

# ЭСТЕТИКА И ФИЛОСОФИЯ КУЛЬТУРЫ

УДК 130.2:004.032.6 + 008 + 004.77:82-7

Л. Ф. Гайнуллина  
А. М. Сафина

## **ТРОЛЛИНГ КАК ФОРМА ПРОЯВЛЕНИЯ ИРОНИИ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ: ФИЛОСОФСКИЙ И КУЛЬТУРНО-АНТРОПОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ**

Статья посвящена иронии как философской категории, указывающей на специфическое отношение к миру, суть которого заключается в имплицитном непринятии реальности при эксплицитном ее принятии и одобрении. Цель исследования — показать, каким образом ирония в ее философском понимании реализуется в процессе онлайн-коммуникации. Опираясь на историко-логический и герменевтический подходы, авторы исследуют специфические черты иронии в интернет-пространстве, одной из доминирующих форм проявления которой выступает троллинг. Подчеркивается, что троллинг вскрывает антиномичный характер интернет-коммуникации и заставляет усомниться в претензии онлайн-сферы быть пространством полноценных социальных взаимодействий, заставляя рассматривать ее как пародию на самое себя. Тем самым троллинг осуществляет аксиологическую дискредитацию и метафизическое отрицание онлайн-активизма.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** ирония, Интернет, коммуникация, онлайн-общение, троллинг, закон По.

Ирония представляет собой сложное полиструктурное понятие: это и речевой троп и/или риторический прием, а также эвристический прием, и специфический эстетический вид рефлексии, и особый способ существования. Традиционно иронии характеризуют как обнаружение смысла через нечто ему противоположное. Приведем достаточно объемную, но точно выражающую значение данного феномена цитату из работы А. Ф. Лосева и В. Н. Шестакова: «Ирония возникает тогда, когда я, желая сказать “нет”, говорю “да”, и в то же время это “да” я говорю исключительно для выражения и выявления моего искреннего “нет”. Представим себе, что тут есть только первое: я говорю “да”, а на самом деле думаю про себя “нет”. Естественно, что это будет только обманом, ложью. Сущность же иронии заключается в том, что я, говоря “да”, не скрываю своего “нет”, а именно выражаю,

выявляю его. Мое “нет” не остается самостоятельным фактом, но оно зависит от выраженного “да”, нуждается в нем, утверждает себя в нем и без него не имеет никакого значения» [11, 326–327].

Интерес к категории иронии возникает еще в античной философии в работах Платона, Аристотеля, Демосфена, Цицерона, Квинтилиана, Плутарха, однако здесь преобладало понимание иронии как риторического приема и фигуры речи. В трудах же представителей немецкого романтизма (Ф. Шлегеля, А. Мюллера, К. В. Ф. Зольгера) на первый план выходит философский (эстетический и этический) аспект этого феномена. В философии Ф. Шлегеля понятие иронии занимает центральное место и собственно впервые приобретает статус философской категории. Именно философию Ф. Шлегель считает родиной иронии.

Понимаемая в философском ключе, ирония указывает на имплицитное неприятие реальности, лишение ситуации статуса действительности, законности и серьезности при эксплицитном (демонстрируемом) ее принятии и одобрении. Наиболее ярким примером иронии в ее философском аспекте является сократовская ирония, которая ассоциируется не только и не столько с эвристическим методом греческого философа, а — в качестве экзистенциального принципа — с личностью самого мыслителя. В связи с этим особый интерес представляют размышления об иронии С. Кьеркегора, и прежде всего его диссертация «Понятие иронии, рассмотренное с постоянным обращением к Сократу». Объясняя суть иронии на примере Сократа, философ говорит, что ее нужно рассматривать не только как специальный познавательный прием афинского мыслителя, как это традиционно принято в истории философии. Кьеркегор характеризует иронию Сократа как бесконечную абсолютную отрицательность: отрицательность — потому что она только отрицает, не предлагая, не создавая ничего взамен, бесконечную — потому, что отрицает не просто тот или иной феномен, а всю современную ему действительность [10, 178]. По Кьеркегору, ироничным было отношение Сократа ко всему греческому укладу жизни и системе ценностей: «вся субстанциональная жизнь, вся “греческость” перестала быть законной для Сократа, вся существующая действительность была для него недействительной... *он предоставил существующее самому себе и тем самым заставил его погибнуть* (курсив наш. — Л. Г., А. С.)» [Там же, 183–184]. Но, с другой стороны, уничтожая «греческость», он использовал иронию. Его поведение по отношению к ней всегда было ироническим [Там же, 180].

Поскольку в задачу авторов не входит подробное историко-философское изучение эволюции категории иронии, приоритетным методом исследования является логический, а не исторический подход. Изучение троллинга как коммуникативного феномена осуществляется в рамках теории коммуникации, культурной антропологии и культурологии. В то же время анализ троллинга как формы иронии, специфичной для сетевой культуры, необходимо выводит исследование в поле философского дискурса. С позиции философской рефлексии феномены иронии и троллинга предстают уже не как маргинальные коммуникативные практики, но как значимые социокультурные феномены, позволяющие диагностировать состояние современного общества.

Заметим, лингвистическо-коммуникативное понимание иронии (ирония как речевой троп), культурно-антропологическое понимание (ирония и троллинг как культурные практики) и ее философское понимание (ирония как специфическое отношение к миру) не исключают друг друга, а дополняют. Указанное единство трех аспектов иронии реализуется в феномене коммуникативного действия как вида социального взаимодействия. При этом фактором, который определяет специфику коммуникативных взаимодействий в современном мире, является развитие инфокоммуникационных технологий и преобладание онлайн-общения. В современной отечественной и зарубежной науке достаточно много исследований, посвященных иронии как риторическому приему, используемому при онлайн-коммуникации (см., например, [5, 13, 17, 18, 21–23]). Отталкиваясь от лингвистическо-коммуникативного аспекта иронии, в данной статье авторы ставят перед собой цель показать, каким образом в онлайн-сфере реализуется *философский* аспект данного феномена.

Особенности феномена иронии в Интернете обусловлены спецификой самой онлайн-коммуникации [9, 16]. К отличительным чертам последней относятся:

- экстерриториальность;
- анонимность пользователей;
- интерактивность;

– пунктирный характер коммуникации (онлайн-коммуникация не является непрерывной, она может приостанавливаться и возобновляться; поскольку форумы модерированы, то администратор может удалить некоторые комментарии, поэтому вновь присоединившиеся участники не всегда владеют «полной картиной» диалога);

– наличие формальных правил коммуникации, которые выполняют цензурную функцию (например, запрет на нецензурные выражения, пропаганду экстремизма, терроризма и т. д.).

Последний фактор вынуждает участников форума искать пути обхода установленных правил. Чаще всего для этой цели используется непрямо́ная коммуникация [6], разновидностью которой является ирония [14]. Последняя позволяет пользователю обходить «цензуру», формально соблюдая все правила и не рискуя быть изгнанным из форума.

Вследствие указанных особенностей, во-первых, иронию в онлайн-коммуникации не всегда можно распознать и «уловить». В живом общении распознать ироничный характер высказывания, как правило, не представляет трудности. Знание контекста высказывания, личности автора (пол, возраст, мировоззрение, образование и т. д.), косвенные невербальные признаки (мимика, жесты, интонация) — все это позволяет достаточно точно определить, следует ли понимать высказывание в прямом, буквальном смысле или же оно содержит скрытую насмешку, игру слов и смыслов. В силу того что указанные сопутствующие факторы коммуникации отсутствуют в онлайн-общении, идентифицировать иронию как иронию и отграничить ее от серьезного высказывания становится зачастую невозможным.

Во-вторых, ироничный эффект в интернет-пространстве может возникать в некоторых случаях почти произвольно. Так, исследователь А. Санина

указывает, что «ирония возникает как эхо, в результате отсылки к тому, что уже было сказано раньше, в новом контексте» [15, 83–84]. Будучи помещенным в иной контекст (другой сетевой ресурс, другая подборка пабликов на личной странице пользователя, другая ситуация), сообщение (пост, музыка, видео и т. д.) сталкивается, соотносится с иными культурными пластами и кодами и в результате такого соотнесения обнаруживает самые неожиданные смыслы. Так, один из авторов «Живого журнала» недоумевал по поводу того, что один из его «фрэндов» (виртуальных друзей) состоит одновременно и в виртуальном сообществе поклонников творчества И. Бродского, и в фан-группе популярного исполнителя Ф. Киркорова. Очевидно, что соседство двух столь разнородных культурных пластов заставляет подозревать «второе дно», какой-то скрытый смысл в каждом из них. В результате смены контекста и многократного «шеринга» и «репоста» возникает эффект культурного «эха» (многократного повторения), искажающего изначальный смысл любого произведения, высказывания, поста. Это и порождает их ироничное восприятие.

Кроме того, в пространстве сетевой культуры любое произведение, высказывание, пост и т. д. обрастают бесконечным количеством комментариев и интерпретаций, ни одна из которых не может претендовать на преимущество относительно других. В контексте интернет-коммуникации любое произведение, пост начинают восприниматься как неоднозначные, амбивалентные. Поэтому, будучи участником онлайн-коммуникации, конкретный пользователь всегда смотрит на предмет обсуждения не только с собственной позиции, но и с позиции других пользователей, то есть держит в уме другие интерпретации. Участник онлайн-общения словно перестает быть хозяином в собственном «доме»: его собственная позиция по поводу того или иного произведения перестает быть однозначной и априори авторитетной для него самого. Участник онлайн-коммуникаций рискует превратиться в расщепленного децентрированного субъекта, который психологически дистанцирован как от предмета обсуждения, так и от собственных эмоций по поводу него. А. Санина видит в этом еще один возможный источник иронического отношения: «...ситуация считается иронической, если она задумана как имеющая бикогерентную структуру и вызывает соответствующие формы эмоций. Другими словами, чувство иронии формируется посредством нашего восприятия с учетом восприятия, происходящего со стороны других людей, которое мы легко можем наблюдать, например в собственной френдленте» [Там же, 84].

Учитывая вышесказанное, можно вывести еще одну особенность феномена иронии в интернет-среде. В силу невозможности ее четкой дифференциации и «прямого» схватывания (однозначного определения ситуации или высказывания как ироничных) в Интернете ирония приобретает потенциально тотальный характер. Иными словами, в онлайн-сфере невозможно провести четкую границу между серьезно-однозначным, буквальным содержанием какого-либо феномена, высказывания и их ироничным толкованием. Почти любое высказывание, фото, пост могут быть поняты как имеющие ироническое содержание, даже если изначально такового не подразумевалось самим автором. Эта закономерность является

следствием так называемого закона По<sup>1</sup>. Основную идею этого закона предложил в 2005 г. Натан По в процессе дискуссии по вопросу о креационизме на одном из англоязычных христианских форумов. В первоначальной формулировке этот закон звучит следующим образом: «Без смайлика или другого явного обозначения юмора совершенно невозможно пародировать креационистов таким образом, чтобы кто-нибудь не принял это за искренние убеждения» [7].

Пользователь Том Чиверс в 2009 г. привел более широкую формулировку: «Невозможно создать пародию на экстремизм или фундаментализм без явного указания, что это пародия, чтобы не нашелся человек, который принял бы все за правду» [Там же]. При этом, заметим, что если наличие специального значка «смайлик» [22] или прямое указание (например, в англоязычном Интернете буквально пишут «Здесь действует закон По») указывают на необходимость понимать некоторые высказывания иронически, то их отсутствие не исключает иронического подтекста, не означает, что высказывание или ситуацию нужно понимать буквально. Получается, что в ситуации анонимной коммуникации, коммуникативного «эха» (смены контекста ситуации или высказывания) становится невозможно однозначно распознать иронию. Любое ироничное сообщение может быть прочитано как серьезное, искреннее убеждение; и наоборот, любое искреннее убеждение, при условии, что оно кажется читателю невероятным или неуместным, может быть истолковано как ирония.

Одним из механизмов, за счет которого реализуется феномен иронии в Интернете, является троллинг как специфическая коммуникативная практика.

Троллинг — это «процесс размещения на виртуальных коммуникативных ресурсах провокационных сообщений с целью нагнетания конфликтов посредством нарушения правил этического кодекса интернет-взаимодействия» [3, 49]. Суть троллинга состоит в привлечении внимания аудитории за счет информационных «пустышек» (дезинформации, незначительных информационных поводов), что и объясняет этимологию термина<sup>2</sup>, так как англ. *troll* означает «ловля рыбы на блесну». В роли «блестящей приманки» в интернет-троллинге могут выступать провокативное высказывание, вопрос на животрепещущую тему, оскорбление других участников форума, совершенное с целью вызвать негативную реакцию, ложное обвинение и т. п. Троллинг создает иллюзию глубокой личной заинтересованности тролля в обсуждаемом предмете, он реагирует на каждую фразу оппонента как на личное оскорбление. На самом же деле троллю совершенно безразлично, с кем и о чем спорить. Истинной целью троллинга является отнюдь не установление истины в процессе дискуссии, а разжигание скандала («холивара» на интернет-сленге) и «флейма» (спор ради спора), увод дискуссии в сторону

---

<sup>1</sup> Закон По как разновидность профессионального юмора представляет собой «народную мудрость», выведенную в среде интернет-пользователей. Но при этом авторы статьи в Википедии приводят описание социально-психологического эксперимента, который, по их мнению, может быть использован как подтверждение закона По [23].

<sup>2</sup> В русскоязычном Интернете распространено представление о том, что этимология термина «троллинг» связана с «Тролями» — злобными сказочными существами из скандинавской мифологии. Однако эта точка зрения не находит подтверждения в среде специалистов.

(«оффтоп»), превращение беседы в бессмысленную пустопорожнюю болтовню («флуд») и т. п. В любом случае тролль добивается привлечения внимания к дискуссии и собственной персоне, поэтому показателем успешности деятельности тролля является увеличение числа комментариев и повышение посещаемости сайта. В силу своей эффективности как коммуникативной стратегии троллинг сегодня имеет тенденцию к профессионализации и коммерциализации. Он стал очень востребован в «черном» PR, «желтой прессе», SEO-маркетинге; его приемами не брезгают даже политтехнологи [8].

Особой формой троллинга является эльфинг. Если «классический» троллинг строится в основном на активном противостоянии тролля и жертвы (в ход идут оскорбления, угрозы и т. д.), то эльф, напротив, активно соглашается с жертвой, потворствует, хвалит и льстит ей, сыплет комплиментами. Все это поначалу радует жертву, но, настойчиво повторяясь, через некоторое время начинает раздражать. Раздражение, ярость, досада, испытываемые жертвой, — это то удовольствие, за которым и гонится эльф и которое роднит его с «классическим» троллем. «Тролль объясняет человеку, что он плохой, эльф — что он хороший, но, по сути, эльф и тролль “подкармливаются” одним и тем же — раздражением и негативной реакцией участников общения» [17]. Кроме того, «и для эльфа, и для тролля слова значат больше, чем факты и здравый смысл» [Там же]. Однако, в отличие от «классического» троллинга, эльфинг распознать гораздо сложнее.

Психологи склонны видеть в троллинге лишь проявление психически нездоровой личности [4]: троллям приписываются такие качества, как садизм, психопатия, макиавеллизм (мания величия), нарциссизм, энергетический вампиризм. Не отрицая непосредственной психологической составляющей троллинга, авторы считают необходимым показать, что эффект, оказываемый этим феноменом на интернет-коммуникацию, выходит за пределы сферы психологии и имеет более масштабное социокультурное значение и метафизическую глубину.

С философской точки зрения троллинг как механизм реализации иронии в Интернете заключается в том искомом, желательном для тролля несовпадении эксплицитной (открыто демонстрируемой) коммуникативной интенции и имплицитного эффекта, который на самом деле возникает в результате его действий. В силу этого в ситуации троллинга иронический эффект обнаруживает себя лишь на уровне метасмысла и может быть замечен лишь при взгляде на анализируемую ситуацию извне, но не в пределах интернет-коммуникации. Дело в том, что при анализе конкретных актов троллинга в интернет-коммуникации изначально создается впечатление, что тролль как раз избегает иронии в своем речевом поведении: он подчеркнуто серьезен, демонстрирует глубокую заинтересованность обсуждаемой проблемой, в ситуации участия в профессиональных форумах выдает себя за эксперта, хотя на деле некомпетентен в данной области. Именно личной заинтересованностью в обсуждаемой проблеме он объясняет свою неприимую позицию к оппонентам, проявляющуюся в ригористичности, грубости, безапелляционности и язвительности его высказываний, а также в использовании аргументов *ad persona*. В то же время под этой маской серьезного и искреннего в своих проявлениях человека скрывается тролль, которому глубоко безразличны



и сам предмет обсуждения (относительно которого он может быть абсолютно некомпетентен), и личности других участников полилога, форума и их позиция по обсуждаемой проблеме. Троль извлекает «лулз» (удовольствие) из осознания того, что все участники обсуждения воспринимают его личность и высказывания всерьез, тратят на это время, психическую энергию, выдают живые эмоции, в то время как он один понимает абсурдность происходящего и сумел «обвести вокруг пальца» других участников форума. Поэтому более глубокий анализ показывает, что за действиями тролля скрываются намерения, противоположные внешне демонстрируемым: *вопреки изображаемой серьезности, на деле тролль обесценивает не только конкретную беседу (форум) и конкретную обсуждаемую проблему, но всю интернет-коммуникацию как таковую.*

В силу того что для тролля не существует табуированных тем, а также в силу действия закона По любой пользователь может быть заподозрен в троллинге, а интернет-коммуникация заражается «вирусом» тотальной подозрительности. Поэтому побочным эффектом троллинга (помимо сомнительного психологического удовольствия самого тролля) оказывается то, что его существование дискредитирует саму возможность обсуждать в Интернете какую-либо проблему всерьез. Троллинг снижает эффективность онлайн-обсуждения серьезных социальных проблем и, более того, ставит под сомнение претензии онлайн-сферы быть (дополнительным к «реальному») пространством полноценного социального взаимодействия.

Троллинг вскрывает (выводит на поверхность, делает явным) некоторую абсурдность, антиномичность интернет-коммуникации и онлайн-активизма, хотя в то же время сам же эти противоречия и усиливает. Антиномичный характер онлайн-активизма (комментирование, шеринг, репост, лайки) заключается в том, что, по сути, это активизм без активизма, коммуникация без коммуникации (отсутствие у участников сетевых сообществ реальных общих интересов, общих ценностей и т. д.) [1]. Противоречивый характер сетевого активизма зафиксирован в термине «слактивизм», предложенном американским журналистом Е. Морозовым. К. Мартынов объясняет суть сетевого активизма следующим образом: «В отличие от реального активизма, который требует усилий, временных затрат и зачастую связан с риском, слактивизм просто имитирует участие и приносит моральное удовлетворение» [12, 24]. Слактивист шаблонно возмущается социальной несправедливостью, политическим режимом, демонстративно критикует его сторонников и требует... «максимального репоста» (!).

Парадоксально, получается, что *троллинг редуцирует интернет-коммуникацию к ее внешнему, феноменальному проявлению* — простой беседе, потоку высказываний, «слова, слова, слова». Троллинг словно призван напомнить тем, кто склонен переоценивать значение онлайн-сферы в жизни общества, что, какой бы серьезной ни была проблема, когда она становится предметом интернет-дискуссии, слова, имидж и аватары будут важнее фактов и здравого смысла. А потому ни сама проблема, ни тем более ее решение, найденное в процессе интернет-дискуссии, не будут восприниматься как руководство (призыв/достаточное основание) к реальному действию. И в то же самое время вызываемые

троллингом раздражение и гнев со стороны «добропорядочных» пользователей свидетельствуют, что последние не спешат согласиться с тем, к чему редуцируется интернет-коммуникация усилиями самих же троллей. Троллинг словно вбивает клин между тем, чем претендует быть онлайн-коммуникация, и тем, к чему она на деле сводится усилиями троллей. Из этого «зазора», несовпадения и рождается и ироничный (в философском понимании) потенциал троллинга.

Ирония здесь есть результат того эффекта, который возникает при несовпадении действительности с самой собой или даже ее противоречии себе самой. Пример такого понимания иронии мы можем найти у Кьеркегора: «Он (иронизирующий. — Л. Г., А. С.) уничтожает действительность с помощью самой же действительности» [10, 178].

Смеем предположить, что в отношении онлайн-коммуникации троллинг выполняет те же функции, что и сократовская ирония по отношению к полисному укладу жизни: обесценивание (аксиологическая дискредитация) и метафизическое отрицание. Троллинг, хотя и не обращается к специфическим комическим приемам и не содержит явных иронических высказываний, представляет собой иронизирование над интернет-коммуникацией в некотором метасмысле. Троллинг не просто пародия на онлайн-общение, он заставляет саму интернет-коммуникацию рассматривать как пародию на самое себя, то есть перестать воспринимать ее всерьез и тем самым вскрывает ее антиномичный характер. Между тем противоречивый характер онлайн-активизма рекурсивно отражается в противоречивом характере самого троллинга: эксплицитно принимая активное участие в интернет-коммуникации, на деле троллинг ее блокирует, не дает состояться полноценному диалогу (либо за счет агрессии, либо, наоборот, за счет навязчивой похвалы и лести), заражает всех «вирусом подозрительности».

Вместе с тем эта же антиномичность троллинга дает основания если не для апологии, то по крайней мере для переоценки этого феномена. Конечно, в описании троллинга преобладает, как правило, негативный оценочный ряд: «провокация, подстрекательство, обман, клевета, агрессия, издевательство, оскорбление, шельмование» [17]. Однако встречаются и попытки увидеть иную сторону этого феномена. Так, автор статьи «Блеск и нищета Википедии»<sup>3</sup> считает, что тролля можно охарактеризовать просто как «лишнего человека». Роль троллей в интернет-дискурсе сравнима с той, которую выполняют Онегин, Печорин и Чацкий в отечественной культуре, сформированной на базе классической русской литературы.

Морально-этическая оценка троллинга может быть различной. Но в любом случае, если учесть, что основой троллинга являются прежде всего лишь непосредственная психологическая мотивация и личностные особенности самих троллей, то удивительными по своим масштабам и силе, значительно превосходящими изначальный импульс, оказываются тот эффект, который троллинг производит на сферу интернет-коммуникации, и то социокультурное значение

---

<sup>3</sup> Автор указанной статьи — один из легендарных участников русскоязычного раздела Википедии, известный под «ником» *Smartass* (рус. Смартасс или Смартесс). Несмотря на принципы этики научных публикаций, персонифицировать автора, скрывающегося под этим псевдонимом, не представляется возможным, так как он намеренно хранит в секрете свои личные данные.



и метафизический смысл, которые в конечном итоге приобретает этот феномен в пространстве современной культуры.

Таким образом, феномен иронии в интернет-сфере имеет ряд специфических черт. Во-первых, в силу ряда особенностей онлайн-общения здесь не всегда можно распознать иронию и отграничить ее от серьезного высказывания. Во-вторых, ироничный эффект в интернет-пространстве может возникать в некоторых случаях почти произвольно, как результат коммуникативного «эха» (смены контекста высказывания или произведения, «обрастание» комментариями, превращение в мемы и т. д.). В-третьих, в силу невозможности ее четкой дифференциации и «прямого» схватывания, в Интернете ирония приобретает потенциально тотальный характер, что зафиксировано в так называемом законе По. В-четвертых, специфическим механизмом реализации иронии (в ее философском смысле) в онлайн-сфере является троллинг. Несмотря на то что как конкретный речевой акт троллинг как раз не обращается к специфическим комическим приемам (в том числе к самой иронии), он представляет собой иронизирование над интернет-коммуникацией в некотором метасмысле. Троллинг вскрывает антиномичный характер интернет-коммуникации и заставляет усомниться в претензии онлайн-сферы быть пространством полноценных социальных взаимодействий. Он заставляет рассматривать интернет-коммуникацию как пародию на самое себя. Тем самым троллинг не только снижает пафос онлайн-активизма и обесценивает его, но и выступает средством ее метафизического отрицания.

Мы уже отмечали, что ирония — сложный феномен: это и риторический прием, и специфическое отношение к миру, и способ бытия в мире. Смеем предположить, что эти аспекты не просто сосуществуют параллельно друг другу, мы можем выявить их имплицитную причинно-следственную взаимосвязь. Так, А. А. Горностаева подмечает, что, постоянно усложняясь и развиваясь, «ирония постепенно превращается из стилистического приема в способ мировосприятия, особенность человеческого характера и даже отличительную черту поколения» [5]. Иными словами, ирония как риторический прием становится массовой — и оттого гораздо более «заметной» в общественном сознании — в кризисные, переломные периоды исторического развития. «Задавая тон» в риторике социальных коммуникаций, она становится доминирующим способом мировосприятия и мироощущения в это время. На этот факт обращали внимание философы, историки, поэты. Так, С. Кьеркегор отмечал, что чем чаще происходит ироническое восприятие действительности, тем «вернее и неизбежнее гибель окружающего» [10, 179]. О. Шпенглер проводит параллель между иронией и закатом культуры: «...то, что Сократ и немецкие романтики обозначали словом “ирония”, тот тонкий редкий цветок диалектики, которая утомилась от самой себя и, изумленно и горько улыбаясь, смотрит на дело рук своих — разрушенную картину мира...» [20, 469]. Александр Блок в 1908 г., в кризисный для России период между двумя революциями, в преддверии Первой мировой войны, пишет статью под названием «Ирония». В этой небольшой, полной отчаяния статье поэт называет иронию болезнью «сродни душевным недугам», которой поражены «самые живые, самые чуткие дети нашего века» [2, 100].

Современное общество, общество постмодерна — это общество симулякров и симуляции, общество, в котором символы заменяют реальность. «Это мир эфемерности, непрочности, стремительного распространения, фрагментарности, галлюцинаций и одновременно хаоса» [19, 298]. Это мир тотальной иронии: ирония проявляет себя во всех сферах общественной жизни, во всех формах общественного сознания и, безусловно, в виртуальном пространстве, онлайн-коммуникациях. Экспансия иронии в Интернете, самыми очевидными проявлениями которой выступают троллинг, эльфинг, а также хоббитинг, пранк, кашенизм, наполеонинг, снусмуринг, гноминг и прочие «инги», суть неприятие, отрицание «онлайнности» как вида современной коммуникации. Возможно, здесь неуместна аллюзия к тезису Кьеркегора об отрицании Сократом «греческости», но какие времена, такая и ирония: «O tempora, o ironia!».

1. Аронсон О. В. Коммуникативный образ. М., 2007.
2. Блок А. Ирония // Блок А. Собр. соч. : в 6 т. Т. 4. Л., 1982. С. 100–105.
3. Внебрачных В. А. Троллинг как форма социальной агрессии в виртуальных сообществах // Вестн. Удмурт. ун-та. Сер. : Философия. Социология. Психология. Педагогика. 2012. № 1. С. 48–51.
4. Голубицкий С. От Лулзов к Черной Тетраде: печальная эволюция форумных активистов [Электронный ресурс]. URL: <http://computerra.ru/9447> (дата обращения: 23.03.2019).
5. Горностаева А. А. Место иронии в речевых портретах современных политических деятелей // Вестн. РУДН. Сер. : Лингвистика. 2016. № 1 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mesto-ironii-v-rechevyh-portretah-sovremennyh-politicheskikh-deyateley> (дата обращения: 23.03.2019).
6. Дементьев В. В. Непрямая коммуникация. М., 2006.
7. Закон По // РадиоВики [Электронный ресурс]. URL: [https://ru.rationalwiki.org/wiki/Закон\\_По](https://ru.rationalwiki.org/wiki/Закон_По) (дата обращения: 23.03.2019).
8. Коняева Ю. М. Троллинг как коммуникативный феномен (из наблюдений над культурно-просветительскими медиатекстами) // Научные ведомости БелГУ. Сер. : Гуманитарные науки. 2015. № 18(215) [Электронный ресурс]. URL: [http://dspace.bs.u.edu.ru/bitstream/123456789/15252/1/Коняева\\_Trolling.pdf](http://dspace.bs.u.edu.ru/bitstream/123456789/15252/1/Коняева_Trolling.pdf) (дата обращения: 23.03.2019).
9. Ксенофонтowa И. В. Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг [Электронный ресурс]. URL: [https://web.archive.org/web/20130514073550/http://centrfolk.ru/edition/publication\\_online/publication\\_collection/IF\\_25-ksenofontova.pdf](https://web.archive.org/web/20130514073550/http://centrfolk.ru/edition/publication_online/publication_collection/IF_25-ksenofontova.pdf) (дата обращения: 23.03.2019).
10. Кьеркегор С. О понятии иронии // Логос. Философско-литературный журнал. 1993. № 4. С. 176–198.
11. Лосев А. Ф., Шестаков В. Н. История эстетических категорий. М., 1965.
12. Мартынов К. От slackтивизма к республике. Почему интернет-революции становятся реальностью // Логос. 2012. № 2. С. 19–27.
13. Моцева С. В. Полифункциональный характер речевого акта иронии // Вестн. ЮУрГУ. Сер. : Лингвистика. 2016. № 4 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/polifunktsionalnyu-harakter-rechevogo-akta-ironii> (дата обращения: 23.03.2019).
14. Паремузашвили Э. Э. Непрямая коммуникация в структуре агрессивного речевого акта (на примере иронии и насмешки) // Вопр. когнитив. лингвистики. 2012. № 1 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nepryamaya-kommunikatsiya-v-strukture-agressivnogo-rechevogo-akta-na-primere-ironii-i-nasmeshki> (дата обращения: 23.03.2019).
15. Санина А. Визуальная политическая ирония в Рунете : кейс сообщества «Potsreotizm» // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2015. № 9. С. 79–98.

16. Сафина А. М. Интернет-пространство как фактор трансформации современного искусства // Вестн. Север. (Арктического) федер. ун-та. Сер. : Гуманитарные и социальные науки. 2018. № 6. С. 118–128

17. Синельникова Л. Н. Дискурс троллинга // Дискурс-Пи. 2016. № 3–4 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskurs-trollinga> (дата обращения: 23.03.2019).

18. Фенина В. В. Ирония в обыденном политическом дискурсе (на материале интернет-комментариев пользователей сайта «Эхо Москвы») // Вестн. ВГУ. Сер. : Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. № 1 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ironiya-v-obydennom-politicheskom-diskurse-na-materiale-internet-kommentarijev-polzovateley-sayta-echo-moskvy> (дата обращения: 23.03.2019).

19. Фоксол Г., Голдсмит Р., Браун С. Психология потребителя в маркетинге. СПб., 2001.

20. Шпенглер О. Закат Европы. Т. 1 : Образ и действительность. Новосибирск, 1993.

21. Alba-Juez L. Irony as inferred contradiction // Вестн. РУДН. Сер. : Лингвистика. 2014. № 4 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/irony-as-inferred-contradiction> (дата обращения: 23.03.2019).

22. Garber M. How to Tell a Joke on the Internet. The new typography of irony [Electronic resource]. URL: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2013/05/how-to-tell-a-joke-on-the-internet/309293/> (accessed: 23.03.2019).

23. LaMarre H. L., Landreville K. D., Beam M. A. The Irony of Satire: Political Ideology and the Motivation to See What You Want to See in The Colbert Report. The International Journal of Press/Politics. 14(2). 212–231 [Electronic resource]. URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download;jsessionid=38A99DFB72771ABF011A9328FBA5BA88?doi=10.1.1.505.250&rep=rep1&type=pdf> (accessed: 23.03.2019).

*Рукопись поступила в редакцию 28 марта 2019 г.*