

АСОЦІАТИВНЕ ПОЛЕ ТРОЛІНГ: ПСИХОЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ

Єльнікова Наталія Ігорівна,

кандидат філологічних наук,
старший викладач кафедри гуманітарних дисциплін та українознавства
Харківського національного університету внутрішніх справ
ORCID ID: 0000-0002-5061-8226

У статті досліджено феномен тролінгу як соціально-психологічне явище з погляду психолінгвістики. Актуальність дослідження асоціативного поля тролінг зумовлена кількома ключовими факторами, що відображають сучасні тенденції в комунікації та суспільстві: поширеністю цього явища в онлайн-просторі, психологічним впливом тролінгу на комунікантів, визначенням специфічних лінгвістичних характеристик, підвищенням медіаграмотності користувачів.

На основі слів-реакцій, отриманих у результаті експерименту, здійснено аналіз асоціативного поля тролінг, виявлено його ключові компоненти та їхні взаємозв'язки. Розглянуто характеристики тролінгової поведінки, зокрема, використання провокаційних та образливих слів, маніпуляція інформацією, анонімність і застосування псевдонімів, використання інтернет-мемів і вірусного контенту. Досліджено психологічні механізми, що є основою тролінгу, і його вплив на жертв. Визначено основні мотиви тролів та їхні стратегії поведінки. Названо соціальні фактори, що сприяють поширенню тролінгу в інтернеті.

У статті проаналізовано асоціативний експеримент, який уможливив виявлення частотних реакцій на слово тролінг, що відображають особливості сприйняття цього концепту різними респондентами. Результати вільного асоціативного експерименту надали змогу сформувати асоціативне поле аналізованого слова та виокремити тематичні домінуючі поля реакції, що є значущими для опитуваних. Проведено підрахунок частотності кожної асоціації, визначено найбільш частотні асоціації, складено рейтинг асоціацій. Групування асоціацій за семантичними категоріями (зокрема, емоції, дії, особи, місця) уможливило визначення семантичних зв'язків між асоціаціями, виявило емоційне забарвлення асоціацій, установило ключові ознаки поняття тролінг на основі асоціацій. Формулювання ядрових маркерів, що відображають ключові характеристики тролінгу, представлені словами та словосполученнями. У результаті цього експерименту встановлений взаємозв'язок між індивідом, мовою і світом, що реалізується мовними засобами та відображає розуміння світу, його концептуалізацію, а також комунікативні стратегії поведінки комунікантів.

Ключові слова: асоціативне поле, асоціативний експеримент, стимул, реакція, тролінг, психолінгвістика.

Yelnikova Nataliia. Associative field of trolling: psycholinguistic aspect

The article examines the phenomenon of trolling as a socio-psychological phenomenon from the perspective of psycholinguistics. The relevance of the study of the associative field of trolling is determined by several key factors that reflect modern trends in communication and society: the prevalence of this phenomenon in the online space, the psychological impact of trolling on communicators, the definition of specific linguistic characteristics, and the improvement of media literacy of users.

On the basis of reaction words obtained as a result of the experiment, an analysis of the associative field of trolling was carried out, its key components and their relationships were identified. The characteristics of trolling behavior are considered, in particular, the use of provocative and offensive words, manipulation of information, anonymity and the use of pseudonyms, the use of Internet memes and viral content. The psychological mechanisms underlying trolling and its impact on victims have been studied. The main motives of trolls and their behavior strategies are determined. The social factors contributing to the spread of trolling on the Internet are named.

The article analyzes an associative experiment that made it possible to identify frequency reactions to the word trolling, reflecting the peculiarities of the perception of this concept by different respondents. The results of the free associative experiment made it possible to form the associative field of the analyzed word and to single out the thematic dominants of the reaction field, which are significant for the interviewees. The frequency of each association was calculated, the most frequent associations were determined, and the associations were ranked. The grouping of associations by semantic categories (in particular, emotions, actions, persons, places) made it possible to determine the semantic connections between associations, revealed the emotional coloring of associations, and established the key features of the concept of trolling based on associations. Formulation of core markers reflecting key characteristics of trolling, represented by words and phrases. As a result of this experiment, the relationship between the individual, language and the world was established, which is realized through linguistic means and reflects the understanding of the world, its conceptualization, as well as the communicative strategies of the communicators' behavior.

Key words: associative field, associative experiment, stimulus, reaction, trolling, psycholinguistics.

Вступ. Тролінг як невіддільний складник онлайн-комунікації особливого поширення набуває в соціальних мережах, телеграм-каналах, інших онлайн-платформах. Це явище, що має амбівалентний характер, може як негативно впливати на психічне здоров'я користувачів, провокуючи стрес, тривогу, депресію й інші психологічні проблеми, так і викликати позитивні емоції. В умовах інформаційної війни та гібридних загроз тро-

лінг може бути використаний для поширення дезінформації та маніпулювання громадською думкою. Психолінгвістичний аспект дослідження асоціативного поля тролінг уможливорює глибше розуміння взаємозв'язку мови, мислення та поведінки у віртуальному просторі, виявляє, як це поняття сприймають реципієнти, які асоціації воно викликає, якими мовними засобами репрезентоване. Студіювання асоціативного поля тролінг

є внеском у розвиток психолінгвістики, зокрема в дослідження психолінгвістичних аспектів інтернет-комунікації. Проведення вільного асоціативного експерименту є важливим засобом конструктивно-доказової парадигми сучасної лінгвістики в студіюванні мовної свідомості та картини світу носіїв мови. Вивчення мовних маркерів тролінгу допоможе розпізнати це явище, розширить розуміння того, як використовують мову для вираження агресії та маніпуляції у віртуальному просторі, що й зумовлює актуальність цієї наукової розвідки.

Мета статті полягає у вивченні асоціативного поля поняття *тролінг* і його психолінгвістичних характеристик. Реалізація мети зумовлює такі **завдання**: 1) визначити теоретичні засади дослідження асоціативних полів та психолінгвістичних аспектів тролінгу; 2) провести асоціативний експеримент для виявлення асоціативного поля поняття *тролінг*; 3) проаналізувати отримані результати та виявити психолінгвістичні особливості цього асоціативного поля; 4) виявити лінгвістичні маркери, що вказують на тролінг. **Об'єктом** дослідження є асоціативне поле *тролінг*. **Предмет** дослідження – психолінгвістичні характеристики асоціативного поля *тролінг*.

Тролінг став предметом уваги багатьох науковців, серед яких зарубіжні дослідники Дж. Донат [10] і Е. Бакелс, П. Трапнелл, Д. Полхус [9], а також українські учені, як-от: Ю. Кокарча [3] і Н. Кондратенко [4], які вивчають тролінг у контексті політичного дискурсу. Питання патентного тролінгу розглядає Р. Шишка [8], соціологічні аспекти тролінгу аналізують Л. Гуменюк [1] і Ю. Данько [2].

Матеріали та методи. Матеріалом для дослідження слугували 1077 слів-асоціацій до слова «тролінг», які надали респонденти – курсанти перших і випускних курсів спеціальностей 081 «Право» і 125 «Кибербезпека та захист інформації» Харківського національного університету внутрішніх справ. Методологічний інструментарій наукової розвідки ґрунтується на поєднанні таких методів: *асоціативний експеримент*, результати якого надали змогу виявити частотність асоціацій, їхні типи та структурувати асоціативне поле; *метод вільних описів*, що уможливив виявлення ключових ознак поняття та його зв'язків з іншими поняттями; *метод асоціативного ґештальту*, використання якого структурувало результати проведеного експерименту та виявило ядро та периферію асоціативного поля *тролінг*.

Результати. Поняття тролінгу як невіддільного аспекту віртуальної комунікації вперше у своїй праці «Ідентичність і обман у віртуальній спільноті» описала американська науковиця Дж. Донат, що досліджувала фальсифікацію особистості у мережі Usenet. Як зауважує дослідниця, тролінг – це своєрідна гра щодо фальсифікації особистості, але без згоди більшості гравців, адже саме ігровий характер, провокація й анонімність виокремлюють тролів серед інших комунікаторів [10]. На думку С. Могилко, тролінг є виявом девіантної комунікації в інтернеті, що руйнує етичну поведінку, адже анонімні користувачі цією тактикою не лише при-

вертають увагу, а й шокують комуніканти: «Анонімність в інтернеті значно знижує рівень особистої відповідальності, що може призводити до відвертих образ, провокацій і навіть кібербулінгу» [5]. Водночас Н. Кондратенко акцентує на тому, що «тролінг не пов'язують виключно з віртуальним простором, а використовують це поняття на позначення провокативної поведінки в публічній комунікації, зокрема в політиці» [4, с. 87]. Специфіка тролінгу в інтернеті зумовлена прагненням тролів до розваги й отримання задоволення від реакції інших, бажанням самоствердитися та підвищити самооцінку, маніпулюванням і контролем над іншими. Аналіз коментарів тролів уможливив низку цікавих спостережень: використання провокаційних та образливих висловлювань за допомогою нецензурної лексики, сарказму й іронії, розпалювання конфліктів; маніпуляція інформацією через поширення неправдивої інформації, викривлення фактів, використання емоційно забарвлених висловлювань; анонімність і використання фейкових акаунтів; застосування інтернет-мемів і вірусного контенту; послугування гумором для маскування агресивних намірів.

Асоціативне поле є інструментом вивчення концепту в національній концептосфері (за умови чималої кількості інформантів) і в індивідуальній концептосфері (при вивченні асоціацій окремої особи). Одним із методів дослідження мислення індивіда є моделювання асоціативного поля, оскільки асоціації відображають відношення між поняттями та їхніми елементами в нашій свідомості та підсвідомості. Асоціативне поле *тролінг* є сукупністю асоціацій на це слово-стимул, яке формується на основі опрацювання результатів асоціативного експерименту. Проблемі репрезентації мовної свідомості, що постала в межах лінгвофілософської концепції В. фон Гумбольдта, присвятили свої праці чимало науковців (Фердинан де Сосюр, О. Потебня, Я. Бодуен де Куртене, М. Крушевський, Ш. Баллі, О. Леонтьєв, Д. Терехова, Т. Недашківська й ін.). Моделюючи психологічне тлумачення природи мови, Я. Бодуен де Куртене звернувся до пізнання сутності розумових операцій, зіставляючи сфери свідомого й несвідомого в мовному мисленні та виокремлюючи різні типи мислення. Одним зі способів потрапляння до структури мовної свідомості є асоціативний експеримент, на основі якого в подальшому створюють асоціативні словники, у яких подані асоціативні поля як результат такого дослідження, що уможливило розуміння системності картини світу носіїв тієї чи тієї культури. Асоціативний експеримент, як зауважує Т. Недашківська, «дозволяє досліджувати особливості формування мовної та метамовної свідомості, пам'яті, мовленнєвих здібностей у дорослих та дітей» [6, с. 25]. Асоціативний експеримент є одним із видів проєктної методики дослідження особистості, що дозволяє зняти самоконтроль «Я». Сьогодні цей важливий дослідницький метод використовують у різних галузях науки: психології, психіатрії, криміналістиці тощо. За його допомогою студіюють принципи організації та функціонування систем пам'яті, діагностують патологічні зміни психіки

та змінені стани свідомості, досліджують мотивацію особистості. Метод вільних асоціацій застосовується в сучасному психоаналізі. У судовій практиці асоціативний експеримент використовують для підтвердження правдивості чи хибності показань. Він активно використовується в психолінгвістиці, соціолінгвістиці, лінгвокультурології.

Із метою дослідження уявлень різних соціальних груп про те, як вони трактують тролінг і наскільки агресивно вважають таку поведінку відповідно до практик застосування мови зараз, було проведено анкетування курсантів Харківського національного університету внутрішніх справ. До вибірки були внесені 359 осіб віком від 16 до 23 років, серед яких 72 % – чоловіки та 28 % – жінки. Результати асоціативного експерименту дали змогу простежити відмінності, мотивовані гендерною належністю, у трактуванні тролінгу, що актуалізує особливості комунікативної взаємодії сьогодні.

Так, респонденти надали по 3 асоціації до слова «тролінг». Під час дослідження було отримано 1077 реакцій на слово-стимул «тролінг», зокрема 20 реакцій, пов'язаних семантично зі стимулом (*троль*), а також 5 реакцій на позначення тролінгу з близького оточення: *однокласник Діма, мій брат, Іваненко, командир відділення, сусід Богдан*.

У сучасній психолінгвістиці застосовують як прямі, так і опосередковані методи експериментального аналізу, запозичені з психології, а також оригінальні підходи. Слова-реакції були досліджені за методом семантичного диференціалу, розробленого Ч. Осгудом, доповненого В. Неклесовою, [7] і класифіковані за семантичними зонами, які об'єднують стереотипні ознаки явища, визначеного словом-стимулом. Слова були розподілені за спаданням кількості певних реакцій на стимул: *інтернет* (55), *провокації* (51), *агресія* (49), *жарт* (47), *негатив* (42), *дискусія* (42), *образ* (40), *дратування* (37), *сміх* (37), *конфлікт* (37), *заздрість* (36), *знуцання* (36), *гра* (33), *насмійка* (28), *сарказм* (22), *троль* (20), *страх* (13), *злість* (12), *приниження* (12), *глузування* (11), *емоції* (11), *чорний гумор* (11), *розіграш* (11), *глум* (11), *злі жарти* (10), *реакція* (10), *чудовий настрій* (10), *підтрюнювання* (10), *цифрові технології* (9), *вкидання* (9), *бісити людей* (9), *анонімність* (9), *трішки неприємно* (9), *цькування* (9), *маніпулювання* (8), *знуцання в інтернеті* (8), *діти* (8), *висміювання* (8), *розум* (8), *суспільство* (8), *віртуальний світ* (8), *знуцання в соцмережах* (7), *слабкість* (7), *комп'ютер* (7), *поганий жарт* (7), *хамство* (7), *соцмережі* (7), *закритість* (6), *злі дії* (6), *кайф* (6), *гноблення* (6), *фотошоп* (5), *жахливо* (5), *пропаганда булінгу* (5), *безкарність* (5), *віртуальність* (5), *повідомлення* (5), *фото* (5), *прихованість* (5), *онлайн* (5), *безвідповідальність* (4), *недоречні смайли* (4), *забави* (4), *самотність* (4), *насміхатися* (4), *загроза* (4), *самокритичність* (4), *віртуальне знущання* (4), *психологічний вплив* (4), *прикол* (4), *шантаж* (3), *коментарі* (3), *сльози* (3), *жорстокий жарт* (3), *наслода* (3), *спалах емоцій* (3), *людина* (3), *погані коментарі* (3), *дотепність* (3), *відео* (3), *мажори* (3), *меми* (3), *креативність* (3), *неологізм* (2), *гаджети* (2),

чіткий план (2), *злець* (2), *боротьба* (2), *задирати* (2), *дуркування* (2), *юнаки* (2), *риболовля* (2), *неетичність* (2), *байт* (2), *інтернет-цькування* (2), *підколка* (2), *анормальність* (2), *однокласник Діма* (1), *мій брат* (1), *Іваненко* (1), *командир відділення* (1), *сусід Богдан* (1).

Кількісний підрахунок отриманої інформації та семантичний аналіз реакцій респондентів надали змогу ідентифікувати ядрові маркери опрацьованої лексеми. Найчастішими реакціями на слово-стимул «тролінг» стали: *інтернет* (55), *провокації* (51), *агресія* (49), *жарт* (47), *негатив* (42), *дискусія* (42), *образ* (40), *дратування* (37), *сміх* (37), *конфлікт* (37), *заздрість* (36), *знуцання* (36), *гра* (33), *насмійка* (28), *сарказм* (22), *троль* (20). Це пов'язано із простором, у якому респонденти, імовірно, найчастіше стикалися з тролінгом, – *інтернет* (55); із поведінкою тролів – *провокації* (51), *агресія* (49), *жарт* (47); із емоціями, що викликають тролі, – *негатив* (42), *дискусія* (42), *образ* (40), *дратування* (37), *сміх* (37), *конфлікт* (37); із мотивацією тролів – *заздрість* (36), *знуцання* (36), *гра* (33), *насмійка* (28), *сарказм* (22); із особою, що провокує, – *троль* (20).

Якщо говорити про центр асоціативного поля *тролінг*, то до нього входять слова-реакції, що позначають засоби, якими послуговуються тролі, – *приниження* (12), *глузування* (11), *чорний гумор* (11), *розіграш* (11), *глум* (11), *злі жарти* (10), *підтрюнювання* (10), *висміювання* (8), *знуцання в соцмережах* (7); середовище, у якому діють провокатори, – *знуцання в інтернеті* (8), *віртуальний світ* (8), *комп'ютер* (7), *соцмережі* (7), *віртуальність* (5), *віртуальне знущання* (4), *онлайн* (5); одиниці поширюваної інформації – *цифрові технології* (9), *вкидання* (9), *фотошоп* (5), *повідомлення* (5), *фото* (5), *недоречні смайли* (4); способи та мотиви поведінки тролів – *анонімність* (9), *безкарність* (5), *прихованість* (5), *безвідповідальність* (4), *самотність* (4), *психологічний вплив* (4), *прикол* (4).

На периферії асоціативного поля *тролінг* фіксуємо лексику на позначення емоцій, що виникають у процесі комунікації, – *сльози* (3), *наслода* (3), *спалах емоцій* (3), *дотепність* (3); особи, які є тролями, – *людина* (3), *мажори* (3), *юнаки* (2); формат комунікації – *відео* (3), *меми* (3), *неологізм* (2), *гаджети* (2), *чіткий план* (2). На дальній периферії перебувають лексеми, що позначають конкретні події в житті учасників експерименту, – *однокласник Діма* (1), *мій брат* (1), *Іваненко* (1), *командир відділення* (1), *сусід Богдан* (1).

Слід зауважити, що учасники дослідження в кожній мовній групі як реакцію подають емотивну лексику, що передає як негативні емоції, так і позитивні. Частотність таких реакцій, які належать і до ядра, і до периферії асоціативного поля, підтверджує те, що тролінг є емоційним стимулом, який викликає спектр асоціацій. Спираючись на зафіксовані під час дослідження емоційні слова-асоціації до слова тролінг, можемо визначити, які з вербальних тлумачень емоцій найближче перебувають до ядра. Найбільш частотною емоцією асоціативного поля *тролінг* є *агресія* (49), *образ* (40), *дратування* (37), *сміх* (37), *заздрість* (36), *знуцання* (36) і *сарказм* (22). Більшість визначень тролінгу збігається з тим, що пове-

дінка тролів доволі часто є агресивною, ображає, дратує комунікантів, водночас викликаючи сміх і заздрість.

Основні лексеми-асоціації виражені іменниками, переважно абстрактними: *негатив, сміх, заздрість, знуцання, розум, слабкість, боротьба* тощо, серед одиничних слів-реакцій: *сусід Богдан, командир відділення, Іваненко*. У складі асоціацій можна виявити слова просторічного характеру або такі, що належать до сленгової лексики: *дуркування, прикол, мажори, мему, злець, гаджети*. Виокремлюємо в словах-асоціаціях ті, що маркують емоції (*сміх, злість, агресія, глузування, сарказм, дратування, знуцання*). Окрім іменників, у лексемах-реакціях виділяємо дієслово *насміхатися* та прислівник *жахливо*. Також представлені групи слів-реакцій, виражені словосполученнями таких структурних типів: прикметник + іменник (*чорний гумор, чудовий настрій, віртуальний світ, чіткий план, поганий жарт, недоречної смайли, мій брат*), іменник + іменник (*знуцання в соцмережах, пропаганда булінгу, командир відділення, сусід Богдан, однокласник Діма*), дієслово + іменник (*бісити людей*), прислівник + прислівник (*трішки неприємно*).

Висновки. Отже, дослідження асоціативного поля *тролінг* і його психолінгвістичних характеристик від-

криває можливість зробити висновки про специфіку сприйняття та розуміння цього феномена в сучасному суспільстві. Отримані результати фіксують схожість у формуванні асоціативного поля *тролінг* у мовленні реципієнтів. Проведений експеримент продемонстрував, що тролінг сприймають як девіантну комунікацію, що має амбівалентний характер. У свідомості курсантів тролінг постає не лише як агресивна комунікація, а і як різновид гумору, спрямований проти конкретної людини чи ситуації. Пояснено це, зокрема, тим, що тролінг наявний і в медіапросторі, і в повсякденному житті. Усі вияви тролінгу зазвичай характеризуються провокативністю, подекуди агресивністю, що підкреслюють респонденти, водночас цю тактику практикують із метою отримання емоційного розряду та гумористичного сприйняття труднощів. Перспективи подальших наукових розвідок убачаємо в дослідженні асоціативного поля *тролінг* у різних вікових групах, соціальних верствах і професіях із метою виявлення особливостей їхнього розуміння цього явища, а також у вивченні метафор, які формуються в цьому асоціативному полі, для студіювання прихованих уявлень щодо природи та наслідків *тролінгу*.

Література:

1. Гуменюк Л. Й. Мережевий тролінг як вид комунікативної поведінки. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ*. Серія психологічна. 2014. Вип. 1. С. 172–180.
2. Данько Ю. А. «Тролінг» як новий вид віртуальної комунікації. *Український соціум*. 2013. № 4. С. 17–25.
3. Кокарча Ю. А. Тролінг як засіб політичної маніпуляції в інтернет-просторі. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. Серія 22 : Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін. 2016. Вип. 20. С. 77–82.
4. Кондратенко Н. Тролінг у політичному інтернет-дискурсі: мовні засоби репрезентації. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2017. Спецвип. С. 86–88.
5. Могилко С. В. Тролінг як спосіб психологічної маніпуляції в Інтернеті. *Актуальні проблеми природничих та гуманітарних наук у дослідженнях студентської молоді «Родзинка – 2008»* : Х Всеукр. студ. наук. конф., ЧНУ ім. Б. Хмельницького. Черкаси: Вид-во ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2008. С. 57–60.
6. Недашківська Т. Є. Експеримент у психолінгвістиці (з досвіду роботи) : монографія. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2019. 230 с.
7. Неклесова В. Ю. Когнітивна природа власних назв на позначення часу: дис... к. філол. наук : 10.02.15. Одеса, 2010. 230 с.
8. Шишка Р. Б. Протидія патентному тролінгу в Україні. *Часопис цивілістики*. 2017. Вип. 23. С. 73–77.
9. Buckels E., Trapnell P., Paulhus D. Trolls just want to have fun. *Personality and Individual Differences*. 2014. № 67. P. 97–102.
10. Donath J. Identity and deception in the virtual community. *Communities in cyberspace*. 1999. Vol. 1996. P. 29–59.

References:

1. Humeniuk, L. Y. (2014). Merezhevyi trolinh yak vyd komunikatyvnoi povedinky [Network trolling as a type of communicative behavior]. *Naukovyi visnyk Lvivskoho derzhavnoho universytetu vnutrishnikh sprav. Seriiia psykholohichna* [Scientific Bulletin of the Lviv State University of Internal Affairs. Psychological Series]. (1), 172–180. [in Ukrainian].
2. Danko, Yu. A. (2013). «Trolinh» yak novyi vyd virtualnoi komunikatsii [«Trolling» as a new type of virtual communication]. *Ukrainskyi sotsium* [Ukrainian society]. (4), 17–25. [in Ukrainian].
3. Kokarcha, Yu. A. (2016). Trolinh yak zasib politychnoi manipuliatsii v internet-prostori [Trolling as a means of political manipulation in the Internet space]. *Naukovyi chasopys NPU imeni M. P. Drahomanova. Seriiia 22 : Politychni nauky ta metodyka vykladannia sotsialno-politychnykh dystsyplin* [The scientific journal of the NPU named after M. P. Drahomanova. Series 22: Political science and methods of teaching socio-political disciplines]. (20), 77–82. [in Ukrainian].
4. Kondratenko, N. (2017). Trolinh u politychnomu internet-dyskursi: movni zasoby reprezentatsii [Trolling in political internet discourse: linguistic means of representation]. *Odeskyi lnhvistychnyi visnyk* [Odesa Linguistic Bulletin]. (Spetsvyp.), 86–88. [in Ukrainian].
5. Mohylko, S. V. (2008). Trolinh yak sposib psykholohichnoi manipuliatsii v Interneti [Trolling as a method of psychological manipulation on the Internet]. *Aktualni problemy pryrodnychyykh ta humanitarnyykh nauk u doslidzhenniakh*

studentskoi molodi «Rodzynka – 2008» : X Vseukr. stud. nauk. konf., ChNU im. B. Khmelnytskoho. Cherkasy: Vyd-vo ChNU im. B. Khmelnytskoho, 57–60. [in Ukrainian].

6. Nedashkivska, T. Ye. (2019). Eksperyment u psykholinhvistytsi (z dosvidu roboty) : monohrafiia [Experiment in psycholinguistics (from work experience): monograph]. Zhytomyr : Vyd-vo ZhDU im. I. Franka, 230. [in Ukrainian].

7. Neklesova, V. Yu. (2010). Kohnityvna pryroda vlasnykh nazv na poznachennia chasu [The cognitive nature of proper names for marking time]: dys... k. filol. nauk : 10.02.15. Odesa, 230. [in Ukrainian].

8. Shyshka, R. B. (2017). Protydiia patentnomu trolinhu v Ukraini [Combating patent trolling in Ukraine]. *Chasopys tsyvilistyky* [Journal of Civil Studies]. (23), 73–77. [in Ukrainian].

9. Buckels, E., Trapnell, P., Paulhus, D. (2014) Trolls just want to have fun. *Personality and Individual Differences*. (67), 97–102. [In English].

10. Donath, J. (1996). Identity and deception in the virtual community. *Communities in cyberspace*. 29–59. [In English].