

«НЕ»ЭКОЛОГИЧНОСТЬ ИНТЕРНЕТ-СРЕДЫ

“UN” ECOLOGICAL INTERNET ENVIRONMENTS

УДК 81'42

DOI: 10.31249/chel/2023.02.06

Забродина А.Н., Копнина Г.А.

РЕЧЕВЫЕ ТРИГГЕРЫ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ СОЦИАЛЬНОЙ ИНТЕРНЕТ-СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»)[©]

*Сибирский федеральный университет,
Россия, Красноярск, ana.zabrodina17@gmail.com, okopnin@mail.ru*

Аннотация. Цель статьи – описание особенностей использования речевых триггеров в интернет-коммуникации как высказываний, способных в определенной конситуации переключать внимание адресата, вызывая у него ценностные ассоциации и эмоциональные переживания (обычно травмирующего типа), направленные на переосмысление того или иного события, явления и/или мотивирующие его на совершение каких-либо действий, поступков. Выявлено, что триггеры выступают способом реализации провокативной стратегии, способны искажать образ реальности и наносить психическую травму человеку, нарушая тем самым экологичность коммуникации.

Ключевые слова: триггер; речевой триггер; провокативный дискурс; политический интернет-дискурс.

Поступила: 27.10.2022

Принята к печати: 18.01.2023

Zabrodina A.N., Kopnina G.A.
Speech triggers in Internet communication
(the case of the VKontakte social network site)[©]

*Siberian Federal University,
Russia, Krasnoyarsk, ana.zabrodina17@gmail.com, okopnin@mail.ru*

Abstract. The purpose of the article is to describe the use of speech triggers in Internet communication as statements capable of switching the addressee's attention in a certain con-situation, causing them to have value associations and emotional experiences (usually of a traumatic type) aimed at rethinking a particular event, phenomenon and/or motivating them to commit actions. It is revealed that triggers act as a way of implementing a provocative strategy; they are able to distort the image of reality and cause mental trauma to a person, thereby violating the environmental friendliness of communication.

Keywords: trigger; speech trigger; provocative discourse; political Internet discourse.

Received: 27.10.2022

Accepted: 18.01.2023

Введение

Термин «триггер» используется в физике, медицине, психологии и других науках. В последние годы он стал встречаться в лингвистических работах, причем, как правило, без его определения (например, в [Соколова, 2019; Яренчук, Чаплыгина, 2021; Анумян, Цинь, 2022]). Этот термин, на наш взгляд, оказался востребованным в связи с тем, что долгое время ученых интересовали речевые приемы привлечения и удержания внимания адресата – т.н. приемы речевой выразительности (прежде всего тропы и фигуры речи), а приемы переключения внимания оказывались как бы в «тени» исследовательского интереса. Однако развитие междисциплинарных исследований на стыке лингвистики и психологии способствовало тому, что термин «триггер» оказался задействованным языковедами, но нуждающимся в лингвистическом осмыслении статуса стоящего за ним явления, что и обуславливает *актуальность* предпринятого нами исследования.

Речевые триггеры в интернет-дискурсе, по нашим предварительным наблюдениям, имеют провокативный характер – они направлены на то, чтобы умышленно вызвать определенные эмоциональные (преимущественно негативные) переживания, подстрекать на какие-либо действия, поступки. Однако в исследованиях провокативного политического дискурса должного внимания им не уделялось: внимание ученых было сосредоточено преимущественно на провокациях в сфере рекламы и маркетинга (см., например, работы [Павлова, 2019; Терских, 2020]). Достаточно высокая частотность речевых триггеров в политической интернет-коммуникации (понимаемой широко как интернет-коммуникация на политические темы), обусловленная идеологическими войнами, также свидетельствует об актуальности нашего исследования.

Цель статьи – охарактеризовать особенности использования речевых триггеров в интернет-коммуникации. Для ее достижения решаются задачи обоснования понятия «речевой триггер», выбора оптимальной методики исследования интересующего нас феномена, выявления функциональных особенностей речевых триггеров в избранном материале и обобщения полученных результатов.

Материалом исследования послужили фрагменты интернет-коммуникации, объединенные политической тематикой и контекстуально достаточные для определения интенциональной установки адресанта и реакции адресата (-ов). Источником его сбора на данном этапе послужила российская социальная сеть «ВКонтакте». В процессе работы с материалом использовалась охарактеризованная ниже авторская методика декодирования речевого триггера, включающая различные типы лингвистического анализа. Полученные выводы носят предварительный характер, поскольку исследование, находясь на начальной ступени, выполнено на ограниченном количестве материала (проанализировано около ста фрагментов коммуникативного взаимодействия в социальной сети).

Полагаем, что полученные результаты исследования отличаются *новизной*, поскольку заполняют лакуну в теории речевого воздействия путем внедрения и обоснования новых терминов («речевой триггер», «декодирование речевого триггера»), а также вносят вклад в развитие политической лингвистики путем описания одного из способов речевой провокации, используемого в борьбе за

власть в политическом интернет-дискурсе. Выводы могут представлять интерес для всех, кто интересуется проблемами противостояния манипулятивному речевому воздействию.

Поскольку речевые триггеры оставляют эмоциональный след, полученные результаты могут также представлять интерес для специалистов в области лингвалеологии, изучающей «влияние языка во всем многообразии его проявлений на психическое и физическое здоровье человека» [Экология русского языка, 2017, с. 262], и эмотивной лингвоэкологии, в которой актуальным признается знание «не только об экологичном / неэкологичном языке и его использовании в речи, но и об экологических / неэкологических тактиках коммуникации и типах мышления человека» [Шаховский, 2014, с. 14].

Теоретико-методологические основы исследования

Объем и содержание понятия «триггер».

Определение речевого триггера

С целью осмысления интересующего нас понятия обратимся прежде всего к этимологии слова «триггер».

Это слово является транслитерацией английского *trigger* со значением ‘спусковой крючок’, ‘пусковое устройство, пусковой сигнал, детонатор’ [Авхачева, 2017, с. 75]. В английском языке лексема *trigger*, в свою очередь, появилась благодаря ее заимствованию из голландского, в котором существовали имя существительное *trekker*, обозначающее что-то, что притягивает или тянет (*that which draws or pulls*), и глагол *trekken*, имеющий несколько вариантов перевода, например: тянуть, тащить, дергать (*to pull*) [A concise etymological dictionary ... , 1967, с. 592].

Считается, что в английском языке лексема *trigger* начала использоваться в новоанглийский период в форме *tricker* в 1620 г. Согласно этимологическому словарю термин «триггер» изначально применялся в своем буквальном значении в технической сфере для обозначения устройства, с помощью которого освобождается защелка или пружина и приводится в действие механизм (*device by means of which a catch or spring is released and a mechanism set in action*, 1650 г.). Форма *tricker* использовалась до 1750 г., затем стала

употребляться преимущественно форма *trigger*. В 1814 г. было отмечено использование оборота *trigger-finger*, который можно трактовать как ‘указательный палец, используемый для нажатия на спусковой крючок пистолета’ (*forefinger as used to pull the trigger of a gun*). В 1942 г. засвидетельствовано использование рассматриваемой нами лексической единицы в функции атрибута (в переводе – воинственный, агрессивный) в обороте *trigger-happy*, который в словаре определяется как ‘готовый стрелять’ (или бурно реагировать иным образом) на малейшую провокацию [Online etymology dictionary, 2022]. В одном из англоязычных словарей значение лексической единицы *trigger* дается в соответствии с ее использованием в оружейном деле: *trigger (noun) – a part of a gun that causes the gun to fire when pressed* (‘деталь, которая заставляет пистолет стрелять при нажатии на нее’) [Cambridge dictionary, 2022], что переводится на русский язык как ‘спусковой крючок’.

Из технической сферы термин *trigger* «перекочевал» в другие области научного знания, сохраняя семантику «запуска чего-либо». Так, в медицине под этим термином понимают факторы, запускающие неблагоприятные изменения в организме или провоцирующие обострение имеющегося хронического заболевания [Кирилочев, Умерова, 2019, с. 173]. Наиболее широкое употребление этот термин получил в психологии, где триггеры определяются как «“неосознанные механизмы”, которые вызывают немедленную эмоциональную реакцию (например, печаль, депрессию, гнев, агрессию) на основе застарелых травм, а также спрятанных в глубине души обид» [Richo, 2019, p. 2]. Триггером называют также «внешний стимул, провоцирующий эмоциональную реакцию у человека, запускающий болезненную реакцию на происходящее или обострение болезни у человека с отклонением в психике» [Кузнецова, Зайцева, 2021, с. 89]. Таким образом, в разных науках термин «триггер» обозначает некое действие (механизм), которое вызывает какие-либо неприятные для человека реакции и может иметь негативные последствия.

Любопытно, что эксперименты подтверждают наличие негативных ассоциаций у респондентов при восприятии слова «триггер». Так, анкетирование первокурсников психолого-педагогического факультета (56 человек) Смоленского государственного университета, проведенное А.Е. Варнаевой, показало, что «семантику слова

триггер правильно определили лишь 3% студентов» и что триггер в их представлении – «что-то страшное» (на это слово получены реакции: «раздражитель», «состояние агрессии», «злость, раздражение», «что-то страшное», «что-то запрещенное», «электронное устройство») [Варнаева, 2021, с. 334].

Парадоксально, что слово «триггер» стало модным в современной русской речи (возможно, благодаря популярному сериалу «Триггер»), несмотря на то, что далеко не все понимают его значение. Есть мнение, что в большинстве случаев употребления слово «триггер» можно без всякого ущерба для передаваемого содержания заменить привычными словами и оборотами речи. Например, рассматривая употребление лексемы «триггер» в предложении *По утверждению психиатра Дмитрия Еришова, хотя и превалируют врожденные черты, <...> внешние обстоятельства тоже играют существенную роль, выполняя функцию триггера*, И.А. Авхачева пишет: «Но почему бы не сказать “запуская механизм <болезни>” вместо приведенного выше “выполняя функцию триггера”» [Авхачева, 2017, с. 75]. Впрочем, это уже другой – культурно-речевой – аспект исследования, на котором мы не останавливаемся, поскольку в приведенном примере речь идет о нетерминологическом использовании слова «триггер».

В последние годы термин «триггер» используется и в лингвистике, и в литературоведении, но является многозначным. В психолингвистических исследованиях билингвизма наиболее влиятельной считают (см. об этом [Хилханова, 2008, с. 105–106]) теорию триггеринга М. Клайна [Clyne, 1967; Clyne, 1980; Clyne, 2003], в которой была выдвинута гипотеза о том, что слова, имеющие сходную форму и значение в двух языках, могут способствовать переключению с одного кода на другой, вызывать это переключение. К триггерам М. Клайн относит слова, содержащие т.н. «лексические трансферы (единицы, принадлежащие к одному стандартному языку, которые также стали частью лексикона говорящих на другом языке)», двуязычные омофоны и имена собственные. Гипотеза триггеринга получает развитие у М. Брёрса и К. де Бот, которые статистически проверили переключения кодов между голландским и марокканским арабским языками. По их наблюдениям, переключение кода «происходит не столько до, после или между словами-триггерами, сколько в рамках минимальной предикации (мини-

мальная предикация – это элементарное высказывание, содержащее только один основной глагол)» (цит по: [Хилханова, 2008, с. 105–106]).

Понятие «триггер» выделяется прежде всего на функциональном основании. Приведем также наблюдение о прецедентных именах в роли триггеров: «Отметим сразу же важное для всех частотных прецедентных имен свойство “запускать” механизм вычисления значения высказывания благодаря метонимическому “выхватыванию” типичных свойств ситуации и достраиванию необходимых слотов фрейма. Мы назвали эту функцию семантическим “триггером”. Иными словами, достаточно упомянуть хрустальную туфельку или часы, бьющие полночь во дворце, для того чтобы вызвать в памяти полный спектр ассоциаций и сам сценарий сказки» [Голубкина, 2017, с. 54]. В сравнительно-сопоставительных исследованиях понятие триггера используют даже применительно к морфемам, например, о компоненте латинского происхождения *super* пишут: «...локативная семантика префикса служит триггером, запускающим процессы метафорического переосмысления в современном английском языке» [Шкапенко, Шаповаленко, 2020, с. 161]. В лингвистической теории перевода подчеркивается, что именно триггер (как языковая единица) чаще всего берется во внимание при сопоставительном анализе текстов оригинала и перевода и что он может быть выражен не только словом, но и словосочетанием и предложением [Абаева, 2017, с. 7].

Триггером может быть любой знак, который связан с эмоциональным переживанием, поскольку затрагивает культурно-исторические, нравственные и другие ценности. Так, С.В. Курушкин замечает, что «сами по себе флаги и названия стран могут и не выступать в качестве триггеров (понимаемых нами как концентрированный и находящий свое отображение в тексте, сжатый в пространстве и времени контекст, активирующий цепочки ценностных ассоциаций у аудитории) <...>. Для того чтобы символический ресурс воздействия стал триггером, необходимо либо прямое надругательство над символом, что гарантированно вызовет осуждение, либо его навязчивое повторение, обеспечивающее установку необходимых ассоциаций у аудитории. Евровидение показывает нам, как воплощается в жизнь второй случай» [Курушкин, 2015, с. 156].

Важным для теории речевого воздействия считаем также наблюдение психологов о том, что триггер вызывает у человека такое эмоциональное состояние, которое предопределяет его невербальное поведение [Айсувакова, 2019]. Этот факт учитывается в копирайтинге: в работах по риторике «продающего» текста триггеры определяются как маркетинговые приемы влияния на аудиторию [Ухова, 2019, с. 199], психологические приемы, которые «мотивируют слушателя на конкретное действие здесь и сейчас» [там же, с. 203]. В исследованиях языка массмедиа выделяются сообщения-триггеры, главная задача которых не просто привлечь внимание, а «увлечь подписчика, заставить его перейти по ссылке, чтобы увеличить трафик на сайт основного ресурса», поэтому для таких сообщений характерны «тональность интимизации» и «тональность эпатажности», например: *Такого вы еще не видели! Посмотрите, как в Минске троллейбус проскользил в заносе 100 метров...* [Минчук, 2019, с. 192]. «Триггерами агрессивных комментариев, – по наблюдениям исследователей, – становятся как содержание самой новости, так и конфликтогенные слова и выражения, порождающие словесную перепалку под новостными публикациями» [Соловьева, Никаева, 2021, с. 567].

В литературоведении говорят о «сюжетных триггерах» и «событиях-триггерах», например: «Основным событием-триггером нарративного мимезиса в поэтических текстах Кондратьева можно назвать сюрреалистическую встречу с женщиной (женщиной-девочкой, бабочкой); временным триггером – утренние сумерки» [Горелов, 2021, с. 90]. Роль триггера выполняют создаваемые в произведении образы: «...отчего образуется субъектный триггер – детские образы» [там же, с. 89].

Таким образом, в соответствии с приведенными выше лингвистическими наблюдениями в роли триггера могут выступать единицы разной протяженности – от морфемы / слова до целостного фрагмента текста, что объясняется разными подходами к исследованию и разным материалом.

Поскольку исследователи пишут о триггерах не только вербальных, но и визуальных и аудиальных (например, в [Курушкин, 2015, с. 156]), применительно к нашему материалу считаем целесообразным говорить о *речевых триггерах* – высказываниях, способных в определенной конституации переключать внимание адре-

сата, вызывая у него такие ценностные ассоциации и эмоциональные переживания (как правило, травмирующего типа), которые могут способствовать переосмыслению того или иного события, явления и/или мотивировать его на совершение нужного адресанту действия, поступка. Полагаем, что речевой триггер – это один из приемов переключения внимания, лингвистический статус которого в дальнейшем требует более детального обоснования в аспекте соотношения с другими понятиями (речевое событие, речевая стратегия, речевая тактика, речевой жанр, риторический прием, прием эвокации, речевой конфликтоген и др.).

Н.Б. Руженцева, Н.Н. Кошкарлова, А.П. Чудинов рассматривают такие высказывания представителей власти, которые вызывают острую негативную реакцию общественности, репрезентированную в СМИ, и имеют прагматическую организацию [Руженцева, Кошкарлова, Чудинов, 2020]. В работе приводится типология этих высказываний (триггеры-мнения и триггеры-предложения) и дается общая характеристика высказываний – реакций на триггеры. Исследователи приходят к выводу, что триггеры можно трактовать как «диалогический жанр, признаками которого в дискурсе власти являются наличие адресанта (лица, работающего во властных структурах), индивидуального или группового адресата и аксиологического модуса» и что триггеры «соотносимы с определенным репертуаром речевых жанров» [там же, с. 99]. Понимание диалогической природы функционирования триггера важно для выбора методики его анализа.

Процедура декодирования речевого триггера

Термин «декодирование триггера» используется в монографии Ц.П. Короленко, посвященной описанию спектра психических переживаний. В ней он понимается как расшифровка «замаскированных посланий из бессознательного мира», появление которых активировано триггерами, т.е. раскрытие того, «что бессознательная система пытается нам сказать» [Короленко, Шпикс, Турчанинова, 2021, с. 20]. «Термин “триггер”, – отмечает автор книги, – подразумевает эмоционально нагруженное вербальное и/или физическое событие, которое активирует управляющий эмоциями модуль психической деятельности. Как правило, содержание триггера несет

бессознательно травмирующую природу, связанную с какой-то угрозой, что вызывает эмоциональную реакцию» [Короленко, Шпикс, Турчанинова, 2021, с. 159]. Но «триггеры могут активизировать не только состояния угрозы экзистенциального характера, но и состояния готовности к интенсивным положительным переживаниям позитивных эмоций [там же, с. 160]. Для нас важно также, что декодирование триггера возможно только тогда, когда он анализируется в связи с вызванной им реакцией» [там же]. Речевое событие, которое характеризуется появлением эмоциональной реакции на высказывание-триггер, может быть названо триггерным.

Опираясь на изложенные теоретические постулаты, под *декодированием речевого триггера* мы понимаем методику анализа целостного диалога, направленную на выявление смыслов высказываний и определение того высказывания, которое имеет интенцию вызвать у собеседника те или иные переживания, направленные на изменение ценностной картины мира и влияющие на его поведение. Эта методика подразумевает несколько этапов и включает разные типы анализов: контекстуальный анализ (предполагающий учет широкого контекста возникновения диалога), композиционный анализ структуры диалога, интенциональный анализ (определение коммуникативных намерений высказываний), лингвоидеологический анализ (выявление и интерпретация используемых в речи собеседников идеологем), эмотивный анализ текста (определение языковых / речевых единиц, выражающих эмоциональное переживание того или иного типа) и некоторые другие. На первом этапе определяется фрагмент речевого коммуникативного взаимодействия, который предстоит анализировать (пост в социальном сети и комментарий к нему; публикация в СМИ и комментарий к ней; диалогическое единство в форуме, интервью; диалог в комментариях и т.д.). Это не может быть отдельное высказывание / текст без вербализованной реакции на него, выражающей те или иные чувства и эмоции. Далее на втором этапе обозначаются основные элементы дискурса (адресант, адресат), характеризуется его тематическое содержание, связанное с возникновением триггерного события, определяются типы используемых собеседниками речевых актов / жанров и эксплицитно и/или имплицитно воплощенные в них интенции. На третьем этапе вычленяются различные знаки, реализующие механизм «запуска» эмоционального пережи-

вания у собеседника (катализаторы реакции), анализируется их прагматическая направленность и делается вывод о смысловой структуре триггерного высказывания, специфике его речевого оформления.

Роль речевого триггера в провокативном дискурсе

В лингвистике провокация определяется как коммуникативная стратегия – действие или совокупность действий, осуществляемых «с целью вызвать ответное действие / бездействие провоцируемого (ых)» [Козлов, Саженин, 2015, с. 143]. Отмечается также, что провоцирование является особым типом дискурса и обозначает «символическое представление (“показывание”) говорящим реально испытываемых или имитируемых эмоций, чувств, состояний с целью заразить ими собеседника и вызвать у него аналогичное внутреннее состояние, которое не соответствует его актуальному состоянию» [Степанов, 2003, с. 10], оно является разновидностью «психологического заражения» [Степанов, 2012, с. 14]. Другими словами, провокативная стратегия по своей сути манипулятивна.

Речевая провокация направлена на дестабилизацию эмоционального состояния адресата; получение в ответ какой-либо информации – как известной, так и неизвестной адресату («выпытывание» сведений); программирование адресата на определенное действие, которое необходимо или заранее известно провокатору [Иссерс, 2009, с. 93; Дзялошинский, 2017, с. 65; Соловьева, 2021, с. 230–231], в том числе на подстрекательство к изменению некоторого существующего положения [Третьякова, Перевезенцева, 2021, с. 189]. Речевые триггеры позволяют реализовать эти провокативные установки.

Важно, что существование провокации всегда определяется реакцией, катализатором которой может выступать как план содержания высказывания (диктумный компонент), так и план выражения (форма подачи информации) или же и то и другое [Козлов, Саженин, 2015, с. 144]. При этом «мишенью» провоцирования становятся аффективная сфера психики человека (его чувства и эмоции – «мишень» первого порядка) или когнитивная сфера, отвечающая за познавательные и мыслительные способности человека [Степанов, 2012, с. 16].

Представленные наблюдения о провокативном дискурсе ставят вопрос о соотношении понятий «провокативный / провокационный прием» и «речевой триггер». По нашим предварительным наблюдениям, *речевой триггер как способ реализации провокативной стратегии / тактики является разновидностью провокативного приема*, в котором используется «двойная» мишень [Степанов, 2012, с. 16] и в некоторых случаях даже «тройная» – в ее роли выступают и аффективная, и когнитивная, и мотивационно-волевая сфера адресата. Речевые триггеры создают предрасположенность к выбору нужного манипуляторам способа дальнейшего поведения. Покажем это на конкретном иллюстративном материале.

Результаты анализа речевого материала

Анализ собранного материала позволяет нам сделать следующие выводы об особенностях использования речевых триггеров в современной интернет-коммуникации.

1. Мишенями речевых триггеров выступают не только аффективная, но и когнитивная, и мотивационная сферы адресата.

Например, в группе ВК «Плохие новости» 21.10.2022 (в 2:20) был опубликован пост с заголовком-подводкой *В Госдуме захотели распространить срочную службу в армии на женщин*¹, в котором используется манипулятивный прием плюрализации мнений: мнение депутата А.В. Чепы², предложившего призывать россиян в армию, и поддержавшего его Ю.Н. Швыткина (информация из текста поста) преподносится как мнение многих. Это высказывание, с одной стороны, направлено на то, чтобы вызвать у подписчиков недовольство деятельностью Государственной думы как органа власти, с другой – стимулировать к обсуждению вопроса о самой возможности призыва женщин в армию (особенно ярко это намерение прослеживается в конце поста: *Поддерживаете такое*

¹ Здесь и далее речевой материал приводится в авторской редакции, с сохранением орфографии и пунктуации.

² Имена собственные не зашифровывались, т.к. речевой материал располагается в открытом доступе в публичной интернет-среде.

предложение), сдвигая возможное «Окно Овертона»¹ (сейчас женщины России в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 16 сентября 1999 г. № 1237 могут служить в армии лишь по собственному желанию, т.е. по контракту). Тем самым заголовок-триггер имеет т.н. двойную мишень воздействия. Об этом свидетельствуют реакции пользователей (свыше 190 комментариев на момент нашего просмотра (20.10.2022), большая часть из которых касается вопроса службы женщин в армии, а не вопроса введения в школы начальной военной подготовки, о котором также речь идет в посте), в том числе: *Поумнее то ничего больше не могли придумать??? А вот интересно жены или дочери тех, кто это придумал тоже пойдут на войну или это касается только нас, смертных??* (Наталья Девятова), *Госдума на себя и своих отпрысков пусть распространит срочную службу в армии, а не на женщин* (Ульяна Гаврилова); единичны позитивно-оценочные комментарии типа *Все правильно, давно пора* (Кирилл Иванов). Триггерное высказывание позволило увести разговор в сторону от проблемы введения в школах дисциплин, связанных с военной подготовки.

Интересно, что в обсуждении поста женщины не реагируют на провокационные реплики типа *тебя рожать никто не заставляет, это твоя личная хотелка*; ...судя по комментам бабы очкуют отдать долг родине). Это говорит о том, что не любое провокационное высказывание является триггером.

2. Триггерные высказывания могут провоцировать как отрицательные, так и положительные реакции.

Так, в группе ВК «Тревожные новости» 21.10.2022 (в 23.11) больше тысячи комментариев дано под постом:

«Алиментщики отдадут долг не только своим детям, но и Родине!»

Маргарита Симоньян заявила, что взяла у сочинских приставов списки должников по алиментам и отдала их в военкомат, после чего их всех мобилизовали!

¹ Окно Овертона (окно дискурса) – социологическая концепция существования рамок допустимого спектра идей и мнений в публичных высказываниях политиков и активистов в соответствии с бытующим общественным дискурсом.

Триггерность второго высказывания обусловлена тематически (самим описываемым поступком), а также паралогически – установлением недоказанных причинно-следственных связей между утверждаемой передачей списков и фактом мобилизации тех, кто в нем назван. Приведем некоторые ответные реплики на него: *Кто такая эта шкура? Что себе позволяет?* (Станислав Брежнев), *За чем, так?? Нехорошо, не дело это!! На войну!! Что за злость такая? Деньги важнее жизни. Есть нахалки такие* (Светлана Слуту) – негативно-оценочные, неодобрительные высказывания; *Это гениально 🍌🍌🍌 просто Bravo!* (Алена****), *Ну и правильно!!! Детей делают, а платить не хотят.. каждая женщина от этого страдает!!! Мы рождаем от них, от любви... а потом вопросы у них, а почему я должен..платить ...смешно!!! Делаем вместе, а растит одна* (Марина Раевская) – одобрительные высказывания. Некоторые высказывания последнего типа, в свою очередь, выступают как триггер для других – преимущественно мужских – комментариев. В результате происходит активное обсуждение поступка российской журналистки, ее личности, а не проблемы взыскания алиментов или вопросов мобилизации граждан.

3. Есть **речевые триггеры, которые специально создаются для «вброса» в комментарии нужной адресанту информации.** Например, высказывание *А о жителях Белгородской области кто подумает? Теперь люди на новых территориях первого сорта, а в остальной России второго* было «вброшено» 22.10.2022 под разными постами в ВК на официальной странице сайта Ria.ru («РИА Новости»): под ником Александра Николаевича оно дано под постом о прибытии эвакуированных из Херсонской области в Джанкой, под постом о гибели двух людей при обстреле г. Шебекино. И таких «насаждаемых» триггеров (условие – их повторение не менее трех раз) уже десятки – можно создавать словарь «триггеров-вбросов».

Исследователями замечено, что в массмедийном политическом дискурсе провокация осуществляется путем «вброса» неудобных тем для дискуссии, что позволяет осуществить «столкновение интересов господствующих взглядов и оппозиции» [Тиян, 2021, с. 126]. Это наблюдение раскрывает одну из технологий манипулятивного переключения внимания аудитории, в которой, по нашим наблюдениям, активно используются речевые триггеры:

они позволяют не только воздействовать на аффективную сферу личности, но и осуществлять «вбросы» информации, нужной акторам информационно-психологической войны.

4. Речевые триггеры направлены на реализацию разных коммуникативных установок, одной из которых является дестабилизация эмоционального состояния людей, о чем свидетельствует их языковое оформление. Например, в группе ВК «Тревожные новости» 13.10.2022 (в 13.11) опубликован пост, первое предложение которого является триггером, который запустил целую серию эмоционально-оценочных комментариев (более 1000 пользователей приняли участие в комментировании):

Ядерная атака против Украины вызовет не ядерный, но мощный военный ответ!

Об этом сообщил глава евродипломатии Жозеп Боррель.

Также подобное заявление сделал президент Эммануэль Макрон.

По его словам, Франция не будет применять ядерное оружие против России в случае, если та нанесет ядерный удар по Украине.

В восклицательной конструкции использован манипулятивный прием «программирующей номинации», бездоказательно констатирующий планы России по применению ядерного оружия против Украины и создающий в ее лице врага, обосновывающий использование «мощного военного ответа» (намек на дальнейшую эскалацию военных действий). В тексте внимание переключается с политики других стран в отношении с Россией на действия России. Речевой триггер дестабилизирует эмоциональное состояние: вызываемые и выраженные в комментариях чувства страха, негодования или сомнения у одних и радости у других приводят к речевым конфликтам среди пользователей и взаимным угрозам и оскорблениям, например:

Елена Нечаева. Наконец то с Россией будут считаться, привыкли за даром пользоваться чужими ресурсами! Если мы сейчас не выстоим в этом противостоянии, Россию уничтожат раз и навсегда!

Руслан Туймебаев. Елена, и кто же считается с Россией? Расхарачат твою ращку вместе с тобой и всем твоим родом.

Иллюстрируемый речевой триггер токсичен и не способствует экологичности коммуникации.

5. В некоторых случаях можно говорить **о несостоявшемся речевом триггере** – разновидности коммуникативной неудачи. Так, в группе ВК «НГС. НОВОСТИ. Красноярск» 15.10.2022 (в 9:45) был размещен пост:

В краевой полиции по-прежнему скрывают, что их сотрудники погибли на Украине. Хотя губернатор сказал это открыто.

Красноярский главк ссылается на государственную тайну.

Тема поста (гибель сотрудников полиции на Украине), смысловой повтор о сокрытии полицией информации (*скрывают, ссылается на государственную тайну*) и импликатура о неоднократности этого действия (*по-прежнему скрывают*) не вызывают обсуждение ситуации или поддержки автора, пост которого направлен на дискредитацию краевой полиции и переключение внимания с гибели людей на качество работы органов власти. Пользователи, наоборот, выводят его «на чистую воду», обнажая манипулятивность текста: *Они не скрывают, а дают комментарии* (Елена Елена), *Никто ничего не скрывает. Был прилет в распоряжение. Красноярский край усиливает работу полиции в Херсоне уже почти пол года. Зачем конспирацию устраивать!?* (Фонд ветеранов Афганистана – благодарность).

Заключение

Опираясь на изложенный теоретический материал и анализ иллюстративных источников, выделим следующие критерии идентификации речевого триггера в интернет-общении на социально-политические темы: это высказывание, которое 1) контекстуально переключает внимание с одного объекта обсуждения на другой, 2) содержательно апеллирует к социально-политическим событиям прошлого, не ушедшим еще из памяти адресата; 3) имеет ответные реакции, свидетельствующие об эмоциональном переживании и/или ценностном (пере)осмыслении полученной информации, в некоторых случаях – о наличии мотивации действовать нужным адресанту способом.

Речевые триггеры могут служить способом реализации прокативной стратегии и использоваться в качестве «вброса» ин-

формации, нужной актору информационно-психологической войны, выступая как часть ее технологии. Триггерные высказывания способны искажать образ реальности, вызывать негативные эмоциональные переживания и тем самым нарушать экологичность коммуникации.

Исследование речевых триггеров в разных аспектах (лингвопрагматическом, лингвоэкологическом и др.) позволит более детально описать механизм речевого воздействия, что чрезвычайно актуально в эпоху информационно-психологических противоборств. Раскрытие природы триггерных высказываний, механизма их воздействия может быть значимо для решения проблемы выявления и описания критериев экологичности / неэкологичности коммуникации.

Список литературы

- Абаева Е.С.* Единица перевода при работе с юмористическим эффектом // Вестник Челябинского государственного университета. – 2017. – № 6(402), вып. 106. – С. 5–11.
- Авахчева И.А.* «За» и «против» использования иноязычных заимствований в переводе // Индустрия перевода = Translation Industry : материалы IX междунар. науч. конф. (Пермь, 5–7 июня 2017 г.). – Пермь : Изд-во ПНИПУ, 2017. – С. 73–78.
- Айсувакова Т.П.* Теоретические основы взаимосвязи вербальных и невербальных средств общения в межличностной коммуникации // Педагогический вестник. – 2019. – № 8. – С. 12–14.
- Анумян К.С., Цинь Мэн.* Эмотикема как триггер в формировании деструктивного текста // Медиалингвистика : материалы VI международной научной конференции / науч. ред. Л.Р. Дускаева ; отв. редактор А.А. Малышев. – Санкт-Петербург : Медиапир, 2022. – Вып. 9. – С. 351–355.
- Варнаева А.Е.* Русское общество и иностранные слова // Вестник экономической безопасности. – 2021. – № 2. – С. 330–335.
- Голубкина Е.Е.* Фрейм как инструмент анализа семантики блендов (на материале единиц типа Cinderella) // Язык, сознание, коммуникация : сб. статей / отв. ред. серии В.В. Красных, А.И. Изотов. – Москва : МАКС Пресс, 2017. – Вып. 57. – С. 51–57.
- Горелов О.С.* Сюрреалистический тезаурус в поэзии В. Кондратьева: логика и способы объективации сюрреалистического высказывания // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. – 2021. – Т. 43, № 1. – С. 89–96.
- Дзялошинский И.М.* Провокация в системе коммуникативных технологий // Коммуникации. Медиа. Дизайн. – 2017. – № 2, Т. 2. – С. 62–81.
- Иссерс О.С.* Стратегия речевой провокации в публичном диалоге // Русский язык в научном освещении. – 2009. – № 2(18). – С. 92–104.

- Кирилочев О.О., Умерова А.Р. Триггеры неблагоприятных лекарственных явлений в психиатрии как инструмент повышения безопасности фармакотерапии // Уральский медицинский журнал. – 2019. – Вып. 12. – С. 72–180.
- Козлов А.Е., Саженин И.И. Провокативный дискурс как объект лингвистического анализа // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. – 2015. – № 5. – С. 142–155.
- Короленко Ц.П., Шникс Т.А., Турчанинова И.В. Спектры психических переживаний: норма и патология : монография / под науч. ред. Ц.П. Короленко. – Новосибирск : Немо Пресс, 2021. – 284 с.
- Кузнецова М.В., Зайцева И.Н. Манипулирование с помощью психологических триггеров // Актуальные проблемы конфликторазрешения в современном мире: от теории к практике. – Курск : Юго-Западный государственный университет, 2021. – С. 89–92.
- Куницкова М.О. Метаязыковая активность адресата языковой игры в диалогах искусственных билингвов // Филологический класс. – 2022. – Т. 27, № 1. – С. 101–111.
- Курушкин С.В. Ценностные триггеры как механизм политизации массовой культуры (на примере конкурса песни Евровидение-2014) // Наука и бизнес: пути развития. – 2015. – № 11(53). – С. 155–160.
- Минчук И.И. Фатика в дискурсе публик-аккаунтов информационных ресурсов в мессенджере // Медиа в современном мире. 58-е Петербургские чтения : сб. материалов Международного научного форума : в 2 т. / отв. ред. В.В. Васильева. – Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского государственного университета, 2019. – Т. 2. – С. 190–192.
- Павлова В.О. Использование слов-триггеров в рекламных медиатекстах // Материалы и методы инновационных научно-практических исследований и разработок : сб. статей Международной научной-практической конференции. – Уфа : Омега Сайнс, 2019. – С. 119–124.
- Пивоварчик Т.А., Минчук И.И. Lol-трасянка: на каком языке шутят белорусские сетевые сообщества? // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. – 2021. – Т. 25, № 2. – С. 87–99.
- Руженцева Н.Б., Кошкарлова Н.Н., Чудинов А.П. Триггеры в дискурсе власти и их отражение в СМИ // Язык и культура. – 2020. – Вып. 50. – С. 99–114. – URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000723860>
- Соколова О.В. Война и язык в итальянском футуризме, русском кубофутуризме и британском вортицизме (когнитивно-дискурсивный подход) // Критика и семиотика. – 2019. – № 2. – С. 229–248.
- Соловьева А.В., Никаева Т.М. Конфликтогены, вызывающие речевую агрессию у читателей в интернет-текстах (на примере новостных пабликов Инстаграм) // АММОСОВ-2021 : сб. материалов научно-практической конференции студентов СВФУ. – Якутск : Изд-во Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова, 2021. – С. 567–570.
- Соловьева Е.В. Политическая провокация как коммуникативная стратегия (на примере текстов парламентских дебатов в Бундестаге) // Языки и культуры:

- функционально-коммуникативный и лингвопрагматический аспекты : сб. статей по материалам II международной научно-практической конференции, посвященной памяти С.Г. Стерлигова. – Нижний Новгород : Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 2021. – С. 230–235.
- Степанов В.Н.* К вопросу об эмоциогенной коммуникации // Иностранные языки в высшей школе. – 2012. – Вып. 1(20). – С. 11–31.
- Степанов В.Н.* Провокативный дискурс социально-культурной коммуникации. – Санкт-Петербург : Роза мира, 2003. – 263 с.
- Степанов В.Н.* Провоцирование в рекламной коммуникации // Организационная психоллингвистика. – 2019. – № 2(6). – С. 45–61.
- Терских М.В.* Отношение аудитории к провокационной рекламе: критерии оценки коммуникативной эффективности // Неофилология. – 2020. – Т. 6, № 21. – С. 201–212. – DOI: 10.20310/2587-6953-2020-6-21-201-212
- Тяня Л.Е.* Идеологическое провоцирование как тип коммуникативного действия в медийном политическом дискурсе // За нами будущее: взгляд молодых ученых на инновационное развитие общества : сб. науч. статей Всероссийской молодежной научной конференции : в 4 т. – Курск : Юго-Западный государственный университет, 2021. – Т. 2. – С. 125–129.
- Третьякова Т.П., Перевезенцева Е.В.* К вопросу об определении провокативного дискурса // Языковой дискурс в социальной практике : материалы Международной научно-практической конференции. – Тверь : Изд-во Тверского гос. ун-та, 2021. – С. 189–194.
- Ухова Л.В.* Риторические основы «продающего» выступления // Медиариторика и современная культура общения: наука – практика – обучение : сб. статей XXII международной научной конференции / отв. редактор В.И. Аннушкин. – Москва : Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, 2019. – С. 199–204.
- Хилханова Э.В.* Некоторые психоллингвистические факторы в механизме переключения кодов (на примере бурятско-русского двуязычного дискурса) // Вестник ЧитГУ. – 2008. – № 5(50). – С. 102–110.
- Шаховский В.И.* Эмотивная лингвоэкология: комплексный подход к изучению языка, речевой деятельности и человека // Вопросы психоллингвистики. – 2014. – № 1(19). – С. 13–21.
- Шкапенко Т.М., Шаповаленко Е.В.* Семантико-прагматическая эволюция префикса латинского происхождения *super* (по данным польского и английского языков) // Научный диалог. – 2020. – № 2. – С. 161–177. – DOI: 10.24224/2227-1295-2020-2-161-177. – URL: <https://www.nauka-dialog.ru/jour/article/view/165/72>
- Экология русского языка. Словарь лингвоэкологических терминов / авт.-сост. д-р филол. наук, проф. А.П. Сковородников. – Москва : Флинта : Наука, 2017. – 384 с.
- Яренчук Е.Э., Чаплыгина Е.В.* Концепт деньги как триггер коммуникативного саботажа (на материале интернет-интервью) // Вестник Воронежского государственного университета. Серия Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2021. – № 4. – С. 56–63.

- A concise etymological dictionary of the English language / ed. by W. Skeat Walter. – Oxford : Oxford University Press, 1967. – 688 p.
- Cambridge dictionary. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/trigger> (дата обращения 07.09.2022).
- Clyne M. Dynamics of language contact: English and immigrant languages. – Cambridge : Cambridge University Press. – 2003. – 282 p.
- Clyne M. Transference and triggering. Observations on the language assimilation of postwar German-speaking migrants in Australia. – The Hague : Martinus Nijhoff, 1967. – 149 p.
- Clyne M. Triggering and language processing // Canadian Journal of Psychology. – 1980. – Vol. 34(4). – P. 400–406.
- Online etymology dictionary. – URL: https://www.etymonline.com/search?q=trigger&ref=searchbar_searchhint (дата обращения 07.09.2022).
- Richo D. Triggers: how we can stop reacting and start healing. – Boulder : Shambhala, 2019. – 200 p.

References

- Abaeva, E.S. (2017). Unit of translation when working with a humorous effect. *Bulletin of Chelyabinsk State University*, 6 (402), 5–11.
- Avkhacheva, I.A. (2017). “For” and “against” the use of foreign language borrowings in translation. *Translation Industry: materials of the IX International Scientific Conference* (pp. 73–78). Perm : PNIPU.
- Aysuvakova, T.P. (2019). Theoretical foundations of the relationship between verbal and nonverbal means of communication in interpersonal communication. *Pedagogical Bulletin*, 8, 12–14.
- Anumyan, K.S., Qin Meng. (2022). Emotiveme as a trigger in the formation of destructive text. *Media Linguistics: proceedings of the VI International Scientific Conference*, 9, 351–355.
- Varnaeva, A.E. (2021). Russian society and foreign words. *Bulletin of Economic Security*, 2, 330–335. DOI 10.24412/2414-3995-2021-2-330-335
- Golubkina, E.E. (2017). Frame as a tool for analyzing the semantics of blends (based on the material of Cinderella type units). *Language, consciousness, communication: collection of articles*, 57, 51–57.
- Gorelov, O.S. (2021). Surrealist thesaurus in V. Kondratiev’s poetry: logic and methods of objectification of surrealist utterance. *Scientific Notes of Petrozavodsk State University*, 43(1), 89–96. DOI: 10.15393/uchz.art. 2021.561
- Dzyaloshinsky, I.M. (2017). Provocation in the system of communicative technologies. *Communications. Media. Design*, 2(2), 62–81.
- Issers, O.S. (2009). Strategy of speech provocation in public dialogue. *Russian language in scientific coverage*, 2(18), 92–104.
- Kirilochev, O.O., Umerova, A.R. (2019). Triggers of adverse drug phenomena in psychiatry as a tool for improving the safety of pharmacotherapy. *Ural Medical Journal*, 12, 172–180.

- Kozlov, A.E., Sazhenin, I.I. (2015). Provocative discourse as an object of linguistic analysis. *Bulletin of Novosibirsk State Pedagogical University*, 5, 142–155. DOI: 10.15293/2226-3365.1505.13
- Korolenko, Ts.P., Shpiks, T.A., Turchaninova, I.V. (2021). *Spectra of mental experiences: norm and pathology*. Novosibirsk: Nemo Press LLC.
- Kuznetsova, M.V., Zaitseva, I.N. (2021). Manipulation with the help of psychological triggers. *Actual problems of conflict resolution in the modern world: from theory to practice* (pp. 89–92). Kursk: Yugo-Zapadny gosudarstvenny universitet.
- Kunshchikova, M.O. (2022). Metalanguage activity of the addressee of the language game in the dialogues of artificial bilinguals. *Philological class*, 27 (1), 101–111.
- Kurushkin, S.V. (2015). Value triggers as a mechanism of politicization of mass culture (on the example of the Eurovision Song Contest 2014). *Science and business: ways of development*, 11(53), 155–160.
- Minchuk, I.I. (2019). Fatika in the discourse of public accounts of information resources in the messenger. *Media in the modern world. 58 th St. Petersburg Readings: collection of materials of the International Scientific Forum*, 2, 190–192.
- Pavlova, V.O. (2019). The use of trigger words in advertising media texts. *Materials and methods of innovative scientific and practical research and development: collection of articles of the International Scientific and Practical Conference* (pp. 119–124). Ufa: Omega-Sains.
- Pivovarchik, T.A., Minchuk, I.I. (2021). Lol-trasyanka: in what language do Belarusian network communities joke? *Philological sciences*, 25(2), 87–99. DOI 10.18522/1995-0640-2021-2-87-99
- Ruzhentseva, N.B., Koshkarova, N.N., Chudinov A.P. (2020). Triggers in the discourse of power and their reflection in the media. *Language and culture*, 23, 99–114. Retrieved from <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000723860>
- Sokolova, O.V. (2019). War and language in Italian futurism, Russian Cubo-futurism and British Vorticism (cognitive-discursive approach). *Criticism and Semiotics*, 2, 229–248.
- Solovieva, A.V., Nikaeva, T.M. (2021). Conflictogenic, causing verbal aggression in readers in Internet texts (on the example of Instagram news publications). *Collection of materials of the scientific and practical conference of NEFU students* (pp. 567–570). Yakutsk: Publishing House of the North-Eastern Federal University named after M.K. Ammosov.
- Solovieva, E.V. (2021). Political provocation as a communicative strategy (on the example of texts of parliamentary debates in the Bundestag). In: *Languages and cultures: functional-communicative and linguopragmatic aspects* (230–235). Nizhny Novgorod: Nizhegorodsky gosudarstvenny universitet im. N.I. Lobachevskigo.
- Stepanov, V.N. (2012). On the question of emotionogenic communication. *Foreign languages in high school*, 1(20), 11–31.
- Stepanov, V.N. (2003). *Provocative discourse of socio-cultural communication*. Saint-Petersburg: Rosa Mira.
- Stepanov, V.N. (2019). Provocation in advertising communication. *Organizational psycholinguistics*, 2(6), 45–61.

- Terskikh, M.V. (2020). Audience attitude to the provocative advertising: criteria for assessing communicative effectiveness. *Neophilology*, 6(21), 201–212. DOI: 10.20310/2587-6953-2020-6-21-201-212
- Tiyan, L.E. (2020). Ideological provocation as a type of communicative action in media political discourse. In: *The future is ours: a view of young scientists on the innovative development of society* (pp. 125–129). Kursk: Yugo-zapadny gosudarstvenny universitet.
- Tretyakova, T.P., Perevezentseva, E.V. (2021). On the definition of provocative discourse. In: *Language discourse in social practice: materials of the International Scientific and Practical Conference* (pp. 189–194). Tver: Izdatelstvo Tverskogo gosudarstvennogo universiteta.
- Ukhova, L.V. (2019). Rhetorical foundations of the “selling” speech. In: *Media rhetoric and modern communication culture: science-practice-training. Collection of articles of the XXII International Scientific Conference* (pp. 199–204). Moscow: Gosudarstvenny institute russkogo yazyka im. A.S. Pushkina.
- Hilkanova, E.V. (2008). Some psycholinguistic Factors in the mechanism of code switching (on the example of Buryat-Russian bilingual discourse). *Bulletin of CHITSU*, 5(50), 102–110.
- Shakhovsky, V.I. (2014). Emotive linguo-ecology: a complex approach to the study of language, speech activity and human being. *Questions of psycholinguistics*, 1(19), 13–21.
- Shkapenko, T.M. (2020). Semantic and pragmatic evolution of the prefix of Latin origin super (according to the Polish and English languages). *Scientific Dialogue*, 2, 161–177. DOI: 10.24224/2227-1295-2020-2-161-177. Retrieved from: <https://www.nauka-dialog.ru/jour/article/view/165/72>
- Skovorodnikov, A.P. (ed.). (2017). *Ecology of the Russian language. Dictionary of linguoecological terms*. Moscow: Flint Nauka.
- Yarenchuk, E.E., Chaplygina, E.V. (2021). The concept of money as a trigger of communicative sabotage (based on the material of an Internet interview). *Bulletin of the Voronezh State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 4, 56–63.
- Skeat, W.W. (ed.) (1967). *A concise etymological dictionary of the English language*. Oxford: Oxford University Press.
- Cambridge Dictionary. Retrieved from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/trigger>
- Clyne, M. (2003). *Dynamics of language contact*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Clyne, M. (1967). *Transmission and triggering: observations on the linguistic assimilation of post-war German-speaking migrants to Australia*. The Hague: Martinus Nijhoff.
- Clyne, M. (1980). Triggering and language processing. *Canadian Journal of Psychology*, 34, 400–406. DOI: <https://doi.org/10.1037/h0081102>
- Online Etymology Dictionary (2022). Retrieved from https://www.etymonline.com/search?q=trigger&ref=searchbar_searchhint
- Richo, D. (2019). *Triggers: how we can stop reacting and start healing*. Boulder: Shambhala.