων στο διαδίκτυο (Bishop, 2012). Για παράδειγμα ο Phillips (2011) εστίασε στο φαινόμενο των οργανωμένων συμπεριφορών trolling στη πλατφόρμα του Facebook, ειδικά σε σχέση με ομάδες και σελίδες ηλεκτρονικών μιμίδιών (memes) και χιουμοριστικές σελίδες, η Mantilla (2013) εστιάζει στο φαινόμενο του trolling που είναι σχετικό με το φύλο (gendertrolling), οι Pulman και Taylor (2012), αναλύουν το σύνδρομο Munchausen από τους διαδικτυακούς trolls, οι Shachaf και Hara (2010) κάνουν αναφορά στα trolls στην ιστοσελίδα Wikipedia και οι Sanfilippoetal, (2017) αναλύουν το πολιτικό και κοινωνικό trolling.

Πολλοί ερευνητές έχουν κατηγοριοποιήσει τα είδη trolling, με βάση το αν είναι διασκεδαστικό ή προσβλητικό, αν και το trolling τείνει να έχει περισσότερο αρνητική σημασία. Για παράδειγμα ο Bishop (2014) κάνει διαχωρισμό ανάμεσα στο «flamingtrolling» και στο «kudostrolling». Περιγράφει το flamingtrolling, ως ένα φαινόμενο κατά το οποίο κάποιος ξεκινά μια φαινομενικά δικαιολογημένη συζήτηση ή θέτει μια ερώτηση, αλλά με τελικό στόχο να τραβήξει την προσοχή σε άλλους, σε ανούσιες συζητήσεις. Αυτό το είδος trolling δεν περιορίζεται να είναι χιουμοριστικό, σε σύγκριση με το «kudostrolling», το οποίο μπορεί να βασίζεται σε παραβατικό χιούμορ, αν και όχι αποκλειστικά. Αυτό λαμβάνει υπόψη το γεγονός, ότι αυτό που μπορεί να είναι εξαιρετικά προσβλητικό για ένα άτομο μπορεί να είναι διασκεδαστικό για ένα άλλο (Bishop, 2012).

Παρόμοια οι Sanfilippoetal (2018), έκαναν έναν διαχωρισμό σε τέσσερις κατηγορίες, οι οποίες είναι το σοβαρό trolling (serioustrolling) το οποίο διαχωρίζεται

από το σοβαρό μη-trolling (seriousnon-trolling) και το χιουμοριστικό trolling (humoroustrolling), το οποίο διαχωρίζεται από το χιουμοριστικό μη-trolling (humorousnon-trolling). Στην ουσία οι δύο βασικές κατηγορίες ήταν το σοβαρό trolling και το χιουμοριστικό trolling και οι άλλες δύο κατηγορίες αφορούσαν αυτό που δεν είναι σοβαρό trolling και αυτό που δεν είναι χιουμοριστικό trolling. Το σοβαρό trolling ορίστηκε ως η σκόπιμη, προκλητική και ψευδο-ειλικρινή συμπεριφορά που αντικατοπτρίζουν σοβαρές απόψεις και αξίες, ενώ από την άλλη υπάρχουν οι ειλικρινείς συμπεριφορές που αντικατοπτρίζουν σκόπιμα την κοινή γνώμη και μπορούν να ερμηνευθούν εκ πρώτης όψεως (seriousnon-trolling). Το χιουμοριστικό trolling είναι η σκόπιμα προκλητική και επαναλαμβανόμενη συμπεριφορά που προκαλούνται από προσωπική ή κοινωνική απόλαυση ή ψυχαγωγία, ενώ αντίθετα υπάρχει και η επαναλαμβανόμενη, σατυρική, και συχνά προκλητική συμπεριφορά, που όμως δεν συνδέεται με το trolling, επειδή δεν είναι ψευδο-ειλικρινής.

Οι Fichman και Sanfilippo (2016) διαχώρισαν επίσης τις συμπεριφορές trolling σε έξι κατηγορίες, με βάση τα κίνητρα και τα θέματα ως παράγοντες διαχωρισμού:

- 1) το grief ή RIPtrolling, το οποίο γίνεται σε ιστοσελίδες αφιερωμένες σε όσους πρόσφατα έχασαν τη ζωή τους και στα θύματα μαζικών τραγωδιών, και επιδιώκει να επικρίνει όσους σχετίζονται με την τραγωδία
- 2) το ιδεολογικό trolling, στο οποίο οι troll επιδιώκουν να επιτύχουν έναν ιδεολογικό στόχο και συχνά μοιάζουν ή συνδέονται με ακτιβιστές και διαμαρτυρίες
- 3) το LOLtrolling, στο οποίο οι troll αναζητούν συχνά διασκέδαση και χιούμορ, συχνά μέσω σαρκασμού και ειρωνείας, και τα θύματα των οποίων καλούνται μερικές φορές lolcows
- 4) το μη-ιδεολογικό trolling, το οποίο δεν συσχετίζεται με κάποια συγκεκριμένη ιδεολογία και μπορεί να αφορά μη ευαίσθητες και πιο καλοπροαίρετες συμπεριφορές trolling, όπως trolling που έχει στόχο αρχάριους χρήστες
- 5) το θρησκευτικό trolling, το οποίο γίνεται σε διαδικτυακές κοινότητες θρησκευτικών οργανώσεων και διαδικτυακές κοινότητες σχετικές με τη

θηρσκεία γενικότερα, από αυτούς που διαφωνούν με τις συγκεκριμένες θηρσκευτικές πεποιθήσεις, δημοσιεύοντας αντιφάσεις στις θηρσκευτικές διδασκαλίες

- 6) το πολιτικό trolling, το οποίο επιδιώκει να υπονομεύσει την ιδεολογική αντιπολίτευση. Οι trolls εδώ θέτουν επιχειρήματα που αντιτίθεται ή απορρίπτουν μια πολιτική ιδεολογία, χλευάζουν τους αντιπάλους τους και δημοσιεύουν εξωφρενικά σχόλια για να δημιουργήσουν ένα ακραίο διάλογο και να υπονομεύσουν τους αντιπάλους τους. Είναι επίσης κοινό για τους πολιτικούς troll να χρησιμοποιούν φάρσα και σάτιρα για να εκφράσουν ψευδο-ειλικρινή υποστήριξη για ακραίες θέσεις, καθώς και να χρησιμοποιούν τεχνικές ονοματοδοσίας και αποδιοργάνωσης.

Υπάρχουν επίσης μερικές ανεξάρτητες κατηγορίες που έχουν προτείνει άλλοι ερευνητές. Ο Hardaker (2010) για παράδειγμα κάνει λόγο για το spamtrolling, ως τη συμπεριφορά των troll που θεωρείται ενοχλητική και όχι απαραίτητα προσωπικά επιθετική απέναντι σε συγκεκριμένους χρήστες.

Οι Coles και West (2016) κάνουν επίσης λόγο για το αποδεκτό trolling (acceptable trolling), το οποίο μπορεί να διαχωριστεί σε δύο κατηγορίες, το άστοχο/ανάρμοστο/απρεπές trolling (inept trolling) και το νοσταλγικό trolling (nostalgic trolling). Το πρώτο αποτελεί μια μορφή flaming, στην οποία οι troll είναι εύκολο να εντοπιστούν, και έτσι αποτυγχάνει να ενοχλήσει ή να οδηγήσει σε άσκοπη συζήτηση, αλλά αντίθετα αποτελεί πηγή διασκέδασης. Το nostalgic trolling αποτελεί επίσης μια αβλαβή ενόχληση, που δεν αξιοποιείται από το πόσο εύκολο είναι για τα μέλη του διαδικτυακού χώρου να εντοπίζουν τις προθέσεις τους και να ανταποκρίνονται κατάλληλα. Παρά τις προθέσεις αυτών των troll να διαταράσσουν τις ηλεκτρονικές κοινότητες, παρουσιάζεται ως μη ικανοί να διαχειριστούν σωστά τα εξελιγμένα μέλη της διαδικτυακής κοινότητας και το trolling αυτού του τύπου δεν είναι επιτυχές.

Η Mantilla (2013) πρότεινε επίσης το trolling σχετικά με το φύλο (gendertrolling), ως ένα είδος trolling που απευθύνεται σε γυναίκες και συνίσταται σε συντονισμένες επιθέσεις από αρκετούς trolls, προσβολές για το γυναικείο φύλο, απειλές, ασυνήθιστα έντονες επιθέσεις και συχνά αποτελεί μια αντίδραση για γυναίκες που είναι γνωστές. Σύμφωνα με την ερευνήτρια, η ηλεκτρονική

παρενόχληση είναι ένας τρόπος να αποκλειστούν οι φωνές των γυναικών από τους ψηφιακούς χώρους, αν και υποστηρίζεται ότι οι γυναίκες δεν ήταν ποτέ ισότιμες στο διαδίκτυο. Όταν η συμπεριφορά μιας γυναίκας θεωρείται αποκλίνουσα από τους κανόνες της υποτακτικής θηλυκότητας, η σεξουαλική κακοποίηση που λαμβάνει, εξαρτάται επίσης ιδιαίτερα από την τοποθέτηση των γυναικών ως σεξουαλικών αντικειμένων.

Σύμφωνα με τον Jussinoja, (2018), το trolling μπορεί να γίνεται μεμονωμένα από χρήστες, είτε οργανωμένα. Οι Shachaf και Hara (2010) αναφέρουν ότι οι troll λειτουργούν ως επί το πλείστον μεμονωμένα και εξαιτίας της έλλειψης κοινής ιδεολογίας. Αν και ο αριθμός των troll που εμφανίζονται σε διάφορους διαδικτυακούς χώρους είναι μικρός, μπορούν να δημιουργήσουν κοινότητες. Τα άτομα που είναι αφοσιωμένα στο trolling, μπορεί να συμμετέχουν σε μια κοινότητα μέσω δικών τους φόρουμ όπου επικοινωνούν με άλλους troll και οργανώνουν επιθέσεις εναντίον ατόμων, τοποθεσιών ή εμπορικών σημάτων.

Σε κάθε περίπτωση η ανωνυμία είναι σημαντική ανεξάρτητα από τον διαδικτυακό χώρο που γίνεται το trolling ή ανεξάρτητα από την αλληλεπίδραση μεταξύ των trolls. Η ανωνυμία μάλιστα πολλές φορές επιβάλλεται από το επίπεδο του συστήματος σε ορισμένους ιστοχώρους αλλά και από τους κανόνες που υπάρχουν στις κοινότητες. Οι trolls είναι συχνά προσεκτικοί, στο να μην αποκαλύψουν τυχόν πληροφορίες ταυτοποίησης, προκειμένου να διασφαλίσουν ότι μπορούν να εκφράσουν ακραίες απόψεις. Το οργανωμένο trolling είναι συχνά μια ανώνυμη δραστηριότητα (Wi&Lee, 2014) ωστόσο κάποιες σελίδες όπως το Facebook, έχει ενισχύσει τη σύνδεση μεταξύ των trolls και πραγματικών προσώπων. Το Facebook επέτρεψε στο trolling να καταστεί μια κοινωνική δραστηριότητα σε αντίθεση με τα περισσότερα από τα οργανωμένα φόρουμ, όπου οι trolls είναι απολύτως ανώνυμοι και δεν δημιουργούν κοινωνικές σχέσεις με άλλους (Jussinoja, 2018).

Σύμφωνα με τον Bartlett (2015), στο οργανωμένο trolling, οι trolls απολαμβάνουν την επικοινωνία με άλλους trolls και χρησιμοποιούν κρυφά κανάλια για να συντονίσουν τις προσπάθειές τους για να κάνουν trolling ή για να διαφωνήσουν μεταξύ τους για διασκέδαση. Η πιο γνωστή ομάδα trolls ήταν οι Anonymous που ξεκίνησε από το 4chan και τελικά διαμορφώθηκαν σε μια συλλογική ομάδα χάκερ που είναι γνωστή σε όλο τον κόσμο (Phillips, 2013).

Μια πρακτική που είναι επίσης κοινή μεταξύ των troll είναι το doxxing, το οποίο αναφέρεται στην πρακτική της έρευνας με βάση το διαδίκτυο και της μετάδοσης ιδιωτικών πληροφοριών ή πληροφοριών ταυτοποίησης (ιδιαίτερα ευαίσθητων προσωπικών πληροφοριών) σχετικά με ένα άτομο ή μια οργάνωση. Οι μέθοδοι που χρησιμοποιούνται για να αποκτηθούν αυτές οι πληροφορίες περιλαμβάνουν την αναζήτηση δημόσια διαθέσιμων βάσεων δεδομένων και ιστοσελίδων κοινωνικών δικτύων (όπως το Facebook), το hacking, και την κοινωνική μηχανική. Οι troll μπορεί να χρησιμοποιήσουν το doxxing, ως εργαλείο για να εκφοβίσουν ή να βλάψουν άλλα άτομα, π.χ. μπορεί να απειλήσουν στους εργοδότες τους. Τα μέλη μιας κοινότητας μπορούν επίσης να κάνουν το ίδιο για τους troll, σε μια προσπάθεια να τους σταματήσουν (Hardaker, 2015).

Toraiding (επιδρομή), είναι επίσης μια πρακτική των troll. Η επιδρομή είναι μια πράξη που γίνεται από πολλούς trolls, οι οποίοι εκτελούν μια συντονισμένη επίθεση trolling σε έναν στόχο. Οι trolls χρησιμοποιούν επίσης άλλα εργαλεία όπως spamming, ανάρτηση προσβλητικού περιεχομένου, και πρακτικές flaming (Higgins, 2013).

Συνολικά, φαίνεται ότι το trolling λαμβάνει διαφορετικές μορφές, ανάλογα με την διαδικτυακή πλατφόρμα στην οποία αναπτύσσεται. Οι troll συνήθως προσαρμόζονται στην διαδικτυακή πλατφόρμα που χρησιμοποιούν, και ορισμένες μέθοδοι trolling είναι ειδικές για την πλατφόρμα. Οι trolls φαίνεται να είναι παρόντες σχεδόν σε όλους τους διαθέσιμους διαδικτυακούς χώρους και μπορεί συνεχώς να ανακαλύπτουν νέους τρόπους για να κάνουν trolling (Barlet, 2015).

Στο πλαίσιο αυτό το trolling έχει καταγραφεί και αναφερθεί σε πολλές διαδικτυακές πλατφόρμες, όπως τα κοινωνικά δίκτυα, τα φόρουμ συζήτησης κυρίως σε ιστοσελίδες ειδήσεων, τα blogs, κ.α.. Για παράδειγμα η πλατφόρμα 4chan's είναι το επίκεντρο της online δραστηριότητας trolling, στην οποία υπάρχουν δεκάδες χιλιάδες trolls, που έχουν αυτό-προσδιοριστεί ως τέτοιοι (Phillips, 2011). Ο Phillips (2015) δήλωσε επίσης ότι οι πλατφόρμες επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τον τρόπο με τον οποίο διαμορφώνονται οι κοινότητες και ποιες δραστηριότητες είναι δυνατόν να επιτευχθούν σε αυτές.

Επίσης οι έρευνες δείχνουν ότι το trolling, δεν είναι μόνο ένα φαινόμενο που περιορίζεται σε συγκεκριμένες, αν και στην Δυτική κουλτούρα είναι πιο έντονο, αλλά αποτελεί ένα παγκόσμιο φαινόμενο. Το trolling γίνεται σε μεγάλο εύρος σε τοπικές

πλατφόρμες στην Κίνα (deSeta, 2013) και τη Νότια Κορέα (Wi&Lee, 2014). Οι trolls σε διάφορους διαδικτυακούς χώρους έχουν προσαρμοστεί στο περιβάλλον τους, οπότε το trolling είναι διαφορετικό στο Facebook, το YouTube, τα βιντεοπαιχνίδια και το Twitter για παράδειγμα (Griffiths, 2014).

2 ΤΟ TROLLING ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

2.1 ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΙ ΑΝΤΙΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Το περιεχόμενο που δημιουργείται από χρήστες είναι κρίσιμο για την επιτυχία οποιασδήποτε διαδικτυακής πλατφόρμας. Ωστόσο υπάρχουν χρήστες οι οποίοι συνηθίζουν να συμμετέχουν σε αντικοινωνική συμπεριφορά, επηρεάζοντας αρνητικά τους άλλους χρήστες και βλάπτοντας την κοινότητα (Chengetal, 2015).

Η αντικοινωνική συμπεριφορά στο διαδίκτυο μπορεί να θεωρηθεί ως επέκταση μιας παρόμοιας αντικοινωνικής συμπεριφοράς εκτός διαδικτύου και περιλαμβάνει πράξεις επιθετικότητας, παρενόχλησης και εκφοβισμού (Chengetal, 2017).

Σύμφωνα με τους Maetal (2011), η αντικοινωνική συμπεριφορά στο διαδίκτυο μπορεί να λάβει περισσότερες μορφές, όταν γίνεται ιδιαίτερα λόγος για τους έφηβους. Έτσι η αντικοινωνική συμπεριφορά στο διαδίκτυο μπορεί να περιλαμβάνει παράνομη λήψη διαδικτυακού περιεχομένου, κυβερνοεκφοβισμό, συμπεριφορές εξαπάτησης, συμμετοχή σε τυχερά παιχνίδια ή συμμετοχή σε παράνομες δραστηριότητες όπως η πώληση πλαστών προϊόντων ή προσβλητικού πορνογραφικού υλικού ή η πραγματοποίηση ηθικών ή κοινωνικά απαράδεκτων δραστηριοτήτων.

Το εάν μια συμπεριφορά θεωρείται «κακή» ή αντι-κοινωνική καθορίζεται από την ερμηνεία της συμπεριφοράς του ατόμου-στόχου. Κάτι που προσβάλλει ένα άτομο μπορεί να είναι αβλαβές σε κάποιον άλλο. Περαιτέρω, το πλαίσιο στο οποίο συμβαίνει η συμπεριφορά είναι ένας ισχυρός καθοριστικός παράγοντας για το αν κρίνεται ότι είναι κακό. Για παράδειγμα, σε ένα παιχνίδι, ορισμένες συμπεριφορές εκ μέρους των χρηστών θεωρούνται «μέρος του παιχνιδιού», ενώ σε άλλα περιβάλλοντα, οι ίδιες συμπεριφορές θεωρούνται απαράδεκτες. Έτσι η αντικοινωνική συμπεριφορά στο διαδίκτυο μπορεί να θεωρηθεί ευρέως ως μια αποσπασματική συμπεριφορά που οι χρήστες θεωρούσαν ότι δεν ανήκει σε ένα συγκεκριμένο διαδικτυακό περιβάλλον (Davis, 2002).

Η διαδικτυακή αντικοινωνική συμπεριφορά αυξάνει τον θυμό και τη θλίψη, και απειλεί την κοινωνική και συναισθηματική ανάπτυξη των εφήβων. Στην

πραγματικότητα, ο πόνος της λεκτικής ή κοινωνικής επιθετικότητας μπορεί επίσης να παραμείνει για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, από εκείνον της σωματικής επιθετικότητας. Η αντικοινωνική συμπεριφορά μπορεί να παρατηρηθεί συχνά στις δημόσιες συζητήσεις στο διαδίκτυο, είτε στις ιστοσελίδες ειδήσεων είτε στα κοινωνικά μέσα ενημέρωσης (Chengetal, 2017).

Η αντικοινωνική συμπεριφορά είναι βασικό χαρακτηριστικό των ατόμων που κάνουν trolling. Γενικά ο όρος της αντι-κοινωνικότητας αναφέρεται σε οποιαδήποτε πράξη επιδιώκει να διαταράξει την κοινωνική συνοχή μιας δεδομένης κατάστασης. Ένας troll, έχει οριστεί με πολλούς τρόπους, ως ένα άτομο που αρχικά προσποιείται ότι είναι νόμιμος συμμετέχων, αλλά αργότερα επιχειρεί να διαταράξει την κοινότητα, ως κάποιος που διακόπτει σκόπιμα τις συζητήσεις σε μια κοινότητα, ή βρίσκει ευχαρίστηση στο να αναστατώσει τους άλλους, ή έχει θεωρηθεί ευρύτερα ως ένα άτομο με αρνητική και αντικοινωνική συμπεριφορά στο διαδίκτυο (Chengetal, 2017). Απλώς ο στόχος της ανεπιθύμητης προσοχής και της παρενόχλησης είναι στην πιο βασική του έννοια αντικοινωνικοί. Μερικοί trolls μπορεί να ισχυρίζονται ότι δεν γνώριζαν ότι η συμπεριφορά που επέβαλαν σε άλλους ήταν απαράδεκτη ή ακατάλληλη (Owenetal, 2017).

2.2 ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ TROLL

Η μελέτη του προφίλ των troll είναι δύσκολη, επειδή ο εντοπισμός τους είναι δύσκολος, λόγω της ανωνυμίας που προσφέρει το διαδίκτυο. Στο πλαίσιο αυτό οι περισσότεροι troll παραμένουν άγνωστοι και μόνο ένας μικρός αριθμός αυτών εκτίθενται (Jussinoja, 2018).

2.2.1 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Ο Phillips (2013) δήλωσε ότι είναι αδύνατο να επαληθευτεί η ακριβής ταυτότητα και τα δημογραφικά τους στοιχεία, επειδή οι troll δεν αποκαλύπτουν πληροφορίες που θα μπορούσαν να οδηγήσουν στην ταυτοποίησή τους και συχνά μπορεί να παρουσιάζουν ψευδείς δηλώσεις για το φύλο ή την ηλικία τους. Ωστόσο ο ίδιος ερευνητής έκανε μια έρευνα προσπαθώντας να προδιαγράψει τα δημογραφικά

χαρακτηριστικά τους, εξετάζοντας τη γλώσσα που χρησιμοποιείται και τη συμμετοχή σε θέματα σχετικά με την πολιτική, στην ιστοσελίδα 4chan. Κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι 4chananonstrolls (anon είναι ένα όνομα που τα μέλη της 4chan έχουν υιοθετήσει και είναι σύντομος όρος του ανώνυμου), είναι άτομα που προέρχονται κυρίως από μεσαίες αστικές τάξεις, και είναι άνδρες.

Σε παρόμοια συμπεράσματα, κυρίως όσο αφορά το φύλο των troll έχουν καταλήξει και άλλες έρευνες, καθώς συχνά αναφέρεται ότι οι troll είναι άτομα ανδρικού φύλου, επειδή οι άνδρες έχουν ιστορικά εμπλακεί περισσότερο σε αρνητικές συμπεριφορές στο διαδίκτυο. Σύμφωνα με τους Buckelsetal (2014) οι άντρες κατέχουν υψηλότερη θέση στη χρήση του διαδικτύου και στις αντικοινωνικές συμπεριφορές στο διαδίκτυο. Ορισμένες μελέτες έχουν διαπιστώσει ότι οι άνδρες ασχολούνται περισσότερο με το trolling απέναντι στις γυναίκες (Craker και March, 2016).

Ο Phillips (2011), σε μια έρευνα εντόπισε μόνο ένα μικρό σύνολο γυναικών ως troll, υποστηρίζοντας την άποψη, ότι το trolling είναι έντονα ανδροκρατούμενη δραστηριότητα. Σχεδόν όλες οι μελέτες, οι οποίες έχουν ασχοληθεί με το φύλο των troll, συμφωνούν ότι το trolling είναι συμπεριφορά που κυριαρχείται από άνδρες.

Παρ' όλα αυτά οι March, Grieve, Marrington και Jonason (2017), διαπίστωσαν ότι δεν υπήρχε διαφορά στον αριθμό των ανδρών και των γυναικών troll που υπήρχαν στην ιστοσελίδα Tinder. Αυτό υποδηλώνει ότι το είδος της διαδικτυακής πλατφόρμας, μπορεί να επηρεάζει το φύλο των troll, έτσι ώστε σε κάποιες ιστοσελίδες να υπάρχει μεγαλύτερη συγκέντρωση troll που είναι άνδρες και σε άλλες να υπάρχει ίδια κατανομή ανδρών και γυναικών.

Σε ότι αφορά τα χαρακτηριστικά της εθνικότητας και της καταγωγής, οι troll γενικά θεωρούνται ότι είναι λευκοί. Σύμφωνα με τον Phillips (2013), το trolling κατευθύνεται κυρίως από τους λευκούς, ωστόσο αυτό δεν μπορεί να είναι απόλυτο, επειδή πολλοί troll σηματοδοτούν τους εαυτούς τους, ως άλλης φυλής.

Αναφορικά με την ηλικία των troll, φαίνεται ότι το φαινόμενο του trolling, σχετίζεται συχνά με τους εφήβους και σύμφωνα με τον Griffiths (2014), η κάλυψη από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης γύρω από τους εφήβους έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια.

Ο Phillips (2013) είχε εκτιμήσει επίσης ότι οι περισσότεροι troll ανήκουν στην ηλικιακή κατηγορία μεταξύ 18 και 30 ετών, βασιζόμενος στις πολιτιστικές αναφορές που χρησιμοποιήθηκαν.

2.2.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑΣ

Υπάρχουν επίσης πολλές έρευνες που μελετούν τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας και τη συμπεριφορά των troll. Έρευνες σχετικά με το προφίλ των troll, προτείνουν ότι οι troll γεννιούνται με την προδιάθεση της προσωπικότητας και των βιολογικών χαρακτηριστικών τους στο trolling, ωστόσο ο καθένας μπορεί να γίνει troll (Chengetal., 2017).

Ο Phillips (2015) είχε καταλήξει στο συμπέρασμα ότι οι troll είναι πιθανό να είναι προνομιάχα άτομα, ενώ οι Synnottetal, (2017) διαπίστωσαν επίσης ότι η δραστηριότητα των troll μειώνεται κατά τη διάρκεια της ημέρας, όταν οι άνθρωποι συνήθως θα εργάζονται.

Η πρόθεση εξαπάτησης είναι σύμφωνα με τον Hardaker (2013), ένα σημαντικό χαρακτηριστικό της συμπεριφοράς των troll, που εκδηλώνεται από δήλωση ψευδούς ταυτότητας και προθέσεων. Οι περισσότεροι troll για παράδειγμα συχνά προσποιούνται ότι είναι κάποιος άλλος δημιουργώντας διαφορετικά προφίλ και πρόσωπα. Μπορεί επίσης να ισχυριστούν ότι είναι εμπειρογνώμονες σε ορισμένα θέματα, ώστε να προκαλέσουν το ενδιαφέρον άλλων χρηστών και στη συνέχεια να διαταράξουν τη συζήτηση. Πολλοί troll δημοσιεύουν επίσης κάποιο παράπονο, ως εργαλείο για να πάρουν αντιδράσεις από επιχειρήσεις ή από τους καταναλωτές (Hardaker, 2013).

Η επιθετικότητα είναι επίσης ένα χαρακτηριστικό της συμπεριφοράς των troll. Προκειμένου να προκαλέσουν τους στόχους τους, μπορούν να χρησιμοποιήσουν μηνύματα που ξεπερνούν τα όρια και ανεπιθύμητα μηνύματα spam και να κάνουν χρήση προσβλητικής γλώσσας (Synnottetal, 2017).

Η ανικανότητα και η εκδίκηση έχουν προταθεί επίσης από τους Owensetal (2017), ως μια κινητήρια δύναμη του trolling. Η ανικανότητα προέρχεται από ένα αίσθημα ανεπάρκειας και δυσαρέσκειας που συνδέεται με τις περιστάσεις της ζωής ενός ατόμου και από μια αντιληπτή ανικανότητα ή οργή που βιώνει στον πραγματικό

κόσμο. Αυτό τον ωθεί να συσχετίζει το μειονέκτημα του, με τα αθέμιτα πλεονεκτήματα των άλλων άλλου και έτσι να θέλει να εκδικηθεί τους άλλους. Στο πλαίσιο αυτό ο troll του διαδικτύου επιδιώκει να κυριαρχήσει τους άλλους και να εξαλείψει τα συναισθήματα ανεπάρκειας του, δημιουργώντας μια ηθική συσσώρευση. Σε μια κατάσταση κατά την οποία λαμβάνει χώρα το trolling, η αντιληπτή αδικία του troll εκδηλώνεται ως πράξη εκδίκησης προς το θύμα. Έτσι ο troll βρίσκει ευχάριστο να ταλαιπωρεί τους άλλους. Η ευχαρίστηση αυτή είναι ακόμα μεγαλύτερη αν υπάρχει μεγαλύτερη διαφορά στην κοινωνική θέση, όπως για παράδειγμα, στην περίπτωση που ένα άτομο με χαμηλή κοινωνικοοικονομική κατάσταση, κάνει troll σε έναν αναγνωρίσιμο και σεβαστό ακαδημαϊκό. Αυτό μπορεί να συνοδεύεται από μια υπερβολική αίσθηση δικαιώματος και έλλειψη σεμνότητας (Owensetal, 2017).

Υπάρχουν επίσης έρευνες, οι οποίες έχουν προσπαθήσει να υπολογίσουν το μέγεθος του trolling στο διαδίκτυο, εξετάζοντας επιλεγμένες ομάδες ατόμων. Για παράδειγμα ο Griffiths (2014) σε μια έρευνα που είχε κάνει μεταξύ εφήβων χρηστών του διαδικτύου (ηλικίας 14-18 ετών), είχε βρει ότι ένας στους δέκα ερωτηθέντες παραδέχτηκε ότι είχε κάνει έστω και μια φορά troll. Παρόμοια οι Buckelsetal, (2014) οι οποίοι διεξήγαγαν μια έρευνα σε 418 συμμετέχοντες, βρήκε ότι 5,6% αυτών ανέφερε ότι είχε κάνει trolling.

Σε μια άλλη έρευνα ο Gammon, (2014) έδειξε ότι το 28% των Αμερικανών παραδέχτηκε κακόβουλη δραστηριότητα στο διαδίκτυο, η οποία απευθυνόταν σε κάποιον που δεν ήξεραν. Αυτή η έρευνα ανέφερε επίσης ότι το 12% των ατόμων με κακόβουλη συμπεριφορά στο διαδίκτυο, παραδέχτηκε ότι είχε ξεπεράσει τα όρια, με αποτέλεσμα τα σχόλια τους, να διαγραφούν από τους συντονιστές και τους διαχειριστές των ιστοσελίδων.

Ωστόσο σύμφωνα με τους Golf-Papez και Veer (2017), το μέγεθος του trolling στο διαδίκτυο είναι δύσκολο να προσδιοριστεί, και πιθανώς να είναι μεγαλύτερο από αυτό που αναφέρεται στις έρευνες, επειδή πολλοί troll αποκρύπτουν τη συμπεριφορά τους αυτή και δεν την παραδέχονται, καθώς το trolling έχει χαρακτηριστεί σε μεγάλο βαθμό ως ένα μη κοινωνικά αποδεκτό φαινόμενο.

Η συχνότητα της δραστηριότητας του trolling συσχετίζεται επίσης με την αντι-κοινωνική χρήση της τεχνολογίας. Για παράδειγμα, ο ηλεκτρονικός εκφοβισμός συχνά διαπράττεται από χρήστες του διαδικτύου που περνούν πολλές ώρες καθημερινά σε αυτό, και τα άτομα αυτά χρησιμοποιούν κινητές τεχνολογίες

περισσότερο από άλλους - όχι για κοινωνικοποίηση, αλλά για προσωπική ψυχαγωγία (Phillips&Butt, 2006).

Ομοίως, μια ομάδα ατόμων που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για μη κοινωνικούς σκοπούς, όπως χαρακτηριστικά είναι οι χρήστες που παίζουν διαδικτυακά παιχνίδια, επιδεικνύουν χαμηλότερα επίπεδα ευελιξίας και συνείδησης από άλλους και είναι πιο πιθανό να εμπλέκονται σε συμπεριφορές trolling και bullying στο διαδίκτυο (Graham&Gosling, 2013).

2.2.3 ΟΙ ΤΥΠΟΙ ΤΩΝ TROLL

Τέλος οι Bishopetal (2014), επιχείρησαν να ταξινομήσουν τους troll, με βάση το είδος της συμπεριφοράς trolling που εκδηλώνουν στο διαδίκτυο. Ως εκ τούτου αναγνώρισαν 4 τύπους trollμε περαιτέρω υπότυπους:

- 1) Στην πρώτη ομάδα ανήκουν οι haters (μισητές), οι οποίοι επιθυμούν προκαλούν αναταραχές στις διαδικτυακές συζητήσεις, χωρίς να έχουν κάποιο πραγματικό όφελος από τους άλλους. Στην κατηγορία αυτή υπάρχουν:
 - a. οι e-vengers, οι οποίοι κάνουν trolling προκειμένου να βάλουν «τρικλοποδιά» σε κάποιους ώστε να αποκαλύψουν τις πραγματικές τους θέσεις,
 - b. οι iconoclast (εικονομάχοι), οι οποίοι οδηγούνται από «καταστρεπτικές» δυνάμεις και οι οποίοι συμμετέχουν στο trolling, για να βοηθήσουν τους άλλους να ανακαλύψουν «την αλήθεια», συχνά λέγοντάς τους τα πράγματα, με γεγονότα, οδηγώντας όμως σε μια κατάσταση ανησυχίας. Μπορούν να δημοσιεύσουν συνδέσμους σε περιεχόμενο που έρχεται σε αντίθεση με την κοσμοθεωρία του στόχου τους.
 - c. οι snert, οι οποίοι καθοδηγούνται από αντι-κοινωνικές δυνάμεις και συμμετέχουν στο trolling για να βλάψουν άλλους για τη δική τους άρρωστη διασκέδαση.

- 2) Στην δεύτερη κατηγορία υπάρχουν οι Lolcows, οι οποίοι αρέσκονται στο να προσβάλλουν άλλους για να προσελκύσουν την προσοχή σε αυτούς. Στην κατηγορία αυτή υπάρχουν:
- a. οι BigMan, οι οποίοι καθοδηγούνται από ταξικές δυνάμεις και κάνουν trolling στέλνοντας κάτι ευχάριστο σε άλλους για να υποστηρίξουν την παγκόσμια άποψή τους.
 - b. οι rippers, οι οποίοι συμμετέχουν στο trolling για να δημιουργήσουν μια ψεύτικη αίσθηση ενσυναίσθησης από τους άλλους.
 - c. οι ChatroomBob, οι οποίοι παίρνουν μέρος στο trolling για να κερδίσουν την εμπιστοσύνη των άλλων μελών και να την εκμεταλλευτούν.
- 3) Στην τρίτη κατηγορία υπάρχουν οι Bzzzters, στους οποίους αρέσει να συζητούν διαδικτυακά, ανεξάρτητα από την ακρίβεια ή τη χρησιμότητα των σχολίων τους. Στην κατηγορία αυτή υπάρχουν:
- a. οι MHBFYJenny, οι οποίοι συμμετέχουν στο trolling για να βοηθήσουν τους ανθρώπους να δουν την πιο ελαφριά πλευρά της ζωής και να βοηθήσουν τους άλλους να ανταποκριθούν στις ανησυχίες τους.
 - b. οι wizard, οι οποίοι κάνουν trolling μέσα από την επεξεργασία και την κοινή χρήση περιεχομένου που πιστεύουν ότι βοηθά τους άλλους.
 - c. οι Flirt οι οποίοι παίρνουν μέρος στο trolling για να βοηθήσουν τους άλλους να είναι κοινωνικοί.
- 4) Στην τελευταία κατηγορία, υπάρχουν οι eyeballs, στους οποίους αρέσει να παρακολουθούν τις διαδικτυακές συζητήσεις, περιμένοντας τη κατάλληλη στιγμή, για να δημοσιεύσουν ένα αρνητικό μήνυμα. Στην κατηγορία αυτή υπάρχουν οι:
- a. οι lurker οι οποίοι κάνουν σιωπηλές κλήσεις τυχαία π.χ. κάνοντας κλικ σε διαφημιστικά μηνύματα ή κουμπιά “like”, χρησιμοποιώντας

'sproofers παραπομπής', αναφέροντας αναρτήσεις, τροποποιώντας τις δημοσκοπήσεις ή τα αποτελέσματα των χρηστών kudos.

- b. οι trolls, οι οποίοι παίρνουν μέρος στο trolling για να ψυχαγωγήσουν τους άλλους, δημιουργώντας διασκέδαση και παράλληλα αναστάτωση σε μια online κοινότητα.
- c. οι elder, οι οποίοι μιμούνται συμπεριφορές αρχαίων χρηστών στο διαδίκτυο για να προκαλέσουν δυσφορία, θέτοντας ανούσιες ερωτήσεις.

Ειδικότερα για όσους ανήκουν στην πρώτη κατηγορία, τα βασικά χαρακτηριστικά της προσωπικότητας τους είναι η μειωμένη αίσθηση αυτογνωσίας, το χαμηλό επίπεδο αυτό-ελέγχου και η αποπροσωποποίηση. Χαρακτηριστικό των troll αυτών είναι και η από-εξατομίκευση, η οποία αποτελεί στην ουσία σημαντικό μέρος της αποπροσωποποίησης, και αναφέρεται συνολικά στη μειωμένη αίσθηση αυτογνωσίας, και το χαμηλότερο επίπεδο αυτοέλεγχου. Η από-εξατομίκευση είναι μια ψυχολογική κατάσταση όπου χάνονται οι εσωτερικοί περιορισμοί και τα άτομα δεν βλέπουν ή δεν δίνουν προσοχή ως άτομα. Τα συναισθήματα από-εξατομίκευσης αποδυναμώνουν την ικανότητα ενός ατόμου να ρυθμίζει τη συμπεριφορά του, με αποτέλεσμα να στοχεύει άλλους (Bishopetal, 2013).

Αυτός ο ορισμός της από-εξατομίκευσης, φαίνεται σύμφωνα με τους Bishopetal (2013), ότι είναι βασικό χαρακτηριστικό των haters και των snerts. Αυτοί οι χρήστες του διαδικτύου στοχεύουν τα θύματά τους, συνειδητά και εσκεμμένα, χρησιμοποιώντας τα, ως έναν τρόπο για να αισθανθούν δυσφορία την προσπάθειά τους να εξουδετερώσουν την εμπιστοσύνη τους και να αποκτήσουν την αίσθηση ικανοποίησης που δεν θα είχαν διαφορετικά. Είναι γνωστό ότι όταν οι χρήστες του διαδικτύου χάνουν την ικανότητα να κρίνουν τις πληροφορίες για τους άλλους που συχνά παρέχονται μέσω οπτικών και ακουστικών συνθηκών, είναι πιο πιθανό να συμμετάσχουν σε αντικοινωνική συμπεριφορά, όπως το trolling (Lampe, 2012).

2.3 Η ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ TROLLING

Εκτός από την προσωπικότητα των trolls, η ψυχολογία τους έχει επίσης μελετηθεί στη βιβλιογραφία. Αυτές οι έρευνες έχουν βρει ότι ο σαδισμός, ο ναρκισσισμός, ο μακιαβελισμός και η ψυχοπάθεια είναι τα ισχυρότερα ψυχολογικά χαρακτηριστικά, που οδηγούν τη συμπεριφορά τους (Lopez και Yu, 2017). Τα χαρακτηριστικά αυτά αποτελούν την «σκοτεινή τετράδα της προσωπικότητας» (DarkTriad) και αντιπροσωπεύουν ξεχωριστά αλλά επικαλυπτόμενα κοινωνικά δυσμενή μη κλινικά χαρακτηριστικά προσωπικότητας. Τα άτομα με τέτοια χαρακτηριστικά, συχνά αρέσκονται στο προκαλούν ταλαιπωρία στους άλλους και συμμετέχουν σε άλλες αντικοινωνικές συμπεριφορές (Sest και March, 2017).

Οι Buckelsetal, (2014) σχετικά με τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας των troll διαπίστωσαν ότι τα άτομα αυτά διακατέχονται από ναρκισσισμό, μακιαβελισμό, ψυχοπάθεια και έχουν σαδιστική προσωπικότητα. Οι ερευνητές κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι οι troll είναι σαδιστές και εμπλέκονται στη δραστηριότητα του trolling, επειδή το απολαμβάνουν.

Παρόμοια οι Craker και March (2016), βρήκαν ότι οι troll είναι άτομα με υψηλές ιδιότητες ψυχοπάθειας και σαδισμού και έχουν χαμηλή συναισθηματική ενσυναίσθηση. Στο πλαίσιο αυτό κατανοούν πλήρως τη συναισθηματική δυσφορία που προκαλούν στους άλλους, αλλά δεν μπορούν να αισθανθούν ότι τα θύματα τους υποφέρουν.

Η ψυχοπάθεια των troll χαρακτηρίζεται από την εγγενή πεποίθηση ότι είναι αποδεκτό να χειραγωγούν και να βλάπτουν τους άλλους, για το δικό τους όφελος, το οποίο αποτελεί κίνητρο για την πρόκληση βλαβών σε άλλους (ψυχολογικούς και φυσικούς). Ο σαδισμός παρακινεί τους ψυχοπαθείς να εκφοβίσουν και να χειραγωγήσουν τους ανθρώπους που προσελκύουν την προσοχή τους, προς όφελος τους και προς το σκοπό της αυτοβελτίωσης. Για παράδειγμα πολλοί troll κάνουν trolling και εκφοβίζουν δημοφιλή άτομα για κοινωνικές σχέσεις και κοινωνικό όφελος (Lopez και Yu, 2017).

Σε αντίθεση με τους ψυχοπαθείς, οι ναρκισσιστές παρουσιάζουν ένα προφίλ αυτοεξυπηρέτησης, που αποτελείται από ισχυρές πεποιθήσεις για τη δική τους παραμορφωμένη αίσθηση αυτονομίας και μεγαλοπρέπειας. Ως εκ τούτου, το υποκείμενο κίνητρο τους δεν είναι απαραίτητος να προκαλέσουν βλάβη στους

άλλους, αλλά να συγκριθούν κοινωνικά ευνοϊκά με άλλους σημαντικούς ανθρώπους. Αυτό θα τους βοηθήσει να διατηρήσουν τις υπερεκτιμημένες απόψεις τους, για τον εαυτό τους, προστατεύοντας έτσι την αυτοεκτίμησή τους (Campbell&Miller, 2012).

Όπως και οι ναρκισσιστές, οι μακιαβελικοί, χαρακτηρίστηκαν επίσης από ιδιοτέλεια, έτσι ώστε να χειραγωγούν, να εξαπατούν και να εκμεταλλεύονται άλλους για να επιτύχουν τους στόχους τους (Jakobwitz και Egan, 2006). Οι ναρκισσιστές και οι μακιαβελικοί είναι παρόμοιοι, όσον αφορά τον χειρισμό και την εκμετάλλευση άλλων για να προωθήσουν την αυτοπεποίθησή τους και την επιτυχία. Αυτό υποδηλώνει ότι οι ναρκισσιστές και οι μακιαβελικοί, μπορεί να παρακινηθούν μόνο να κάνουν trolling όταν αυτό οδηγεί σε προσωπικά οφέλη και αυτό-βελτίωση, ενώ οι ψυχοπαθείς φαίνεται να κάνουν trolling, όχι μόνο για να προάγουν τον εαυτό τους, αλλά και απλώς και μόνο επειδή ξεκινούν να βλάπτουν άλλους ανθρώπους μόνο αποκομίζοντας διασκέδαση από αυτό (Lopez και Yu, 2017).

Η έλλειψη ενσυναίσθησης είναι επίσης χαρακτηριστική των troll. Η ενσυναίσθηση αποτελεί θεμελιώδη παράγοντα της κοινωνικής συμπεριφοράς και πιστεύεται ότι διευκολύνει τις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις και την ανάπτυξη. Η ολική ενσυναίσθηση αναφέρεται, σε γενικές γραμμές, στην αντίδραση που τα άτομα βιώνουν όταν παρατηρούν τις εμπειρίες των άλλων. Η ενσυναίσθηση οριοθετείται σε δύο διαστάσεις: τη γνωστική και τη συναισθηματική. Η γνωστική ενσυναίσθηση είναι η ικανότητα αναγνώρισης και κατανόησης των συναισθημάτων του άλλου. Η συναισθηματική ενσυναίσθηση είναι η ικανότητα της εμπειρίας, της εσωτερικοποίησης και της ανταπόκρισης στα συναισθήματα των άλλων. Εκτός από τις γνωστικές και συναισθηματικές διαστάσεις, η κατοχή κοινωνικών δεξιοτήτων θεωρείται επίσης ως μέτρο ενσυναίσθησης και έχει ιστορικά συμβάλει στη μέτρηση της ολικής ενσυναίσθησης ενός ατόμου (Sest και March, 2017).

Η έρευνα έχει δείξει μια αρνητική σχέση μεταξύ της ενσυναίσθησης και του εκφοβισμού πρόσωπο με πρόσωπο, καθώς και της αντι-κοινωνικής συμπεριφοράς στο διαδίκτυο, όπως το cyberbullying και το trolling. Είναι ενδιαφέρον ότι ορισμένες έρευνες υποδηλώνουν ότι μόνο η συναισθηματική ενσυναίσθηση, όχι η γνωστική ενσυναίσθηση, σχετίζεται αρνητικά με την αντικοινωνική συμπεριφορά στο διαδίκτυο. Ως εκ τούτου μπορεί να υπάρχει διαφορά μεταξύ των διαστάσεων της ενσυναίσθησης που σχετίζονται με το περιβάλλον του ατόμου (δηλαδή τις παραδοσιακές και τις ηλεκτρονικές ρυθμίσεις) (Sest και March, 2017).

Οι Bishopetal (2013) επίσης πρότειναν ότι το trolling, μπορεί να προέρχεται από άτομα με διαταραχές ενσυναίσθησης, τα οποία μπορεί να στοχεύουν άτομα με διαταραχές του αυτιστικού φάσματος (αυτισμός). Τα άτομα με αυτισμό δεν έχουν κοινωνικές ικανότητες για να διατηρήσουν το λόγο τους. Από την άλλη, τα άτομα με διαταραχές ενσυναίσθησης λαμβάνουν μέρος στην τρομοκρατία χρησιμοποιώντας τις κοινωνικές τους ικανότητες προς όφελός τους, για να βλάψουν τους άλλους. Οι ικανότητές τους συχνά κατευθύνονται σε άλλους που δεν ταιριάζουν στη ζώνη άνεσής τους, όπως εκείνοι που πέτυχαν πράγματα που δεν είχαν. Αυτοί με αυτισμό, οι οποίοι συχνά έχουν μια σειρά από επιτεύγματα ή ειδικές γνώσεις σε μια συγκεκριμένη περιοχή, είναι συχνά οι στόχοι του trolling. Οι troll αυτοί, ονομάστηκαν από τους Bishopetal (2013), ως «empathics» επειδή είναι σε θέση να κατανοήσουν και να επικοινωνήσουν με άλλους παρόμοιους με αυτούς, αλλά δεν έχουν πολλά από τα δυνατά χαρακτηριστικά με όσους βρίσκονται στο αυτιστικό φάσμα για να κοιτάξουν πέρα από άλλες κοινωνικές και πολιτισμικές διαφορές.

Μια άλλη πτυχή της ψυχοπαθείας των troll (ειδικότερα των haters), σύμφωνα με τους Bishopetal (2013) είναι και η διαταραχή της αντι-κοινωνικής προσωπικότητας. Σε σύγκριση με άλλους που υποκινούνται από συνείδηση και δρουν πιο θετικά, οι Haters δεν αισθάνονται υποχρέωση να δείχνουν φροντίδα για κάποιον άλλο. Αυτό περιλαμβάνει ιδιαίτερα τους RIPTrollers, οι οποίοι κάνουν trolling σε ιστοσελίδες μνήμης, αποθανόντων ατόμων, που ποτέ δεν γνώριζαν (Walteretal, 2011). Είναι συνήθως ενθουλακωμένοι στον δικό τους κόσμο ή στην ομάδα τους αντίστοιχα (Bishopetal, 2013).

Οι Bishopetal (2011), μελέτησαν επίσης την ψυχολογία μιας διαφορετικής συμπεριφοράς trolling, κυρίως αυτής που κατευθύνεται σε διασημότητες ή σε άτομα τα οποία έχουν επιτύχει σε κάποιον τομέα της ζωής τους. Σύμφωνα με τους ερευνητές, η συμπεριφορά τους αυτή προκύπτει από μια εμμονή σε ένα συγκεκριμένο γεγονός της ζωής, το οποίο μπορεί να είναι μια ευκαιρία ζωής που χάθηκε ή ένα όνειρο (ουτοπία) που δεν πραγματοποιήθηκε ή που δεν μπορεί να πραγματοποιηθεί (όπως να γίνουν πλούσιοι και διάσημοι). Το αποτέλεσμα της αποτυχίας αυτής της ενίοτε τραυματικής εμπειρίας ζωής, τους οδηγεί σε καταναγκασμό να εκτελούν συγκεκριμένες συμπεριφορές για να αποφύγουν την αντιμετώπισή της, οι οποίες περιλαμβάνουν εκείνες που συνδέονται με την αντικοινωνική διαταραχή της προσωπικότητας. Στην περίπτωση αυτών των troll, ο εξαναγκασμός που προκύπτει

από αυτό το ουτοπικό γεγονός της ζωής, τους παγιδεύει σε έναν κύκλο άσχημων συμπεριφορών, κάνοντας trolling και bullying σε ανθρώπους που έχουν επιτύχει τους στόχους της ζωής. Επίσης τα άτομα αυτά έχουν μια μη ρεαλιστική ιδέα για το τι σημαίνει «κάτι να είναι σημαντικό». Ενώ κάποιος μπορεί να θεωρηθεί σημαντικός στην καθημερινότητα, όπως για παράδειγμα ένα παιδί γνωρίζει ότι κάποιος είναι σημαντικός γι 'αυτό, ή για παράδειγμα όταν ένα άτομο είναι γνωστό ότι είναι σημαντικό στο ευρύτερο κοινωνικό σύνολο, αυτό είναι κάτι που οι troll αμφισβητούν. Στο μυαλό τους οι άνθρωποι που είναι σημαντικοί είναι εκείνοι που βρίσκονται σε εκλεκτούς κύκλους ζωής, όπως στο σπορ ή οι ταινίες, για αυτό και το trolling κατευθύνεται προς αυτούς (Bishop, 2011).

Η παρορμητικότητα είναι επίσης ένα κοινό χαρακτηριστικό της συμπεριφοράς πολλών troll. Η παρορμητικότητα υπάρχει σε άτομο, όταν αυτό ενεργεί στιγμιαία σε απόκριση των άμεσων ερεθισμάτων του περιβάλλοντος του, χωρίς κάποιο σχέδιο ή χωρίς να εξετάζει τα αποτελέσματα και τις συνέπειες των πράξεων του, και το οποίο αντιμετωπίζει δυσκολία στην θέσπιση και παρακολούθηση σχεδίων για ενέργειες του. Οι περισσότεροι από αυτούς έχουν μια έλλειψη εμπιστοσύνης στις ικανότητές τους, η οποία είναι χαρακτηριστική της αντικοινωνική διαταραχή της προσωπικότητας, καθώς επίσης αρνούνται να δουν την πραγματικότητα του κινδύνου που προκύπτει από τις ενέργειες τους, για τους ίδιους (Bishop, 2013).

Οι Herringetal (2002), μιλούν επίσης για την ψυχολογία των troll, που κάνουν trolling σε ευαίσθητες κοινωνικά ομάδες. Σε περιπτώσεις όπου στόχος είναι στιγματισμένες ομάδες όπως οι φεμινίστριες ή οι ομοφυλόφιλοι, υποθέτει ότι το υποκείμενο κίνητρο είναι το μίσος απέναντι στους ανθρώπους που θεωρούνται διαφορετικοί ή απειλητικοί από τους troll. Όταν οι ομάδες στοχεύουν μόνο στην ευαισθησία τους, όπως στην περίπτωση των ατόμων με ειδικές ανάγκες ή των άπειρων χρηστών, τα κίνητρα υποδεικνύονται από την άποψη του ελέγχου και της αυξημένης αίσθησης της αυτοεκτίμησης. Ένας κοινός παρονομαστής των περιπτώσεων trolling, είναι ότι οι troll, απολαμβάνουν την προσοχή που δέχονται, ακόμη και -και ίσως ειδικότερα- όταν αυτή είναι αδιάκοπα αρνητική.

2.4 ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΑΤΟΜΩΝ ΠΟΥ ΔΕΧΟΝΤΑΙ TROLLING

Τα θύματα του trolling, αισθάνονται συχνά ότι παρενοχλούνται και θυματοποιούνται με τις αναλήθειες και τις συκοφαντίες, καθώς με την ανεπιθύμητη προσοχή που μπορεί να τους προσδώσει το trolling. Δεν είναι μόνο η επιθετική πράξη που δημιουργεί θύματα, αλλά επίσης τα καθορίζει επισημαίνοντας μια συγκεκριμένη πτυχή της ταυτότητας του χρήστη και χρησιμοποιώντας αυτό ως βάση για την κατάχρηση. Για παράδειγμα, αν είναι προφανές από ένας χρήστης ανήκει σε μια συγκεκριμένη θρησκεία ή εθνικότητα, τότε αυτό θα αποτελέσει το επίκεντρο της κατάχρησης του troll. Μέσα από την ιδιότητα του αυτή, το θύμα θα επισημανθεί και θα γίνει ο στόχος του trolling (Owensetal, 2017).

Η θυματοποίηση στο trolling, έχει πολλά κοινά χαρακτηριστικά με αυτά του εκφοβισμού στο διαδίκτυο. Τόσο το trolling όσο και ο κυβερνοεκφοβισμός, μπορεί να περιλαμβάνουν ένα θύμα που είναι ο στόχος ανεπιθύμητης προσοχής ή ομιλίας μίσους στην οποία τα θύματα δημιουργούνται και ορίζονται από κάποια ιδιότητα που διαθέτουν. Η απειλή βίας από μια ανώνυμη πηγή είναι ισχυρή, καθώς το θύμα τέτοιων απειλών δεν μπορεί ποτέ να είναι σίγουρο αν ο troll, έχει σοβαρή πρόθεση ή όχι. επομένως, όλες αυτές οι απειλές πρέπει να λαμβάνονται σοβαρά υπόψη (Owensetal, 2017).

Τα άτομα που αναφέρονται συχνά στη βιβλιογραφία ως θύματα του trolling είναι κυρίως οι γυναίκες, τα άτομα με ιδιαίτερες σεξουαλικές προτιμήσεις, οι διασημότητες, οι πολιτικοί, τα άτομα από καθορισμένες εθνικότητες και θρησκείες, ωστόσο το trolling γίνεται και σε άλλα άτομα πέρα από αυτά.

Ο Payne (2008) υποστηρίζει ότι το διαδίκτυο και οι ιδιότητες του κυβερνοχώρου γενικότερα έχουν εκπροσωπηθεί ως ένα μη ασφαλές μέσο όπου εντείνονται διάφορα κοινωνικά προβλήματα. Ως εκ τούτου, από τη μια πλευρά, υπάρχει η εκπροσώπηση των νέων γυναικών ως θυμάτων του trolling. Το trolling υπογραμμίζει την (σεξουαλική) κατάχρηση και παρενόχληση που υφίστανται γυναίκες που τολμούν να βγουν ή να εισχωρήσουν σε χώρους του διαδικτύου που θεωρούνται «τομείς των ανδρών». Για παράδειγμα, τα κορίτσια και οι νέες γυναίκες που παίζουν βιντεοπαιχνίδια όπως το «CallofDuty» έχουν αναφέρει εμπειρίες σεξιστικής κακοποίησης από τους άνδρες συμμετέχοντες (Lumsden και Morgan, 2012).

Εκτός από αυτό, οι νέες γυναίκες παρουσιάζονται τόσο ως θύματα πιο επιθετικών, αποκλινουσών και / ή εγκληματικών συμπεριφορών σε ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης. Οι γυναίκες έχουν γίνει ιδιαίτερα επιρρεπείς σε βίαιη και συμβολικά βίαιη διαδικτυακή συμπεριφορά, η οποία έχει πολλές φορές παρομοιωθεί με την σωματική και ψυχική βία που βιώνουν πολλές γυναίκες στο φυσικό περιβάλλον του σπιτιού τους. Πολλές από αυτές μπορεί να είναι δημόσια πρόσωπα όπως πολιτικοί, τηλεοπτικές παρουσιάστριες, τραγουδίστριες και φεμινίστριες / ακτιβιστές. Αυτά τα παραδείγματα καταδεικνύουν την ολοένα και πιο διαδεδομένη «καλλιέργεια του βιασμού», η οποία ενσωματώνει τις πτυχές του λαϊκού μισογυνισμού και η οποία συνεπάγεται βίαιη έκφραση μέσω απειλών βιασμού και θανάτου που απευθύνονται στις γυναίκες στο διαδίκτυο. Πολλές γυναίκες δέχονται επίσης αρνητικά σχόλια που συνδέονται με την εμφάνιση τους, κυρίως σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Instagram. Για παράδειγμα, η μουσικός NickiMinaj αναφέρθηκε ότι είχε χλευαστεί για την εμφάνισή της στο Instagram (Lumsden και Morgan, 2018).

Οι γυναίκες που συμμετέχουν σε φεμινιστικά sites και blogs, έχουν επίσης αποτελέσει πολύ συχνά θύματα trolling. Τα τελευταία χρόνια, οι φεμινίστριες και οι γυναίκες γενικότερα έχουν χρησιμοποιήσει τα κοινωνικά μέσα για να ανταποκριθούν στη σεξιστική μεταχείριση και τις διακρίσεις. Τα πιο αξιοσημείωτα παραδείγματα περιλαμβάνουν το έργο #EverydaySexism που περιλαμβάνει έναν ιστότοπο (που δημιουργήθηκε από τη LauraBates το 2012) και την αντίστοιχη σελίδα στο Twitter, όπου και στα δύο καταγράφονται περιπτώσεις σεξισμού που βιώνουν σε καθημερινή βάση οι γυναίκες σε ολόκληρο τον κόσμο. Τα κορίτσια και οι γυναίκες χρησιμοποιούν πλατφόρμες ψηφιακών μέσων για να αμφισβητήσουν τον πολιτισμό βιασμού, το σεξισμό και τον μισογυνισμό που βιώνουν στην καθημερινή ζωή. Έντονη είναι επίσης και η χρήση των φεμινιστικών hashtags ώστε οι γυναίκες να εκθέσουν τη διακρατική διάδοση της φυλετικής βίας, δημιουργώντας ένα χώρο για τις γυναίκες και τα κορίτσια να μοιράζονται τις δικές τους εμπειρίες. Παραδείγματα αυτών περιλαμβάνουν τη χρήση των μαζικών φεμινιστριών από τα κοινωνικά μέσα ενημέρωσης για να καλυφθεί το κενό στην κάλυψη των εθνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης στα θέματα των μαύρων γυναικών, συμπεριλαμβανομένων των τρόπων που η φυλή και το φύλο επηρεάζουν το μισθολογικό χάσμα στη δυσανάλογη ποσότητα βίας που διαπράττεται κατά των μαύρων γυναικών transgender. Η χρήση

του "hashtagging" (#) ως μορφή ακτιβισμού ενθαρρύνεται από εκστρατείες για την ενδυνάμωση των κοριτσιών. Εντούτοις υπάρχουν πολλοί κίνδυνοι που μπορεί να αντιμετωπίσουν οι φεμινίστριες στο διαδίκτυο, όπως οι απειλές από τους trolls. Έτσι, για τις γυναίκες που χρησιμοποιούν τον δημόσιο χώρο του διαδικτύου, υπάρχει ένα «δίκικο μαχαίρι», καθώς από τη μία το διαδίκτυο προάγει την ελευθερία της έκφρασης και παρέχει χώρο για φεμινιστικό ακτιβισμό, ενώ από την άλλη ενέχει τον κίνδυνο μιας αντίδρασης από trolls, οι οποίοι ασκούν συμπεριφορές trolling, ως μέσο για να περιορίσουν την κυριότητα και τη συμμετοχή τους, στους διαδικτυακούς χώρους (Lumsden και Morgan, 2018).

Το trolling των διασημοτήτων είναι επίσης διαδεδομένο, ιδιαίτερα στα κοινωνικά δίκτυα και ιδίως στο twitter. Σύμφωνα με τον Griffiths (2018) ο κυριότερος λόγος για τον οποίο οι διάσημοι δέχονται trolling, είναι όχι επειδή οι troll στοχεύουν στην απόκριση από τα ίδια τα άτομα αυτά, αλλά από τους στρατούς των πιστών οπαδών τους. Πολλοί από αυτούς έχουν αναφέρει ότι έχουν διαγράψει τους λογαριασμούς τους σε κοινωνικά δίκτυα, λόγω των έντονων επιθετικών και βίαιων συμπεριφορών που δέχτηκαν σε αυτά. Για παράδειγμα ο Stephen Fry, ηθοποιός και τηλεοπτικός παρουσιαστής, Μόλις την περασμένη εβδομάδα, ο ηθοποιός και ο τηλεοπτικός παρουσιαστής εγκατέλειψαν το Twitter (στο οποίο είχε σχεδόν 8 εκ. οπαδούς) για ένα μήνα, λόγω κατάθλιψης που αντιμετώπιζε, από τα επιθετικά μηνύματα που δεχόταν. Οι πολιτικοί επίσης τόσο ως διασημότητες, όσο και λόγω της ιδιότητάς τους, δέχονται trolling (Griffiths, 2018).

2.5 ΑΙΤΙΑ ΤROLLING ΚΑΙ ΑΝΤΙΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Υπάρχουν πολλοί παράγοντες που μπορούν να ενισχύσουν την αντικοινωνική συμπεριφορά και το trolling στο διαδίκτυο. Για παράδειγμα, το ίδιο το διαδίκτυο, η ανάπτυξη των διαδικτυακών επικοινωνιών και η ανωνυμία που διατηρείται σε πολλές διαδικτυακές πλατφόρμες, λειτουργεί ως βάση και ενισχύει τα φαινόμενα αντικοινωνικής συμπεριφοράς και του trolling στο διαδίκτυο (Jussinoja, 2018).

Παρόλο που οι επικοινωνίες μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή παρέχουν πολλά οφέλη στους χρήστες, συνοδεύονται επίσης από αρνητικές πτυχές όπως η

αποθάρρυνση, η μειωμένη ικανότητα ερμηνείας των προθέσεων κ.λπ., καθώς και από αρνητικές συνέπειες που προκαλούνται από την ανωνυμία (Hardaker, 2015).

Η επικοινωνία μέσω υπολογιστή που βασίζεται σε κείμενο, έχει προταθεί ότι προκαλεί περισσότερες διαφωνίες και οδηγεί στην έκφραση περισσότερο πολωμένων απόψεων, σε σχέση με την φυσική επικοινωνία πρόσωπο με πρόσωπο. Σύμφωνα με τους Golf-Papez και Veer (2017), το trolling στο πλαίσιο αυτό, αποδίδεται στα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των επικοινωνιών με τη μεσολάβηση υπολογιστών, όπως η διαθεσιμότητα στιγμιαίας ανταλλαγής μηνυμάτων, η έλλειψη κοινωνικών υποδείξεων, η έλλειψη κοινών κανόνων που διέπουν τις αλληλεπιδράσεις ή η μη τήρηση των κανόνων αυτών.

Επίσης η επικοινωνίας στο διαδίκτυο, παρέχει συχνά ανωνυμία, η οποία αποτελεί ένα σημαντικό αίτιο εκδήλωσης του trolling. Η ανωνυμία επιτρέπει στους ανθρώπους να αισθάνονται ασφαλείς όταν συζητούν ευαίσθητα, ακατάλληλα και επικίνδυνα θέματα. Τα οφέλη της ανωνυμίας είναι σημαντικά για τις ιδιαίτερα καταπιεσμένες μειονοτικές ομάδες, αλλά δυστυχώς η ανωνυμία παρέχει στους troll έναν τρόπο να τους καταχραστούν. Τα άτομα με αντικοινωνική συμπεριφορά, μπορούν επίσης να συνδεθούν με όμοιους τους, και να βρουν τρόπους να εκφραστούν ανώνυμα (Buckelsetal., 2014).

Ενώ η ανωνυμία παρέχει στα άτομα, τη δυνατότητα να εκφραστούν ελεύθερα, εκφράζοντας παράλληλα τις προσωπικότητές τους, οι troll το βλέπουν ως ευκαιρία να διαταράξουν και να ενοχλήσουν τα άτομα αυτά. Ως εκ τούτου η ανωνυμία διευκολύνει το trolling, ενώ άλλα αίτια που έχουν εντοπιστεί περιλαμβάνουν τη μειωμένη λογοδοσία και την έλλειψη κοινωνικών δεξιοτήτων που υπάρχουν στην επικοινωνία πρόσωπο με πρόσωπο, με αποτέλεσμα να εκφράζονται οι άνθρωποι πιο έντονα στο διαδίκτυο (Buckelsetal., 2014).

Ο Griffiths (2014) αναφέρει ότι η ανωνυμία διευκολύνει την αποθάρρυνση, η οποία επιτρέπει στους χρήστες να αισθάνονται πιο σίγουροι, ενώ τους παρέχει την ευκαιρία να παρουσιάζονται διαφορετικά στο διαδίκτυο. Έτσι, όταν οι άνθρωποι μπορούν να συμπεριφέρονται διαφορετικά στο διαδίκτυο χωρίς επιπτώσεις, totrolling γίνεται μια ευκαιρία για ορισμένους από αυτούς.

Επιπρόσθετα οι διαδικτυακοί χώροι που δεν απαιτούν την καταγραφή πληροφοριών ταυτοποίησης συχνά λέγεται ότι είναι πιο ελκυστικοί για τους troll. Σύμφωνα με τους Synnottetal (2017), όταν το επίπεδο των πληροφοριών

αναγνώρισης αυξάνεται, τόσο λιγότερο επιθετική είναι η χρησιμοποιούμενη γλώσσα των χρηστών.

Ωστόσο οι Coles και West (2016) πρότειναν ότι δεν είναι απαραίτητος η ανωνυμία που προκαλεί την εμφάνιση ανεπιθύμητων χαρακτηριστικών προσωπικότητας, αλλά είναι το διαδίκτυο και οι αρνητικές αλληλεπιδράσεις που βιώνουν οι άνθρωποι μέσα σε αυτό. Αυτό υποδηλώνει ότι η ανωνυμία εμπλέκεται ιδιαίτερα στο trolling, αλλά τα αρνητικά περιβάλλοντα που εντοπίζονται στο διαδίκτυο μπορούν επίσης να ενισχύσουν τη συμπεριφορά trolling.

Σύμφωνα με τους Cooketal (2016), το trolling είναι κυκλικό φαινόμενο που διαιωνίζει τον εαυτό του και η ύπαρξη των ηλεκτρονικών κοινοτήτων και μόνο, φαίνεται να επιτρέπει και να διαιωνίζει τη συμπεριφορά αυτή. Στην έρευνα που έκαναν σε troll, πολλά άτομα του δείγματος ανέφεραν, ότι σε κάποια χρονική στιγμή στο παρελθόν, είχε υπάρξει θύμα trolling ή άλλων αρνητικών συμπεριφορών στο διαδίκτυο. Με βάση τις απαντήσεις τους, ο κύκλος ενισχύεται έντονα από την κοινότητα. Πολλά θύματα του trolling, τείνουν να απαντούν στους troll, οδηγώντας στην επανάληψη και τη διαιώνιση του φαινομένου. Πολλά από τα θύματα μπορεί να το πάρουν περισσότερο σοβαρά, καταλήγοντας από θύματα, να γίνονται θύτες. Ως εκ τούτου η ανταπόκριση στο trolling, το τροφοδοτεί ακόμα περισσότερο και είναι πιθανό αίτιο της όλο και αυξανόμενης συμπεριφορά trolling στο διαδίκτυο.

Περαιτέρω υπάρχουν και άλλα αίτια του trolling, τα οποία στην ουσία αποτελούν τα κίνητρα αυτών που κάνουν trolling. Σε γενικές γραμμές, τα κίνητρα για συμμετοχή σε οποιαδήποτε συμπεριφορά καθορίζονται από τα αποτελέσματα και τα άτομα είναι λογικά πιο παρακινημένα να συμμετέχουν σε συμπεριφορές που παρέχουν αποτελέσματα προς την προσωπική ανταμοιβή. Έτσι, η κατανόηση των ανταμοιβών που αποτιμώνται από τα άτομα που ασχολούνται με συμπεριφορές trolling είναι βασική για μια βαθύτερη κατανόηση του τι παρακινεί τους ανθρώπους να εμπλέκονται σε μια τέτοια συμπεριφορά. Δεδομένου ότι η επιτυχία της συμπεριφοράς του trolling εξαρτάται από την αλληλεπίδραση με άλλους, η κοινωνική αλληλεπίδραση της συμπεριφοράς του trolling μπορεί να αποτελέσει σημαντική κινητήρια συνιστώσα (Craker και March, 2016).

Η αποφυγή της πλήξης, η ψυχαγωγία, η διασκέδαση και η αποκόμιση προσοχής από τους troll, είναι χαρακτηριστικά κίνητρα των troll. Η προσέλκυση προσοχής ιδιαίτερα, έχει θεωρηθεί έναν από τους κύριους λόγους, για τους οποίους

τα άτομα εμπλέκονται σε συμπεριφορές trolling, και σε αυτό το χαρακτηριστικό βασίζονται όσοι θέλουν να καταπολεμήσουν το trolling, δηλώνοντας ότι οι άλλοι χρήστες του διαδικτύου, πρέπει να αποφεύγουν να απαντούν σε σχόλια των troll.

Οι Shachaf και Hara (2010) οι οποίοι μελέτησαν το trolling στην ιστοσελίδα Wikipedia, πρότειναν ότι οι πιο συνηθισμένοι λόγοι, ήταν η πλήξη και η αναζήτηση προσοχής. Οι Herringetal (2002), βρήκαν επίσης ότι η προσέλευση της προσοχής ήταν ένα σημαντικό κίνητρο του trolling στο διαδίκτυο, μαζί με την επιθυμία άσκησης ελέγχου στους άλλους, και την ικανοποίηση του αισθήματος ανωτερότητας που αποκομίζουν οι troll μέσα από τον χειρισμό των άλλων χρηστών του διαδικτύου.

Σχετικά με την δύναμη και την κυριαρχία, οι Owensetal (2017), αναφέρουν ότι ένας troll προσπαθεί να ασκήσει την κυριαρχία του πάνω σε άλλους, γίνοντας αγενής, προσβλητικός και απειλητικός. Ως εκ τούτου, η πράξη του trolling γίνεται μια πράξη επιβεβαίωσης της κυριαρχίας έναντι των άλλων με υποτιμητική και επιθετική συμπεριφορά που προορίζεται να αγκαλιάσει άλλους στην ομάδα. Εάν ένας troll παρουσιάζει ένα δυναμικό και επιθετικό πρόσωπο, προσπαθεί να διεκδικήσει την εξουσία του πάνω σε μια ομάδα. Τα άτομα που ανήκουν σε αυτήν την ομάδα μπορεί να επιδιώξουν να ευθυγραμμιστούν με τον troll για να προστατευθούν από την αρνητική προσοχή, γίνοντας θύματα του trolling.

Η διασκέδαση είναι επίσης ένα κίνητρο του trolling. Το trolling θεωρείται ως διασκέδαση, τόσο από τους ίδιους τους troll, όσο και από άτομα που δεν κάνουν trolling. Για παράδειγμα οι Shachaf και Hara (2010), βρήκαν ότι η ιστοσελίδα της Wikipedia, φέρεται να λειτουργούσε ως χώρος διασκέδασης για τους troll, οι οποίοι αποκόμιζαν αισθήματα ευχαρίστησης και διασκέδασης από το trolling. Ο Griffiths (2014) ανέφερε ότι σχεδόν το ένα τέταρτο των ατόμων στην ηλικία των 14-18 ετών, που παραδέχτηκαν ότι έκαναν trolling, το έκαναν για να διασκεδάσουν και για να αποφύγουν την πλήξη της καθημερινότητας.

Οι Sanfilippoetal (2017) βρήκαν επίσης ότι η απόλαυση θεωρήθηκε ως ο πιο κινητήριο παράγοντας του trolling, ενώ άλλες έρευνες έχουν επίσης αναφέρει κοινωνικά και ιδεολογικά κίνητρα (Sanfilippoetal., 2017), αρνητική διάθεση (Chengetal., 2017), επιρροή από τρίτους (Griffiths, 2014), ακτιβισμός, ψυχαγωγία και κακόβουλη συμπεριφορά (Fichman&Sanfilippo, 2015).

Για παράδειγμα οι Chengetal (2017), ανέφεραν ότι η κακή διάθεση και το πλαίσιο της διαδικτυακής συζήτησης είναι σημαντικά κίνητρα για την αντικοινωνική

συμπεριφορά και το trolling στο διαδίκτυο. Η αρνητική διάθεση συσχετίζεται με τη μειωμένη ικανοποίηση από τη ζωή, παρεμποδίζει την αυτορρύθμιση και οδηγεί σε λιγότερο ευνοϊκές εντυπώσεις από άλλους. Ομοίως, η έκθεση σε μη σχετιζόμενα γεγονότα (π.χ. υψηλότερες θερμοκρασίες ή παθητικό κάπνισμα), έχουν βρεθεί ως παράγοντες που αυξάνουν την επιθετικότητα έναντι των άλλων. Κάποιες έρευνες σε χρήστες διαδικτύου, έχουν διαπιστώσει ότι οι άνθρωποι πίστευαν ότι τα κακόβουλα σχόλια από άλλους, προέρχονταν από θυμό και αισθήματα κατωτερότητας. Το πλαίσιο συζήτησης μπορεί επίσης να επηρεάσει την αντικοινωνική συμπεριφορά. Για παράδειγμα ένας αρχάριος σε μια κοινότητα και σε μια συζήτηση στο διαδίκτυο, επηρεάζει την κατεύθυνση της υπόλοιπης συζήτησης. Το θέμα της συζήτησης, μπορεί επίσης να ενισχύσει τα αρνητικά σχόλια των χρηστών στο διαδίκτυο. Οι μεταβολές της διάθεσης μέσα στην ημέρα, μπορούν επίσης να προβλέψουν το trolling. Στο πλαίσιο αυτό οι Chengetal (2017), κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι το trolling εξηγείται καλύτερα ως μια περιστασιακή συμπεριφορά (δηλ. ως αποτέλεσμα του περιβάλλοντος του χρήστη), παρά ως έμφυτο χαρακτηριστικό (δηλ. εγγενής ιδιότητα των ατόμων).

Η αποκόμιση οικονομικού οφέλους μπορεί να αποτελεί ακόμα ένα κίνητρο του trolling. Για παράδειγμα, τα βίντεο του YouTube περιέχουν διαφημίσεις που δημιουργούν εισόδημα για τον χρήστη. Με την εκ προθέσεως προκλητική συμπεριφορά, ο χρήστης μπορεί να προσελκύσει την προσοχή στο κανάλι του δημιουργώντας έτσι ένα οικονομικό εισόδημα. Η επιθυμία του είναι συχνά, ένα βίντεο να γίνει viral, για να λάβει τη μέγιστη δυνατή έκθεση και να αποκομίσει όσο το δυνατό περισσότερα χρήματα. Για το σκοπό αυτό, το trolling είναι μια σκόπιμη στρατηγική, σχεδόν ένα επιχειρηματικό σχέδιο, θα μπορούσε να ειπωθεί, που εκμεταλλεύονται τα μέσα ενημέρωσης και χρησιμοποιούν την κοινωνική μηχανική για να προκαλέσουν το επιθυμητό αποτέλεσμα (Owensetal, 2017).

3 Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ TROLLING

3.1 Η ΑΡΝΗΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ TROLLING

3.1.1 Η ΑΡΝΗΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ

Το trolling είναι μια δραστηριότητα με πολλές αρνητικές επιδράσεις στους δέκτες του, οι οποίοι μπορεί να είναι τόσο μεμονωμένα άτομα, όσο και ολόκληρες διαδικτυακές κοινότητες ή ιστοσελίδες. Οι δράσεις των troll, βλάπτουν αρχικά τις κοινότητες μέσα στις οποίες δραστηριοποιούνται. Για παράδειγμα το trolling στο Twitter μπορεί να είναι επιζήμιο για συζητήσεις σχετικά με αμφιλεγόμενα θέματα επειδή μπορεί να σταματήσει και να αποτρέψει μελλοντικές συζητήσεις για θέματα ενδιαφέροντος. Η παρουσία των trolls μπορεί να μετατρέψει έναν διαδικτυακό χώρο σε ένα εχθρικό περιβάλλον, το οποίο δεν θα είναι ελκυστικό για τα ήδη υπάρχοντα και τα νέα μέλη (Coles&West, 2016).

Τα υψηλά επίπεδα εξαπάτησης από τους troll σε μια ομάδα μπορεί να προκαλέσουν την ευαισθητοποίηση της ομάδας στο trolling. Για παράδειγμα, όπως δείχθηκε νωρίτερα, οι troll αναρτούν συχνά ανόητες ερωτήσεις ή δηλώνουν άγνοια για συγκεκριμένα θέματα κάνοντας ερωτήσεις στην κοινότητα, μια πρακτική η οποία είναι κατά τα άλλα αθώα, όταν διενεργείται από αρχάριους χρήστες στην κοινότητα. Ως εκ τούτου είναι πολύ πιθανό τα νέα μέλη σε μια κοινότητα που δεν έχουν αρνητικές προθέσεις, να αντιμετωπίζονται με άγνοια από τους παλαιότερους χρήστες, λόγω της πιθανότητας να είναι troll (Coles&West, 2016).

3.1.2 Η ΑΡΝΗΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΟΥΣ ΔΕΚΤΕΣ

Οι troll μπορεί επίσης να διαταράζουν την εμπιστοσύνη, μέσα σε μια κοινότητα. Η εμπιστοσύνη είναι ζωτικής σημασίας για τους ανθρώπους που είναι μέλη κοινοτήτων που ασχολούνται με ευαίσθητα ζητήματα (Pulman&Taylor, 2012.) Αυτό αναπόφευκτα επηρεάζει ψυχολογικά και τους χρήστες των κοινοτήτων αυτών. Σε μια έρευνα βρέθηκε ότι το ένα τρίτο των ερωτηθέντων είχε δεχθεί trolling κατά τους τελευταίους έξι μήνες και λίγο περισσότερο από το ένα τέταρτο αντιμετώπιζε

τακτικές επιθέσεις trolling. Ως αποτέλεσμα του trolling, εκείνοι που είχαν προσβληθεί ανέφεραν, ότι περίπου το ένα τρίτο από αυτούς έχασαν την εμπιστοσύνη τους και αισθάνθηκαν ψυχολογικά άσχημα, ενώ σχεδόν οι μισοί από αυτούς κράτησαν τις επιθέσεις μυστικές, εξαιτίας της αίσθησης ότι δεν είχαν κανέναν, με τον οποίο θα μπορούσαν να μιλήσουν γι 'αυτό. Στην ίδια έρευνα διαπιστώθηκε επίσης ότι τα άτομα που βίωσαν trolling, αυτό είχε επηρεάσει αρνητικά την αυτοεκτίμησή τους (Griffiths, 2014).

Τα θύματα του trolling μπορούν να αντιμετωπίσουν τη δημόσια αμηχανία σε μια διαδικτυακή κοινότητα και μπορεί ακόμη και να χλευαστούν από τους troll. Οι ψυχολογικές επιπτώσεις, μπορεί να είναι από ήπιες, όπως συναισθηματική δυσφορία, έως και πιο έντονες, όπως ιδέες αυτοκτονίας και πρόκληση βλαβών στον εαυτό τους (Cambriaetal., 2010).

Οι Owensetal (2017) αναφέρουν επίσης ότι εάν για παράδειγμα ένα άτομο με ιδιαίτερες σεξουαλικές προτιμήσεις, γίνει στόχος των troll σε επαναλαμβανόμενη βάση, τότε αυτό το άτομο μπορεί να πιστέψει ότι αυτό είναι η αντανάκλαση μιας ευρύτερης κοινωνικής πεποίθησης και όχι μιας παραμορφωμένης μειονότητας, όπως είναι οι troll. Εάν το trolling συμβαίνει σε τακτική βάση, το θύμα μπορεί να αποσυρθεί από τα κοινωνικά μέσα, φοβούμενο εντελώς την απρόκλητη επίθεση. Αυτό μπορεί επίσης να έχει αντίκτυπο και στην καθημερινότητα του ατόμου, όπως συνέβη με τον πρώην άνδρα, και νυν γυναίκα βουλευτή StellaCreasey, η οποία είχε εγκατεστημένο στο σπίτι της ένα κουμπί πανικού (Cockerell 2014).

Γενικά η θυματοποίηση στον κυβερνοχώρο, έχει σχέση με αρνητικά αποτελέσματα για την υγεία, όπως το άγχος και τα χαμηλότερα ακαδημαϊκά επιτεύγματα για τους έφηβους και έχει αρνητικές συνέπειες για την ψυχολογική, κοινωνική και σωματική υγεία όλων των εμπλεκομένων. Οι δράστες συχνά δεν αντιλαμβάνονται τη δική τους συμπεριφορά ως παρενόχληση και δεν αναγνωρίζουν τον αντίκτυπο της συμπεριφοράς τους στα θύματα. Από την άλλη πλευρά, οι δράστες βιώνουν υψηλότερα επίπεδα άγχους, κατάθλιψης και άγχους από εκείνους που δεν ασχολούνται με την κυβερνο-βία. Άλλα ευρήματα έρχονται σε αντίθεση με την άποψη αυτή, υποδηλώνοντας ότι οι δράστες είναι τυπικά παιδιά ή έφηβοι που δεν έχουν προβλήματα συμπεριφοράς (Šinceketal, 2017).

Ιδιαίτερα κατά τη διάρκεια της εφηβείας, η οποία είναι γνωστή ως το στάδιο ανάπτυξης της ταυτότητας, οι νέοι αναζητούν καταστάσεις στις οποίες μπορούν να

εκτιμήσουν τον εαυτό τους θετικά. Ένα μεγάλο μέρος των ερευνών δείχνει ότι η συμμετοχή στη βία στο κυβερνοχώρο έχει αρνητικό αντίκτυπο στην ανάπτυξη στην εφηβεία. Υπάρχουν συνεπείς διαπιστώσεις ότι τα θύματα τείνουν να έχουν χαμηλότερη αυτοεκτίμηση από όσους δεν είναι θύματα. Αυτά τα αποτελέσματα μπορούν να εξηγηθούν από το γεγονός ότι η εμπειρία του θύματος μειώνει την αυτοεκτίμησή του ή ότι τα άτομα με χαμηλή αυτοεκτίμηση είναι πιθανότερο να γίνουν θύματα. Συνολικά, η έρευνα επιβεβαιώνει τόσο τα ψυχολογικά όσο και τα ακαδημαϊκά αποτελέσματα της κυβερνο-βίας. Τα θύματα αντιμετωπίζουν συναισθήματα άγχους, φόβου και θλίψης, που επηρεάζουν τη μάθηση και τη στάση τους απέναντι στο σχολείο (Šinceketal, 2017).

3.1.3 Η ΑΡΝΗΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Τα επιβλαβή αποτελέσματα του trolling δεν περιορίζονται μόνο στην ευημερία των ατόμων ή των κοινοτήτων, αλλά έχουν αρνητικές οικονομικές επιπτώσεις στις επιχειρήσεις. Οι διαδικτυακές κοινότητες ενδιαφέρονται για τη διατήρηση της μάρκας και της κοινότητας τους, και οι troll μπορούν να επηρεάσουν αρνητικά την ατμόσφαιρα και να την καταστήσουν λιγότερο ελκυστική στους τακτικούς επισκέπτες, αλλά και στους νέους επισκέπτες. Αυτό θα οδηγήσει σε μείωση της επισκεψιμότητας στις κοινότητες αυτές και στις ιστοσελίδες τους, το οποίο με τη σειρά του, μπορεί να οδηγήσει σε απώλεια εσόδων. Οι επιπτώσεις αυτές φαίνεται ότι επηρεάζουν κυρίως ιστοσελίδες και κοινότητες μέσω μαζικής ενημέρωσης. Στις ιστοσελίδες αυτές οι trolls μπορεί να επηρεάσουν αρνητικά την εμπειρία των χρηστών και των αναγνωστών, προκαλώντας σε απώλεια συνδρομητών, βλάβη της φήμης των επιχειρήσεων και αυξημένο χρόνο για τη διαγραφή των ανεπιθύμητων μηνυμάτων (Turner, 2010).

Ο Sindorf (2013) αναφέρει επίσης μια περίπτωση, όπου μια ηλεκτρονική εφημερίδα έκλεισε τη λειτουργία σχολιασμού των αναρτήσεων της, λόγω της επιδείνωσης του trolling, οδηγώντας πολλούς αναγνώστες να διαφωνήσουν με την κίνηση αυτή, επειδή ήταν ένα πλήγμα κατά της ελεύθερης δημόσιας έκφρασης. Ωστόσο από την άλλη, έχει αναφερθεί ότι το trolling, δεν έχει πάντα αρνητικές επιπτώσεις για τις ιστοσελίδες αυτές. Οι διαμάχες που δημιουργούν οι troll, μπορούν

να αυξήσουν την επισκεψιμότητα και να δημιουργήσουν περισσότερα έσοδα για έναν ιστότοπο ειδήσεων (Sindorf, 2013).

3.1.4 Η ΑΡΝΗΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΟΥΣ TROLL

Τέλος, οι ίδιοι οι troll μπορεί να υποστούν τις συνέπειες των πράξεων τους. Σε περιπτώσεις όπου οι troll έχουν ξεπεράσει τα όρια και όπου το trolling έχει λάβει τη μορφή παράνομης δραστηριότητας και συμπεριφοράς, οι troll έχουν λογοδοτήσει νομικά για τις πράξεις τους ή έχουν φυλακιστεί (Coles&West, 2016).

Για παράδειγμα ο Bishop (2012), αναφέρει την περίπτωση ενός troll, ο οποίος καταδικάστηκε σε τετραετή φυλάκιση επειδή ο δικαστής ήθελε να δώσει ένα παράδειγμα, και προκειμένου η ενέργεια αυτή να λειτουργήσει αποτρεπτικά για το trolling.

Υπάρχουν επίσης πρόσφατες περιπτώσεις διασημοτήτων, αλλά και μη διασημοτήτων που δέχθηκαν trolling και τις αντιμετώπισαν νομικά. Για παράδειγμα ο φοιτητής βιολογίας, LiamStacey, ο οποίος χλεύασε τον ποδοσφαιριστή FabriceMuamba αφού κατέρρευσε στο γήπεδο κατά τη διάρκεια ενός αγώνα το Μάρτιο του 2012, κατηγορήθηκε ως ένοχος με την κατηγορία της παρενόχλησης και έλαβε ποινή φυλάκισης 56 ημερών για υποκίνηση φυλετικού μίσους (Lumsden και Morgan, 2012).

Κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων του Λονδίνου το 2012, ο Ολυμπιακός δύτες TomDaley έγινε επίσης θύμα καταχρηστικών και απειλητικών μηνυμάτων στο Twitter. Ο έφηβος «troll» απέφυγε τη δίωξη μετά από συγγνώμη για τα σχόλιά του και γρήγορα την κατάργηση της θέσης του. Επίσης το 2012, ο 19 χρονος MatthewWoods καταδικάστηκε σε 12 εβδομάδες φυλακή για «έντονα προσβλητικές» παρατηρήσεις στην σελίδα αναζήτησης του εξαφανισμένου πεντάχρονου AprilJones στο Facebook (Lumsden και Morgan, 2012).

3.2 ΤΡΟΠΟΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΟΥ TROLLING ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΔΕΚΤΕΣ

3.2.1 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΧΡΗΣΤΕΣ ΚΑΙ ΤΙΣ ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ

Οι δέκτες του trolling, έχουν χρησιμοποιήσει διάφορα μέσα για να σταματήσουν την εκδήλωση του φαινομένου αυτού. Ο Hardaker (2015) ο οποίος μελέτησε τις αντιδράσεις των δεκτών και των χρηστών του διαδικτύου, στο trolling, εντόπισε μια σειρά από διαφορετικές ενέργειες, όπως η αγνόηση απροκάλυπτα ή συγκεκαλυμμένα, η συμμετοχή με ειλικρινή ανταπόκριση, η έκθεση του troll, στην υπόλοιπη κοινότητα, η πρόκληση των troll άμεσα ή έμμεσα, η ανάρτηση απόψεων σχετικά με την αποτελεσματικότητα του trolling και την ποιότητα των σχολίων των troll και η διακωμώδηση του troll. Ωστόσο ο ερευνητής αναφέρει ότι η αποτελεσματικότητα των μεθόδων αυτών είναι μικρή.

Πρακτικά, σύμφωνα με τους Sanfilippoetal. (2017), οι χρήστες του διαδικτύου και των κοινοτήτων δεν μπορούν να κάνουν τίποτα περισσότερο, από το να αγνοήσουν, να μπλοκάρουν ή να διαγράψουν τα μηνύματα των troll όπου αυτό είναι δυνατό. Ενδεχομένως η αντιμετώπιση των troll, ομαδικά και οργανωμένα από τους χρήστες της κοινότητας, να είχε μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα, ωστόσο αποτελεί μια ενέργεια που ενέχει κινδύνους. Τα μέλη της κοινότητας μπορούν να μοιράζονται πληροφορίες και καθοδήγηση σχετικά με τον τρόπο αντιμετώπισης των troll και ακόμη και να παρακολουθούν και να αντιδρούν μαζί στο trolling, ώστε να αποδυναμώσουν τον troll. Ωστόσο αυτοί οι χρήστες μπορούν οι ίδιοι να γίνουν troll στην προσπάθεια αντιμετώπισης του troll, το οποίο ενδέχεται να μην είναι επιθυμητό μακροπρόθεσμα, καθώς μπορεί να ενθαρρύνει ένα νέο κανόνα αρνητικής συμπεριφοράς σε μια κοινότητα. Επίσης σε άλλους τύπους trolling, η αντιμετώπιση του φαινομένου μπορεί να είναι δύσκολη, όπως είναι για παράδειγμα το trolling σε διάσημα πρόσωπα, όπου η κοινή γνώμη θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη, στην αντιμετώπιση του trolling. Σε περιπτώσεις ιδεολογικού trolling μπορεί να είναι δύσκολο να σταματήσει η δράση των troll, επειδή μπορεί να ληφθεί υπόψη το δικαίωμα του ατόμου να κάνει trolling (Sanfilippoetal., 2017).

Σύμφωνα με τον Shaw (2013), η απόκτηση εμπειρίας σε διαδικτυακές συζητήσεις και με trolls μπορεί να βοηθήσει τους χρήστες να εντοπίσουν άτομα που αναμένεται να κάνουν trolling και να τους μπλοκάρουν από τις κοινότητες. Μια άλλη

μέθοδος που θα μπορούσε να είναι σε κάποιο βαθμό αποτελεσματική, είναι να δημοσιεύονται τα μηνύματα των troll. Αυτός ο τρόπος αντιμετώπισης χρησιμοποιείται συχνά από φεμινιστές μπλόγκερς και η πρόθεση είναι να ντροπιάζουν δημοσίως τους trolls. Αυτή η προσέγγιση όμως έχει αποδειχθεί αναποτελεσματική και μερικές φορές προκαλεί ακόμα πιο καταχρηστικές επιθέσεις, αλλά η πρακτική αυτή επικρατεί σήμερα, επειδή η σιωπή των θυμάτων, εντείνει το φαινόμενο του trolling (Shaw, 2013).

Η αναγνώριση των troll, είναι επίσης δύσκολη, καθώς δεν υπάρχει κανένας οδηγός για τον εντοπισμό τους. Τα μέλη των κοινοτήτων πρέπει να είναι προσεκτικά κατά την αναγνώριση ενός troll, καθώς μπορεί πάντα να υπάρχει μιας εγγενής αβεβαιότητα όσον αφορά την αναγνώριση τους. Οι προθέσεις των ατόμων δεν μπορούν να είναι πάντα γνωστές με βεβαιότητα, αλλά μόνο να υποθεθούν, γεγονός που καθιστά δύσκολο τον προσδιορισμό των troll. Επίσης πολλοί troll μπορεί να συμπεριφέρονται με φυσιολογικό τρόπο ή να κρύβονται πίσω από ψεύτικες ταυτότητες, το οποίο επίσης δυσκολεύει τον εντοπισμό τους. Επίσης πολλοί αρχάριοι χρήστες σε μια κοινότητα μπορεί να έχει κάποια χαρακτηριστικά που έχουν οι troll, οι οποίοι προσπαθούν να αποπροσανατολίσουν μια συζήτηση ανεβάζοντας ανόητες ερωτήσεις (Hardaker, 2015).

Επίσης πολλοί χρήστες πιστεύουν ότι η αντιμετώπιση του trolling θα πρέπει να γίνεται από τους ίδιους τους διαχειριστές των ιστοσελίδων και των κοινοτήτων. Ωστόσο όπως εξηγούν οι Golf-Papez και Veer, (2017), συχνά το trolling δεν παραβιάζει κανόνες ή τα κοινοτικά πρότυπα σε αυτές τις πλατφόρμες και επειδή δεν απαγορεύεται νομικά, ούτε διώκεται, η διαχείριση του φαινομένου εμπίπτει εξ ολοκλήρου στους χρήστες αυτών των ιστότοπων. Ενώ οι στοχευόμενοι χρήστες βρίσκονται συχνά σε καλή θέση να αντιμετωπίζουν τους trolls, φαίνεται ότι δεν διαθέτουν τις γνώσεις σχετικά με τον τρόπο επίλυσης προβληματικών καταστάσεων στο διαδίκτυο και πολλοί από αυτούς αναμένουν ότι οι διαχειριστές θα τους προστατεύσουν.

3.2.2 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΜΕ ΝΟΜΙΚΑ ΜΕΣΑ

Στις περιπτώσεις όπου το trolling εσωκλείει παράνομες δραστηριότητες και συμπεριφορές και προκαλεί σοβαρές βλάβες σε άτομα, οι διαχειριστές και οι χρήστες

μπορούν να χρησιμοποιήσουν ένδικα μέσα. Μια επιλογή είναι μια πράξη αστικού δικαίου: οι χρήστες, για παράδειγμα, μπορούν να μηνύσουν τους troll για σκόπιμη πρόκληση συναισθηματικής δυσφορίας, ενώ οι επιχειρήσεις να διεκδικήσουν αποζημιώσεις για δυσφήμιση. Ωστόσο, οι αγωγές είναι αργές και δαπανηρές, ενώ οι περιπτώσεις δυσφήμισης τείνουν να είναι δύσκολο να κερδίσουν (Golf-Papez και Veer, 2017).

Μια εναλλακτική λύση, η οποία αφορά τα άτομα που στοχεύουν οι troll, αλλά όχι για τις επιχειρήσεις, είναι το ποινικό δίκαιο. Το trolling μπορεί να «τιμωρηθεί» και να διωχθεί όταν αποτελεί παράνομη συμπεριφορά. Στο Ηνωμένο Βασίλειο, τις Ηνωμένες Πολιτείες, την Αυστραλία και τη Νέα Ζηλανδία, το trolling μπορεί να αποτελέσει ποινικό αδίκημα όταν περιλαμβάνει επικοινωνία που είναι κατάφωρα προσβλητική, ψευδής, άσεμνη, απειλητική, προκλητική ή ενοχλητική, και η οποία με οποιονδήποτε τρόπο προτρέπει ή προκαλεί συναισθηματικό κίνδυνο. Στην πράξη, η επιτυχής δίωξη είναι δύσκολη και χρονοβόρα λόγω ζητημάτων απόδειξης (π.χ. προβλήματα εντοπισμού του troll) και ζητημάτων που σχετίζονται με τη δικαιοδοσία (π.χ. ο στόχος και ο troll βρίσκονται σε διαφορετικές χώρες). Επιπλέον, η συμπεριφορά trolling συνήθως και αυτόματα εμπίπτει στο δικαίωμα της ελευθερίας της έκφρασης, αμφισβητώντας τον ρόλο που μπορούν να διαδραματίσουν οι νομικές ενέργειες στην αντιμετώπιση του φαινομένου του trolling (Golf-Papez και Veer, 2017).

Εκτός αυτού, όπως εξηγεί ο Bishop (2013), οι περισσότεροι troll, ακόμα και όταν διωχθούν νομικά, δεν μετανιώνουν για τις πράξεις τους και αρνούνται να απολογηθούν για αυτές. Οι σύγχρονες ποινικές διαδικασίες υποχρεώνουν τους κατηγορούμενους να παραμείνουν στην άρνηση και σχεδόν δεν καλλιεργούν τις εκφράσεις τους για τύψεις και συγγνώμη και για συγχώρεση από τα θύματα. Στην περίπτωση των troll του διαδικτύου με διαταραχές συμπεριφοράς, αυτό ενισχύει την προθυμία τους να καταχραστούν τους άλλους. Για παράδειγμα ο περιβόητος troll, ο SeanDuffy, στον οποίο απαγγέλθηκαν επανειλημμένα ποινές, δεν απολογήθηκε για τις ενέργειές του. Μιλώντας συγκεκριμένα για το σύστημα ποινικής δικαιοσύνης στην Μ. Βρετανία, αναφέρει ότι αυτό δεν είναι αποτελεσματικό στην ισότιμη διαχείριση των troll, καθώς σχεδόν πανομοιότυπες καταστάσεις trolling, αντιμετωπίστηκαν με διαφορετικό τρόπο από τις αρχές. Αυτό προφανώς ισχύει και για τα περισσότερα νομικά συστήματα στον κόσμο, καθώς μέχρι σήμερα, κανένα από αυτά δεν έχει

υιοθετήσει έναν σαφή ορισμό για το trolling. Σύμφωνα με τον ερευνητή, οι αρχές επιβολής του νόμου και ποινικής δικαιοσύνης, θα πρέπει να αναλάβουν δράση ενάντια στους troll, θέτοντας κατώτατα όρια για μια συμπεριφορά trolling που θα μπορούσε να δημιουργήσει βλάβη σε άλλα άτομα (Bishop, 2013).

3.3 ΠΡΟΛΗΨΗ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥ TROLLING

Το trolling είναι ένα σοβαρό ζήτημα που υπονομεύει τη λειτουργία των κοινωνικών δικτύων και των μέσων ενημέρωσης και τον ρόλο τους ως παγκόσμιο κανάλι επικοινωνίας. Έτσι, η καταπολέμηση των trolls αποτελεί κορυφαία προτεραιότητα για όλες τις σημαντικές ηλεκτρονικές πύλες. Μερικά από τα μεγαλύτερα κοινωνικά δίκτυα έχουν αναπτύξει μηχανισμούς καθοδηγούμενους από τους χρήστες για την ανίχνευση της συμπεριφοράς trolling, όπου οι χρήστες αναφέρουν καταχρηστική συμπεριφορά στο σύστημα και οι επόπτες αναστέλλουν, απαγορεύουν ή απομακρύνουν τους δράστες από την κοινότητα. Ακόμη και όταν είναι επιτυχής, η ανίχνευση του trolling δεν αντιμετωπίζει πλήρως το πρόβλημα, επειδή οι trolls μπορούν να χρησιμοποιήσουν διαφορετικά ονόματα χρηστών. Το πιο σημαντικό είναι ότι όλα αυτά τα μέτρα είναι αντιδραστικά: εφαρμόζονται δηλαδή, συνήθως αφού έχει ήδη αναρτηθεί ένα δυσφημιστικό, απειλητικό ή παραπλανητικό σχόλιο. Σε πολλές περιπτώσεις είναι πολύ αργά και η ζημιά έχει ήδη γίνει. Ως εκ τούτου είναι πολύ σημαντική η πρόληψη του trolling πριν την εμφάνιση του ή την επανεμφάνιση του (Tsantarliotisetal, 2017).

Δεδομένου ωστόσο ότι το trolling, αποτελεί ένα πολύ συχνό φαινόμενο στο διαδίκτυο, σημαίνει ότι λίγα έχουν γίνει μέχρι σήμερα για την πρόληψη της εμφάνισης του και για την επιτυχή διαχείριση του. Έρευνες σε χρήστες του διαδικτύου, δείχνουν ότι πολλοί άνθρωποι απαιτούν έναν μηχανισμό πρόληψης ή αποκατάστασης, επειδή οι περισσότεροι από αυτούς ανησυχούν για τις συνέπειες του trolling στην πραγματική ζωή. Ομοίως οι διαχειριστές ιστοσελίδων, στις οποίες το φαινόμενο του trolling ακμάζει, επενδύουν σημαντικό χρόνο και προσπάθεια για την καταπολέμηση του trolling (Golf-Papez και Veer, 2017).

Επιπλέον οι Sanfillipoetal (2017) πιστεύουν ότι είναι αναγκαίο να υπάρχει ένας μηχανισμός διαχείρισης των συμπεριφορών trolling, που θεωρούνται αποκλίνουσες, δεδομένων των δυνατοτήτων αυτών των συμπεριφορών να

καταστρέψουν τις διαδικτυακές κοινότητες. Ωστόσο τονίζουν ότι τα μέτρα αυτά, πρέπει να είναι διαφορετικά για διαφορετικές ομάδες troll, ανάλογα με το είδος του trolling που εκδηλώνεται. Για παράδειγμα, πολλές συμπεριφορές hacking θεωρούνται κακόβουλες επειδή τα άτομα επιδιώκουν οικονομικό όφελος, και ως αποτέλεσμα, λαμβάνονται τεχνικά μέτρα για την προστασία των εταιρειών από αυτούς. Ωστόσο, οι ακτιβιστές, ως άτομα που εμπλέκονται στο trollingγια πολιτικούς και ιδεολογικούς σκοπούς, δεν θεωρούνται ισοδύναμα και, ως εκ τούτου, απαιτούνται διαφορετικές τεχνικές πρόληψης και διαχείρισης αυτού του είδους του trolling. Ως εκ τούτου υποστηρίζεται ότι οι προσπάθειες ελέγχου του trolling, μπορεί να εντείνουν το φαινόμενο, επειδή όταν αναπτύσσονται μέθοδοι ελέγχου χωρίς να είναι γνωστό πώς ξεκινάει το trolling, πώς εφαρμόζεται και ποιοι παράγοντες το τροφοδοτούν, οι μέθοδοι αυτές μπορεί να έχουν αρνητικά αποτελέσματα. Ωστόσο, υπάρχουν ορισμένα προληπτικά μέτρα που μπορούν να ληφθούν και ενεργές λύσεις για την πρόληψη του trolling (Sanfillipoetal, 2017).

3.3.1 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΛΗΨΗ TROLLING

Τα χαρακτηριστικά του σχεδιασμού των διαδικτυακών κοινοτήτων, μπορούν επίσης σε κάποιο βαθμό να αποτρέψουν το trolling. Για παράδειγμα κάποιες πλατφόρμες δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες να διαγράφουν σχόλια άλλων χρηστών, ωστόσο η πρακτική αυτή έχει μειονεκτήματα, ένας κάποιος αποφασίσει να την καταχραστεί και να διαγράψει νόμιμα σχόλια (Binns, 2012).

Το gamification είναι επίσης ένας τρόπος σχεδιασμού ιστοσελίδων σε διαδικτυακές κοινότητες, ο οποίο λαμβάνει υπόψη του τη συμμόρφωση των χρηστών με τους κανόνες για την απονομή πόντων στους χρήστες για θετική συμπεριφορά. Ορισμένα συστήματα επιτρέπουν στους χρήστες να συσσωρεύουν πόντους για να αποκτήσουν μια υψηλότερη θέση σε ένα νήμα. Στην περίπτωση αυτοί οι troll θα εμφανιστούν χαμηλά στη λίστα, και τα μηνύματα τους θα λαμβάνουν λιγότερη προσοχή (Binns, 2012).

Ορισμένα ηλεκτρονικά περιοδικά και εφημερίδες, μπορούν να επωφεληθούν σε μεγάλο βαθμό από το να έχουν συγγραφείς που συμμετέχουν στις διαδικτυακές συνομιλίες των χρηστών. Αυτή η προσέγγιση μπορεί να είναι επιτυχής και να

συμβάλλει στην αποτροπή της επιθετικότητας στα φόρουμ ειδήσεων ή να εξισορροπεί το αρνητικό κλίμα που δημιουργούν οι troll (Binns, 2012).

Σε πολλούς διαδικτυακούς τόπους οι λογαριασμοί των troll διαγράφονται, προκειμένου να σταματήσουν να κάνουν trolling, ωστόσο αυτή η τακτική μπορεί να είναι αποτελεσματική στην πρόληψη του trolling μόνο προσωρινά, επειδή είναι πολύ εύκολο οι trolls να δημιουργούν συνεχώς νέους λογαριασμούς ακόμα και αν είναι αποτελεσματικά διαγραμμένοι. Αυτές οι πρακτικές που συχνά ακολουθούν κάποιες ιστοσελίδες, είναι συνήθως βασισμένες σε plugins, λογισμικά δηλαδή που είναι σχεδιασμένα για να είναι συμβατά με πολλές ιστοσελίδες. Ένα από αυτά, λειτουργεί για παράδειγμα στο Facebook, ήδη από το 2012. Το Facebook απαγορεύει πολλούς λογαριασμούς και χρησιμοποιεί μόνο πραγματικά ονόματα. Αν και δεν είναι δύσκολο να δημιουργηθεί ένα εναλλακτικό προφίλ χρησιμοποιώντας έναν άλλο λογαριασμό ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, στην πράξη οι περισσότεροι χρήστες του Facebook συμμορφώνονται οικειοθελώς επειδή θέλουν να συνδεθούν με τους offline φίλους τους (Theeconomist, 2011).

Ένας τρόπος για να αποτραπεί το troll, είναι επίσης οι διαχειριστές των ιστοσελίδων, από την στιγμή που εντοπίζουν τους troll να εισάγουν ένα paywall για ένα blog για παράδειγμα και να κάνουν τους troll να πληρώσουν αν θέλουν να συνεχίσουν (Binns, 2012).

Επίσης έχουν αναπτυχθεί και κάποιες αυτόματες μέθοδοι εντοπισμού των troll, μέσω των οποίων παρεμποδίζεται η δημιουργία ψεύτικων λογαριασμών με βάση τον προσδιορισμό του κατά πόσο κάποια διεύθυνση IP έχει πολλαπλούς λογαριασμούς και εμφανίζει ανώμαλη δραστηριότητα με τη μορφή αποστολής πολλών μηνυμάτων σε μη φίλους και εάν τα αιτήματα των φίλων τους απορρίπτονται συνεχώς (Cambriaetal, 2010).

Οι Tsantarliotisetal (2016, 2017), πρότειναν επίσης μια αυτοματοποιημένη διαδικασία-σύστημα, μέσω των οποίων οι ιστοσελίδες με αυτόματο τρόπο θα μπορούν να αναγνωρίζουν τα post που είναι ευπαθή στο trolling. Η πρόβλεψη της ευπάθειας ενός post επιτρέπει την προληπτική διαχείριση των trolls, εμποδίζοντας τους να εμφανίζονται, αντί να ανιχνεύονται, αφού έχουν πρώτα έχουν κάνει την εμφάνιση τους. Οι ίδιοι πρότειναν ότι μελλοντικά θα μπορούσε να φτιαχτεί ένα παρόμοιο σύστημα για να εντοπίζονται οι χρήστες που είναι ευαίσθητοι στο trolling.

Ο Binns (2012) δηλώνει επίσης ότι μια προφανής λύση είναι η κατάργηση της ανωνυμίας των χρηστών, προκειμένου να εξομαλυνθούν οι συμπεριφορές trolling. Σε παρόμοιο πλαίσιο οι Rousendaletal (2018), τονίζουν ότι οι χρήστες των κοινωνικών μέσων, θα πρέπει να αναγνωρίζονται με πιστοποιημένο τρόπο πριν ανοίξουν λογαριασμό στα μέσα αυτά. Αυτό συνηθίζεται να συζητείται ως λύση στο δημόσιο διάλογο σχετικά με τον τρόπο αντιμετώπισης του trolling. Οι διαφορετικές πλατφόρμες κοινωνικών μέσων έχουν διαφορετικά επίπεδα ανωνυμίας. Έχει προταθεί ότι οι εθνικές κυβερνήσεις θα μπορούσαν να λάβουν αποφάσεις για να αναγκάσουν όλες τις εταιρείες κοινωνικών μέσων ενημέρωσης να λειτουργούν χωρίς ανωνυμία. Αυτό θα διευκόλυνε τον εντοπισμό των χρηστών που ενεργούν ως trolls και θα τους απέτρεπε από τη δημιουργία νέων λογαριασμών χρησιμοποιώντας ψεύτικες ταυτότητες. Παρόλο που υπάρχουν θετικά αποτελέσματα από την μη τήρηση ανωνυμίας, είναι μια πρακτική στην οποία πολλοί χρήστες αντιστέκονται. Ορισμένοι ιστότοποι απαιτούν ακόμη από τους χρήστες τους να διατηρούν την ανωνυμία τους λόγω των ευαίσθητων θεμάτων που συζητούνται, οπότε η πρακτική αυτή αν και θα ήταν πολύ αποτελεσματική, δεν είναι αποδεκτή από το ευρύ κοινό (Binns, 2012).

Σύμφωνα με τους Rousendaletal (2018), μια λιγότερο δύσκολη επιλογή για την αποτροπή ανώνυμων δημοσιεύσεων, θα μπορούσε να είναι και η απαγόρευση συνδέσεων VPN σε πλατφόρμες κοινωνικών μέσων. Ένα VPN (Εικονικό Ιδιωτικό Δίκτυο) δημιουργεί μια σύνδεση με έναν εικονικό τρόπο, ο οποίος συνίσταται στη σύνδεση σε έναν άλλο διακομιστή ώστε η διεύθυνση IP (και πιθανώς η χώρα προέλευσης) να αλλάζει. Τα VPN προσφέρουν τρία πράγματα: 1) ασφάλεια (τα δεδομένα κρυπτογραφούνται από τα μέρη που θέλουν να απομακρύνουν δεδομένα όπως οι χάκερ και οι κυβερνήσεις), 2) ανωνυμία (η διεύθυνση IP του χρήστη, ένας προσωπικός κωδικός ταυτότητας, αλλάζει στην IP του διακομιστή VPN, και ο χρήστης δεν μπορεί να αναγνωριστεί) και 3) ελευθερία (μέσω ενός VPN, ο χρήστης είναι σε θέση να συνδεθεί με διακομιστές σε ολόκληρο τον κόσμο - η ηλεκτρονική λογοκρισία δεν αποτελεί πλέον πρόβλημα). Επομένως, τα VPN κερδίζουν μεγάλη δημοτικότητα. Ωστόσο, στην πρόληψη του trolling, είναι δύσκολο να γίνει αντιληπτός ποιος είναι στην πραγματικότητα πίσω από μια διεύθυνση IP, κάτι που θέτει εμπόδια στο μπλοκάρισμα των troll.

Επίσης κάποιες ιστοσελίδες, παρέχουν κάποια μορφή κανόνων για την κοινότητα τους, οι οποίοι συνίσταται σε μεγάλα μακροσκελή κείμενα, πυκνού

νομικού περιεχομένου, στα οποία οι χρήστες συμφωνούν ονομαστικά όταν επιλέγουν το πλαίσιο «Συμφωνώ με τους όρους και τις προϋποθέσεις». Ωστόσο οι περισσότεροι δεν τα διαβάζουν. Εντούτοις, οι καλά γραπτοί κανόνες ενός ιστοτόπου μπορούν να παράσχουν ακόμα τη δυνατότητα του κλεισίματος ενός λογαριασμού ή την κατάργηση σχολίων. Τουλάχιστον ένας χρήσιμος κανόνας είναι η απαγόρευση πολλαπλών λογαριασμών. Σε κάποιες ιστοσελίδες, οι διαχειριστές επιλέγουν να κάνουν αυτούς τους κανόνες απλούς και κατανοητούς, όπως στον Vimeo. Η βασική έκδοση, που εμφανίζεται στην πρώτη σελίδα των φόρουμ, είναι μόνο 84 λέξεις (Binns, 2012).

3.3.2 ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΧΡΗΣΤΩΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΛΗΨΗ ΤΡΟΛΛΙΝΓ

Σύμφωνα με τους Golf-Papez και Veer, (2017), οι φορείς που ασχολούνται με την πρόληψη του trolling μπορούν να επιχειρήσουν να εξαλείψουν ή να ελαχιστοποιήσουν τις συνέπειες του trolling για τους στόχους. Η ενίσχυση του ψηφιακού γραμματισμού μπορεί να βοηθήσει τους χρήστες του διαδικτύου, να αναγνωρίζουν έγκαιρα τα φαινόμενα trolling, και να αποφεύγουν την έκθεσή τους.

Επίσης δεδομένου ότι οι έφηβοι είναι μια ομάδα ατόμων που είναι ευάλωτα στο trolling, λειτουργώντας τόσο ως troll, όσο και ως θύματα του trolling, μια πρακτική πρόληψης θα μπορούσε να είναι η εκπαίδευσή τους για την κατάλληλη και ορθή χρήση του διαδικτύου, καθώς και για την ανάπτυξη καλής συμπεριφοράς στο διαδίκτυο. Ο Griffith (2014) για παράδειγμα συνεργάστηκε με μια οργάνωση νεολαίας για να αναπτύξει έναν οδηγό για τους εφήβους προκειμένου να τους διδάξει πώς να συμπεριφέρονται στο διαδίκτυο. Η εκπαίδευση σχετικά με τη σωστή χρήση του διαδικτύου θα μπορούσε ακόμη να εφαρμοστεί περισσότερο στα σχολεία, προκειμένου να αυξηθούν οι υπεύθυνοι ηλεκτρονικοί πολίτες (Griffith, 2014).

Η εκπαίδευση αυτή θα μπορούσε να επικεντρωθεί στους τρόπους καλής συμπεριφοράς στο διαδίκτυο, στη λεγόμενη εθιμοτυπική συμπεριφορά στο διαδίκτυο (netiquette). Οι κανόνες εθιμοτυπικής συμπεριφοράς διαδίκτυο είναι οδηγίες εθιμοτυπίας για την ανάρτηση μηνυμάτων σε ηλεκτρονικές υπηρεσίες και ιδιαίτερα σε ομάδες ειδήσεων στο διαδίκτυο. Το netiquette καλύπτει όχι μόνο κανόνες για τη διατήρηση της ευγένειας στις συζητήσεις, αλλά και ειδικές οδηγίες που είναι μοναδικές για τον ηλεκτρονικό χαρακτήρα των μηνυμάτων του φόρουμ. Για

παράδειγμα, το netiquette συμβουλεύει τους χρήστες να χρησιμοποιούν απλές μορφοποιήσεις, επειδή η σύνθετη μορφοποίηση ενδέχεται να μην εμφανίζεται σωστά σε όλους τους αναγνώστες. Στην πλειονότητα των περιπτώσεων, το netiquette επιβάλλεται από άλλους χρήστες που θα εκφράσουν την αντίθεσή τους αν κάποιος χρήστης, έχει παραβιάσει κάποιον σχετικό κανόνα. Αναλυτικά οι κανόνες αυτοί είναι (Semingson και Owens, 2017):

- 1) Πριν τη δημοσίευση μιας ερώτησης σε έναν πίνακα συζήτησης, ο χρήστης θα πρέπει να ελέγχει, αν κάποιος το έχει ήδη ζητήσει και έχει λάβει απάντηση.
- 2) Ο χρήστης θα πρέπει να παραμένει στο θέμα της συζήτησης και μην δημοσιεύει άσχετους συνδέσμους, σχόλια, σκέψεις ή εικόνες.
- 3) Ο χρήστης δεν θα πρέπει να γράφει με κεφάλαια γράμματα, επειδή έτσι φαίνεται ότι ο λόγος του έχει ένταση.
- 4) Ο χρήστης δεν θα πρέπει να γράφει σαρκαστικά σχόλια ή που θα περικλείουν θυμό, ακόμα και ως αστείο, επειδή οι συνομιλητές ίσως να μην συνειδητοποιούν ότι πρόκειται για αστείο.
- 5) Οι χρήστες θα πρέπει να θυμούνται να λένε παρακαλώ και ευχαριστώ όταν ζητούν βοήθεια από άλλους χρήστες.
- 6) Οι χρήστες θα πρέπει να σέβονται τις απόψεις των άλλων χρηστών και εάν αισθάνονται την ανάγκη να διαφωνήσουν, θα πρέπει να το κάνουν με σεβασμό και με επιχειρήματα, αναγνωρίζοντας επίσης και τα επιχειρήματα των άλλων. Οι χρήστες θα πρέπει να αναγνωρίζουν ότι οι άλλοι δικαιούνται να έχουν τη δική τους προοπτική στο θέμα.
- 7) Οι χρήστες θα πρέπει να ελέγχουν την ακρίβεια των απαντήσεων τους προς τις ερωτήσεις των άλλων χρηστών.
- 8) Οι απαντήσεις και τα σχόλια των χρηστών θα πρέπει να είναι σύντομα και όχι μακροσκελή, ιδιαίτερα στις υπηρεσίες επικοινωνίας σύντομων μηνυμάτων.
- 9) Οι χρήστες δεν θα πρέπει να χλευάζουν άλλα άτομα ή να μην εμπλέκονται σε ενέργειες αρνητικού χαρακτήρισμού των άλλων ατόμων, ακόμα και αν διαφωνούν με τις απόψεις τους.

- 10) Πριν ο χρήστης θέσει μια ερώτηση, θα πρέπει να ελέγξει αν η απάντηση είναι προφανής ή εύκολη στην εύρεση.
- 11) Ο χρήστης θα πρέπει να ελέγχει τα πιο πρόσφατα σχόλια προτού απαντήσει σε ένα παλιότερο σχόλιο, επειδή το ζήτημα ενδέχεται να έχει ήδη επιλυθεί ή να έχουν αλλάξει οι απόψεις.
- 12) Ο χρήστης θα πρέπει να ελέγχει την ορθογραφία και την γραμματική του μηνύματος πριν από την ανάρτηση στον πίνακα συζητήσεων.

Κάποιες κυβερνήσεις έχουν επίσης θεσπίσει κατευθυντήριες οδηγίες που απευθύνονται σε έφηβους και μαθητές γενικά, για τη διαχείριση του trolling, όπως για παράδειγμα ένα σύνολο οδηγιών που έχουν θεσπιστεί από το Υπουργείο Παιδείας της Ν. Ζηλανδίας. Ο οδηγός συμβουλεύει τους μαθητές, ότι θα πρέπει να μπορούν να αναγνωρίζουν πότε το trolling είναι εποικοδομητικό, και μπορεί να χρησιμοποιείται για να προκαλέσει βλάβη σε άλλους. Για την τελευταία περίπτωση, η αγνόηση είναι η καλύτερη στρατηγική. Οι μαθητές συμβουλεύονται επίσης να διαγράφουν προσβλητικό ή καταχρηστικό υλικό όταν μπορούν ή να το αναφέρουν στους διαχειριστές των ιστοσελίδων. Το Facebook και το Twitter έχουν πολιτικές κατά του εκφοβισμού ή των απειλών. Η αντίδρασή είναι επιλογή του κάθε άτομου, ωστόσο οι χρήστες θα πρέπει να εξετάζουν τις πιθανές συνέπειες της αντίδρασης τους απέναντι σε έναν troll, γιατί οι troll, προκειμένου να νικήσουν τον στόχο τους, μπορεί να εμπλακούν σε ακόμα μεγαλύτερες αρνητικές συμπεριφορές (ManagingNegativeSocialMedia, 2016).

Οι έφηβοι συμβουλεύονται επίσης να παρακολουθούν προσεκτικά τα κοινωνικά τους μέσα, να ελέγχουν τους τουλάχιστον καθημερινά, και να ορίζουν να τους έρχονται ειδοποιήσεις από τους λογαριασμούς των κοινωνικών μέσων, αυτόματα όταν κάποιος σχολιάζει ή απαντά ένα post. Οι ειδοποιήσεις Google είναι τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που αποστέλλονται όταν η Google καταγράφει νέα αποτελέσματα, μπορεί να είναι ένα χρήσιμο εργαλείο. Οι ειδοποιήσεις της Google, μπορούν να χρησιμοποιηθούν, ώστε οι χρήστες να παρακολουθούν οτιδήποτε στο διαδίκτυο. Οι έφηβοι συμβουλεύονται επίσης να διατηρούν ένα ψηφιακό αρχείο όλων των σχολίων τους, το οποίο μπορεί να τους βοηθήσει να καλύψουν τις βάσεις τους νόμιμα και να ανταποκριθούν με συνέπεια. Συμβουλεύονται όπου είναι δυνατόν, να προσπαθούν να κρατούν αρνητική θέση και

να εξετάζουν τη χρήση θετικών απαντήσεων για να διορθώσουν την κατάσταση (ManagingNegativeSocialMedia, 2016).

Οι Herringetal (2002), μιλούν επίσης για την πρόληψη του trolling, σε ιστοσελίδες με ευαίσθητο κοινωνικά περιεχόμενο, όπως είναι για παράδειγμα τα φεμινιστικά blog. Η πρόληψη αυτή δεν εστιάζει στην πρόληψη εμφάνισης του φαινομένου, αλλά στην πρόληψη που σχετίζεται με τις αρνητικές συνέπειες στα θύματα, ώστε αυτές να ελαχιστοποιούνται και η βλάβη να είναι μικρότερη. Οι ερευνητές τονίζουν ότι οι διαχειριστές των ιστοσελίδων αυτών είναι σημαντικό να εκπαιδεύουν τους χρήστες τους, σχετικά με το trolling. Οι διαχειριστές ενδέχεται να προειδοποιήσουν τους χρήστες σχετικά με τα μοτίβα συμπεριφοράς που ακολουθούν οι troll. Απλώς και μόνο η προειδοποίηση για έναν πιθανό κίνδυνο, μπορεί να αυξήσει την ευαισθητοποίηση του κόσμου. Επειδή ο κίνδυνος είναι συναισθηματικός και όχι φυσικός, μια προειδοποίηση σχετικά με το trolling, μπορεί να είναι παρόμοια με μια προειδοποίηση για τηλεφωνικές φάρσες ή για απάτες σε ηλεκτρονικές πωλήσεις, όπου η επίγνωση του τρόπου λειτουργίας συχνά βρίσκεται σε χαμηλά επίπεδα. Ορισμένες τοποθεσίες Web για παράδειγμα, δίνουν συμβουλές στα άτομα για το πώς να αποφύγουν να τους troll, αγνοώντας τους και για το πώς να τους αναγνωρίζουν. Η πιο συχνή τακτική ταυτοποίησης, είναι όταν ένα μήνυμα με απίστευτους ισχυρισμούς, διασταυρώνεται ότι υπάρχει σε ένα μεγάλο αριθμό ομάδων συζητήσεων. Πολλές τοποθεσίες δίνουν επίσης τη δυνατότητα στους χρήστες να ορίζουν κωδικούς για να μπλοκάρουν μηνύματα από συγκεκριμένες διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και να αναφέρουν άτομα με συμπεριφορά παρενόχλησης (Herringetal, 2002).

Τέλος οι Rousendaletal, (2018), τονίζουν ότι οι κεντρικές και τοπικές κυβερνήσεις θα πρέπει να χρηματοδοτήσουν την εκπαίδευση των παιδιών, των εφήβων και των γονέων τους στα σχολεία σχετικά με το trolling. Οι μη κερδοσκοπικές οργανώσεις, για παράδειγμα, είναι σε θέση να παρέχουν αυτή την κατάρτιση.

3.3.3 ΝΟΜΙΚΑ ΚΑΙ ΠΟΙΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΣΤΗΝ ΠΡΟΛΗΨΗ ΤΟΥ TROLLING

Για την αποτροπή του trolling, νομικά μέσα μπορούν να βοηθήσουν σε ορισμένες περιπτώσεις. Οι troll μπορούν να αντιμετωπίσουν αγωγές και ποινική δικαιοσύνη εάν η χώρα στην οποία διαμένουν αναγνωρίζει την τρομοκρατία ως

αξιόποινη πράξη. Η ύπαρξη νομικού πλαισίου, μπορεί να λειτουργήσει αποτρεπτικά για το trolling, αλλά όπως αναφέρει ο Phillips (2011), οι troll μπορούν να ακόμα να οργανώνουν επιθέσεις σε θύματα άλλων χωρών, ώστε να αποφεύγουν τις νομικές συνέπειες.

Σύμφωνα με έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την πρόληψη του trolling στο διαδίκτυο, υπάρχουν πολλές προκλήσεις που θέτονται σε νομικό επίπεδο. Οι νόμοι που χρησιμοποιούνται επί του παρόντος για την επιβολή κανόνων κατά της κακοποίησης, της παρενόχλησης και του μίσους στο διαδίκτυο, υποφέρουν από έλλειψη σαφήνειας. Αυτό καθιστά δύσκολο, στο να καθοριστούν σαφή όρια, πάνω από τα οποία κάποιος ξεπερνά τη γραμμή του νόμου. Βασικά στοιχεία στους περισσότερους νόμους κατά του trolling είναι: η σκόπιμη πρόκληση σοβαρής παράβασης ή άγχους μέσω της επικοινωνίας, καθώς και η παρενόχληση. Ωστόσο, από νομική άποψη, ο προσδιορισμός μιας αβλαβούς φάρσας και η παρενόχληση ή η επιβολή κυρώσεων είναι ανοικτή στην ερμηνεία. Σε μεγάλο βαθμό οι υπηρεσίες επιβολής του νόμου πρέπει να κρίνουν από μόνες τους, ποιες περιπτώσεις πρέπει να διωχθούν και ποιες όχι. Ως εκ τούτου είναι απαραίτητο, να δημιουργηθεί ένα πλαίσιο που θα κάνει σαφές πότε μια συμπεριφορά μπορεί να διωχθεί. Εντούτοις, όπως τονίζεται στην έκθεση ένα τέτοιο πλαίσιο μπορεί να είναι δύσκολο να επιτευχθεί, επειδή οι τύποι του περιεχομένου που επισημαίνονται ως «προσβλητικοί» ενδέχεται να είναι πολιτιστικά διαφορετικοί στα διάφορα κράτη μέλη της ΕΕ (Rousendaletal, 2018).

Χαρακτηριστικό παράδειγμα σε αυτό, είναι ο ολλανδός πολιτικός γελοιογράφος KhalidGueddar, ο οποίος σχεδίασε σατιρικές φωτογραφίες. Έλαβε απειλές θανάτου μετά την δημοσίευση μιας καρικατούρας του Ιορδανού συγγραφέα-δημοσιογράφου NahedHattar, ο οποίος πυροβολήθηκε και σκοτώθηκε στο δρόμο του στο Αμάν (Ιορδανία). Ο Gueddar συγκλονίστηκε από τις απειλές, καθώς όπως δήλωσε ο σκοπός της τοποθέτησης αυτού του σχεδίου στα κοινωνικά μέσα ενημέρωσης, ήταν να παρέχει πληροφορίες στο κοινό και αποδώσει φόρο τιμής σε έναν άνθρωπο ο οποίος έδωσε τη ζωή του για την ελευθερία στη δημοσιογραφία. Ανέφερε επίσης ότι δεν περίμενε να λάβει απειλές, επειδή δεν είχε πρόθεση να προσβάλλει. Ως εκ τούτου η χρήση ενός φίλτρου ευαίσθητου περιεχομένου σε μια σελίδα στη Αραβία, θα μπορούσε να μπλοκάρει τη θέση του Gueddar, επειδή το περιεχόμενο θα μπορούσε να είναι προσβλητικό για ανθρώπους από τον αραβικό

κόσμο. Αυτό θα μπορούσε να περιορίσει την ελευθερία του λόγου στα κοινωνικά μέσα (Rousendaletal, 2018).

Σύμφωνα με την ίδια πηγή, η νομική ευθύνη για την πρόληψη του trolling, θα πρέπει να εμπίπτει στους εργοδότες ατόμων, των οποίων το έργο τους, τους εκθέτει σε trolling, παρενόχληση και μίσος στο διαδίκτυο. Για παράδειγμα το προσωπικό που εργάζεται σε επαγγέλματα υψηλού κινδύνου, όπως η πολιτική, η δημοσιογραφία, η κοινωνική μέριμνα, η διδασκαλία και η αστυνόμευση, είναι ιδιαίτερα πιθανό να γίνει θύμα trolling κατά την εκτέλεση των καθηκόντων τους. Για παράδειγμα, το Διεθνές Ίδρυμα για τις Γυναίκες που εργάζονται σε ΜΜΕ (InternationalWomen'sMediaFoundation) και το Διεθνές Φόρουμ Ασφάλειας των (Ειδησεογραφικών) Νέων (InternationalNewsSafetyForum) αναφέρουν ότι το 88% των γυναικών δημοσιογράφων αισθάνονται ότι διατρέχουν αυξημένο κίνδυνο trolling λόγω των κοινωνικών μέσων ενημέρωσης. Σε επαγγέλματα αυτού του είδους οι εργοδότες έχουν καθήκον να φροντίσουν να προστατεύσουν το προσωπικό τους, από τον ολοένα και μεγαλύτερο επαγγελματικό κίνδυνο που προκύπτει από το trolling. Οι εργοδότες ενδέχεται να υποχρεωθούν να παρέχουν συμβουλευτική ή να εκπαιδεύσουν τους εργαζομένους τους, σχετικά με τον καλύτερο τρόπο ανταπόκρισης στη δραστηριότητα trolling ή να υποχρεωθούν επίσης να βοηθήσουν στην απομάκρυνση των troll. Οι εργοδότες θα πρέπει επίσης να εξετάζουν την αγορά τεχνολογικών λύσεων για να προστατεύσουν το προσωπικό τους από το trolling (Rousendaletal, 2018).

4 ΕΡΕΥΝΑ

4.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Σκοπός της έρευνας είναι η μελέτη των απόψεων των χρηστών του διαδικτύου, για το φαινόμενο του trolling στο διαδίκτυο. Η έρευνα που έγινε ήταν ποσοτική και για την διεξαγωγή της, δημιουργήθηκε ένα ερωτηματολόγιο (Παράρτημα Ι), το οποίο συντάχθηκε έπειτα από τη μελέτη της βιβλιογραφίας. Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από συνολικά 22 ερωτήσεις. Οι τρεις πρώτες ερωτήσεις αφορούν τη συλλογή των δημογραφικών στοιχείων των συμμετεχόντων, ενώ όλες οι υπόλοιπες ερωτήσεις αφορούν:

- 1) την ύπαρξη λογαριασμών σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τη συχνότητα χρήσης των κοινωνικών μέσων
- 2) την συχνότητα ανάρτησης δημοσιεύσεων στα κοινωνικά μέσα και των σχολίων σε αναρτήσεις φίλων και γνωστών
- 3) την γνώση του φαινομένου του trolling και του τρόπου με τον οποίο οι χρήστες ορίζουν το φαινόμενο
- 4) τις απόψεις των χρηστών σχετικά με την δραστηριότητα του trolling στα κοινωνικά μέσα

Το ερωτηματολόγιο συντάχθηκε σε ηλεκτρονική φόρμα της Google, και ο ηλεκτρονικός του σύνδεσμος δημοσιεύθηκε σε ομάδες φοιτητών στο Facebook, οι οποίες περιλάμβαναν ομάδες φοιτητών του τμήματος Πληροφορικής και ΜΜΕ του ΤΕΙ Πύργου, ομάδες φοιτητών από διάφορα τμήματα του ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας, καθώς και ομάδες φοιτητών από τμήματα του Πανεπιστημίου Πατρών.

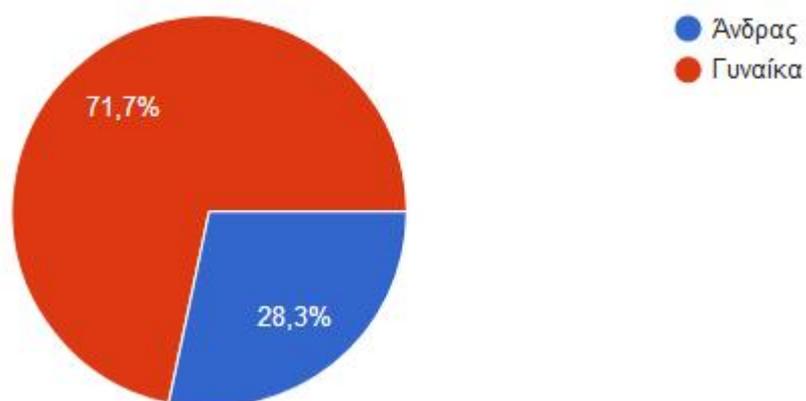
Η ανάρτηση του συνδέσμου του ερωτηματολογίου, συνοδεύτηκε από ένα σύντομο κείμενο στο οποίο εξηγήθηκε ο σκοπός της έρευνας και το περιεχόμενο της, ενώ επίσης αναφέρθηκε ότι η συμμετοχή ήταν εθελοντική. Το ερωτηματολόγιο αναρτήθηκε διαδικτυακά στις 21/9/2018, όπου ήταν διαθέσιμο για απάντηση μέχρι τις 30/9. Το ερωτηματολόγιο έλαβε συνολικά 53 απαντήσεις, οπότε το δείγμα της έρευνας αποτελείται από 53 άτομα. Οι απαντήσεις συγκεντρώθηκαν στο πρόγραμμα Microsoft Excel 2013 και αναλύθηκαν με τη μορφή διαγραμμάτων, τα οποία

παρουσιάζονται και σχολιάζονται στη συνέχεια. Για την ερώτηση 10, στην οποία οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να καταγράψουν τη δική τους άποψη σχετικά με το τι είναι το trolling, τα αποτελέσματα αναλύθηκαν με ανάλυση περιεχομένου και εύρεση σημαντικών λέξεων κλειδιών που χρησιμοποιήθηκαν για τον ορισμό του trolling.

4.2 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

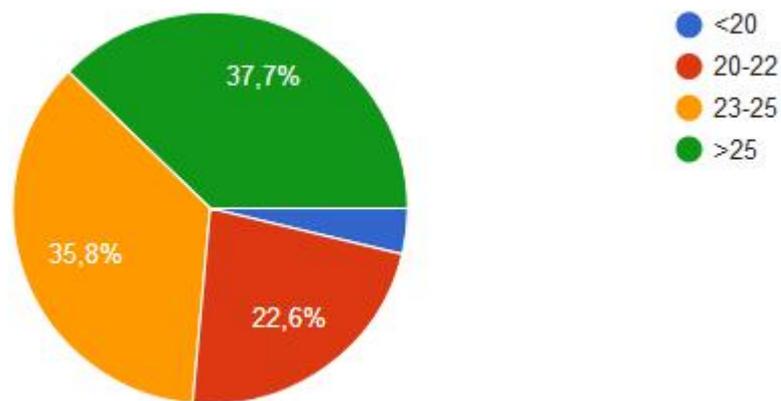
4.2.1 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Οι τρεις πρώτες ερωτήσεις του ερωτηματολογίου αφορούσαν τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος και συγκεκριμένα το φύλο, την ηλικία και το έτος σπουδών. Τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος παρουσιάζονται στα διαγράμματα 4.1., 4.2 και 4.3.



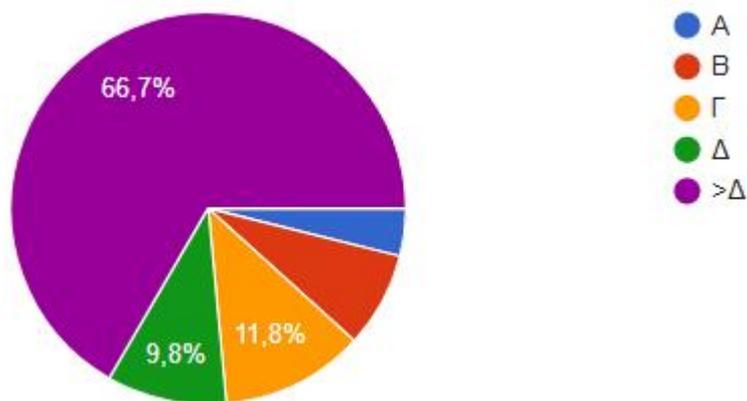
Διάγραμμα 4.1. Φύλο

Η πλειοψηφία των ατόμων που έλαβαν μέρος στην έρευνα, δηλαδή το 71,7% ήταν γυναίκες και το 28,3% ήταν άνδρες.



Διάγραμμα 4.2. Ηλικία

Αναφορικά με την ηλικία των συμμετεχόντων, η πλειοψηφία τους, δηλαδή το 37,7% είναι άνω των 25 ετών, ενώ το 35,8% είναι 23-25 ετών. Επίσης το 22,6 % είναι από 20-22 ετών και μόλις το 3,8% είναι κάτω των 20 ετών.



Διάγραμμα 4.3. Έτος σπουδών

Τέλος σε ότι αφορά το έτος σπουδών, η πλειοψηφία, δηλαδή το 66,7% των συμμετεχόντων βρίσκεται σε έτος μεγαλύτερο από Δ. Επιπρόσθετα το 11,8% βρίσκεται στο Γ έτος σπουδών, το 9,8% βρίσκεται στο Δ έτος σπουδών, το 7,8% βρίσκεται στο Β έτος σπουδών και μόλις το 3,9% βρίσκεται στο Α έτος σπουδών.

4.2.2 ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΣΕ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

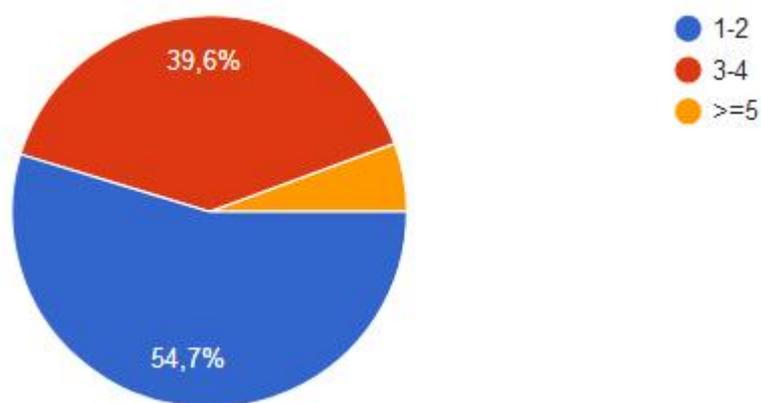
Στην ερώτηση 4 ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να αναφέρουν αν διαθέτουν λογαριασμούς σε κοινωνικά μέσα. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 4.4.



Διάγραμμα 4.4. Ύπαρξη λογαριασμών σε κοινωνικά μέσα

Όπως ήταν αναμενόμενο, μιας και το ερωτηματολόγιο, αναρτήθηκε σε ένα ευρέως διαδεδομένο κοινωνικό μέσο προκειμένου να απαντηθεί, η συντριπτική πλειοψηφία, το 98,1% δήλωσε ότι διαθέτει λογαριασμούς σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης και μόλις το 1,9% ανέφερε ότι δεν διαθέτει.

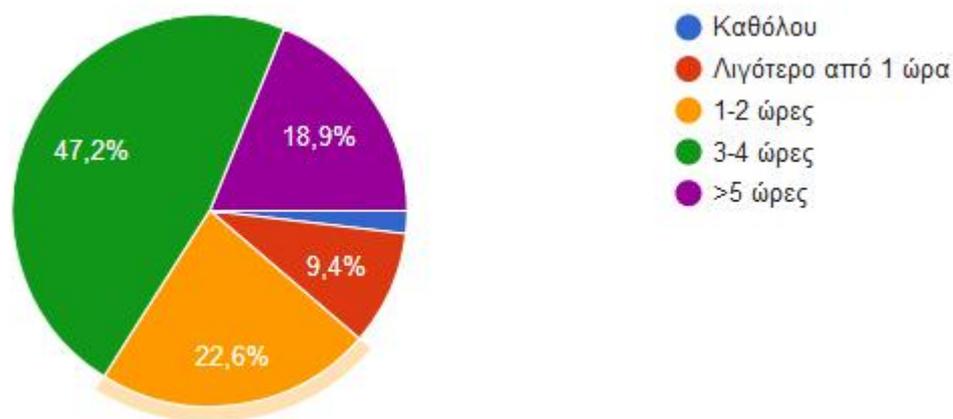
Στην συνέχεια, στην ερώτηση 5 ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να αναφέρουν σε πόσα διαφορετικά κοινωνικά μέσα διαθέτουν λογαριασμούς. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 4.5.



Διάγραμμα 4.5. Αριθμός λογαριασμών σε κοινωνικά μέσα

Η πλειοψηφία των ερωτώμενων, δηλαδή το 54,7 % του δείγματος δήλωσε ότι διαθέτει λογαριασμούς σε 1-2 κοινωνικά μέσα, ενώ το 39,6% δήλωσε ότι διαθέτει λογαριασμούς σε 3-4 κοινωνικά μέσα. Μόλις το 5,7% του δείγματος δήλωσε ότι διαθέτει λογαριασμούς σε 5 ή περισσότερα κοινωνικά μέσα.

Στην ερώτηση 6 ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να καταγράψουν τον χρόνο τον οποίο δαπανούν στα κοινωνικά μέσα σε ημερήσια βάση. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 4.6.

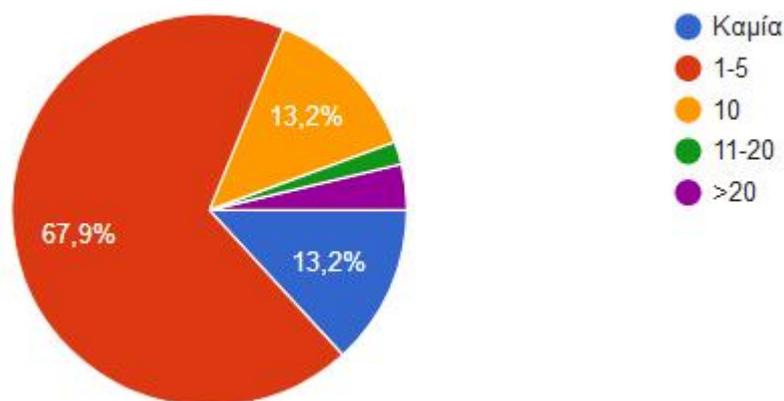


Διάγραμμα 4.6. Χρόνος που δαπανάται μηνιαία σε κοινωνικά μέσα

Η πλειοψηφία του δείγματος, δηλαδή το 42,7 % δήλωσε ότι δαπανά 3-4 ώρες ημερησίως στα κοινωνικά δίκτυα, ενώ το 22,6% δήλωσε ότι δαπανά από 1-2 ώρες καθημερινά. Σε μικρότερα ποσοστά το δείγμα δήλωσε ότι δαπανά περισσότερες από 5 ώρες ημερησίως στα κοινωνικά δίκτυα (18,9%), λιγότερο από μια ώρα (9,4%) και καθόλου (1,9%). Παρατηρείται ότι το ποσοστό του δείγματος που δαπανά περισσότερο από 5 ώρες καθημερινά στο διαδίκτυο είναι σημαντικό (10 άτομα).

4.2.3 ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΑΝΑΡΤΗΣΗΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΩΝ ΚΑΙ ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΥ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΩΝ

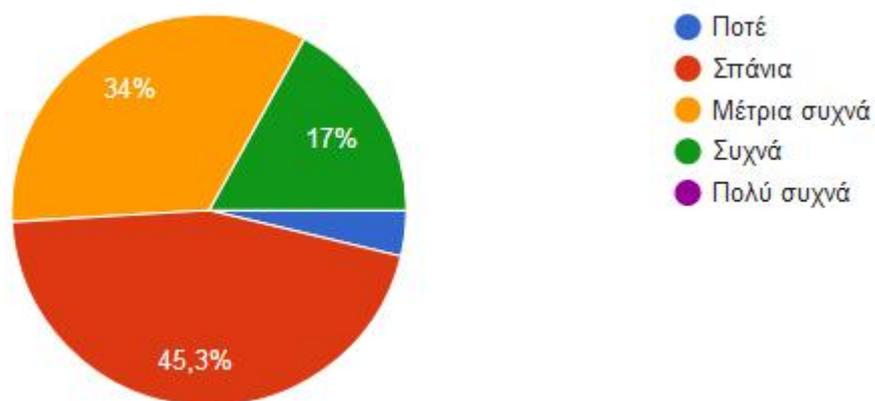
Στην ερώτηση 7 ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να αναφέρουν πόσες δημοσιεύσεις κάνουν στα κοινωνικά μέσα, σε μηνιαία βάση. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 4.7.



Διάγραμμα 4.7. Αριθμός δημοσιεύσεων σε μηνιαία βάση στα κοινωνικά μέσα

Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα, δηλαδή το 67,9%, ανέφερε ότι κάνει 1-5 δημοσιεύσεις σε μηνιαία βάση, ενώ τα ποσοστά για όλες τις υπόλοιπες απαντήσεις ήταν μικρά. Συγκεκριμένα το 13,2% του δείγματος ανέφερε ότι κάνει 5-10 δημοσιεύσεις σε μηνιαία βάση, ενώ ίδιο ποσοστό (13,2%) ανέφερε ότι δεν κάνει καθόλου δημοσιεύσεις. Ένα μικρό ποσοστό, το 3,8% δήλωσε ότι κάνει περισσότερες από 20 δημοσιεύσεις μηνιαίως και μόλις το 1,9% αναφέρει ότι κάνει από 11-20 δημοσιεύσεις μηνιαίως. Οι περισσότεροι φαίνεται να είναι ενεργοί και δραστήριοι χρήστες στα κοινωνικά μέσα, με βάση τον αριθμό των δημοσιεύσεων που κάνουν.

Στην ερώτηση 8 ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να αναφέρουν πόσο συχνά κάνουν σχόλια σε αναρτήσεις φίλων και γνωστών τους, στα κοινωνικά μέσα. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 4.8.

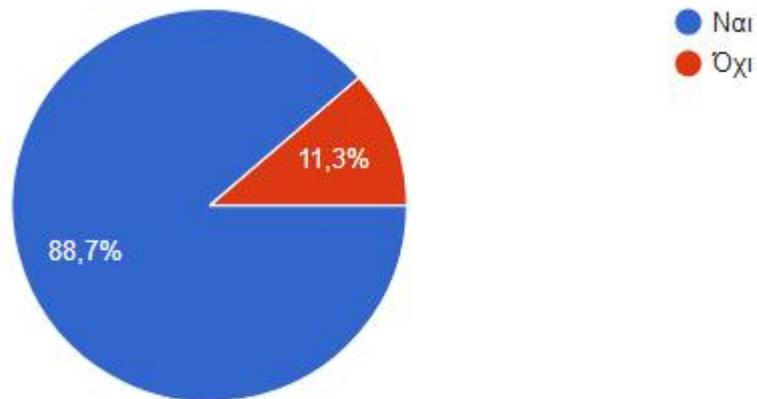


Διάγραμμα 4.8. Συχνότητα σχολιασμού δημοσιεύσεων σε αναρτήσεις φίλων και γνωστών

Το 45,3% του δείγματος δήλωσε ότι σπάνια θα σχολιάσει τις αναρτήσεις φίλων και γνωστών του στα κοινωνικά μέσα, ενώ το 34% δήλωσε ότι θα το κάνει μέτρια συχνά. Το 17% δήλωσε ότι θα το κάνει συχνά και το 3,8% ανέφερε ότι ποτέ δεν σχολιάζει τις αναρτήσεις φίλων και γνωστών του στα κοινωνικά μέσα. Κανένας συμμετέχων δεν δήλωσε ότι σχολιάζει αναρτήσεις φίλων και γνωστών πολύ συχνά.

4.2.4 ΓΝΩΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ TROLLING

Στην ερώτηση 9 οι συμμετέχοντες ερωτήθηκαν αν γνωρίζουν το φαινόμενο του trolling στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 4.9.



Διάγραμμα 4.9. Γνώση του trolling

Το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος (88,7%) δήλωσε ότι γνωρίζει το φαινόμενο του trolling στο διαδίκτυο, και μόνο ένα μικρό ποσοστό, το 11,3% δήλωσε ότι δεν το γνωρίζει. Το μεγάλο αυτό ποσοστό ήταν αναμενόμενο, μιας και το φαινόμενο του trolling στο διαδίκτυο είναι ευρέως διαδομένο και το αποτέλεσμα της ερώτησης αυτής, επιβεβαιώνει την πραγματικότητα.

Στην ερώτηση 10 οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να καταγράψουν τι πιστεύουν ότι είναι το trolling στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Προκειμένου να ενθαρρυνθούν να απαντήσουν σχετικά με αυτό που οι ίδιοι πίστευαν και όχι με βάση τι μπορεί να θεωρείται σωστό ως ορισμός του trolling, στους συμμετέχοντες δηλώθηκε ότι δεν υπάρχουν σωστές και λάθος απαντήσεις και ότι ο καθένας μπορούσε να περιγράψει με μια λέξη ή με μια πρόταση ή ακόμα και με ένα παράδειγμα, τι πιστεύει ότι είναι το trolling στο διαδίκτυο. Όλοι οι συμμετέχοντες έδωσαν την εκδοχή τους για τον ορισμό του trolling. Κάποιες απαντήσεις ήταν μονολεκτικές και σε κάποιες χρησιμοποιήθηκαν προτάσεις για την περιγραφή του φαινομένου. Κανένας χρήστης δεν χρησιμοποίησε κάποιο παράδειγμα για να περιγράψει το trolling. Πολλοί χρήστες απέδωσαν παραπάνω από μια πτυχές στο φαινόμενο του trolling. Οι απαντήσεις κατηγοριοποιήθηκαν με βάση λέξεις κλειδιά (και παράγωγα τους) που περιλαμβάνονταν σε αυτές περισσότερο συχνά. Τα αποτελέσματα φαίνονται στον Πίνακα 4.1., ενώ αναλυτικά οι απαντήσεις που δόθηκαν στην ερώτηση αυτή, καταγράφονται στο Παράρτημα II.

Πίνακας 4.1. Αποδόσεις ορισμού στο trolling

Λέξη/εις κλειδιά	Συχνότητα
Κοροϊδία /χλευασμός	16
Χιούμορ/πλάκα/χαβαλές	10
Ειρωνεία/σαρκασμός	8
Ψευδής δήλωση ταυτότητας /ψευδής θέση/ ψευδής είδηση	5
Προκλητικές θέσεις, προκλητικές ενέργειες	4
Ενόχληση	3
Εκτός θέματος ή ανούσιες θέσεις και απόψεις	2
Πείραγμα/ Αθώο πείραγμα	2
Κακόβουλα σχόλια	1
Απάτη	1
Κακή χρήση των κοινωνικών μέσων	1
Ένα είδος bullying	1
Άμυνα	1
Φυσιολογικό φαινόμενο	1
Επικοινωνιακό	1
Καλοπροαίρετο	1

Κοροϊδία/χλευασμός

Η απόδοση του trolling ως κοροϊδία (ή χλευασμός), ήταν η απάντηση που δόθηκε με την μεγαλύτερη συχνότητα από τους συμμετέχοντες στην έρευνα. Αν και οι περισσότερες από αυτές τις απαντήσεις είχαν αρνητικό νόημα, υπήρχαν συμμετέχοντες οι οποίοι απέδωσαν θετικό νόημα στην κοροϊδία, όπως χαρακτηριστικά ένας συμμετέχων δήλωσε ότι το trolling σημαίνει ότι *«σε κοροϊδεύω με έναν διασκεδαστικό τρόπο»*, ενώ ένας άλλος δήλωσε ότι: *«είναι η κοροϊδία με θετικό κάπως όμως πρόσημο. Η «φιλική» θα έλεγα κοροϊδία»*.

Χιούμορ/πλάκα

Πολλοί συμμετέχοντες δήλωσαν επίσης ότι το trolling είναι ένα είδος πλάκας ή μια μορφή χιούμορ, ωστόσο και εδώ υπήρχαν απόψεις με θετική ή αρνητική έννοια. Για παράδειγμα η αρνητική έννοια του χιούμορ ως μορφή trolling, εντοπίστηκε σε απαντήσεις όπως: *«χαβαλές και άμυνα, όταν δεν ξέρεις να απαντήσεις»* και *«μαύρο χιούμορ»*.

Ειρωνεία/σαρκασμός

Η ειρωνεία και ο σαρκασμός φαίνεται επίσης ότι είναι συστατικά του trolling, σύμφωνα με τις διατυπώσεις των συμμετεχόντων στην έρευνα. Δεδομένου ότι οι περισσότερες από αυτές τις απαντήσεις ήταν μονολεκτικές, υποθέτουμε ότι το trolling ως μορφή ειρωνείας ή σαρκασμού έχει αρνητική έννοια, εκτός από μια απάντηση όπου ένας συμμετέχων δήλωσε ότι το trolling είναι *«ο αυτοσαρκασμός ή ο σαρκασμός στα πολιτικά ή κοινωνικά θέματα της χώρας»*. Εδώ η έννοια του trolling δεν λαμβάνει απαραίτητα αρνητική έννοια.

Ψευδής δήλωση ταυτότητας /ψευδής θέση/ ψευδής είδηση

Το συστατικό του ψεύδους φαίνεται επίσης ότι αποτελεί μια πτυχή του trolling και σύμφωνα με τις απόψεις των συμμετεχόντων μπορεί να αφορά μια είτε μια ψευδή δήλωση ταυτότητας, είτε μια ψευδή θέση (μη ειλικρινή), είτε μια ψευδή είδηση. Στις απαντήσεις όπου υπήρχε το συστατικό του ψεύδους, αυτό είχε καθολικά αρνητικά έννοια, καθώς για παράδειγμα οι χρήστες δήλωσαν ότι το trolling αφορά: *«...ψευδή σχόλια, τα οποία ως στόχο έχουν να αποπροσανατολίσουν ή να εκνευρίσουν*

τους υπόλοιπους χρήστες», «όταν συνομιλείς με κάποιον ο οποίος σε κοροϊδεύει λέγοντας σου ψέματα και ενδεχομένως σε εξευτελίζει», «όταν κάποιος σου λέει ένα ψέμα για σε κοροϊδέψει ...να το πιστέψεις... ή σε ενοχλεί κοροϊδευτικά... αλλά κυρίως όταν θέλει να πιστέψεις κάτι για πλάκα για να γελάσει μαζί σου...».

Προκλητικές θέσεις, προκλητικές ενέργειες

Η προκλητικότητα φαίνεται ότι είναι ακόμα ένα χαρακτηριστικό των troll, το οποίο εκφράζεται από τους συμμετέχοντες της έρευνας με αρνητικό τρόπο. Για παράδειγμα ένας συμμετέχων δήλωσε ότι το trolling σημαίνει «διατυπώνω ηλεκτρονικά προκλητικές ή λανθασμένες απόψεις με σκοπό να διαταράξω μια διαδικτυακή συζήτηση», ενώ ένας άλλος δήλωσε ότι πρόκειται για «προκλητικά ή ψευδή σχόλια....».

Λοιπές αρνητικές απόψεις

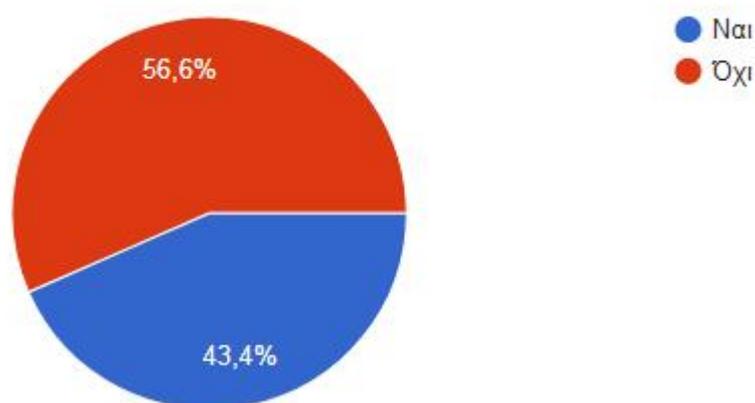
Οι συμμετέχοντες στην έρευνα δήλωσαν επίσης μια σειρά από άλλες διαφορετικές απόψεις, κυρίως με αρνητικό περιεχόμενο, όπως για παράδειγμα ότι το trolling είναι ενόχληση, εκτός θέματος ή ανούσιες θέσεις, κακόβουλα σχόλια, απάτη και ένα είδος bullying. Η αρνητική έννοια των απόψεων αυτών, διακρίνεται περαιτέρω στον σκοπό του trolling όπως αυτός δηλώθηκε από κάποιους χρήστες, όπως για παράδειγμα ότι το trolling έχει σκοπό «...να αποπροσανατολίσει ή να εκνευρίσει τους υπόλοιπους χρήστες», «...να προκαλέσει και να ερεθίσει άλλους χρήστες ή με κάθε τρόπο να επιφέρει διαταραχή σε μια διαδικτυακή συζήτηση για οποιοδήποτε θέμα και να πετύχει μια αλυσίδα αντιδράσεων από άλλους χρήστες», «να προσπαθεί να σε προσβάλει... είτε να σε κάνει να νιώθεις κατώτερος», «με σκοπό τον συναισθηματικό τραυματισμό», «με σκοπό να του αποσπάσει την προσοχή (του θύματος)».

Θετικές πτυχές του trolling

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα δήλωσαν επίσης θετικές πτυχές του trolling. Εκτός από αυτούς που το βλέπουν ως μια μορφή πλάκας ή χιούμορ, υπήρχαν και συμμετέχοντες που δήλωσαν ότι το trolling είναι επικοινωνιακό ή καλοπροαίρετο μερικές φορές ή ακόμα ότι είναι ένα φυσιολογικό φαινόμενο και δεν έχει σχέση με άλλες αρνητικές συμπεριφορές όπως το bullying. Καταγράφηκε επίσης μια πιο

ουδέτερη θέση όπου ένας συμμετέχων δήλωσε ότι το trolling μπορεί να είναι «καλοπροαίρετο και κακοπροαίρετο φαινόμενον, το οποίο μέσω της μελέτης των παραγόντων που διαμορφώνεται, μπορούν να εξαχθούν αρκετά συμπεράσματα για την κοινωνία και τους τρόπους συμπεριφοράς του κόσμου».

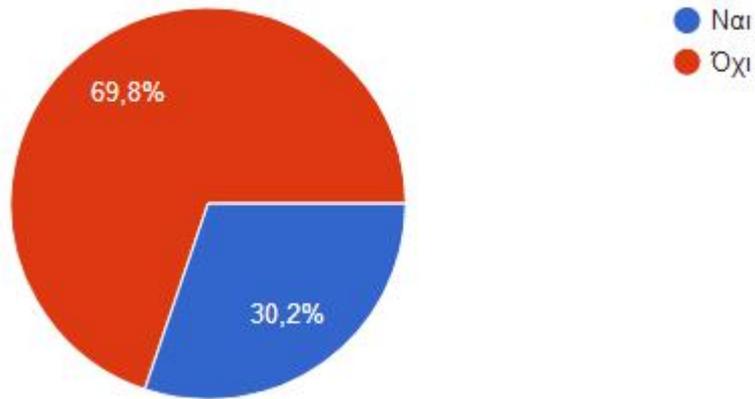
Στην ερώτηση 11 οι συμμετέχοντες ερωτήθηκαν αν έχουν ποτέ δεχτεί κάποιο προσβλητικό ή αγενές σχόλιο στα κοινωνικά μέσα. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 4.10.



Διάγραμμα 4.10. Προσβλητικά ή αγενή σχόλια στα κοινωνικά μέσα

Είναι χαρακτηριστικό ότι το 43,4% του δείγματος δήλωσε ότι έχει δεχτεί στο παρελθόν κάποιο προσβλητικό ή αγενές σχόλιο στο διαδίκτυο, ενώ το 56,6% ανέφερε πως δεν έχει δεχτεί. Αν και το 43,4% δεν είναι η πλειοψηφία, εντούτοις το ποσοστό αυτό είναι αρκετά υψηλό και δείχνει ότι το διαδίκτυο είναι ένας τόπος όπου η αντικοινωνική συμπεριφορά είναι συνηθισμένη.

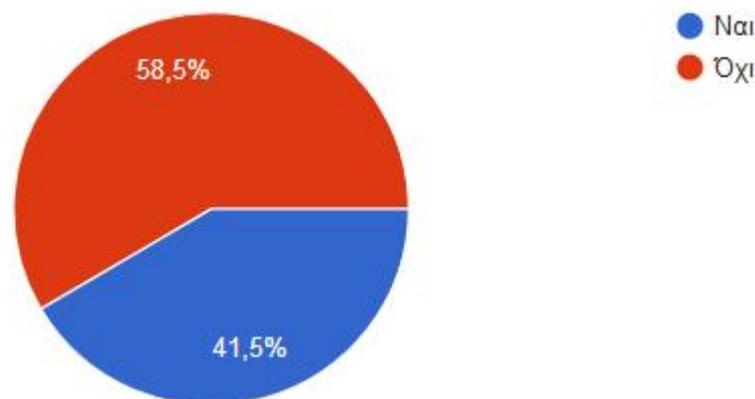
Στην ερώτηση 12 οι συμμετέχοντες ερωτήθηκαν αν έχουν ποτέ αισθανθεί λυπημένοι για κάποιο άσχημο σχόλιο που έγινε για αυτούς στα κοινωνικά μέσα. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 4.11.



Διάγραμμα 4.11. Πρόκληση αισθήματος λύπης για άσχημα σχόλια στα κοινωνικά μέσα

Η πλειοψηφία του δείγματος, δηλαδή το 69,8% ανέφερε ότι δεν έχει ποτέ στο παρελθόν αισθανθεί λυπημένο για κάποιο άσχημο σχόλιο που έλαβε στα κοινωνικά μέσα. Ωστόσο το 30,2% του δείγματος το οποίο είναι ένα σημαντικό ποσοστό, δήλωσε ότι έχει αισθανθεί λυπημένο στο παρελθόν για κάποιο άσχημο σχόλιο. Αυτό δείχνει ότι τα αρνητικά σχόλια στο διαδίκτυο μπορούν να επηρεάσουν συναισθηματικά τα άτομα.

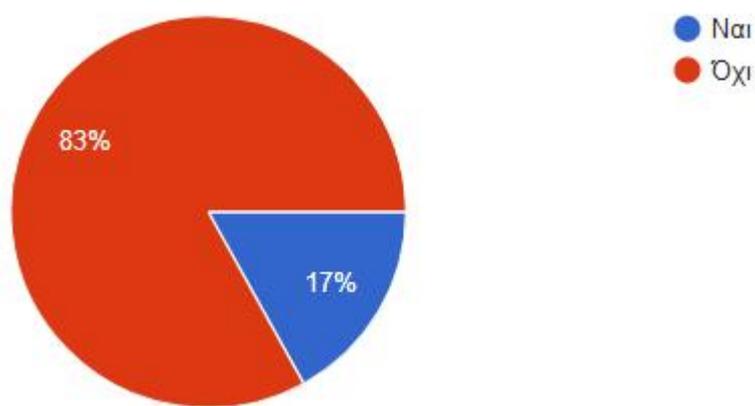
Παρόμοια, στην ερώτηση 13 οι συμμετέχοντες ερωτήθηκαν αν έχουν ποτέ αισθανθεί θυμωμένοι για κάποιο άσχημο σχόλιο που έγινε για αυτούς στα κοινωνικά μέσα. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 4.12.



Διάγραμμα 4.12. Πρόκληση αισθήματος θυμού για άσχημα σχόλια στα κοινωνικά μέσα

Η πλειοψηφία του δείγματος, δηλαδή το 58,5% ανέφερε ότι δεν έχει ποτέ στο παρελθόν λυπημένο για κάποιο άσχημο σχόλιο που έλαβε στο διαδίκτυο. Ωστόσο το 30,2% του δείγματος το οποίο είναι ένα σημαντικό ποσοστό, δήλωσε ότι έχει αισθανθεί λυπημένο στο παρελθόν για κάποιο άσχημο σχόλιο. Αυτό δείχνει ότι τα αρνητικά σχόλια στο διαδίκτυο μπορούν να επηρεάσουν συναισθηματικά τα άτομα.

Στην ερώτηση 14 οι συμμετέχοντες ερωτήθηκαν αν έχουν ποτέ αισθανθεί φόβο ή ανησυχία για κάποιο άσχημο σχόλιο που έγινε για αυτούς στα κοινωνικά μέσα. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 4.13.



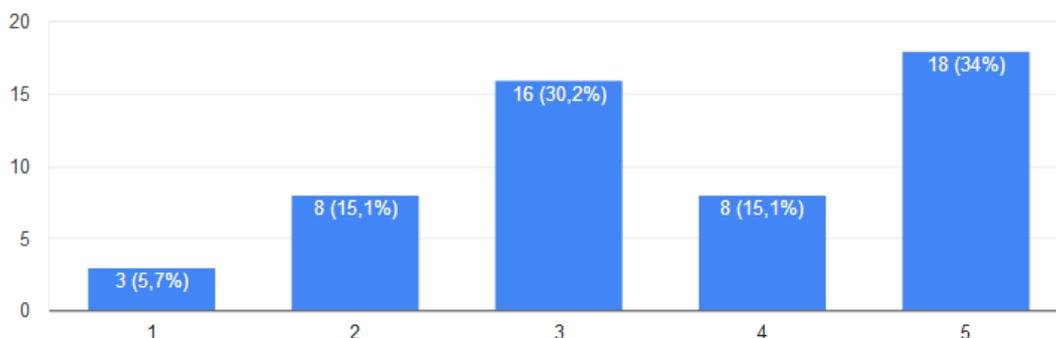
Διάγραμμα 4.13. Πρόκληση αισθήματος φόβου ή ανησυχίας για άσχημα σχόλια στα κοινωνικά μέσα

Το 83% δήλωσε ότι δεν έχει ποτέ στο παρελθόν αισθανθεί φόβο ή ανησυχία, σχετικά με κάποιο άσχημο σχόλιο που έγινε για αυτό στο διαδίκτυο. Παρ' όλα αυτά ένα μικρό ποσοστό 17% δήλωσε ότι έχει αισθανθεί τέτοια συναισθήματα στο παρελθόν.

4.2.5 ΑΠΟΦΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ TROLLING

Στην σειρά ερωτήσεων που ακολουθεί στην ενότητα αυτή, οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να καταγράψουν το επίπεδο συμφωνίας ή διαφωνίας τους με συγκεκριμένες προτάσεις που τους δόθηκαν. Οι ερωτήσεις απαντήθηκαν σε μια κλίμακα από το 1 έως το 5, όπου το 1 δήλωνε την απόλυτη διαφωνία με το περιεχόμενο της πρότασης και το 5 δήλωνε αντίθετα την πλήρη συμφωνία με το περιεχόμενο της πρότασης. Το 3 δήλωνε την ουδέτερη στάση.

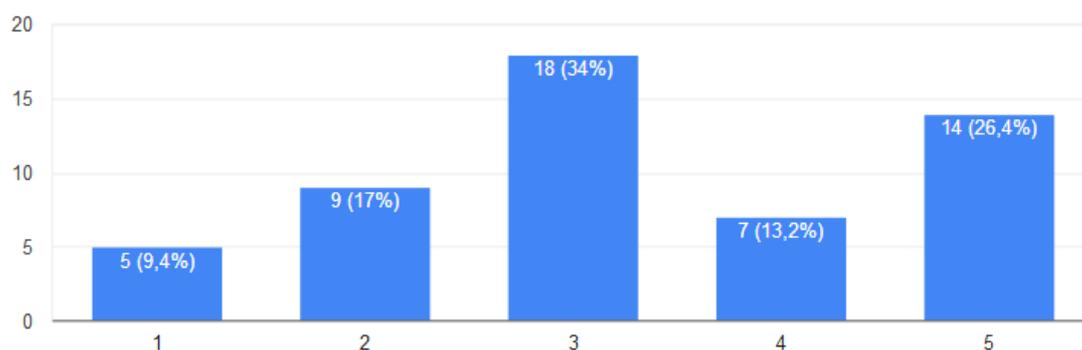
Πιο αναλυτικά στην ερώτηση 15 οι συμμετέχοντες ερωτήθηκαν αν συμφωνούν ή διαφωνούν με την πρόταση ότι το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι ενοχλητικό. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 4.14.



Διάγραμμα 4.14. Το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι ενοχλητικό

Υπάρχει μια τάση προς συμφωνία στην άποψη ότι το trolling στο διαδίκτυο είναι ενοχλητικό, καθώς το 34% συμφωνεί απόλυτα με την άποψη αυτή και το 15,1% συμφωνεί. Ωστόσο ένα 30,2% κρατάει ουδέτερη στάση. Το 15,1% διαφωνεί με την άποψη αυτή, ενώ το 5,7% διαφωνεί απόλυτα.

Στην ερώτηση 16 οι συμμετέχοντες ερωτήθηκαν αν συμφωνούν ή διαφωνούν με την πρόταση ότι το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι απαράδεκτο. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 4.15.

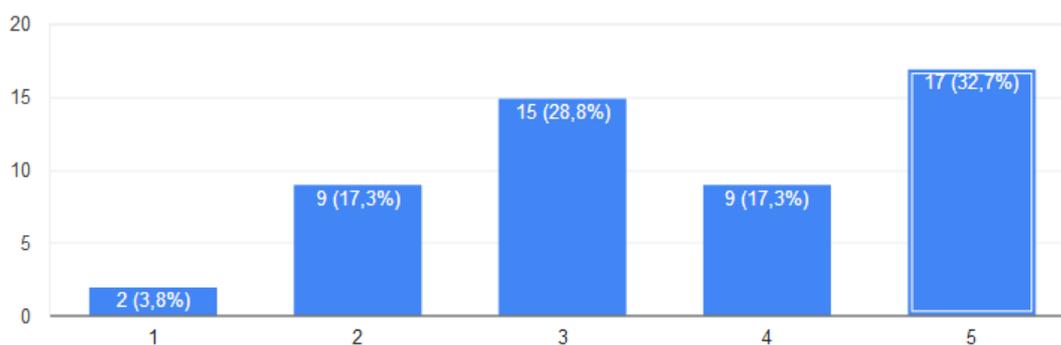


Διάγραμμα 4.15. Το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι απαράδεκτο

Στις απαντήσεις της ερώτησης αυτής δεν διαμορφώνεται μια ξεκάθαρη τάση, καθώς τα ποσοστά διαφέρουν σε μικρό βαθμό ως προς τη διαφωνία, την συμφωνία και την ουδετερότητα. Γενικά η πλειοψηφία του δείγματος κρατάει ουδέτερη στάση (34%), ενώ το 13,2% συμφωνεί και το 26,4% συμφωνεί απόλυτα. Αντίθετα το 17%

διαφωνεί και το 9,4% διαφωνεί απόλυτα. Γενικά υπάρχει μια ελαφριά τάση προς τη συμφωνία, η οποία όμως δεν είναι σημαντική.

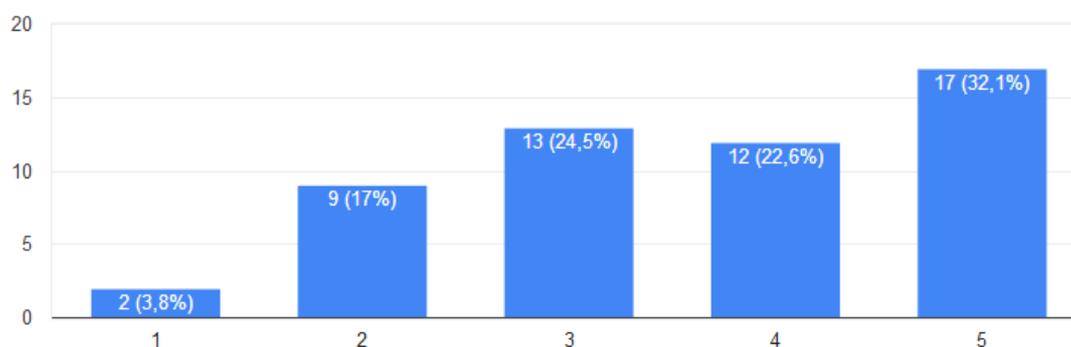
Στην ερώτηση 17 οι συμμετέχοντες ερωτήθηκαν αν συμφωνούν ή διαφωνούν με την πρόταση ότι το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι προσβλητικό. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 4.16.



Διάγραμμα 4.16. Το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι προσβλητικό

Στην ερώτηση αυτή φαίνεται να υπάρχει μια λίγο πιο ξεκάθαρη εικόνα και μια τάση συμφωνίας προς την άποψη ότι το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι προσβλητικό. Συγκεκριμένα το 32,7% συμφωνεί απόλυτα και το 17,3% συμφωνεί. Αντίθετα το 17,3% διαφωνεί και το 3,8% διαφωνεί απόλυτα. Υψηλό είναι και το ποσοστό αυτών (28,8%) αυτών που κρατούν ουδέτερη στάση.

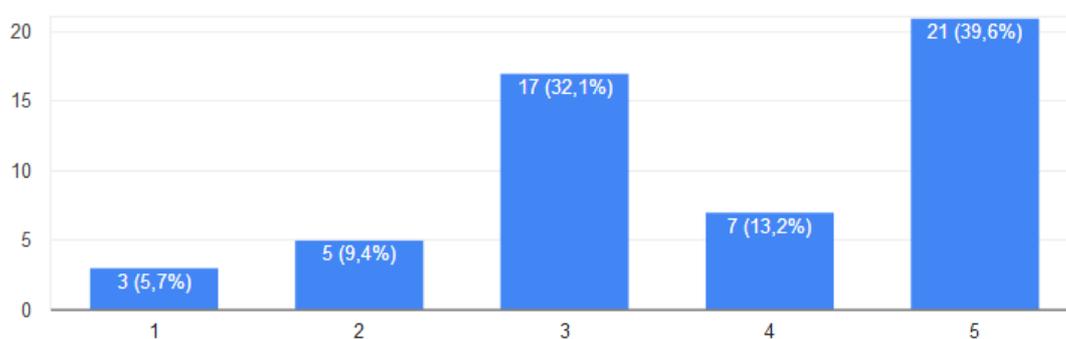
Στην ερώτηση 18 οι συμμετέχοντες ερωτήθηκαν αν συμφωνούν ή διαφωνούν με την πρόταση ότι το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι μια μορφή δυσφήμισης. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 4.17.



Διάγραμμα 4.17. Το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι μια μορφή δυσφήμισης

Στην ερώτηση αυτή υπάρχει επίσης μια τάση συμφωνίας προς την άποψη ότι το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι μια μορφή δυσφήμισης, καθώς το 32,1% συμφωνεί απόλυτα και το 22,6% συμφωνεί. Αντίθετα μικρότερα είναι τα ποσοστά αυτών που διαφωνούν (17%) ή διαφωνούν απόλυτα (3,8%). Το 24,5% κρατάει ουδέτερη στάση.

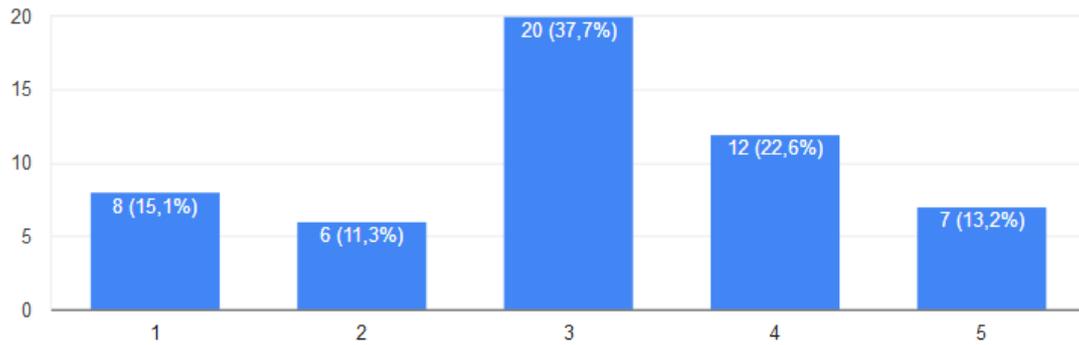
Στην ερώτηση 19 οι συμμετέχοντες ερωτήθηκαν αν συμφωνούν ή διαφωνούν με την πρόταση ότι το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι ένα δυσάρεστο φαινόμενο. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 4.18.



Διάγραμμα 4.18. Το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι ένα δυσάρεστο φαινόμενο

Η πλειοψηφία του δείγματος συμφωνεί (13,2%) ή συμφωνεί απόλυτα (39,6%) με την άποψη ότι το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι ένα δυσάρεστο φαινόμενο. Υψηλό είναι και πάλι το ποσοστό των χρηστών που κρατούν ουδέτερη στάση (32,1%), και μικρότερα είναι τα ποσοστά διαφωνίας (9,4%) ή απόλυτης διαφωνίας (5,7%).

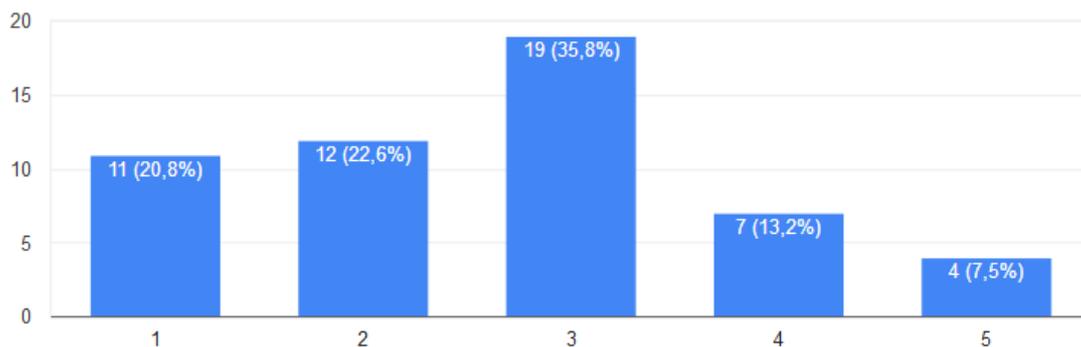
Στην ερώτηση 20 οι συμμετέχοντες ερωτήθηκαν αν συμφωνούν ή διαφωνούν με την πρόταση ότι το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι μια μορφή χιούμορ. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 4.19.



Διάγραμμα 4.19. Το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι ένα μια μορφή χιούμορ

Η πλειοψηφία του δείγματος (37,7%) κρατάει ουδέτερη στάση απέναντι στην άποψη ότι το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι μια μορφή χιούμορ. Υπάρχει επίσης ένα σημαντικό ποσοστό συμφωνίας (22,6%) ή απόλυτης συμφωνίας (13,2%), το οποίο όμως δεν ξεπερνά κατά πολύ το ποσοστό διαφωνίας (11,3%) ή απόλυτης διαφωνίας (15,1%). Παρ' όλα αυτά υπάρχουν αρκετοί που συμφωνούν ότι το trolling στο διαδίκτυο είναι μια μορφή χιούμορ.

Στην ερώτηση 21 οι συμμετέχοντες ερωτήθηκαν αν συμφωνούν ή διαφωνούν με την πρόταση ότι το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι μια μορφή διασκέδασης. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 4.20.

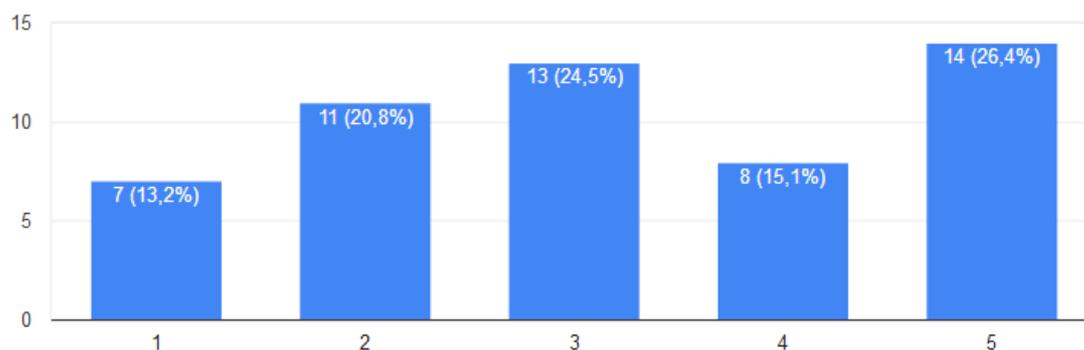


Διάγραμμα 4.20. Το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι ένα μια μορφή διασκέδασης

Η πλειοψηφία του δείγματος (35,8%) κρατάει ουδέτερη στάση απέναντι στην άποψη ότι το trolling στα κοινωνικά δίκτυα είναι μια μορφή διασκέδασης. Ωστόσο εντοπίζεται μια τάση διαφωνίας με την άποψη αυτή, καθώς το 20,8% διαφωνεί

απόλυτα και το 22,6% διαφωνεί, έν αντιθέσει του 13,2% που συμφωνεί και του 7,5% που συμφωνεί απόλυτα.

Τέλος στην ερώτηση 22 οι συμμετέχοντες ερωτήθηκαν αν συμφωνούν ή διαφωνούν με την πρόταση ότι το trolling στα κοινωνικά δίκτυα πρέπει να σταματήσει. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 4.21.



Διάγραμμα 4.21. Το trolling στα κοινωνικά δίκτυα πρέπει να σταματήσει

Στην ερώτηση αυτή, καταγράφεται μια σχετική τάση συμφωνίας, καθώς το 26,4% συμφωνεί απόλυτα και το 15,1% συμφωνεί ότι το trolling στα κοινωνικά δίκτυα πρέπει να σταματήσει. Ωστόσο ένα 24,5% του δείγματος κρατάει ουδέτερη στάση. Τα ποσοστά διαφωνία είναι επίσης σημαντικά, καθώς το 20,8% διαφωνεί με την άποψη αυτή και το 13,2% διαφωνεί.

4.3 ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Η έρευνα αυτή διενεργήθηκε σε ένα σύνολο φοιτητών με σκοπό να μελετήσει τις απόψεις τους και τις στάσεις τους απέναντι στο trolling. Το δείγμα αποτελείται σε μεγαλύτερο ποσοστό από γυναίκες και από άτομα κυρίως στην ηλικία 23 ετών και άνω. Οι περισσότεροι από τους συμμετέχοντες φαίνεται να είναι δραστήριοι χρήστες των κοινωνικών μέσων, αφού τα χρησιμοποιούν αρκετά συχνά στην καθημερινότητα τους και επίσης κάνουν αρκετά συχνά δημοσιεύσεις σε μηνιαία βάση. Ωστόσο οι συμμετέχοντες κάνουν λιγότερο συχνά σχόλια σε δημοσιεύσεις φίλων και γνωστών τους.

Η συντριπτική πλειοψηφία ανέφερε ότι γνωρίζει το φαινόμενου του trolling στα κοινωνικά μέσα, το οποίο ήταν αναμενόμενο από την στιγμή που φαίνεται ότι είναι δραστήριοι χρήστες των κοινωνικών μέσων. Ωστόσο η έννοια του trolling αποδόθηκε με πολλούς και διαφορετικούς τρόπους από τους συμμετέχοντες., οι οποίοι στην πλειοψηφία τους ήταν αρνητικοί. Το trolling για παράδειγμα, όπως δηλώθηκε από τους περισσότερους χρήστες εμπεριέχει πολλά αρνητικά συστατικά όπως η κοροϊδία και ο χλευασμός, η ειρωνεία και ο σαρκασμός, το συστατικό του ψεύδους, εκτός θέματος ή ανούσιες θέσεις, κλπ. Παρ' όλα αυτά το trolling έχει θετική έννοια από πολλούς χρήστες των κοινωνικών μέσων οι οποίοι το θεωρούν ως μια μορφή χιούμορ, ως ένα αθώο πείραγμα, ως ένα φυσιολογικό φαινόμενο, ένας είδος πλάκας, και ένα φαινόμενο που πολλές φορές είναι καλοπροαίρετο ή εποικοδομητικό.

Αυτή η διαφορά στις θέσεις των συμμετεχόντων μεταξύ των θετικών και των αρνητικών χαρακτηριστικών του trolling, ανακύπτει επίσης και αργότερα στην έρευνα. Για παράδειγμα σε πολλές από τις διατυπώσεις όπου οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να καταγράψουν το επίπεδο συμφωνίας ή διαφωνίας τους με κάποιες προτάσεις, σχετικά με το αν το trolling είναι ενοχλητικό, απαράδεκτο, προσβλητικό, μια μορφή δυσφήμισης ή ότι πρέπει να σταματήσει, καταγράφηκαν μεγάλα ποσοστά ουδέτερων απόψεων από τους συμμετέχοντες. Η ουδετερότητα σε πολλές από αυτές τις ερωτήσεις προερχόταν από την πλειοψηφία του δείγματος. Περίπου το 1/3 του δείγματος σε κάθε μια από αυτές τις διατυπώσεις κράτησε ουδέτερη στάση. Ωστόσο καταγράφηκε επίσης μια τάση συμφωνίας στο ότι το trolling είναι ενοχλητικό, προσβλητικό και αποτελεί μια μορφή δυσφήμισης ή ένα δυσάρεστο φαινόμενο.

Μεγάλο ήταν και το ποσοστό αυτών που κράτησαν ουδέτερη στάση (πάνω από το 1/3 του δείγματος) όταν έπρεπε να απαντήσουν αν το trolling είναι μια μορφή χιούμορ ή μια μορφή διασκέδασης, ενώ καταγράφηκε επίσης μια τάση συμφωνίας στο ότι το trolling είναι μια μορφή χιούμορ, αλλά λιγότερο μια μορφή διασκέδασης.

Αυτό το σημαντικό ποσοστό ουδετερότητας που καταγράφηκε στις περισσότερες από τις παραπάνω ερωτήσεις μπορεί να υποδηλώνει ότι ενδεχομένως οι συμμετέχοντες δεν είχαν μια ξεκάθαρη άποψη σχετικά με τον βαθμό στον οποίο μπορεί να είναι απαράδεκτο ή ενοχλητικό ή μια μορφή δυσφήμισης ή μια μορφή διασκέδασης. Μπορεί επίσης να αποδίδεται στο γεγονός ότι υπάρχουν πολλές μορφές trolling που άλλοτε έχουν θετική έκφραση και άλλες φορές αρνητική.

Επίσης τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η αντι-κοινωνική συμπεριφορά ακμάζει στα κοινωνικά μέσα, καθώς ένα σημαντικό ποσοστό συμμετεχόντων (πάνω από τους μισούς), δήλωσαν ότι έχουν δεχτεί στο παρελθόν ένα άσχημο σχόλιο σε κάποια δημοσίευση τους, ή ότι έχουν αισθανθεί λυπημένοι για κάποιο αρνητικό σχόλιο που έγινε για αυτούς στα κοινωνικά μέσα. Αν και σε μικρότερα ποσοστά (όχι όμως ασήμαντα) οι συμμετέχοντες δήλωσαν ότι έχουν επίσης στο παρελθόν αισθανθεί θυμωμένοι για κάποιο αρνητικό σχόλιο που έγινε για αυτούς στα κοινωνικά μέσα, ή ότι έχουν ανησυχήσει ή φοβηθεί. Αυτά τα αποτελέσματα δείχνουν ότι η αντι-κοινωνική συμπεριφορά η οποία είναι χαρακτηριστική του trolling, έχει τη δυνατότητα να βλάψει συναισθηματικά τους χρήστες των κοινωνικών μέσων, προκαλώντας τους ψυχολογική δυσφορία.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η παρούσα εργασία μελέτησε τόσο θεωρητικά όσο και πρακτικά τις θεωρητικές πτυχές του φαινομένου του trolling στο διαδίκτυο, δίνοντας έμφαση στα αίτια εμφάνισης του, στις συνέπειες που έχει και στον τρόπο με τον οποίο μπορεί να αντιμετωπιστεί ή να προληφθεί. Τα αποτελέσματα της έρευνας που έγινε σε χρήστες κοινωνικών μέσων σχετικά με το trolling στο διαδίκτυο, αλλά και τα ευρήματα του θεωρητικού μέρους, έδειξαν ότι το trolling μπορεί να λάβει πολλές και διαφορετικές μορφές και ότι είναι ένα πολυδιάστατο φαινόμενο. Στην βιβλιογραφία ιδιαίτερα, οι περισσότεροι ερευνητές του αποδίδουν αρνητική έννοια που σχετίζεται με κακόβουλη ή ενοχλητική ή παρενοχλητική δραστηριότητα, που συνίσταται στην ανάρτηση αρνητικών ή ανούσιων σχολίων και στη συμπεριφορά με αγένεια και επιθετικότητα, με σκοπό την εσκεμμένη πρόκληση αντίδρασης και διαταραχής σε μια κοινότητα, την πρόκληση διαφωνίας και αναστάτωσης, την κατανάλωση του χρόνου των θυμάτων, την πρόκληση συναισθηματικής βλάβης στα άτομα, την χειραγώγηση της κοινότητας και της διάσπασης της εμπιστοσύνης της. Ωστόσο η έρευνα στους χρήστες των κοινωνικών μέσων, έδειξε ότι υπάρχουν κάποιες μορφές trolling που δεν γίνονται κακόβουλα και με σκοπό να βλάψουν, αλλά και ότι πολλοί χρήστες το βλέπουν θετικά ως μια μορφή χιούμορ ή ότι απλά σημαίνει να κάνουμε πλάκα.

Συνολικά λοιπόν φαίνεται ότι υπάρχουν διάφορες μορφές trolling, από τις πιο ήπιες θα λέγαμε όπως είναι η εκδήλωση χιουμοριστικής διάθεσης, μέχρι τις πιο σοβαρές που είναι κακόβουλες και έχουν σκοπό να προκαλέσουν κυρίως συναισθηματική βλάβη στα θύματα.

Προκειμένου να καταπολεμηθούν αυτές οι αρνητικές εκδηλώσεις του trolling, έχουν αναπτυχθεί διάφορες στρατηγικές διαχείρισης και έχουν ληφθεί διάφορα μέτρα πρόληψης του trolling στο διαδίκτυο, ωστόσο η συνεχής αύξηση της έντασης του φαινομένου, δείχνει ότι τα μέτρα που υπάρχουν δεν είναι πολύ αποτελεσματικά. Ωστόσο οι χρήστες και οι κοινότητες έχουν τη δυνατότητα σε κάποιο βαθμό να προστατευθούν από τις αρνητικές συνέπειες του trolling. Για τους χρήστες η αγνόηση έχει προταθεί ως η καλύτερη στρατηγική διαχείρισης, ενώ οι διαχειριστές των ιστοσελίδων και των ηλεκτρονικών κοινοτήτων, χρησιμοποιούν διάφορα μέσα για τον εντοπισμό των troll και του μπλοκαρίσματος τους από τις κοινότητες.

Μελλοντικά η διατήρηση της ανωνυμίας στο διαδίκτυο αναμένεται να συνεχίσει να συμβάλλει στη συνέχιση της εκδήλωσης του φαινομένου, το οποίο δύσκολα θα μπορέσει να σταματήσει ή να περιοριστεί μελλοντικά. Η κατανόηση της δυναμικής που δημιουργεί και τροφοδοτεί το trolling, θα βοηθήσει στην πρόληψη της εκδήλωσης του και στην αντιμετώπιση του, γι' αυτό είναι απαραίτητο μελλοντικές έρευνες να συνεχίζουν να το μελετούν, ιδιαίτερα στην Ελλάδα, όπου ως φαινόμενο δεν έχει μελετηθεί σχετικά καθόλου.

ΑΝΑΦΟΡΕΣ

- Bartlett, J. (2015). *The dark net: Inside the digital underworld*. Melville House
- Binns, A. (2012). DON'T FEED THE TROLLS! Managing troublemakers in magazines' online communities. *Journalism Practice*, 6(4), 547-562.
- Bishop, J. (2011). The role of the prefrontal cortex in social orientation construction: A pilot study. In *Poster Presented to the BPS Welsh Conference on Wellbeing*.
- Bishop, J. (2012). The psychology of trolling and lurking: The role of defriending and gamification for increasing participation in online communities using seductive narratives. In *Virtual community participation and motivation: Cross-disciplinary theories* (pp. 160-176). IGI Global.
- Bishop, J. (2013). The art of trolling law enforcement: a review and model for implementing 'flame trolling' legislation enacted in Great Britain (1981–2012). *International Review of Law, Computers & Technology*, 27(3), 301-318.
- Bishop, J. (2013). The effect of de-individuation of the Internet Troller on Criminal Procedure implementation: An interview with a Hater. *International Journal of Cyber Criminology*, 7(1).
- Bishop, J. (Ed.). (2013). *Examining the concepts, issues, and implications of internet trolling*. IGI Global.
- Buckels, E. E., Trapnell, P. D., & Paulhus, D. L. (2014). Trolls just want to have fun. *Personality and Individual Differences*, 67, 97-102.
- Campbell, W. K., & Miller, J. D. (2012). *The handbook of narcissism and narcissistic personality disorder: Theoretical approaches, empirical findings, and treatments*. John Wiley & Sons.
- Cambria, E., Chandra, P., Sharma, A., & Hussain, A. (2010). Do not feel the trolls. *ISWC, Shanghai*.
- Cheng, J., Danescu-Niculescu-Mizil, C., & Leskovec, J. (2015, April). Antisocial Behavior in Online Discussion Communities. In *Icwsn* (pp. 61-70).

Cheng, J., Bernstein, M., Danescu-Niculescu-Mizil, C., & Leskovec, J. (2017, February). Anyone can become a troll: Causes of trolling behavior in online discussions. In *CSCW: proceedings of the Conference on Computer-Supported Cooperative Work. Conference on Computer-Supported Cooperative Work* (Vol. 2017, p. 1217). NIH Public Access.

Cockerell, J. (2014). Twitter ‘trolls’ Isabella Sorley and John Nimmo jailed for abusing feminist campaigner Caroline Criado-Perez. *The Independent, Friday 24th January*.

Coles, B. A., & West, M. (2016). Trolling the trolls: Online forum users constructions of the nature and properties of trolling. *Computers in Human Behavior, 60*, 233-244.

Cook, C., Schaafsma, J., & Antheunis, M. (2016). Under the bridge: An in-depth examination of online trolling in the gaming context. *New Media & Society*, 1461444817748578.

Craker, N., & March, E. (2016). The dark side of Facebook®: The Dark Tetrad, negative social potency, and trolling behaviours. *Personality and Individual Differences, 102*, 79-84.

Davis, J. P. (2002). The experience of ‘bad’ behavior in online social spaces: A survey of online users. *Social Computing Group, Microsoft Research*.

De Seta, G. (2013). FCJ-167 Spraying, fishing, looking for trouble: The Chinese Internet and a critical perspective on the concept of trolling. *The Fibreculture Journal*, (22 2013: Trolls and The Negative Space of the Internet).

Donath, J. S. (2002). Identity and deception in the virtual community. In *Communities in cyberspace* (pp. 37-68). Routledge

Fichman, P., & Sanfilippo, M. R. (2016). *Online trolling and its perpetrators: Under the cyberbridge*. Rowman & Littlefield.

Gammon J. (2014). Over a quarter of Americans have made malicious online comments. Διαθέσιμο από <https://today.yougov.com/topics/lifestyle/articles-reports/2014/10/20/over-quarter-americans-admit-malicious-online-comm>

Golf-Papez, M., & Veer, E. (2017). Don’t feed the trolling: rethinking how online trolling is being defined and combated. *Journal of Marketing Management, 33*(15-16), 1336-1354.

Graham, L. T., & Gosling, S. D. (2013). Personality profiles associated with different motivations for playing World of Warcraft. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(3), 189-193.

Griffiths, M. D. (2014). Adolescent trolling in online environments: A brief overview. *Education and Health*, 32(3), 85-87.

Griffiths J. (2018). TAKING ITS TROLL What is an internet troll, what is trolling, which celebrities have been victims and what's the UK law?. Διαθέσιμο από <https://www.thesun.co.uk/news/3169348/internet-troll-twitter-online-celebrities-uk-nicola-roberts/>

Hardaker, C. (2010). Trolling in asynchronous computer-mediated communication: From user discussions to academic definitions. *Journal of Politeness Research*, 6 (2). pp. 215-242

Hardaker, C. (2013). "Uh.... not to be nitpicky, but... the past tense of drag is dragged, not drug.": An overview of trolling strategies. *Journal of Language Aggression and Conflict*, 1(1), 58-86.

Hardaker, C. (2015). 'I refuse to respond to this obvious troll': an overview of responses to (perceived) trolling. *Corpora*, 10(2), 201-229.

Herring, S., Job-Sluder, K., Scheckler, R., & Barab, S. (2002). Searching for safety online: Managing "trolling" in a feminist forum. *The information society*, 18(5), 371-384.

Jakobwitz, S., & Egan, V. (2006). The dark triad and normal personality traits. *Personality and Individual Differences*, 40(2), 331-339.

Jussinoja, T. (2018). Life-cycle of internet trolls. University of Jyväskylä, Finland

Krappitz, S., & Lialina, O. (2012). Troll culture. *Stuttgart, Germany: Merz Academy College of Design, Art and Media*.

Lopes, B., & Yu, H. (2017). Who do you troll and Why: An investigation into the relationship between the Dark Triad Personalities and online trolling behaviours towards popular and less popular Facebook profiles. *Computers in Human Behavior*, 77, 69-76.

Lumsden, K., & Morgan, H. M. (2012). 'Frapping', 'Sexting', 'Trolling' and 'Rinsing': social networking, feminist thought and the construction of young women as victims or villains.

Lumsden, K., & Morgan, H. M. (2018). Cyber-trolling as symbolic violence. *The Routledge Handbook of Gender and Violence*, 80.

Ma, H. K. (2011). Internet addiction and antisocial internet behavior of adolescents. *The Scientific World Journal*, 11, 2187-2196.

Managing Negative Social Media, (2016).
Διαθέσιμο από http://shapingeducation.govt.nz/wp-content/uploads/2016/07/MoE-Managing-Social-Media-Guidelines_FA.pdf

Mantilla, K. (2013). Gendertrolling: Misogyny adapts to new media. *Feminist Studies*, 39(2), 563-570.

March, E., Grieve, R., Marrington, J., & Jonason, P. K. (2017). Trolling on Tinder® (and other dating apps): Examining the role of the Dark Tetrad and impulsivity. *Personality and Individual Differences*, 110, 139-143.

McCosker, A. (2014). Trolling as provocation: YouTube's agonistic publics. *Convergence*, 20(2), 201-217.

Owen, T., Noble, W., & Speed, F. C. (2017). Trolling, the Ugly Face of the Social Network. In *New Perspectives on Cybercrime* (pp. 113-139). Palgrave Macmillan, Cham.

Phillips, J. G., Butt, S., & Blaszczynski, A. (2006). Personality and self-reported use of mobile phones for games. *CyberPsychology & Behavior*, 9(6), 753-758.

Phillips, W. (2011). LOLing at tragedy: Facebook trolls, memorial pages and resistance to grief online. *First Monday*, 16(12).

Phillips, W. (2013). The house that fox built: Anonymous, spectacle, and cycles of amplification. *Television & New Media*, 14(6), 494-509.

Pulman, A., & Taylor, J. (2012). Munchausen by internet: current research and future directions. *Journal of medical Internet research*, 14(4).

Rousendal A., Guelke J., Hadjimatheou K., Vermeulen P., (2018). Policing the Dark Web: Ethical and Legal Issues. Workshop 5: Policing of Trolling on Social

Media Ethical and Legal Issues Deliverable 4.5 University of Warwick and TNO.
European Union

Sanfilippo, M. R., Yang, S., & Fichman, P. (2017, January). Managing online trolling: From deviant to social and political trolls. In *Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences*.

Sanfilippo, M. R., Fichman, P., & Yang, S. (2018). Multidimensionality of online trolling behaviors. *The Information Society*, 34(1), 27-39.

Sarada P. (2016). Trolls and Its Augmentation in the Cyber World of Kerala. *IRA-International Journal of Management & Social Sciences*; 3 (3), 733-738

Semingson, P., & Owens, D. (2017, October). Beyond Netiquette Guidelines: Best Practices for Proactively Fostering Professional Communication Behaviors in E-Learning. In *E-Learn: World Conference on E-Learning in Corporate, Government, Healthcare, and Higher Education* (pp. 467-471). Association for the Advancement of Computing in Education (AACE).

Sest, N., & March, E. (2017). Constructing the cyber-troll: Psychopathy, sadism, and empathy. *Personality and Individual Differences*, 119, 69-72.

Shachaf, P., & Hara, N. (2010). Beyond vandalism: Wikipedia trolls. *Journal of Information Science*, 36(3), 357-370.

Shaw, F. (2013). FCJ-157 Still 'Searching for Safety Online': collective strategies and discursive resistance to trolling and harassment in a feminist network. *The Fibreculture Journal*, (22 2013: Trolls and The Negative Space of the Internet).

Shepherd, T., Harvey, A., Jordan, T., Srauy, S., & Miltner, K. (2015). Histories of hating. *Social Media+ Society*, 1(2), 20-35

Šincek, D., Duvnjak, I., & Milić, M. (2017). Psychological Outcomes of Cyber-Violence on Victims, Perpetrators and Perpetrators/Victims. *Hrvatska Revija za Rehabilitacijska Istraživanja*, 53(2), 98-110.

Sindorf, S. (2013). FCJ-162 Symbolic violence in the online field: Calls for 'civility' in online discussion. *The Fibreculture Journal*, (22 2013: Trolls and The Negative Space of the Internet).

Synnott, J., Coulias, A., & Ioannou, M. (2017). Online trolling: The case of Madeleine McCann. *Computers in Human Behavior*, 71, 70-78.

Tepper, M. (1997). Usenet communities and the cultural politics of information. In *Internet culture* (pp. 39-54). Routledge.

The Economist. (2011) Trolling for your soul. Διαθέσιμο από <https://www.economist.com/international/2011/03/31/trolling-for-your-soul>

[Πρόσβαση 26/09/2018]

Tsantarliotis, P., Pitoura, E., & Tsaparas, P. (2017). Defining and predicting troll vulnerability in online social media. *Social Network Analysis and Mining*, 7(1), 26.

Tsantarliotis, P., Pitoura, E., & Tsaparas, P. (2016, August). Troll vulnerability in online social networks. In *Proceedings of the 2016 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining* (pp. 1394-1396). IEEE Press.

Walter, T., Hourizi, R., Moncur, W., & Pitsillides, S. (2012). Does the internet change how we die and mourn? Overview and analysis. *OMEGA-Journal of Death and Dying*, 64(4), 275-302.

Wi, H., & Lee, W. (2014, June). The norm of normlessness: structural correlates of a trolling community. In *Proceedings of the 2014 ACM conference on WebScience* (pp. 275-276). ACM.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΑ:

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Απόψεις χρηστών διαδικτύου για το φαινόμενο του trolling (τρολάρισμα) στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Ερωτηματολόγιο

* Απαιτείται

1. Φύλο *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Άνδρας
 Γυναίκα

2. Ηλικία *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- <20
 20-22
 23-25
 >25

3. Έτος σπουδών

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Α
 Β
 Γ
 Δ
 >Δ

4. Διαθέτετε λογαριασμούς σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Facebook, Twitter, κλπ.); *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Ναι
 Όχι

5. Σε πόσα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχετε λογαριασμούς; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- 1-2
 3-4
 >=5

6. Πόσο χρόνο δαπανάτε ημερησίως στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Καθόλου
 Λιγότερο από 1 ώρα
 1-2 ώρες
 3-4 ώρες
 >5 ώρες

7. Πόσες δημοσιεύσεις κάνετε μηνιαίως στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Καμία
 1-5
 10
 11-20
 >20

8. Πόσο συχνά κάνετε σχόλια σε αναρτήσεις φίλων και γνωστών σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Ποτέ
 Σπάνια
 Μέτρια συχνά
 Συχνά
 Πολύ συχνά

9. Γνωρίζετε το φαινόμενο του trolling (τρολάρισμα) στο διαδίκτυο; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Ναι
 Όχι

10. Τι πιστεύετε ότι είναι το trolling; (Δεν υπάρχουν σωστές και λάθος απαντήσεις, περιγράψτε αυτό που εσείς πιστεύετε ότι είναι το trolling με μια λέξη ή μια πρόταση ή με ένα παράδειγμα) *

11. Έχετε δεχτεί ποτέ κάποιο προσβλητικό ή αγενές σχόλιο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Ναι
 Όχι

12. Έχετε αισθανθεί ποτέ λυπημένος για ένα άσχημο σχόλιο που έγινε για εσάς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης? *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Ναι
 Όχι

13. Έχετε αισθανθεί ποτέ θυμωμένος για ένα άσχημο σχόλιο που έγινε για εσάς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης? *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Ναι
 Όχι

14. Έχετε ποτέ φοβηθεί ή ανησυχήσει για ένα άσχημο σχόλιο που έγινε για εσάς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης? *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Ναι
 Όχι

Παρακαλώ συμπληρώστε κατά πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με κάθε μια από τις παρακάτω προτάσεις.

15. Το trolling στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ενοχλητικό

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
Διαφωνών απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

16. Το trolling στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι απαράδεκτο

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1 2 3 4 5

Διαφωνών απόλυτα Συμφωνών απόλυτα

17. Το trolling στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι προσβλητικό

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1 2 3 4 5

Διαφωνών απόλυτα Συμφωνών απόλυτα

18. Το trolling στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι μια μορφή δυσφήμισης

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1 2 3 4 5

Διαφωνών απόλυτα Συμφωνών απόλυτα

19. Το trolling στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα δυσάρεστο φαινόμενο

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1 2 3 4 5

Διαφωνών απόλυτα Συμφωνών απόλυτα

20. Το trolling στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι μια μορφή χιούμορ

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1 2 3 4 5

Διαφωνών απόλυτα Συμφωνών απόλυτα

21. Το trolling στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι μια μορφή διασκέδασης

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1 2 3 4 5

Διαφωνών απόλυτα Συμφωνών απόλυτα

22. Το trolling στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να σταματήσει

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1 2 3 4 5

Διαφωνών απόλυτα Συμφωνών απόλυτα

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β : ΟΡΙΣΜΟΣ TROLLING – ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Κοροϊδία (3)
Κοροϊδία (2)
Πλάκα (2)
Πείραγμα
Καλησπερα σας
Κοροϊδεύει
Σε κοροϊδεύω με έναν διασκεδαστικό τρόπο
Επικοινωνητικό μερικες φορες
Σχολια ειτε καλοβουλα ειτε κακοβουλα πανω σε ενα θεμα
Πονηρά προκλητικές, σκόπιμα ανόητες ή επιτηδευμένα εκτός θέματος θέσεις και απόψεις
Ειρωνικά, προκλητικά ή ψευδή σχόλια, τα οποία ως στόχο έχουν να αποπροσανατολίσουν ή να εκνευρίσουν τους υπόλοιπους χρήστες
Ανόητη ερώτηση
περιγράφει κάποιον χρήστη του Ίντερνετ με πονηρά προκλητικές, σκόπιμα ανόητες ή επιτηδευμένα εκτός θέματος θέσεις και απόψεις σε μία online ανοιχτή κοινότητα, όπως ένα φόρουμ συζήτησης, chat room ή μπλογκ, με πρωταρχική πρόθεση να προκαλέσει και να ερεθίσει άλλους χρήστες ή με κάθε τρόπο να επιφέρει διαταραχή σε μια διαδικτυακή συζήτηση για οποιοδήποτε θέμα και να πετύχει μια αλυσίδα αντιδράσεων από άλλους χρήστες
Σαρκασμός
Το τρολινγκ πιστεύω ότι είναι το διαδικτυακό «κοροϊδεμα» στα κοινωνικά μέσα το οποίο γίνεται μέσω σχολίων ειρωνικών φτάνοντας στα όρια της παρεξήγησης θίγοντας τον συνομιλητή/ες.
kati san koroidia
Είναι η κοροϊδία με θετικό κάπως όμως πρόσημο. Η "φιλική"θα έλεγα κοροϊδία
Trolling its means so much !
Όταν συνομιλείς με κάποιον ο οποίος σε κοροϊδεύει λεγοντας σου ψεμματα και ενδεχομενωσ σε εξευτελιζει.

Όταν σε κοροϊδούν και το άτομο που βρίσκεται πίσω από αυτό ίσως να μην είναι αυτός που δείχνει και να προσπαθεί να σε προσβάλει είτε προκλητικές συζητήσεις είτε να σε κάνει να νιώθεις κατώτερος
Μλκία
Ειρωνία
Ψευδής δήλωση ταυτότητας.
Το trolling είναι το σύνολο των άθωων πειραγμάτων μεταξύ ατόμων και δεν έχει καμία απολύτως σχέση με το bullying.
Όταν κάποιος σου λέει ένα ψέμα για σε κοροϊδέψει.. να το πιστέψεις.. ή σε ενοχλεί κοροϊδευτικά.. αλλά κυρίως όταν θέλει να πιστέψεις κάτι για πλάκα για να γελάσει μαζί σου.. φάρσες κλπ
Τίποτα. Είναι ένα νορμάλ φαινόμενο που συμβαίνει.
Εκδήλωση χιουμοριστικής διάθεσης με σοβαρό ύφος
Trolling είναι η ψευτική είδηση
όταν σε κοροϊδεύουν στο διαδίκτυο
Χαβαλες και άμυνα όταν δεν ξέρεις να απαντήσεις
Αυτοσαρκασμός ή σαρκασμός στα πολιτικά / κοινωνικά θέματα της χώρας
Ένα είδος πλάκας
Με τρολάρεις;= με κοροϊδεύεις
Trolling είναι η οποιαδήποτε μορφή ενόχλησης προς τον χρήστη χωρίς την συγκατάθεσή του.
Μαυρο Χιούμορ ειρωνεία πειραγμα
Κανω πλάκα σε κάποιον
Απάτη
Μια μαλάκια
Είναι μια μορφή χιούμορ
Πλάκα
Αφορά την κακή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης με σκοπό τον συναισθηματικό τραυματισμό
κοροϊδία
Ίσως ειρωνεία
Καλοπροαίρετο και κακοπροαίρετο φαινόμενο, το οποίο μέσω της μελέτης των παραγόντων που διαμορφώνεται, μπορούν να εξαχθούν αρκετά συμπεράσματα για την κοινωνία και τους τρόπους συμπεριφοράς του κόσμου
Trolling είναι η προσπάθεια κάποιου να ενοχλήσει τον άλλο κατ' εξακολούθηση με σκοπό να του αποσπάσει την προσοχή
κοροϊδία

Χλευασμός

Διατυπώνω ηλεκτρονικά προκλητικές ή λανθασμένες απόψεις με σκοπό να διαταράξω μια διαδικτυακή συζήτηση

Ειρωνεία/ ένα είδος bullying