

## Коммуникативные интенции в троллинге

Научный руководитель – Кара-Мурза Елена Станиславовна

*Ассылова Татьяна Владимировна*

*Студент (магистр)*

Казахстанский филиал МГУ имени М.В.Ломоносова, Кафедра филологии, Астана,  
Казахстан

*E-mail: umkat96@gmail.com*

В данном сообщении представлен фрагмент большого исследования - магистерской диссертации на тему “Троллинг как деструктивная стратегия медиакоммуникации (по материалам русскоязычной казахстанской и российской журналистики и блогинга)”. Здесь мы сосредоточим внимание на таком аспекте троллинга, как коммуникативная интенция его инициатора. Интенция - это намерение сделать нечто “с помощью такого инструмента как язык-речь-высказывание” [Мощева, 223-226].

Существует несколько версий относительно происхождения международного термина «троллинг», появившегося в 1992 году в Оксфордском словаре. Однако активно использовать его стали в середине 2000-х годов. Слово стало употребляться сначала в практике интернет-коммуникации (как межперсональной, так и массовой), а потом и в теории. В научной среде впервые обратила внимание на это явление Джудит Донат, которая считает его “игрой в подделку личности”. При этом троллю важно, чтобы никто не догадывался, что на нем в момент общения надета «маска» [Внебрачных, 48-51]. В. А. Крючков считает, что задача, которую ставит перед собой тролль, состоит в создании полемики [цит. по <http://works.doklad.ru/view/9PhyBm76lQk.html>].

Троллинг - сложная коммуникативная форма, которая имеет провокационный характер с целью вызвать у собеседника негативную реакцию. В троллинге участвуют следующие коммуниканты: тролль (адресант провокационного сообщения), жертва, или еда (адресат сообщения) и аудитория, которая наблюдает за ситуацией (а возможно, и участвует на той или иной стороне). Наличие аудитории необходимо троллю для того, чтобы создать видимость собственного превосходства над жертвой, для понимания, что кто-то еще стал свидетелем его триумфа [Lurkmore.ru].

Интенции, которыми руководствуется тролль:

**Эксперимент.** Адресант может попробовать свои силы в управлении чужими эмоциями, проверить реакцию собеседников на его высказывания, способность контролировать ход разговора, и т.д.: - *Смотри же, «умная женщина», - говорю я, - это твоя девичья фамилия вписана в старую адресную справку. Видно в гневе ты себя не узнала, а инициалы твои и в справке ведь совпадают. «Юная особа в нехилом “гнездышке” - это ты, только много лет назад! Хотя ты и сейчас отлично выглядишь...* [Казахстанская правда].

**Привлечение внимания.** Характерен для «начинающих» троллей. В СМИ это верный способ привлечь аудиторию к своим текстам или к изданию в целом: *Благодаря мудрым авторам нового учебника информатики для третьих классов сила мысли наших школьников выросла неимоверно. Да и учителя наши по ментальному воздействию теперь могут поспорить с известными психотерапевтами. О том, как в одной из столичных школ проводят уроки по информатике, рассказал мой сын Слава* [Казахстанская правда].

**Развлечение.** Тролли получают удовольствие от реакции, как правило, негативной, на его слова (гнев, паника, истерика и проч.): *Коллективное сизэн хвалит меня за*

стойкую гражданскую позицию по делу Голунова. Когда я так же публично выступала против уголовки Серебренникова, реального срока Пусси Райот, посадок за репосты, преследования геев, ареста Павликовой и чего только не — я у них по-прежнему числилась самым злонамеренным пропагандистом России, и вообще непонятно, почему до сих пор не под санкциями. Методичка, что ли, сменилась или только проспались? - телеграм-канал Маргариты Симоньян.

**Вовлечение объектов троллинга в бессмысленную беседу**, на которую сам тролль тратит малое количество времени, после чего наблюдает за реакцией, которая может затянуться на неопределенное количество времени: *Ну вот провел Порошенко дебаты сам с собой. А Зеленский не пришёл. И чего такого? Нормальная украинская политическая традиция. Украина пятый год "отражает российскую агрессию" и ведет войну с Россией. Россия, как известно, на войну не являлась... Однако же вот, пять лет воюют. Так и дебаты ведут. С неустановленным противником* - публикация Андрея Медведева, журналиста, в телеграм-канале 14 апреля 2019. Медведева читают на Украине, поэтому ясно, что его заявление о неучастии России в войне с Украиной вызовет длительные споры. Сам журналист к этой теме больше не возвращался.

**Изменения взглядов аудитории.** В сетевом троллинге эта цель достигается путем высказывания фиктивной информации, в которой пользователям приходится разбираться. В СМИ эта же цель достигается путем высмеивания кого- или чего-либо, выявлением пороков, сарказмом, сатирой. Для СМИ, на наш взгляд, этот мотив является ведущим: *Самое зубодробительное в нашем Уголовном кодексе - не статьи и не сроки. Самое страшное - слово ЛИБО. Хранить дома пакетик марихуаны - это штраф не больше 40 000 рэ ЛИБО три года тюрьмы. Хорошее такое либо...* - публикация Маргариты Симоньян в телеграм-канале.

**Самоутверждение.** Автор повышает свою самооценку путем унижения, оскорбления собеседников или аудитории. В СМИ проявлено только в сетевой журналистике: *Организаторы мне сегодня сказали, что чета Цыпкиных и Собчаки не случайно оказались на одном ряду. Ксюша специально хлопотала, чтобы места были рядом. Видать, что-то надо ей от Оксаны. Неужели денег на прически жалко? Интересно, будут ли ее снова бесплатно чесать в Белом саду?* - публикация Божены Рынки в Telegram.

Итак, коммуникативная интенция троллинга - это влияние на участников коммуникации с целью развлечения и самоутверждения. Она проявляется в таких приемах, как ирония, сарказм, сатира, а также использование стилистически окрашенных слов. Тролль ожидает реакции на свои слова. Реакция на троллинг может проявляться в большей или меньшей степени или не проявляться вообще. Реакция в СМИ возможна только в сетевых изданиях. Также можно заметить ее и в официальных аккаунтах изданий. При возникновении спорной ситуации, когда взгляды и политика двух изданий не совпадают, между ними завязывается диалог, в котором каждый старается отстоять свою точку зрения в том числе и с помощью троллинга.

## Источники и литература

- 1) Внебрачных Р.А. Троллинг как форма социальной агрессии в виртуальных сообществах., 2012. С. 48 – 51.
- 2) Газета “Казахстанская правда”
- 3) Мощева С.В. Речевая интенция: теоретические подходы к исследованию., 2011. С. 223-226.

- 4) Троллинг как тип коммуникативного поведения в Интернете (структура и функции):  
<https://works.doklad.ru/view/9PhyBm76lQk.html>
- 5) Lurkmore.ru: <https://lurkmore.to/%D0%A2%D1%80%D0%BE%D0%BB%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D0%B3>