

Стратегии провокативного ролевого поведения участников интернет-коммуникации

Научный руководитель – Солодухо Александр Сергеевич

Лозовский Александр Валерьевич

Аспирант

Белорусский государственный университет, Факультет философии и социальных наук,
Кафедра психологии, Минск, Беларусь
E-mail: lozovskiy.1992@mail.ru

В наиболее общем смысле провокация - это «действие одной стороны, направленное на вызов прогнозируемой и выгодной для нее реакции другой стороны» (Дмитриев, 2017, с. 27) [1]. С точки зрения социальной психологии провокация является социальным актом, который, в зависимости от мотивов и целей актора, способен привести провоцируемого как к деструктивным последствиям, так и к конструктивным результатам, выступая при этом в качестве стимула [5].

Понятие «провокативности» было интегрировано в тезаурус социальной психологии в контексте исследования феномена художественной провокации [4], после чего получило развитие в рамках концепции «провокативной педагогики» [2]. Появление нового термина было обусловлено новыми описательными задачами, с которыми столкнулись русскоязычные исследователи провокации как социального феномена: если устоявшееся понятие «провокационный» в первую очередь указывает на то, что рассматриваемый социальный акт обладает качествами, потенциально способными вызвать у реципиента определенную реакцию (независимо от того, стремился ли актер к подобному результату или нет), понятие «провокативный» констатирует, что рассматриваемый социальный акт был совершен провокатором намеренно, и что с его помощью провокатор стремился добиться определенных, заранее ожидаемых результатов. Намеренность либо ненамеренность провокационных действий актора при этом может быть установлена исходя из специфики его поведения в контексте ситуации в целом, включая те акты, которые последовали за предполагаемым провокативным актом [3].

Под провокативным ролевым поведением мы подразумеваем намеренное поведение актора, которое, в соответствии с его социальной ролью (и связанной с ней коммуникативной ролью в контексте рассматриваемой речевой ситуации), направлено на вызов у реципиента определенной, заранее ожидаемой актором реакции. Несмотря на то, что к приемам провокативного поведения в условиях интернет-коммуникации прибегают носители различных социальных ролей (включая звезд шоу-бизнеса, блогеров, рекламных агентов, политических агитаторов и др.), наиболее характерным оно является для участников обсуждений, придерживающихся коммуникативной роли «интернет-тролля», в рамках которой авторы провокативных сообщений стремятся вызвать у собеседников раздражение и интенсивные негативные эмоции в целях собственного развлечения [6].

В результате исследования цепочек комментариев пользователей новостного веб-ресурса TUT.by и новостных пабликов социальной сети «ВКонтакте» (выборка включает в себя 1195 текстовых фрагментов и 1803 текстовых фрагмента соответственно) с применением методов дискурс-анализа и контент-анализа нами было выделено четыре вида провокативных приемов категории «Активная агрессия» (оскорбление; высмеивание; выражение спорного мнения; фамильярное и недружелюбное обращение), семь видов приемов категории «Пассивная агрессия» (противоречие собеседнику; подкрепление собственной позиции; форсированное поддержание смысловой линии диалога; обвинение собеседника в

неэтичном поведении; приглашение к действию; требование доказательств; демонстративное игнорирование вопроса собеседника) и пять видов приемов категории «Поддерживающее поведение» (подкрепление позиции идейного союзника; противодействие общему оппоненту - в т.ч. посредством оскорбления, высмеивания и обвинения; самоирония; ироническое противоречие идейному союзнику; использование языка, незнакомого общему оппоненту).

В то время как приемы категории «Активная агрессия» призваны продемонстрировать объекту речевой провокации враждебность отправителя (чаще всего они используются в качестве «наступательных»), приемы категории «Пассивная агрессия» способны вызвать у собеседника ощущение фрустрации даже если отправитель преподносит их в вежливой форме (обычно они используются в качестве «оборонительных»). В свою очередь, приемы категории «Поддерживающее поведение» зачастую используются в случаях, когда провокатор стремится вызвать у идейного оппонента ответную речеповеденческую реакцию путем поддержки мнения идейного союзника, подкрепления его позиции аргументами либо одобрения его действий.

На основании дискурс-анализа цепочек комментариев, представленных в виде набора провокативных речевых приемов, использованных в данных комментариях, нами было выделено четыре стратегии провокативного ролевого поведения, к которым прибегают пользователи русскоязычных новостных веб-ресурсов и новостных пабликов социальных сетей: «Агрессивная атака» (с минимальным сбором информации о собеседнике; в этом случае провокаторы преимущественно прибегают к приемам категории «Активная агрессия»), «Сбор информации» (с минимальным количеством интенсивных агрессивных выпадов; в этом случае преимущественно используются приемы категории «Пассивная агрессия»), «Чередование агрессивных атак со сбором информации» (переключение с вербальной атаки на аргументированный диалог и обратно; приемы упомянутых выше категорий используются примерно в равных пропорциях) и «Сбор информации, завершающийся агрессивной атакой» (продолжительный сбор информации обеспечивает пользователя материалом о собеседнике, который используется при дальнейшей вербальной атаке на последнего; при этом продолжительное использование приемов категории «Пассивная агрессия» завершается предположительно неожиданным для оппонента использованием приемов категории «Активная агрессия»).

Тенденция участников интернет-коммуникации к использованию каждой из четырех приведенных выше стратегий провокативного ролевого поведения была зафиксирована нами как в секции комментариев новостного веб-ресурса TUT.by, так и в секции комментариев новостных пабликов социальной сети «ВКонтакте».

Источники и литература

- 1) Дмитриев А.В., Сычев А.А. Провокация: социофилософские очерки. Монография. М., 2017.
- 2) Енин А.В. «Вредные игры»: основы провокативной педагогики. Воронеж, 2006.
- 3) Лозовский А.В. Атрибуция провокативного намерения пользователями публичной интернет-коммуникации как психологическая проблема // Сборник научных прац Акадэміі паслядыпломнай адукацыі. Вып. 16. Минск, 2018. С. 147-157.
- 4) Морозова Е.А. Социально-психологическое исследование художественной провокативности (на примере современного авангардного искусства). Дисс. ... канд. психол. наук. М., 2005.
- 5) Тумский С.В. Положительная провокация в социокультурной сфере. Отличие положительной провокации от отрицательной // Социодинамика. 2018. №9. С. 27-39.

- 6) Филипс У. Трололо: Нельзя просто так взять и выпустить книгу про троллинг. М., 2016.