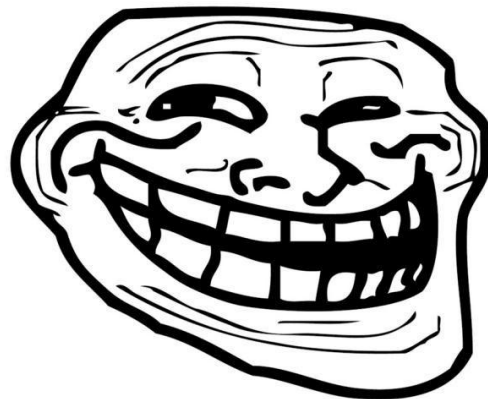


# Op zoek naar de troll

Hoe trolls op YouTube de conversatie en discussie verstoren



**problem?**

Naam: Ruben Feldblum

Studentnummer: 3473120

Blok 4/studiejaar 3

Datum: 22-06-2012

Docent: Marianne van den Boomen

Cursus: BA-eindwerkstuk

Thema: Sociale –en technologische netwerken

## Inhoud

1. Trollers gezocht	3
2. Trolling voor het tijdperk van YouTube	8
3. Trolling op YouTube	11
3.1. Casus 1	12
3.2. Casus 2	13
3.3. Casus 3	15
4. Conclusie	18
5. Discussie en verder onderzoek	18
Literatuur	20

# 1. Trollers gezocht

Wie regelmatig internetforums of blogs bezoekt is het misschien opgevallen dat sommige posts van gebruikers totaal niet passen binnen de vastgestelde normen en waarden van de betreffende site. Meestal hebben deze posts inhoudelijk weinig tot niets te maken met het onderwerp waarover gediscussieerd wordt en kent de post een provocerende, of kwetsende uiting. Dit fenomeen wordt *trolling* genoemd. De *troll*, de persoon achter het bericht, heeft hierbij de intentie om een reactie uit te lokken bij de andere leden van de community. Leden worden door de troll 'gelezen' om erachter te komen welke onderwerpen gevoelig ligt bij de community, en ze zoeken naar manieren om de gevoerde discussies te verstoren (Lanius, 2011). Trolls proberen constant reacties uit te lokken, puur voor het plezier, of de zogeheten 'lolz' (laughing out loud),

Tegenwoordig is trolling echter niet alleen maar te vinden op discussieforums en weblogs die over specifieke (gevoelige) onderwerpen gaan. Social media zoals Facebook en YouTube kennen het fenomeen ook maar al te goed. Social media sites zijn gemakkelijk te vinden en worden door het grote publiek veelvuldig gebruikt. In dit onderzoek is er een studie gedaan naar YouTube als SNS (Social Network Site) platform. YouTube kan in dit verband gezien worden als SNS omdat het, naast het feit dat geplaatste video's worden gedeeld, er ook eigen profielpagina's aangemaakt kunnen worden waarmee gebruikers nieuwe 'vrienden' kunnen maken (Lange, 2007). YouTube is geen platform om slechts zelfgemaakte content op te plaatsen, maar heeft zich juist geprofileerd als een bekende ruimte waar interactie tussen kijkers veelvuldig plaatsvindt (Burgess en Green, 2009). De massale omvang van het verkeer van commentaren op video's en reacties duiden op sociale transacties die onderdeel zijn van een groot netwerk. Trolls zien kansen in deze grote stroom aan reacties om discussies te verstoren. Dit onderzoek identificeert trolls op YouTube om zo uit te zoeken hoe ze dit probeerden te doen en op welke manier andere YouTube gebruikers reageren op de trollberichten.

De overgrote meerderheid van de internetgebruikers ziet trolling als vervelend of tijdverspilling. Veel internetsites hebben daarom vooraf een verzameling van community reglementen opgezet om zo de orde te bewaken en om leden te informeren over de gewenste normen en conventies die de site van hen verwacht in acht te nemen (Pankoke-Babatz en Phillip, 2002). Ook zijn er specifieke regels opgesteld waaraan internetgebruikers zich aan moeten houden (zie bijvoorbeeld Mandel en Van der Leun, 1996). YouTube zelf heeft bijvoorbeeld haar eigen communityrichtlijnen<sup>1</sup> gemaakt om gebruikers te informeren over hoe ze zich op YouTube zouden moeten gedragen. Er wordt

---

<sup>1</sup> Zie voor deze richtlijnen [http://www.youtube.com/t/community\\_guidelines](http://www.youtube.com/t/community_guidelines)

bijvoorbeeld geopperd om geen misbruik van de site te maken en dat haatdragende retoriek niet geaccepteerd wordt. Opmerkelijk is dan het feit dat trolls dergelijke conventies negeren en openlijk ongepaste posts online publiceren om (emotionele) reacties van anderen uit te lokken. Dit onderzoek richt zich op de uitspattingen van de troll, meer in het bijzonder op de manier waarop trolls discussies op YouTube bewust onderbreken. Voordat het onderzoek zich op YouTube richt gaan we in hoofdstuk 2 eerst in op trolling voor het tijdperk van YouTube en andere social media, door onder andere een forumanalyse te gebruiken.

YouTube is al lang onderwerp van onderzoek geweest. Veel van dit onderzoek berust op kwantitatieve dataverzameling waarbij er een groot corpus aan materiaal wordt verzameld. Een voorbeeld daarvan is het onderzoek van Siersdorfer, Chelaru en Nejd (2010). Van hun corpus van maar liefst 67.000 video's met in totaal 6 miljoen comments hebben zij zich onder meer afgevraagd of het taalgebruik en het sentiment van commentaren van invloed zijn op de ratings van die commentaren. Met 'ratings' worden de metaforische 'thumbs up' en 'thumbs down' bedoeld die men bij iedere commentaar kan geven. Uit het onderzoek bleek dat taalgebruik en sentiment wel degelijk een rol spelen in de ratings: commentaren die negatief gestemd waren en/of ongepaste taal bezaten werden als negatief beoordeeld in de ratings.

Uit een onderzoek van O'Donnel et al. (2008) blijkt daarnaast dat verschillende soorten YouTube bezoekers zoals mannen, vrouwen, YouTube leden en niet-leden verschillend reageren op video's. Zo bleken leden van YouTube vaker positieve reacties te plaatsen dan niet-leden. Ook waren YouTube leden meer geneigd om toe te geven dat ze iets leerden van instructieve of informatieve video's dan de niet-leden.

Candice Lanius (2011) heeft YouTube echter vanuit een heel andere invalshoek onderzocht. Haar focus was hoe YouTube gebruikers met elkaar interactie bedrijven en zij onderscheidt daarbij verschillende vormen, *speech modes* genoemd. Een speech mode is het geheel van de communicatieve keuzes die een (virtuele) groep heeft en waarbij de leden van de groep verwachtingen met elkaar delen over de gebruikte taal (Lanius, 2011, 12). Speech modes geven standaarden en conventies aan, nieuwe leden bijvoorbeeld moeten eerst weten wat de speech modes zijn. Ze hebben betrekking op de complete groep of community die de YouTube video bekijkt. Voor iedere gebruiker zelf zijn er *speech practices*. Speech practices zijn persoonlijk begrepen communicatieve beslissingen die een individu moet maken om op een sociaal platform als YouTube te communiceren. Deze beslissingen of acties ontstaan doordat gebruikers bepaalde handelingen constant herhalen en deze zonder nadenken doen (bijvoorbeeld als iemand een video leuk vindt dan post die onmiddellijk veelgebruikte woorden zoals *LOL*, *EPIC* of *Like*). Lanius legt het verschil tussen speech practices en speech modes kortom als volgt uit:

“Speech practices are personally understood communicative decisions that are socially bound to speech modes, which act as interaction protocols. Speech modes are continually forming through collective negotiation and individual renegotiation. New members within a public speech community are socialized to understand speech modes so that they may successfully develop their own personal speech practices.”  
(Lanius, 2011, 12)

Lanius heeft vervolgens drie vormen van speech modes onderzocht: een reactie positief beoordelen (bijvoorbeeld ‘thumbs up’), negatief (bijvoorbeeld ‘thumbs down’) en de onbeslissende speech mode als er evenveel negatieve en positieve speech practices zijn. Lanius zegt dat YouTube gebruikers collectieve betekenis creëren door eerst te leren wat de gebruikelijke speech modes zijn, en vervolgens om hun eigen speech practices hierop af te stemmen. Een voorbeeld van haar analyse is een verzameling reacties op een video over een dierenarts die een bepaalde behandeling uitvoert op een gewonde kat, waarbij een soort clip om de nekvel van de kat zou moeten zorgen voor kalmte bij het dier. De conversatie kent in het begin nog een ‘positief segment’, aldus Lanius:

Speaker A: “this did not work, i had to chase my cat to get the clip off....”

Speaker B: @Speaker A “lol”

Speaker C: @Speaker A “Same here. But I got the clip off to the side (she wouldn't stay still long enough), so maybe that was the reason. I freaked because she kept hiding where I couldn't reach her.”

Deze reacties worden positief bevonden omdat ze bijdragen aan de discussie over de inhoud van de video en ze bevatten persoonlijke anekdotes. Deze reacties dragen kortom bij aan de speech mode van de YouTube community. Op een gegeven moment beweert één kijker (spreker B) dat de kat pijn lijdt door de stabiliseringstechniek van de dierenarts. Een discussie ontstaat, maar zo ook negatieve speech practices wat uiteindelijk leidt tot een negatieve speech mode:

Speaker A: “In case someone asks...That does NOT hurt the cat! Mind you, that doesn't work with all cats. I speak from experience....”

Speaker B: @Speaker A “It hurts the cat. It works on all cats. Only stupid Americans don't know this.”

Speaker A: @Speaker B “I'm not american, and I have two cats. One of them does not react to this.”

Speaker C: @Speaker B “Haha[d-----], it's an instinct from when they were kittens and being handled by their parent. It does not hurt, or else the parent cat wouldn't do it totheir kittens all the time.”

Speaker B: @Speaker C “Learn how to read; you dumb American. It hurts the cat. It works on all cats.”

De reactie van spreker B op A (‘stupid Americans’), de reactie van C op B (‘haha [d-----]’) en de reactie van B op C (‘dumb American’) geven de conversatie een negatief geladen toon. Dit voorbeeld toont

aan dat YouTube kijkers gebruik maken van negatieve speech practices zoals schelden, wanneer een conversatie of discussie meer beladen wordt. Dat gebeurt in het voorbeeld als spreker A sterk de methode van de dierenarts verdedigt waarop B kiest om een negatief commentaar te gebruiken als reactie op A. Waar de community zich gezamenlijk hield aan de speech mode in het bovenste gedeelte van de conversatie, daar is in de onderste gedeelte geen sprake meer van. Door de toon van B krijgt de conversatie een negatieve sfeer.

Bovenstaand voorbeeld laat zien dat negatieve speech practices voor spanningen kunnen leiden tussen YouTube kijkers. In dat voorbeeld was nog geen sprake van trolling. Dit onderzoek focust zich echter op de wijze waarop trolls hun negatieve speech practices inzetten om de lopende conversatie of discussie te verstoren (dus om de speech mode te verstoren). Er is gebruik gemaakt van een verzameling reacties (corpus) op drie verschillende video's: een muziekvideo van een optreden van een band, een trailer van een nieuwe videogame en een opname van een surveillancecamera. De eerste twee zijn video's waarop veel fans reageren, dus waar trolls de speech mode gemakkelijk kunnen verstoren. De laatste video is een shockerende video waar kijkers in het algemeen heftig en emotioneel op reageren. Trolls posten hier dan berichten die tegen het gedachtegoed van de emotionele kijkers ingaan. De video's waarover conversaties en discussies gevoerd worden zijn geselecteerd: video's waar geen trolls in de discussie voorkomen zijn logischerwijs niet geschikt voor dit onderzoek. De video's hebben allen gemeen dat ze al erg vaak bekeken zijn, hierdoor is de kans op trollberichten groter dan bij een video die weinig bekeken is.

Bij de corpusanalyse zijn twee aspecten geanalyseerd: de comments van trolls enerzijds en de reacties van andere YouTube gebruikers anderzijds. Er is een *codeframe* opgesteld om de type troll en de type reacties aan te duiden. Op deze manier valt te verklaren op welke manier de discussie over een video onderbroken wordt door de troll. Een troll kan verschillende typen berichten plaatsen om reacties van anderen uit te lokken, bijvoorbeeld in de vorm van een aanval op een ander lid van de community. Daarentegen kunnen andere leden verschillend reageren op een troll. Sommigen vallen de troll aan door tegenargumenten te geven of door terug te schelden, waar anderen reageren dat ze zich gekwetst voelen. Een aparte type reactie is de zogeheten 'troll indicator': reacties die aangeven dat er sprake is van een troll, bijvoorbeeld:

WHO THE HELL DISLIKED?!?! Damn trolls. (reactie van 7158JT)

In tabel 1 op de volgende bladzijde staat de code frame weergegeven. Ze moeten duidelijkheid scheppen over hoe de betreffende troll invloed uitoefent op de lopende conversatie of discussie over de inhoud of het onderwerp van de video.

Categorisatie trolls	Categorisatie reacties op trolls
<ul style="list-style-type: none"> <li>- provocerend (andere YouTube gebruikers uitdagen)</li> <li>- discriminerend, haatdragend (tegenover bepaalde groepen zoals religieuze of politieke groepen)</li> <li>- totaal off topic (geen enkel relatie met onderwerp video)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aanvallend (schelden, vloeken)</li> <li>- discussiërend, het gelijk willen halen</li> <li>- (emotioneel) gekwetst reagerend</li> <li>- troll indicator</li> <li>- aansporend tot andere leden om ook de troll te negeren</li> <li>- tot rust manend</li> <li>- verwijzend naar community richtlijnen</li> <li>- een grap makend</li> </ul>

**Tabel 1.** Categorisering van de typen trolls en de typen reacties op deze trolls.

Sommige trollberichten kunnen ingedeeld worden in meerdere typen of ze kunnen verschillende typen overlappen. Een provocerende bericht kan bijvoorbeeld ook betrekking hebben op religieuze of politieke ideologieën, afhankelijk van de community van de YouTube video. Ditzelfde geldt voor de reacties op de troll van andere YouTube gebruikers. Een gebruiker kan bijvoorbeeld eerst aangeven dat er een troll is, en daarna een aanvallend antwoord geven op de troll. Uiteindelijk krijgt iedere troll en de reacties hierop een soort 'label' (te zien in tabel 1) en vanuit dit 'label' is beschreven hoe een conversatie of discussie over de video of het onderwerp van de video (tijdelijk) verstoord wordt. Deze methode is niet zonder problemen. Het is bijvoorbeeld lastig om te concluderen of een bepaald bericht van een echte (erkende) troll is of niet. In hoofdstuk 3 zal dit aan de orde komen, naast de corpusanalyse zelf.

## 2. Trolling voor het tijdperk van YouTube

Op het internet verschijnen vele definities van 'de troll' om zo internetgebruikers op de hoogte te stellen van dit fenomeen. Een voorbeeld komt van de site [www.h2g2.com](http://www.h2g2.com) waarbij Usenet-gebruikers een eigen definitie hanteren:

...an individual who chronically trolls in sense 1; regularly posts specious arguments, flames<sup>2</sup> or personal attacks to a newsgroup, discussion list, or in email for no other purpose than to annoy someone or disrupt a discussion. Trolls are recognisable by the fact that they have no real interest in learning about the topic at hand - they simply want to utter flame-bait. Like the ugly creatures they are named after, they exhibit no redeeming characteristics, and as such, they are recognized as a lower form of life on the net, as in, 'Oh, ignore him, he's just a troll.' (Flaming and Trolling [http://www.h2g2.com/approved\\_entry/A1082512](http://www.h2g2.com/approved_entry/A1082512))

Deze definitie komt van Usenet, een gedecentraliseerd netwerk waarbinnen discussies worden gevoerd over variërende onderwerpen. Usenet is tegelijkertijd een communicatiesysteem, maar ook een sociaal systeem waar leden bij elkaar komen om met elkaar te praten (Okleshen en Grossbart, 1998). Trolling is al een begrip dat ook op een ouder platform als Usenet, dat al vanaf 1979 gerealiseerd werd, ter sprake kwam. Toentertijd werd er ook al op ironische wijze gekeken naar het fenomeen, door bijvoorbeeld tips te geven hoe je het beste op Usenet zelf kon trollen, zie bijvoorbeeld *The Subtle Art of Trolling* <http://www.urban75.com/Mag/troll.html>.

Maar de mogelijkheden om het internet te gebruiken zijn de laatste jaren in omvang toegenomen. Trolling is een fenomeen dat voorkomt op verschillende platforms zoals forums, weblogs, newsgroups en social media. Het wijdverspreide begrip 'trolling' is dan ook in de loop der jaren, vooral door de opkomst van social media sites (SNS), op sommige punten verandert. In dit hoofdstuk bespreken we aan de hand van een voorbeeld hoe trolling voor het tijdperk van de SNS (voor de oprichting van grote sociale netwerken als Facebook en YouTube, dus voor 2004) werd begrepen en hoe mensen zich probeerden te weren tegen trolls. Met behulp van dit voorbeeld over een onderzoek naar een forum waar feministen bijeen konden komen om te praten over onderwerpen die voor hen gevoelig waren, kunnen we zien hoe trolls zich voornamelijk gedroegen.

---

<sup>2</sup> Flaming en trolling worden vaak door elkaar gehaald. Een flame is in principe ook een troll, maar het verschil zit met name in de wijze waarop er geflamed of getrolled wordt. Volgens h2g2.com wordt trolling meer als een aparte bezigheid gezien dan flaming, waar flaming vaak een manier van 'overreacting' is op iemand anders. Trolling is altijd specifiek bedoeld om voor langere tijd reacties van anderen uit te lokken.



Platforms zoals Usenet en forums gaan over specifieke onderwerpen. Deze kunnen alledaags zijn, maar ook heel gevoelig voor een bepaalde groep die zich bijvoorbeeld als een minderheid zien. Herring et al. (2002) hebben onderzoek gedaan naar hoe leden van een feministisch forum reageren op trolls die op hun site actief waren. Hieruit bleek dat trolls strategieën hebben bedacht om de gevoelige discussies op verschillende manieren te interrumpen. Deze strategieën komen sterk overeen met de instructies van *The Subtle Art of Trolling* (zie vorige bladzijde). Deze strategieën zijn afgeleid uit wat Andrew (1996) noemt: 'three definitional criteria for trolls'. Zo worden de posts van trollsers zo gemaakt, dat ze ogenschijnlijk oprecht lijken (1). Maar uiteindelijk moeten de trolls zorgen voor voorspelbare en geprikkelde reacties van andere leden (2). Ten derde moeten de trolls zorgen voor een verspilling van de tijd die de online groep heeft (3).

Uit het onderzoek van Herring et al. blijkt daarnaast dat de andere leden van het feministisch forum niet goed wisten hoe ze zich moesten weren tegenover trolls. Dat kwam voornamelijk omdat de groep constant bleef 'happen' naar de berichten van de troll. Dit blijkt uit de analyse die Herring et al. hebben uitgevoerd bij de posts van troll *Kent* en de reacties hierop:

However, despite widespread agreement on the existence and nature of the problem, the group could not agree on a course of action. Rather, participants split between calling for Kent to be banned, and calling for the group as a whole to ignore him in the hopes that he would lose interest and go away. In practice, neither suggestion was followed: Participants engaged with Kent by trying to reason with him, and, when that failed, by insulting him in an escalating conflict, thereby falling into the trap the troller had laid for them. (Herring et al., 2002)

Het feit dat sommige leden openlijk aangeven iemand te willen verbannen zegt iets over wat een troll teweeg kan brengen op een forum. Julian Dibbel heeft in zijn *A Rape in Cyberspace* (1993) aangetoond dat ook bij een MUD (een multiplayer virtueel spel) ongepast gedrag aanleiding kan geven tot het nemen van maatregelen door de makers ervan. Dibbel ontdekte dat één van de gasten, genaamd *Mr. Bungle*, andere leden seksueel zou hebben verkracht in de MUD *LambdaMOO*. Dit deed *Mr. Bungle* door seksuele acties te beschrijven die andere leden bij elkaar zouden doen, wat door deze leden (slachtoffers en anderen) ervaren werd als virtuele seksuele geweldpleging. Dit schokkende gebeuren heeft ertoe geleid dat de gezaghebbende van de MUD door de leden die de verkrachting verafschuwde in feite gedwongen werd om *Mr. Bungle* te veroordelen, middels een verbanning. Volgens Dibbel zorgde één ongepaste gedraging op een virtuele community zoals een MUD al voor een gezamenlijke houding tegenover degene die het foute gedrag heeft vertoont. *Mr. Bungle* zou en moest worden verbannen van de MUD en daar moesten de beheerders van de

MUD voor zorgen. Achteraf bleek de noodkreet van de slachtoffers succesvol, want volgens Dibbel werden technische verbeteringen in *LambdaMOO* ingesteld om gasten als *Mr. Bungle* te mijden.

Terug naar het feministisch forum, merkten Herring et al. dat sommige leden vonden dat *Kent* meteen verbannen moest worden van de site na zijn provocerende berichten. Maar anderen wilden juist in discussie gaan met *Kent* of aanvallende reacties geven. Kortom, het bleek dat in dit voorbeeld geen sprake was van een gezamenlijke opinie over hoe trolls aangepakt moesten worden, waar bij de MUD uit Dibbells tekst wel sprake van was. Omdat veel reacties op trollberichten aanstekelijk werkten, gingen trolls alleen maar verder met het posten van ongepaste berichten, ten nadele van de lopende discussies op het forum. Er werd verschillend op de troll gereageerd. Donath (1999) beschreef drie veelvoorkomende reacties op trolls die voorkomen op forums, weblogs en newsgroups:

There are three common reactions to troll-like posts: some try to be helpful, for they assume that the writer was simply naive and unaware of the groups customs and mores; some get angry; and some declare the post the work of a troll. All three can be true. In a group that has become sensitized to trolling – where the rate of deception is high – many honestly naive questions may be quickly rejected as trollings. (Donath, 1999, 15)

Een voorbeeld uit het onderzoek van Herring et al. zal dit verduidelijken. Op een reactie van groepslid *Simone* reageerde de troll, genaamd *Kent*, als volgt:

Kent (troller):

Gee, Simone, I dunno, maybe its because you're a bimbo who can't figure out the difference between an anecdote and a statistic? If you want more money then get off your lazy ass and make some.

Deze post is een trollbericht omdat, volgen we Andrew (1996), er sprake is van een reactie waarop andere leden prikkelend en aanvallend reageren. De troll *Kent* maakt gebruik van een negatief beladen speech practice, namelijk een scheldwoord (bimbo). De toon van de troll is daarnaast allerminst vriendelijk. Het duurde niet lang voordat leden van het feministische forum op *Kent* reageerden:

mizz-t (lid):

--call me a rat, a tattletale, a trouble maker, a whiny bitch, whatever you like, but isn't this violating the rules of the board already????????

I have HAD it with this guy!!

Deze persoon van het forum reageerde aanvallend op de troll van *Kent* door openlijk aan te geven dat ze het zat was dat *Kent* de discussie verstoorde. Een ander lid reageerde echter weer op een andere manier:

Emily (lid):

I really don't think we should be banning or censoring anyone. If it becomes ridiculously extreme, sure why not. But I don't really think it is necessary here. I think if everyone starts ignoring him he's bound to go away eventually.

Deze persoon pleit er voor om *Kent* gewoon te negeren en gaat ervan uit dat hij dan vanzelf een keer ophoudt. De reactie kent een rustige toon (zonder grof taalgebruik zoals scheldwoorden) en probeert andere leden aan te sporen om hetzelfde gedrag te vertonen. Volgen we het opgestelde codeframe op pagina 7, dan is deze post zowel tot rust manend als een aansporing tot het negeren van de troll.

Deze reacties zijn slechts een klein deel van een grote groep reacties die allemaal verschillend van aard waren. Trolling op forums die gaan over gevoelige onderwerpen is lastig te bestrijden, zo blijkt uit het voorbeeld van hierboven. In het volgende hoofdstuk kijken we naar trolling op social network site YouTube. We zien YouTube in dit licht als een social network site en aan de hand van een aantal casussen, fanvideo's en shockvideo's, kijken we hoe kijkers op trolls reageren en hoe de conversatie of discussie (tijdelijk) verstoord is door de troll.

### 3. Trolling op YouTube

YouTube kent in feite twee manieren van trolling. De eerste is de zogeheten *video trolling*. Dit zijn video's die trolls plaatsen die inhoudelijk schokkend of totaal misplaatst zijn. De bedoeling van dergelijke video's is om kijkers te misleiden (gebruik maken van een misleidende titel bijvoorbeeld) of om kijkers zo te shockeren dat er zo veel mogelijk negatieve reacties worden gepost. Deze vorm van YouTube trolling komt veel voor, net als de andere vorm van YouTube trolling dat hier geanalyseerd is: *comment trolling*. Hierbij vindt trolling alleen plaats in de sectie waarin gereageerd kan worden, wat hier het onderzoeksveld betreft. Hebben we het hier over YouTube trolling, dan hebben we het dus over comment trolling.

Dit hoofdstuk laat de corpusanalyse met behulp van het opgestelde codeframe zien die is gebruikt bij een drietal video's. Bij de analyse staat een gedeelte van de relevante elementen uit de lopende conversatie of discussie gegeven, die een analyse ondergaan.

### Casus 1. Metallica muziekvideo

YouTube wordt voor een zeer groot deel gebruikt om muziekvideo's van artiesten te plaatsen, meestal omdat de poster van de video een fan is van een bepaalde artiest of band. Deze video<sup>3</sup> laat een muziekclip zien van de band Metallica. De video is gepost in 2006, dus hij gaat al een lange tijd mee. Veel reacties laten zien dat ze fan zijn van Metallica:

I LOVE METALLICA (door *leopardgecko*)

How can anyone dislike this video? I don't get it... (door *rvandervaart25*)

Maar tot op de dag van vandaag komen trolls nog steeds voor, met de intentie om prikkelende reacties uit te lokken. Op 2 juni 2012 bijvoorbeeld post de gebruiker *blacksam7* het volgende bericht:

METALLICA SUCKS... YOU ALL SUCK.... NO ONE LISTENS TO METALLICA ANYWAYS....JUSTIN BIEBER IS THE BESTEST OF THE BEST... ALL OF THIS IS MEANINGLESS CRAP... JUSTIN BIEBER SONGS HAVE DEEP MEANING,,,,, SO FUCK OFF... U ALL HAVE A TERRIBLE TASTE IN MUSIC (door *blacksam7*)

Deze post is een voorbeeld van een troll omdat het tegen het gedachtegoed ingaat van de community, in dit geval Metallica fans. De overgrote meerderheid van de kijkers van de video vindt de videoclip leuk, maar deze post van *blacksam7* gaat hier tegenin. Daarnaast is deze post sterk gericht op de community van Metallica fans, zo gebruikt *blacksam7* termen als 'you' die verwijzen naar de rest van de kijkers van de video. Daarom is deze post een bewust trollbericht die de orde en de lopende discussies wil verstoren. De troll is in dit geval provocerend omdat het aangeeft dat de band Metallica slecht is en het scheldwoorden gebruikt. Hiermee past de gekozen speech practice van *blacksam7* niet in de opgestelde speech modes van deze 'Metallica community' die immers stellen dat er wel negatief gereageerd mag worden, maar niet op een provocerende manier als *blacksam7* dit heeft gedaan. Ook de toon van het bericht is provocerend, door voornamelijk te zeggen dat de liedjes van Justin Bieber (een heel ander soort muziek) meer diepgang hebben. De troll wil hiermee duidelijk reacties uitlokken en die volgen al snel:

Go to bed and jack off to a jb poster instead of hating on Metallica you basement virgin. (door *TheAssaholic*)

I'm sorry, your comment has been removed due to lack of intelligence. Try not to be retarded next time. (door *Saint Jimmy*)

---

<sup>3</sup> Zie voor de video: <http://www.youtube.com/watch?v=1QP-SIW6iKY>

Sorry Metalheads don't speak fag (door *IBitchSLAPYourAss*)

YOU ARE A TROLLBOT (door *Kurus Kuri*)

You retarded or something? (door *oddmundeide*)

Analyseren we deze reacties, dan valt er een diversiteit aan reacties te ontdekken. Opmerkelijk is dat vooral *TheAssaholic* en *IBitchSLAPYourAss* zeer aanvallend reageren door gebruik te maken van scheldwoorden en een irriterende toon. Daarentegen bewaart *Saint Jimmy* de rust door te vermelden dat de troller moet ophouden met dergelijke trolls te posten. *KurusKuri* geeft op zijn beurt weer aan dat *blacksam7* een troll ('trollbot') is. Tot slot be vraagt *oddmundeide* zich of de troll wel weet wat die aan het berichten is. Wat hiernaast ook opmerkelijk is, is dat al deze reacties op het bericht van *blacksam7* achter elkaar gepost zijn. De discussie over Metallica is in feite voor een korte tijd geïnterrupteerd door *blacksam7* omdat de aandacht van de reacties even niet gericht was op Metallica of de video van Metallica, maar op *blacksam7*. De discussie over Metallica ging weer verder na de reacties die hierboven gegeven waren.

Men heeft verschillende meningen over muziekvideo's: de een vindt het leuk, de ander helemaal niet. YouTube biedt een platform om hierover te discussiëren, en onder andere volgens Burgess en Green (2009) hebben kijkers de behoefte om te reageren op elkaars meningen. Negatieve oordelen over Metallica zoals *blacksam7* die geeft zijn niet welkom bij deze video, dat blijkt uit de reacties van de kijkers op de troll. Dat komt in deze casus puur door het taalgebruik en de toon van het trollbericht. Ten eerste scheldt *blacksam7* de Metallica community uit en typt hij alleen met grote letters om meer nadruk op zijn commentaar te geven. Ook geeft hij aan dat iedereen een slechte smaak heeft, met andere woorden: Metallica is slecht. Dergelijke berichten zijn niet gewenst bij deze community en kijkers gaan vervolgens in de verdediging.

### **Casus 2. Trailer *The Legend of Zelda Skyward Sword***

De volgende fanvideo laat zien dat het ook lastig is om te beoordelen of een YouTube gebruiker een troll is of niet. In deze video<sup>4</sup> is de uitgegeven trailer te zien van de videogame *The Legend of Zelda Skyward Sword* (Nintendo) dat in november 2011 is uitgebracht. Veel fans van deze videogame franchise waren lyrisch over de trailer. Nu de game al lang uitgebracht is posten YouTube gebruikers nog altijd hun mening over de game in de comment sectie van de video. Op een gegeven moment maakt een kijker de vergelijking met een *Zelda* game en een *Call of Duty* (Microsoft) game, aangeduid met Cod:

---

<sup>4</sup> Zie voor de video: [http://www.youtube.com/watch?v=2dYgrMz\\_XBI](http://www.youtube.com/watch?v=2dYgrMz_XBI)

Skyward Sword sold only 3 million copies

MW3 sold 30 million

Proof how much better Cod is, Zelda is for kids (door *Mrchadwarden*)

Deze post valt totaal niet in goede aarde bij de overgrote meerderheid van de 'Zelda community', de community waar fans van de game over de game praten en discussiëren (welke game is de beste, welk personage is de leukste etc). Ondanks dat veel fans gewoon met elkaar discussiëren, komen ook reacties op het bericht van *Mrchadwarden* voor:

geez first you guys troll on gta V now your trollin about zelda? wow CoD must suck soo much that you guys have to troll just to justify the cash you payed for it. talk about insecure bastards. (door *TheTechPoTaToChip*)

you trash (door *miitube*)

While Zelda had been around for 25 years. MW3 or CoD are relativly new and many people are already losing interest in it. Also there are so many Zelda games that it doesn't matter that Skyward sword has 'only' 3 million.

In 25 years there still will be Zelda. But noone will care abot MW or CoD anymore (door *FelixHD1*)

You should go kill yourself, goddamn cod fanboys. (door *iLightbulb*)

obvious troll is obvious (door *guylaroché5*)

You're so stupid...

You mean that MW3 is for grown ups, because it sold more copies than Skyward Sword. Or that Skyward sword is for kids because it sold less copies than MW3. (door *SF3284*)

Een analyse van de 'troll' *Mrchadwarden* laat zien dat het lastig is om zeker te weten dat deze persoon ook echt wil trollen. In principe geeft hij/zij alleen maar een mening over het onderwerp van de vertoonde video. Ook komen er geen scheldwoorden, vervloekingen of ongepaste vergelijkingen in de post voor. En toch verklaart de community deze poster een troll omdat de community het ongepast vindt dat *Mrchadwarden* dit hier bericht. En vooral de vergelijking met een totaal andere game zorgt voor de nodige irritaties bij anderen. De personen *TheTechPoTaToChip* en *guylaroché5* vinden dat *Mrchadwarden* een troll is die het plezier van anderen wil verzieken. De personen *miitube* en *iLightbulb* gaan zelfs een stap verder en gebruiken aanvallende scheldwoorden om over te

brengen dat ze het niet met *MrChadwarden* eens zijn. De anderen gaan wél inhoudelijk in op wat de 'troll' heeft bericht. *FelixHD1* en *SF3284* bevragen met hun posts de argumentatie van *Mrchadwarden* waar hij/zij zegt dat een game beter is als er meer exemplaren van zijn verkocht dan bij een andere game. Maar ook deze posts kennen een geïrriteerde toon want *FelixHD1* verklaart dat niemand in de toekomst nog aan Cod zal denken en *SF3284* zegt dat *MrChadwarden* gewoonweg zich stom gedraagt. Kortom, alhoewel een trollbericht niet altijd eruit ziet als een gemiddelde trollbericht (provocerende toon met ongepast taalgebruik), claimen veel leden van de community waarin de troll zich bevindt dat er wel degelijk sprake is van een troll.

De laatste observatie is belangrijk omdat het iets toevoegt aan de al bekende definitie van 'troll' die we in het vorige hoofdstuk hebben behandeld. Een troll hoeft kennelijk niet alleen op basis van toon of taalgebruik als een troll gezien te worden, maar ook wanneer de community zelf vindt dat de trollberichten totaal ongepast zijn. Het probleem wat dan ontstaat is de vraag of de in de ogen van de community aangewezen troll ook echt daadwerkelijk een troll is, en niet een kritische uiting van een ongeaccepteerde mening. Fans van muziekbands of videogames delen een gemeenschappelijke mening over de band of game (meestal dat die geweldig is), maar als iemand met behulp van ongepast taalgebruik aangeeft dat diegene de band of game slecht vindt, dan ontstaat er al snel een vermoeden dat een troll aan het toeslaan is.

### **Casus 3. Camerafilmpje pedofiele man**

Op YouTube verschijnen regelmatig schokkende video's, waar de volgende video<sup>5</sup> onder valt. De video gaat over een cameraopname die getuige is van een pedofiele man die probeert een kind uit de opgestelde rij van een klas te grijpen. De lerares verdedigt echter het kind door de man te bevechten. De reacties hierop bevatten vooral uitspraken vol emotie en onbegrip over wat ze zien in de video, bijvoorbeeld:

makes you sick to your stomach thinking it could be your child (door *Davyleek*)

I would rather the teacher had a gun to shoot the moron in the head. Brave act from the teacher. Kids snatched by strangers rarely survive. (door *kraythe*)

Tussen alle opmerkingen door die aangeven hoe schokkend de video is, komt de volgende reactie met de naam *yudda* opduiken:

he just wanted a tasty treat give the man a break. (door *yudda*)

---

<sup>5</sup> Zie voor de video <http://www.youtube.com/watch?v=T-gdEuW2vkk>

Deze post ligt zeer gevoelig bij de rest van de YouTube community die deze video heeft gezien. Dat komt omdat deze post pretendeert dat pedofilie gerechtvaardigd is, wat uiteraard niet het geval is. De meeste kijkers die hierop reageerden uitten voornamelijk hun woede en onbegrip over de post van *yudda*:

A tasty treat? Are you fucking serious???. YOU didnt deserve life..I feel for your parents. (door *AlliBella1*)

i bet your a pedophile yourself. People like you deserve to get their balls cut off without pain killers. He can get a "tasty treat" from his wife if he has one, or a prostitute, but not children. I hope you get raped one day to know what its like! (door *pepito062796*)

you are a fucking sick bastard (door *chanthien99*)

i bet u think, u r funny. my bet is my attitude: i punch u with my 87kg weight , and u fly. (door *molelama*)

Not sure if troll or serious.... (door *Ludviksen4drian*)

In feite zijn al deze reacties aanvallend op de post van *yudda*. De laatste, *Ludviksen4drian*, duidt aan dat er waarschijnlijk een troll bezig is om de discussie te verstoren. Deze laatste reactie toont aan dat YouTube kijkers gemakkelijk andere mensen voor een troll aan kunnen zien, maar klaarblijkelijk weet *Ludviksen4drian* niet zeker of het trollbericht serieus bedoelt is of niet. Ook hier zien we dus dat als mensen op YouTube berichten plaatsen die totaal niet passen in de sfeer van de video, dat deze mensen meteen met een troll geassocieerd worden. De term 'troll' blijft daarom op YouTube verbonden met iets negatiefs.

Al deze reacties, hoe aanvallend dan ook, lijken alleen maar voer voor *yudda* te geven die op zijn beurt reageert op de andere kijkers:

much appreciated thx. (*yudda* in reactie op *AlliBella1*)

kind words thank you. (*yudda* in reactie op *pepito062796*)

wats a troll? i just think its nice that ppl take time out of their day to write me kind messages. thx guys. (*yudda* in reactie op *Ludviksen4drian*)

Volgens Lanius (2011) zorgen prikkelende reacties op trollberichten er juist voor dat een troll door blijft gaan met het posten van ongepaste content. Trolls worden 'gevoerd' als leden van de community inhoudelijk ingaan op het trollbericht. In dit geval is dat ook zo: de troll bedankt als het ware de andere kijkers voor hun reacties. De troll krijgt zijn zin.

In de drie casussen van hierboven hebben we geplaatste commentaren van zowel trolls als andere



YouTube kijkers geanalyseerd en aangegeven hoe trolls proberen de speech modes van de YouTube communities te verstoren. In tabel 2 staan alle onderzochte reacties (alleen de accountnamen) ingedeeld in de types commentaar, afgeleid van het codeframe op pagina 6. In alle casussen provoocde de troll de community door misplaatste commentaar te geven op een plek waar kijkers over het algemeen inhoudelijke discussies voeren of praten over gemeenschappelijke onderwerpen. Verreweg de meeste reacties op trollberichten waren aanvallend en prikkelend van aard. Kijkers waren boos, ontzet of geïrriteerd door de berichten die trolls hebben geplaatst op een plek waar dergelijke berichten totaal misplaatst zijn.

Accountnaam	Type reactie volgens coding frame
<i>TheAssaholic</i>	Aanvallend
<i>Saint Jimmy</i>	Verwijzend naar community richtlijnen
<i>IBitchSLAPYourAss</i>	Aanvallend; een grap eroverheen
<i>Kurus Kuri</i>	Troll indicator
<i>oddmundeide</i>	Aanvallend
<i>TheTechPoTaToChip</i>	Troll indicator; aanvallend
<i>miitube</i>	Aanvallend
<i>FelixHD1</i>	Discussiërend, het gelijk willen halen
<i>iLightbulb</i>	Aanvallend
<i>guylaroche5</i>	Troll indicator
<i>SF3284</i>	Aanvallend, het gelijk willen halen
<i>AlliBella1</i>	Aanvallend
<i>pepito062796</i>	Aanvallend
<i>chanthien99</i>	Aanvallend
<i>molelama</i>	Aanvallend
<i>Ludviksen4drian</i>	Troll indicator

**Tabel 2.** Type reacties van onderzochte YouTube kijkers op de trollberichten volgens coding frame.

Uit de analyses bleek echter ook dat weinig YouTube kijkers reageerden met een roep om regels. Alleen *Saint Jimmy* met zijn uitspraak “*try not to be retarded next time*” getuigt nog van enige roep om geen ongepaste berichten te plaatsen in de betreffende community. Dat betekent niet dat deze roepingen er niet zijn, hiervoor moeten meerdere videocommentaren worden onderzocht. Wat wel blijkt uit de analyses is dat YouTube kijkers heel gemakkelijk en snel posten wat ze denken over trolls en hun berichten. Veel commentaar is kort en bondig, commentaren als “*you trash*” en “*you are a fucking sick bastard*” zijn korte maar zeer aanvallende reacties op trollberichten die aangeven dat YouTube kijkers hun irritatie willen uiten.

## 4. Conclusie

Het fenomeen trolling komt al veelvuldig voor sinds de oprichting van Usenet in 1979. Online forums volgden vanaf de jaren '90 Usenet op als een aantrekkelijke plek om trollberichten te plaatsen, gewoon voor de 'lolz' van de troll. Hoewel het internet met behulp van social media sites als YouTube flink veranderd is, is het doel van de troll nog altijd om zoveel mogelijk prikkelende reacties uit te lokken waardoor serieuze conversaties en discussies verstoord worden. Het doel van dit onderzoek was echter niet om aan te tonen dat trolling nog steeds aanwezig is op populaire social netwerk sites als YouTube, maar om juist de manier waarop trolls dit doen aan te tonen. De casussen die we hebben bestudeerd, vertellen ons dat trolls een aantal manieren hebben gevonden om reacties van andere kijkers uit te lokken. Trolls gebruiken woorden en zinnen die totaal misplaatst en ongepast zijn bij het onderwerp van de betreffende video dat is vertoond en het liefst worden ze gevoed door irriterende en prikkelende reacties. We hebben gezien dat de meesten irriterend, boos of zeer vijandig reageren op trollberichten en daarnaast de aanval inzetten op de troll. Weinig YouTube kijkers wijzen trolls op de regels of communityrichtlijnen, iets wat vaker lijkt voor te komen bij specifieke forums zoals die Herring et al. hebben onderzocht.

Maar we hebben ook gezien dat het soms lastig is om zeker te weten of iemand zich echt wil voordoen als een troll. Veelvuldig heerst de gedachte dat een negatieve uitspraak die tegen de overheersende speech mode van de community ingaat, wel afkomstig zal moeten zijn van een troll. Op YouTube ontstaan vele communities, of het nu fancommunities zijn (zoals de Metallica en de Zelda fans) of communities die een gezamenlijke mening delen tegenover misbruik van kinderen (zoals de camera-opname). Trolls kiezen dergelijke video's uit waarover sterk gediscussieerd en gepraat wordt. Feit is, 'uitgetrolld' zijn ze zeker nog niet en er zullen altijd nieuwe trolls opstaan, gewoon voor de 'lolz'.

## 5. Discussie en verder onderzoek

Er is maar een matige hoeveelheid onderzoek naar internettrolling gedaan. Het fenomeen zelf is ook moeilijk te meten want vaak resteert de vraag of er echt sprake is van een troll, of van een mening of grapje. We hebben het zelf immers gezien: is de troll van casus 2 wel écht een troll te noemen, of is het louter een mening van iemand die toevallig leidt tot frustrerende en geïrriteerde reacties van anderen? Dit zegt ook iets over de vorming en het behoud van een virtuele community, omdat leden

van een community van elkaar verwachten dat ze zich aan de opgestelde regels en conventies houden. Wanneer grijpen leden van een community precies in als ze merken dat iemand zich erg ongepast gedraagt of de richtlijnen niet hanteert? Dibbel heeft ons dat laten zien met zijn casus, een virtuele MUD.

Onderzoek naar cognitieve processen van trolls kan duidelijk maken waarom trolls bezig zijn om mensen op internet te treiteren. Onder andere Lanius (2011) heeft trolls ondervraagd naar waarom ze trollen zo leuk vinden. Ook hier kan meer onderzoek naar gedaan worden, alleen maar om een beter begrip over het fenomeen te krijgen.

Dit onderzoek geldt als aanzet voor verder onderzoek naar trolling op YouTube. Met name de vraag of YouTube kijkers net als leden van forums (Herring et al.) en MUDs (Dibbel) zich beroepen op regels en het gezag van de community om in te grijpen, is relevant. Bij de YouTube analyses van de casussen is niet gebleken dat YouTube kijkers zich beroepen op community richtlijnen en opgestelde regels en conventies, en daarom moeten meerdere videocommentaren onderzocht worden of YouTube comment trolls überhaupt leiden tot een roep om regels en orde. We hebben wel gezien dat trolls leiden tot frustraties en onderbrekingen van conversaties en discussies, maar niet dat YouTube kijkers aangeven dat er iets moet gebeuren om trolls te weren. Auteurs van video's hebben de mogelijkheid om bepaalde ongepaste berichten te verwijderen, maar niet de macht om de personen achter de troll te verbannen van de site. Deze macht ligt bij YouTube zelf (zoals de macht om bepaalde accounts te blokkeren). In dit licht lijkt YouTube nog steeds een geschikt platform te zijn om als troll de gemoederen van kijkers op te laten lopen.

## Literatuur

Andrew. 1996. The troller's FAQ. Retrieved 1/10/01 from the World Wide Web:

<http://www.altairiv.demon.co.uk/afaq/posts/trollfaq.html>.

Burgess, Jean en Green, Joshua. 2009. *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity Press.

Dibbell, Julian. 1993. 'A Rape in Cyberspace: How an Evil Clown, a Haitian Trickster Spirit, Two Wizards, and a Cast of Dozens Turned a Database into a Society.' *The Village Voice*: 36 – 42.

Donath, Judith S. 1999. 'Identity and deception in the virtual community'. M. A. Smith and P. Kollock, eds., *Communities in Cyberspace*: 29 – 59. London: Routledge.

Flaming and Trolling. [http://www.h2g2.com/approved\\_entry/A1082512](http://www.h2g2.com/approved_entry/A1082512)

Herring, Susan, Job-Sluder, Kirk, Schlecker, Rebecca en Barab, Sasha. 2002. Searching for Safety Online: Managing "Trolling" in a Feminist Forum. *The Information Society* 18 (5): 371 – 384.

How to troll on YouTube?

<http://answers.yahoo.com/question/index?qid=20110626141922AACW0vS>

Lange, Patricia G. 2007. 'Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube'. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13: 361 – 380.

Lanius, Candice. 2011. *YouTube Commentary: Social Interaction in Online Publics*.

Washington: The George Washington University.

Mandel, T. and G. van der Leun. 1996. *Rules of the Net. On-line Operating Instructions for Human Beings*. New York: Hyperion.

O'Donnel, Susan; Gibson, Kerri; Milliken, Mary en Singer, Janice. 2008. 'Reacting to YouTube Video's: Exploring Differences Among User Groups'. *Proceedings of the International Communication Association Annual Conference*, 22 – 26.

Okleshen, Cara en Grossbart, Sanford. 1998. 'Usenet Groups, Virtual Community and Consumer Behaviours'. *Advances in Consumer Research*, ed. Joseph W. Alba en J. Wesley Hutchinson, 25: 276 – 282.

Pankoke-Babatz, Uta en Jeffrey, Phillip. 2002. 'Documented Norms and Conventions on the Internet'. *International Journal of Human-Computer Interaction* 14 (2): 219 – 235.

Siersdorfer, Stefan; Chelaru, Sergiu en Nejd, Wolfgang. 2010. 'How Useful are Comments?: Analyzing and Predicting YouTube Comments and Comments Ratings'. *Proceedings of the 19th International Conference on World Wide Web*: 891 – 890.

The Subtle Art of Trolling, <http://www.urban75.com/Mag/troll.html>

Troll. <http://ohinternet.com/Troll>

What is a YouTube troll? <http://videointerweb.com/2010/07/21/what-is-a-youtube-troll>