

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>

World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

Выпуск 1 - 2017 <https://sfk-mn.ru/issue-1-2017.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/01SFK117.pdf>

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Быстрова А.Н., Савельев Д.Л., Черноморченко С.И., Чернышев А.А. Проблемы социального регулирования троллинга и флешмоба в Интернет-пространстве // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2017 №1, <https://sfk-mn.ru/PDF/01SFK117.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

**Быстрова Александра Николаевна**

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет», Россия, Тюмень  
Доцент кафедры «Экономической безопасности, учета, анализа и аудита»

Кандидат экономических наук

E-mail: Alecsa.06@mail.ru

**Савельев Дмитрий Леонидович**

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет», Россия, Тюмень  
Доцент кафедры «Государственного и муниципального управления»

Кандидат исторических наук

E-mail: orman@mail.ru

**Черноморченко Светлана Ивановна**

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет», Россия, Тюмень  
Доцент кафедры «Менеджмента, маркетинга и логистики»

Кандидат педагогических наук

E-mail: chernomorchenko@rambler.ru

**Чернышев Александр Анатольевич**

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет», Россия, Тюмень  
Доцент кафедры «Общей и экономической социологии»

Кандидат исторических наук

E-mail: a.a.chernyshev@utmn.ru

## **Проблемы социального регулирования троллинга и флешмоба в Интернет-пространстве**

**Аннотация.** В настоящее время Интернет предоставил возможность не только отслеживать потребности общества, но и направлять их, с использованием таких технологий, как флешмоб и троллинг. С целью изучения влияния флешмоба и троллинга на процесс управления социальными процессами нами было проведено исследование в 2015-2016 гг. В качестве экспертов были выбраны специалисты, которые в процессе своей работы сталкиваются с большим объёмом информации. Опрос проводился в виде интервью с экспертами, в ходе которого им были заданы вопросы, на которые они должны были дать развёрнутые ответы.

Полученные в ходе исследования данные говорят о том, что троллинг и флешмоб достаточно распространены в современном обществе. Наиболее распространенными сферой применения троллинга является политика, а флешмоба - развлечения (при этом нередки и флешмобы политического и коммерческого содержания). Представляется, наиболее успешными при изучении троллинга и флешмобов будут являться качественные методы, в частности, интервью в свободной форме с маркетологами и политтехнологами, которые используют троллинг и флешмоб в качестве инструментов в деятельности, а также метод

включённого наблюдения, при котором можно лучше понять механизм работы данных технологий. Данное исследование может стать основой для дальнейшей работы по изучению влияния флешмоба и троллинга на управление социальными процессами в обществе.

**Ключевые слова:** интернет-пространство; современные технологии; флешмоб; троллинг управление социальными процессами

На протяжении почти всей истории человечества лидеры народов и государств искали способы управлять различными сообществами людей - начиная от малых социальных групп и заканчивая целыми государствами. По мере развития общества технологии управления социальными общностями становятся всё более разнообразными, а сферы их применения всё больше расширяются. С развитием общества происходит усложнение тех технологий, с помощью которых может происходить управление социальными процессами. В настоящее время Интернет предоставил возможность не только отслеживать потребности общества, но и направлять их, с использованием таких технологий как флешмоб и троллинг. [2].

Первое упоминание троллинга в академической литературе произошло в 1996 г. и принадлежит Джудит Донат, которая в своих исследованиях использовала описание нескольких курьёзных примеров из конференций в сети Usenet [5]. Сам термин «троллинг» имеет англоязычное происхождение и в российской научной литературе ещё не имеет сформированного определения. Интересным представляется определение троллинга данное К. Хардакером в статье в журнале «Вопросы языковой агрессии и конфликта» («Journal of Language Aggression and Conflict»): «троллинг - умышленное (осознанное) невежливое или грубое поведение, обман или манипуляция в Интернет-среде с целью создать ситуацию конфликта или противостояния, как правило, ради развлечения». [1] В противоположность троллингу - флешмобы являются позитивной социальной технологией, с помощью которой можно распространять ценности, несущие обществу пользу. Первое упоминание флешмоба в академической литературе произошло в 2002 г. в книге Г. Рейнгольда «Умная толпа: новая социальная революция». За время существования такого явления как флешмоб его определение тоже претерпело ряд изменений, так в 2004 году Оксфордский словарь определял флешмоб как «организованное через Интернет или посредством мобильной связи публичное собрание совершенно незнакомых людей, которые выполняют бессмысленное действие и снова расходятся». К 2013 году определение существенно меняется. Сегодня флешмоб определяется как «большое публичное собрание, как правило, организованное с помощью Интернета или социальных сетей, на котором люди выполняют необычное или, казалось бы, случайное действие, а затем расходятся» [3].

В настоящее время в российской академической литературе наиболее полное определение флешмоба даётся в статье О.Я. Ямельницкого: «Флешмоб - это массовая акция, предварительно спланированная, организованная через современные быстродействующие средства коммуникации (в основном через Интернет), в которой большая группа людей ("мобберов") неожиданно появляется в общественном месте, на протяжении нескольких минут выполняет обусловленные сценарием действия и впоследствии быстро расходится» [7].

Флешмоб и троллинг требуют более пристального внимания не только в теории, но и в эмпирических исследованиях [6]. В 2016 г. был проведён опрос в виде интервью с экспертами, в качестве которых были привлечены специалисты, которые в процессе своей работы сталкиваются с большим объёмом информации, которые должны не только постоянно её отслеживать, но, нередко, и сами размещают требуемую информацию. Ими стали главные специалисты и начальники отделов департамента информационной политики Тюменской области, специалисты по связям с общественностью партий КПРФ, Справедливая Россия,

ЛДПР, портала Наш Город, организации «Добровольческий молодёжный центр «Greenhelpers»; администраторы крупных групп в социальной сети «ВКонтакте»: «Политика сегодня» (политическая группа), «Типичная Тюмень» (СМИ), «AltSocio» (развлекательная), «Соционика в картинках» (развлекательная), «Чаепитие в графстве Чешир» (развлекательная); специалисты по SMM (продвижение товаров и услуг в социальных сетях). Всего нами было опрошено 21 эксперт.

Первым вопросом, чтобы узнать имеют ли эксперты представление о предмете беседы, был вопрос «Знакомы ли Вы с термином троллинг?». Пятеро экспертов из опрошенных указали, что не знают, что это такое. Для продолжения беседы нами было сделано пояснение, что под троллингом нами понимается «явление, начиная с определённой шутки, розыгрыша, бесхитростных и прямолинейных высказываний до троллинга-атаки, целью которого является уничтожение выбранной конференции или ньюс-группы, или доведение конкретного человека до нервного срыва». 16 экспертов дали своё определение троллинга, очень близкое к данному нами, но выделяли различные аспекты: так, шестеро экспертов отмечали основной чертой троллинга выведение собеседника на эмоциональную реакцию, двое определили троллинг как шутку, розыгрыш, а восемь подчёркивали, что троллинг это провокация, целью которой является искажение информации.

Из опрошенных экспертов десять отметили, что постоянно сталкиваются с троллингом в процессе работы: «Да, на сайтах с которыми работает департамент, в частности на форумах и информационных порталах, в комментариях нередко случаются троллинг-атаки, мы должны модерировать такие комментарии, чтобы не допускать распространения ложных сведений», «Да, встречался везде, где есть дискуссионные площадки, этот троллинг чаще бесцельный, ради подчёркивания собственной значимости, но бывает и информационно опасный, направленный на распространение провокационной информации», «Да, нередко пишут, чаще это с нуля созданный аккаунт, человек не раскрывает своей личности, а в сообщениях намеренно провоцирует других».

Больше половины экспертов (16 человек) отмечали, что сталкивались с троллингом вне работы, при этом они указывали, что чаще всего замечали троллинг в социальных сетях и на информационных ресурсах. Сферы, в которых используется троллинг, эксперты указывали следующие: межличностная, общественно-гражданская, политическая и социальная. При этом один эксперт отметил, что в политической и социальной сфере больше простора для троллинга, чем в остальных, поэтому в данных сферах троллинг встречается чаще. Этот же эксперт отметил, что в социальных сетях и на развлекательных ресурсах троллинг тоже чаще касается политической сферы. Чаще всего эксперты (8 человек) отметили, что больше всего нападкам троллей подвержены эмоционально незащищённые личности, к примеру подростки, люди неуверенные в себе, закомплексованные люди.

На них тролли оказывают сильное негативное влияние, могут не только изменить их эмоциональное состояние, но и заставить изменить своё мнение. Также эксперты отмечали, что «нападкам троллей подвержены новости, вызывающие отражение у социальных групп», «авторы постов», «известные личности», «крупные организации». Эксперты отмечали, что тролли могут заставить изменить мнение человека о какой-либо проблеме могут только тонкие тролли, которые действуют более деликатными психологическими методами, но это удаётся им всё реже, так как пользователи Интернета научились распознавать в комментаторах троллей и больше не поддаются на их уловки.

На следующий вопрос «Замечали ли Вы, что тролли используют определённые приёмы?» девять экспертов указали, что тролли почти всегда используют ненормативную лексику, переход на личности и провокацию на скандал. Реже экспертами отмечались такие приёмы как: уход от темы, массированная атака (спам), визуальные вбросы (провокационные

картинки), игнорирование мнения оппонента. При этом эксперты отмечали, что чем качественнее троллинг, тем более тонкие методы используют тролли (они чаще уводят тему, почти не используют ненормативную лексику и переход на личности), и тем сложнее пользователям их распознать. Пятеро экспертов не смогли назвать ни одного метода, используемого троллями. Девять экспертов указали, что замечали применение троллинга в качестве социальной технологии, управляющей мнением большой группы людей, при этом они отметили, что в качестве социальной технологии троллинг чаще всего применяют общественно-политические организации. Среди примеров такого использования троллинга, назвали акцию «СтопХам», при этом эксперт пояснил, что считает троллингом не наклейки и акции протеста, а обсуждение этого в Интернете (выкладывание видео, распространение информации, написание комментариев), борьбу политической оппозиции, чёрный пиар компаний и организаций, вирусную радио-рекламу.

Следующий вопрос интервью касался необходимости правового регулирования троллинга и наличия в настоящее время законодательной базы, позволяющей наказывать за троллинг. Трое экспертов указали, что в настоящее время существуют законы, с помощью которых можно регулировать троллинг, к примеру, закон об оскорблении чувств верующих и закон, наказывающий за оскорбление личности. Четверо экспертов однозначно указали, что необходимо правовое регулирование троллинга, с разработкой отдельного закона, касающегося конкретно Интернет-пространства, пятеро экспертов отметили, что необходимости в создании отдельного законопроекта, регулирующего троллинг нет, но имеет смысл принять поправки к действующему законам, отдельно выделив Интернет как коммуникативную площадку. Ещё один эксперт указал, что в регулировании нуждается не троллинг как таковой, а Интернет-пространство в целом, так как на данном этапе его модерация осуществляется внутренними силами пользователей и провайдеров. Ещё четверо экспертов обратили внимание на необходимость регулирования троллинга силами администраций различных форумов, сайтов и групп в социальных сетях, подчеркнув, что если в каждом подобном объединении будет более строгая модерация, то проблема троллинга исчезнет.

Следующее интервью включало вопросы по флешмобам. Так из 21 опрошенного эксперта все эксперты отметили, что знакомы с таким явлением, дав определение, в котором были отражены основные свойства флешмоба: внезапность, массовость, наличие сценария. Десять экспертов подчеркнули, что флешмоб направлен на привлечение внимания к какой-либо значимой теме, а двое отметили, что флешмоб - это всегда развлечение, людям, которые этим увлекаются нечем заняться. Из опрошенных экспертов только 8 не сталкивались с флешмобами в процессе своей работы и только один не сталкивался с флешмобами вообще. Среди опрошенных нами специалистов пятеро выступали организаторами флешмобов на политические темы и с целью благотворительности, трое экспертов занимаются публикацией новостей на тему проводимых флешмобов, а ещё пять экспертов в ходе своей работы должны принимать участие в флешмобах.

Наиболее часто эксперты отмечали использование флешмоба для развлечения (указали 7 экспертов), для рекламы и коммерческого продвижения (4 эксперта), в социальной сфере (4 эксперта). Также эксперты указывали следующие сферы применения флешмобов: экология, политика, культура. Один эксперт указал, что флешмоб это инструмент, который можно применять абсолютно в любой сфере, а ещё один эксперт особо отметил, что иногда флешмоб становится единственным способом выразить свою позицию, поэтому может применяться абсолютно в любых сферах.

Чаще всего эксперты отмечали позитивное влияние флешмобов (14 специалистов), остальные отметили, что влияние флешмоба зависит от его идеи, он может стать как успешным инструментом маркетинга, так и использоваться для пропаганды негативных идей. При этом 15

экспертов указали, что флешмоб может использоваться как социальная технология, управлять общественным мнением, идеями и ценностями. В качестве примеров приводились акции, организуемые ГИБДД, акции в защиту природы, профилактику заболеваний, распространению здорового образа жизни, а также для продвижения компаний, как пиар акции.

По наблюдениям экспертов, флешмобы не нуждаются в регулировании, на это указали 18 экспертов, при этом 8 отметили, что достаточно уже существующего закона о митингах, а трое указали, что следует наоборот уменьшить правовое влияние на флешмоб, так как существующее законодательство существенно ограничивает возможности проведения подобных акций. Только трое экспертов считают, что нужно регулировать флешмоб, чтобы он не нарушал права других людей: не создавал излишнего шума и дорожных затруднений.

Исходя из результатов опроса, можно сделать вывод, что троллинг в политической и социальной сфере становится достаточно актуальной проблемой, которая требует правового регулирования. В то время как флешмобы, наоборот, оцениваются экспертами исключительно как позитивное явление и, на их взгляд, не нуждаются в дополнительном регулировании.

На данный момент борьба с троллингом осуществляется за счёт внутренних ресурсов правительственных организаций и крупных корпораций, которые не хотят становиться жертвами троллинга. Но достаточное количество экспертов отмечает необходимость регулирования троллинга на государственном уровне через разработку закона о троллинге, который позволил бы контролировать данный процесс с применением реальных санкций.

Для принятия подобного закона необходимо разработать конкретную концепцию, в которой будет чётко прописано, что именно представляет собой троллинг, как его распознать, какие службы должны заниматься отслеживанием троллинга в Интернете (или это обязанность простых пользователей), какое наказание будет наиболее адекватным за нарушение этого закона. Прежде чем предложить новый закон, который будет регулировать троллинг в Интернет-пространстве, необходимо рассмотреть какие инструменты регулирования данного явления существуют на данный момент. Троллинг может быть наказан в рамках действующего законодательства, так за оскорбление в Интернет-пространстве можно привлечь к ответственности по статье 5.61 КоАП РФ «Оскорбление», по статье 128.1 УК РФ «Клевета», а также по статье 282 УК РФ «Возбуждение ненависти либо вражды, а равно унижение человеческого достоинства» [5]. При этом заметим, что в данных законах предусмотрено наказание за распространение подобной информации в публичных выступлениях и в средствах массовой информации, к которым, по действующему законодательству, Интернет можно отнести не всегда. Так, согласно закону РФ № 2124-1 от 27.12.1991 «О средствах массовой информации» под средствами массовой информации понимается «периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием)».

Таким образом, за оскорбление, клевету и разжигание вражды в социальных сетях, на форумах и на других ресурсах, которые нельзя прямо отнести к СМИ и публичным выступлениям не предусмотрено наказания. Для того, чтобы добиться наказания по факту троллинга в Интернете необходимо приложить очень много усилий. Кроме того, по существующему законодательству не предусмотрено мгновенное (в течение суток-двух) удаление комментария, сообщения, послужившего причиной обращения. Отметим, что законы, с помощью которых троллинг можно было бы регулировать на данный момент не совершенны. Тем более, что они несколько не способствуют снижению активности троллей: отсутствие перспективы наказания даёт большой простор для противоправных действий, нарушающих свободу личности.

Встаёт вопрос о разработке нового закона, согласно которому комментарии пользователей, уличённых в троллинге будут удаляться, а в случае повторной публикации подобных сообщений от того же пользователя на него будет наложен штраф. Для наблюдения за соблюдением данного закона, предлагается создать специальную комиссию, которая будет максимально оперативно реагировать на обращения граждан и организаций, которые зафиксировали акты троллинга в свой адрес. Также предлагается, чтобы данная организация была закреплена при департаментах информационной политики по областям (это связано с тем, что большая часть троллинга, как отмечали эксперты, концентрируется в политической сфере). Данная организация (или отдел) должны будут проверять наличие актов троллинга по обращению заявителей, просматривать наиболее стратегически важные политические ресурсы (к примеру, сайты правительств областей и форумы, которые за ними закреплены) на предмет активности троллей, удалять комментарии и сообщения, нарушающие закон, а также устанавливать (при помощи провайдеров) наиболее активных троллей, которым в дальнейшем будут рассылаться предупреждения и, в случае повторного нарушения, выписываться штрафы. Данный закон позволит сократить троллинг в Интернет-пространстве, оставляя за пользователями Интернета свободу самовыражения. Данный закон не запрещает выражать своё мнение, но призывает делать это в рамках этикета и аргументированно. Таким образом, с помощью этого закона можно повысить общий уровень культуры Интернет-пространства и сделать его более безопасным.

Полученные в ходе исследования данные говорят о том, что троллинг и флешмоб достаточно распространены в современном обществе. Тех, кто никогда не сталкивался с троллингом и флешмобами среди опрошенных достаточно мало: 21% и 35% соответственно. Наиболее распространённой сферой применения троллинга является политика, а флешмоба - развлечения (но при этом нередки и флешмобы политического и коммерческого содержания). Если в флешмобах респонденты чаще всего с принимают участие с энтузиазмом, о котором говорит желание поделиться впечатлениями от проведённого флешмоба, и считают его позитивной силой, которая может привлечь внимание к проблеме, заставить общество задуматься над какой-то проблемой, то троллинг вызывает противоположную реакцию: желание уйти из обсуждения или просто игнорировать реплики тролля.

При анализе документов было установлено, что тролли чаще всего применяют техники агрессивной манеры ведения разговора и провокацию на скандал. Избежать применения такой техники троллями можно с помощью установления системы штрафов и "банов" в группах. Троль стремится подстроится под ту аудиторию, с которой работает: применяет более тонкие формулировки при работе с более культурной аудиторией и более грубые при работе с недостаточно образованной аудиторией. На успешность троллинга влияет состав группы, в которой тролль проводит атаку. Чем меньше заинтересованность аудитории в тематике группы - тем ниже эффективность троллинга. Флешмоб, как социальная технология, в последнее время применяется всё чаще, особенно для привлечения внимания к определённым социальным проблемам, но при этом его технология несколько нарушается (убирается эффект спонтанности) из-за чего происходит снижение его эффективности. По результатам экспертного опроса можно заключить, что троллинг в политической и социальной сфере становится достаточно актуальной проблемой, которая требует правового регулирования. В то время как флешмобы, наоборот, оцениваются экспертами исключительно как позитивное явление и, на их взгляд, не нуждаются в дополнительном регулировании.

Для избегания троллинга в крупных коммерческих и политических группах в социальных сетях, а также на общегородских форумах необходимо ужесточать модерацию. Лучше всего составить ряд правил для посетителей группы, за нарушение которых будет следовать либо удаление комментария, либо полное удаление пользователя из группы. Также хорошим способом избежать манипуляций троллей является публикация актуальных новостей,

поддержание общей культуры в обсуждениях группы. Это позволит переключить внимание посетителей на другие проблемы и сократит возможности для троллинга. Также необходимо рекомендовать пользователям не вступать в диалоги с троллями, чтобы снизить их воздействие. Принять законопроект, согласно которому, за проявлением троллинга будет следить специальный отдел при департаменте информационной политики, в обязанности которого будет входить оперативное реагирование на обращения граждан по поводу троллинга, а также мониторинг основных правительственных сайтов и форумов, с дальнейшим удалением комментариев, содержащих нарушающую закон информацию. За повторное нарушение закона тролли обязаны будут платить штраф. Принятие данного закона позволит значительно уменьшить частоту троллинг атак и сделает Интернет-пространство более безопасным. Полученные результаты являются лишь первым шагом на пути в изучении социальных технологий Интернет-пространства. Представляется, наиболее успешными при изучении троллинга и флешмобов будут являться качественные методы, в частности, интервью в свободной форме с маркетологами и политтехнологами, которые используют троллинг и флешмоб в качестве инструментов в своей деятельности, а также метод включённого наблюдения, при котором можно лучше понять механизм работы данных технологий.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Hardaker, Claire (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), PP. 57-85.
2. Бурмыкина, И.В. Концептуальные основы современных социальных технологий [Текст] / И.В. Бурмыкина // Учёные записки. - 2007. - № 3. - С. 60-64.
3. Демченков, С.А. Флешмоб как урбанистический феномен: социально-философский и коммуникативный аспект [Текст] / С.А. Демченков, Н.С. Паршанина // Омский научный вестник. - №1. - 2015. - С. 75-78.
4. Демченков, С.А. Флешмоб как форма массовой коммуникации: типология, прагматика и поэтика [Текст] / С.А. Демченков, Н.С. Паршанина // Речевая коммуникация в современной России: материалы III Междунар. конф. (Омск, 27-30 июня 2013 г.) / Ом. гос. ун-т им. Ф. М. Достоевского; [под ред. О. С. Иссерс]. - Омск: Изд-во ОмГУ, 2013. - С. 48-56.
5. Обидел - в тюрьму: принят первый в мире закон об Интернет-троллинге [Электронный ресурс] // Право.ру. - URL: [www.pravo.ru/review/view/120114/](http://www.pravo.ru/review/view/120114/) (дата обращения: 20.03.2017).
6. Троллинг. [Электронный ресурс] // Газета 2.0. - URL: <http://www.gazeta.lv> (дата обращения: 24.01.2017).
7. Ямельницкий, О.Я. Политический флешмоб как форма горизонтальной коммуникации [Текст] / О.Я. Ямельницкий // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология. - №15. - 2013. - С. 45-51.
8. Щербина, В.В. Социальные технологии и их применение в сферах социальной практики [Текст] / В.В. Щербина, Е.О. Нечаева // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки, 2015. - №2 (38). - С. 62-67.
9. Приговор Интернет-троллю. [Электронный ресурс] // Твой взгляд. - URL: <http://opinionblog.ru/> (дата обращения: 20.03.2017).
10. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 30.03.2016) [Электронный ресурс] - URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=195988;div=LAW;dst=3283,0;rnd=189271.4160190339896841> (дата обращения: 20.04.2016).

**Bystrova Alexandra Nikolaevna**

Tyumen state university, Russia, Tyumen

E-mail: Alecsa.06@mail.ru

**Savelyev Dmitry Leonidovich**

Tyumen state university, Russia, Tyumen

E-mail: orman@mail.ru

**Chernomorkhenko Svetlana Ivanovna**

Tyumen state university, Russia, Tyumen

E-mail: chernomorchenko@rambler.ru

**Chernyshev Alexander Anatolievich**

Tyumen state university, Russia, Tyumen

E-mail: a.a.chernyshev@utmn.ru

## **Problems of social regulation trolling and flashmob in the Internet space**

**Abstract.** Currently, the Internet has provided an opportunity not only to track the needs of society, but also to direct them using technologies such as flash mob and trolling. In order to study the influence of flash mob and trolling on the process of managing social processes, we conducted a study in 2015-2016. As experts, experts were selected who, in the course of their work, encounter a large amount of information. The survey was conducted in the form of interviews with experts, during which they were asked questions, to which they had to give detailed answers. The data obtained during the study indicate that trolling and flash mobs are quite common in modern society. The most common sphere of trolling is politics, and flash mobs are entertainment (and flashmobs of political and commercial content are also common here). It seems that the most successful in studying trolling and flash mobs will be quality methods, in particular, free-form interviews with marketers and political technologists who use trolling and flash mobs as tools in the activity, as well as the method of included monitoring, in which you can better understand the mechanism of work of these technologies. This study may be an article basis for further work on the study of the influence of flash mob and trolling on the management of social processes in society.

**Keywords:** internet space; modern technologies; flash mob; trolling management of social processes



## REFERENCES

1. Hardaker, Claire (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), pp. 57-85.
2. Burmykina I.V. (2007). Conceptual foundations of modern social technologies. *Scientific notes*, 3, pp. 60-64. (in Russian).
3. Demchenkov S.A., Parshanina N.S. (2015). Flashmob as an urban phenomenon: socio-philosophical and communicative aspect. *Omsk scientific herald*, 1, pp. 75-78. (in Russian).
4. Demchenkov S.A., Parshanina N.S. (2013). Fleshmob kak forma massovoj kommunikacii: tipologiya, pragmatika i poehtika. [*Flashmob as a form of mass communication: typology, pragmatics and poetics.*] Omsk: Publishing house of Omsk State University, pp. 48-56.
5. Pravo.ru. (n.d.). *Offended - in prison: adopted the world's first law on Internet trolling.* [online] Available at: [www.pravo.ru/review/view/120114/](http://www.pravo.ru/review/view/120114/) (in Russian). [Accessed 20.03.2017].
6. Newspaper 2.0. (n.d.). *Trolling.* [online] Available at: <http://www.gazeta.lv> (in Russian). [Accessed 24.01.2017].
7. Yamel'nickij O.Ya. (2013). Political flash mob as a form of horizontal communication. *Scientific bulletins of the Belgorod State University*, 15, pp. 45-51. (in Russian).
8. Shherbina V.V., Nechaeva E.O. (2015). Social technologies and their application in the spheres of social practice. *Bulletin of the Nizhny Novgorod University. N.I. Lobachevsky*, 2(38), pp. 62-67.
9. Your opinion. (n.d.). *The verdict of Internet trolly.* [online] Available at: <http://opinionblog.ru/> (in Russian). [Accessed 20.03.2017].
10. Consultant Plus. (n.d.). *Code of the Russian Federation on Administrative Offenses of 30.12.2001 N 195-FZ (as amended on 30.03.2016).* [online] Available at: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=195988;div=LAW;dst=3283,0;rnd=189271.4160190339896841> (in Russian). [Accessed 20.04.2016].