

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра русского языка, речевой коммуникации и русского как иностранного

Троллинг как одно из явлений интернет-коммуникации

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 411 группы
направления 45.03.01 – «Филология»
профиля «Отечественная филология»
Института филологии и журналистики
Лукьяновой Анастасии Алексеевны

Научный руководитель
д.филол. н., зав. кафедрой, доц. _____ А. Н. Байкулова
подпись, дата

Зав. кафедрой д.филол. н., доц. _____ А. Н. Байкулова
подпись, дата

Саратов 2019

ВВЕДЕНИЕ. В XXI веке неотъемлемой частью коммуникативного пространства стал Интернет. В нём человек приобрёл такую свободу самовыражения в общении с другими людьми, которой у него не было в XX в. И это привело как к положительным, так и к негативным последствиям. Ложно понятая свобода в условиях анонимности виртуального общения породила всплеск речевой агрессии, которая начала проникать почти во все сферы, включая семейно-родственные и дружеские отношения, политику, СМИ и др.

Одним из проявлений речевой агрессии в Интернете стал **троллинг** – «использование в сетевом диалоге провокационных, часто оскорбительных реплик, направленных на создание конфликтной ситуации и, в конечном счёте, на разрушение общения» (СЯИ: 133).

Изучению троллинга посвящено немало психологических, социологических и лингвистических работ, связанных с проблемами интернет-коммуникации (см: Щербина, 2008; Ксенофонтова, 2009; Внебрачных, 2012; Воронцова, 2016 и др.).

Стремление ввести собеседника в замешательство или поставить его в неловкое положение собственными репликами становится будто бы обязательной частью различных диалогов, споров и бесед. В политике появляется даже термин *троллинг-дипломатия*. Можно сказать, что троллинг становится неотъемлемой частью жизни современного человека, причем не только в виртуальной коммуникации, но и в личном общении. Большую роль в распространении троллинга играют СМИ: этот вид речевой агрессии наблюдается в различных ток-шоу.

Д. И. Семенов считает, что троллинг – это «популярный и вместе с тем **мощный, совершенствующийся вид коммуникации, способный формировать новые тенденции в различных сферах общения** (выделение моё – *А.Л.*)». Этим обусловлен наш интерес к данному явлению и **актуальность** его изучения.

Объектом данного исследования является интернет-коммуникация.

Предмет исследования – троллинг как явление речевой агрессии.

Цель работы: выявить тактики коммуникантов в реализации стратегии троллинга в интернет-коммуникации, а также способы его языкового / речевого выражения.

Для реализации цели предстояло решить следующие **задачи**:

- 1) изучить научную литературу по теме исследования;
- 2) собрать материал – фрагменты интернет-коммуникации и записи устной речи;
- 3) рассмотреть троллинг как речевую стратегию;
- 4) выявить тактики пользователей-троллей для достижения поставленных ими коммуникативных целей;
- 5) выявить языковые / речевые средства проявления троллинга.

Методы исследования: современный описательный метод с применением методик дискурсивного анализа, метод опроса, метод классификации.

Материал исследования – сообщения и комментарии к постам в интернет-пространстве на различных по жанру сайтах Рунета (социальные сети, форумы), СМИ, а также фрагменты устной речи общим объёмом около 300 единиц речевых ситуаций.

Структура работы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ. Глава 1 «Теоретические основы исследования» посвящена основным проблемам изучения речевой агрессии, определения способов её выражения, феномена троллинга. Глава состоит из четырёх подразделов: «Речевая агрессия и её изучение», «Интернет-коммуникация и её специфика», «Речевая агрессия в интернет-коммуникации», «Троллинг как явление речевой агрессии».

В данной части исследования мы рассмотрели феномен речевой агрессии, которая понимается исследователями неоднозначно. Изучили и обобщили

существующие различные подходы к определению способов выражения речевой агрессии. Для нашего исследования мы выбрали коммуникативно-прагматический подход, при котором выделяются коммуникативные стратегии и тактики, для которых характерны определенные языковые и речевые средства коммуникации. Мы выяснили, что с точки зрения коммуникативно-прагматического подхода, *речевая агрессия* – это такой речевой акт, при котором высказывания или совокупность высказываний коммуниканта нарушают нормы речевого поведения и имеют цель причинить вред адресату.

Специфические свойства интернет-коммуникации – анонимность, интерактивность, синхронность передачи сообщений, креолизованность текстов, а также возникающая у интернет-пользователей иллюзия вседозволенности – открывают большие возможности для реализации специфических для виртуального пространства агрессивных и провокативных стратегий и тактик общения. Речевая агрессия в Сети проявляется в таких основных обусловленных дискурсом интернет-коммуникации речевых явлениях как спам, флуд, флейм и троллинг.

Главной интенцией стратегии троллинга выступает провокация, побуждающая коммуникативного партнёра к речевым реакциям, влекущим за собой нежелательные для него последствия. Эта стратегия предполагает психологическое и речевое манипулирование – «ловлю» наивных пользователей на «речевые приманки».

Таким образом, под троллингом (от англ. *trolling* – «ловля на блесну») мы понимаем «использование в сетевом диалоге (в форумах, в блогах и т.п.) провокационных, часто оскорбительных реплик, нацеленных на создание конфликтной ситуации и, в конечном счете, на разрушение общения» (СЯИ 2016: 133).

2 глава «Троллинг как стратегия речевой агрессии и как средство манипуляции» посвящена анализу выделенных на основе собранного материала тактик стратегии троллинга и способам их языкового / речевого выражения в

интернет коммуникации, а также специфике проявления троллинга в реальном коммуникативном пространстве. Глава состоит из десяти подразделов: «Объекты троллинга», «Тактики интернет-пользователей в реализации стратегии троллинга», «Тактика актуализации внимания на социальных характеристиках адресата (пол, возраст, национальная принадлежность и др.)», «Тактика выражения оценки», «Тактика ироничного осмысления слов адресата», «Тактики ироничной благодарности, похвалы и восхищения», «Троллинг за пределами интернет-коммуникации», «Троллинг в устном общении молодёжи», «Троллинг в массово-информационном дискурсе и политике», «Троллинг в коммерческом дискурсе как средство манипуляции и побуждения к интерактивности».

В данной части работы мы выделили и рассмотрели такие тактики троллинга, как:

- **тактика актуализации внимания на социальных характеристиках адресата (пол, возраст, национальная принадлежность и др.):** данная тактика основана на публикации троллем сообщений, отражающих уничижительное отношение тролля к расовой, национальной и т.д. принадлежности и раскрывается в высказываниях тролля, явно или скрыто дискредитирующих расу, национальность или гражданство адресата: используются расистские шутки: *знаете, все заслуживают одинакового отношения! не имеет значения чёрный ли вы, жёлтый, коричневый или нормальный* (см. <https://vk.com/>), едкие замечания: *тебе правда колет широкие скулы и узкие глаза о чем тут говорить; азия! ты хоть зрячий??* (см. <https://vk.com/>), актуализируются связанные с этим негативные стереотипы.
- **тактика выражения оценки:** тактика оценки находит своё выражение в приёмах актуализации внимания тролля к внешности, личностным качествам адресата, его языковой компетентности или компетентности по какому-либо вопросу. В целом можно отметить, что в реализации тактики

выражения оценки, как правило, применяется ненормативная лексика: бранные и просторечные (*морда; девка*) слова, зоометафора (*курица, необразованное стадо*), выражения и жаргонные слова с пренебрежительной коннотацией (*чувырла; вермишель себе накрутила*).

- **тактика ироничного осмысления слов адресата:** в реализации данной тактики тролль акцентирует внимание не на личности адресата, а на используемые адресатом слова в его посте. Ирония способна добавить в текст дополнительные смыслы, нередко дискредитируя коммуникативного партнера или ситуацию, поскольку интерпретироваться скрытые смыслы в сообщении могут неоднозначно. Используется возможность неоднозначного прочтения слова или фразы при отсутствии на письме у адресата указания на ударение и необходимых для верного толкования знаков препинания. Это провоцирует адресата на «поясняющие» ответы.
- **тактики ироничной благодарности, похвалы и восхищения:** сразу следует сказать, что мы выделяем тактики **ироничной благодарности, похвалы и восхищения** отдельно, потому что тролли здесь действуют от обратного: провоцируют не «плохим» поведением, а «хорошим». Сущность данной тактики заключается в написании комментариев, в которых тролль активно хвалит свою жертву (или ситуацию), соглашается с ней, выражает благодарность, восторг и восхищение, например: *какая курочка круглолицая), и к тому же мила. ты вот, Светик, мила*), иногда прибегая к показному самоумалению. С языковой стороны тактика может проявляться в построении высказывания по принципу противопоставления «ты (вы) – хорошо, я (наше) – плохо» (*Ты такой клевый <...> Но я так не смогу, не быть мне таким популярным*).
- **тактика медиа-атаки:** вброс в беседу шокирующих изображений (тролль-картинок, коллажей), видео или звуковых файлов (например, фото изуродованных останков котенка на форуме любителей домашних животных

или звуковой файл с непристойными звуками эротического содержания в фонотеке детских песен).

Собранный нами материал показывает, что стратегия троллинга находит свое выражение в формах вербального сообщения (поста/комментария), текста с иллюстрацией или собственно медиафайла (картинка, звуковое сопровождение).

Представленные нами на основе собранного материала тактики не являются законченной классификацией, а представляют лишь часть разнообразия спектра тактических возможностей, поскольку речевая изобретательность не имеет рамок. Кроме того, следует отметить, что тактические приёмы разных тактик нередко взаимодействуют, поэтому чёткой границы в реализации тактик провести нельзя.

Средства выражения тактик троллинга обнаруживаются на всех уровнях языка. Например, на лексическом уровне возможно использование ненормативной лексики, в том числе мата, индивидуального словотворчества, негативно окрашенных зоометафор; тролли прибегают и к хвалебной лексике, используемой в ироничном контексте. Часто употребляются графические средства: верхний регистр набора текста, редупликация букв и знаков препинания, смайлики. По смыслу и стилистически формы троллинга различны: издевка, даже сарказм, а иногда – подтрунивание, подшучивание над говорящим, обыгрывание содержащейся в чьей-то речи двусмысленности, неопределенности или откровенной глупости.

Проведённый нами опрос молодёжи показал, что доминанта определения понятия троллинга в его научном понимании и наивном совпадает: троллинг – это провокация с элементами агрессии. Но в устной речи молодёжи троллингом может называться не только провокационные реплики в Интернете, но и дружеское подтрунивание, издевка, шутка, то есть троллинг уже понимается в большей мере как форма живого межличностного общения.

Анализ материала массово-информационного дискурса показал, что журналисты используют номинацию «троллинг» для обозначения различных ситуаций, актуализируя те или иные семантические компоненты значения троллинга, например, смысл незлой шутки, привлечения к себе внимания, глумления, провокации.

В коммерческом дискурсе троллинг может служить интересам администраторов сайтов: являясь средством привлечения внимания массовой аудитории к интернет-ресурсу, что увеличивает интерактивность и приносит модераторам прибыль.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. В данной работе проанализированы научные труды таких исследователей, как Ю. В. Щербинина, Е. И. Горошко, Т. А. Воронцова, Д. И. Семёнов, К. Ф. Седов и др., что позволило рассмотреть явление речевой агрессии и её проявление в таком специфическом коммуникативном дискурсе, как интернет-коммуникация.

Собран разнообразный материал – около 300 фактов проявления троллинга в социальных сетях, публикациях СМИ и в устной речи.

Выявлены тактики реализации речевой стратегии троллинга и способы их языкового / речевого выражения.

Разработана и представлена классификация тактик, в основе которой типы объектов внимания троллей для реализации их провокативной стратегии. Она не является завершённой: возможны и другие тактики, но в нашем материале они реже встречаются.

Анализируя примеры проявления троллинга в коммуникативном пространстве Интернета, мы пришли к выводу, что по своей структуре троллинг представляет собой стимулирующую реплику, которая направлена на острую ответную реакцию адресата.

Тактики троллинга реализуются практически на всех уровнях языка. Например, на лексическом уровне возможно использование ненормативной лексики: индивидуального словотворчества, негативно окрашенных

зоометафор, мата; тролли прибегают и к хвалебной лексике, используемой в ироничном контексте. Часто употребляются графические средства: верхний регистр набора текста, редупликация букв и знаков препинания.

Доказана возможность выхода троллинга за пределы интернет-коммуникации в сферы устного, массово-информационного общения, в сферу политики.

Троллинг может использоваться и в коммерческих целях: привлекая интернет-пользователей к сайту, его создатели извлекают прибыль.

Проведённый опрос показал, что в молодёжной среде троллинг больше воспринимается как форма живого межличностного общения с целью подтрунивания, шуток, а иногда издевательства и провокации.

Можно сказать, что троллинг становится неотъемлемой частью жизни современного человека, причем не только в виртуальной коммуникации, но и в личном общении. Заключение в нем провокативность и агрессия мешает конструктивному общению, дисгармонизируя коммуникацию, уводя её участников от основной темы, создавая негативный фон речевого взаимодействия.

Снизить риски развития конфликтных ситуаций в сетевом коммуникативном пространстве может медиаграмотность населения, включающая способность распознавать формы речевой агрессии в интернет-коммуникации и противодействовать им.