

EDN: QJRUGR  
УДК 81:119

## Trigger Statements as an Object of Linguistic Research: The Problem of Definition and Its Identification Criteria

Galina A. Kopnina, Anastasiia N. Rowe (Zabrodina)\*  
and Greta A. Tsaturyan

*Siberian Federal University  
Krasnoyarsk, Russian Federation*

Received 20.02.2024, received in revised form 21.03.2024, accepted 08.04.2024

---

**Abstract.** In the humanities, any objects, phenomena or events that influence the behavior of people or society as a whole are called triggers. The concept of “trigger” is used in relation to language and speech more often. In linguistics, the term “trigger” is used to denote something that contributes to the emergence of a new meaning, determines the development of the plot, generates an acute negative reaction, etc. Thus, the concept turns out to be ambiguous. Taking into account the conceptual provisions of psycholinguistics on the essence of speech influence, the mental nature of evaluation, the emergence of emotions and their role in the formation of motives, as well as based on the analysis of speech material, the authors of the article define the main criteria for identifying trigger statements: focus on emotions as the main target of influence; the value component or message contained in the statement; the evaluative nature of the reaction the addressee and its situational-contextual conditionality; functional potential associated with the influence on the worldview and behavior of the addressee. As a conclusion, the following definition of a trigger statement is given: a statement identified taking into account the addressee’s evaluative reaction, causing them in a certain con-situation such value associations and emotional experiences that can contribute to their rethinking of a particular event/phenomenon and thereby motivate them to commit any action, deed.

**Keywords:** trigger, trigger statement, linguistic markers of trigger.

The article presents the results of a study carried out with the financial support of a grant from the Russian Science Foundation No. 24–28–01350 (<https://rscf.ru/project/24-28-01350/>) and devoted to the linguistic substantiation of the concept of “trigger statement” and the problem of its definition.

Research area: social structure, social institutions and processes; theoretical, applied, comparative and contrastive linguistics.

Citation: Kopnina G. A., Rowe (Zabrodina) A. N., Tsaturyan G. A. Trigger statements as an object of linguistic research: the problem of definition and its identification criteria. In: *J. Sib. Fed. Univ. Humanit. soc. sci.*, 2024, 17(5), 916–925. EDN: QJRUGR



## Триггерные высказывания как объект лингвистических исследований: проблема определения и критерии идентификации

Г.А. Копнина, А.Н. Роу (Забродина),  
Г.А. Цатурян

*Сибирский федеральный университет  
Российская Федерация, Красноярск*

**Аннотация.** В гуманитарной науке триггерными называют любые объекты, явления или события, которые оказывают влияние на поведение людей или общество в целом. Все чаще понятие «триггер» используют применительно к языку и речи. В лингвистике триггерами называют то, что способствует возникновению нового значения, определяет развитие сюжета, порождает острую негативную реакцию и т.д., то есть это понятие оказывается многозначным. С учетом концептуальных положений психолингвистики о сущности речевого воздействия, психической природе оценивания, о возникновении эмоций и их роли в формировании мотивов, а также на основе анализа речевого материала авторы статьи выделяют основные критерии идентификации триггерных высказываний: направленность на эмоции в качестве основной мишени воздействия; заключенный в высказывании ценностный компонент или посыл; оценочный характер реакции адресата и ее ситуативно-контекстуальная обусловленность; функциональный потенциал, связанный с влиянием на картину мира и поведение адресата. В качестве вывода предлагается следующее определение триггерного высказывания: это высказывание, идентифицируемое с учетом оценочной реакции адресата, вызывающее у него в определенной конситуации такие ценностные ассоциации и эмоциональные переживания, которые могут способствовать переосмыслению им того или иного события/явления и тем самым мотивировать его на совершение какого-либо действия, поступка.

**Ключевые слова:** триггер, триггерное высказывание, лингвистические маркеры триггерности.

В статье представлены результаты исследования, выполненного при финансовой поддержке гранта Российского научного фонда № 24–28–01350 (<https://rscf.ru/project/24-28-01350/>) и посвященного лингвистическому обоснованию понятия «триггерное высказывание» и проблеме его определения.

Научная специальность: 5.4.4 – социальная структура, социальные институты и процессы; 5.9.8 – теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика.

Цитирование: Копнина Г. А., Роу (Забродина) А. Н., Цатурян Г. А. Триггерные высказывания как объект лингвистических исследований: проблема определения и критерии идентификации. *Журн. Сиб. федер. ун-та. Гуманитарные науки*, 2024, 17(5), 916–925. EDN: QJRUGR

### Введение в проблему исследования

Понятие «триггер» достаточно широко используется в современной науке: оно фигурирует в научных статьях не только в области технических наук, но и гуманитарных (социологии, философии, искусствоведения, культурологии, педагогики, психологии и др., включая филологию), что позволяет считать его междисциплинарным. История становления этого понятия с опорой на англоязычную литературу рассматривалась ранее (см.: Skalaban et al., 2022), поэтому как основу для дальнейших рассуждений кратко рассмотрим объем и содержание этого понятия в современных русскоязычных публикациях в области гуманитарных наук.

Анализ публикаций показывает, что в объем понятия «триггер» включаются различные явления, к которым оно приложимо:

- социальные ситуации, события и факторы, способствующие совершению какого-либо поступка (Kleiberg, 2020: 269), например, конфликты с партнерами, субъективные переживания и др. (Lasy et al., 2012: 58);

- события, оказывающие влияние на социокультурные процессы: Великая Французская революция, Великая Октябрьская революция и др. (Gerasimov, 2022: 70);

- психологические стимулы (стресс, возбуждение, фрустрация и др.), актуализирующие тот или иной тип (модальность) мышления и поведения или переключающие с одного типа мышления на другой (Startsev, 2015: 87);

- средства массовой коммуникации как социальные институты, контроль над которыми «позволяет властным структурам осуществлять мониторинг и направлять процессы, идущие в обществе, не прибегая к прямому насилию» (Ustinov, Karavanov, 2018);

- некритично воспринимаемые сообщения с побуждающим потенциалом (Mammadov, 2021: 151, 163);

- «индивидуальный визуальный, аудиальный, графический, языковой символ, образ или их совокупность» как символическая репрезентация определённого феномена или события (Katermina et al., 2021: 89) и т.д.

Другими словами, понятие «триггер» оказывается приложимым к таким предметам (в широком смысле), которые оказывают влияние на поведение отдельных людей, их групп или общество в целом. Этот объем понятия прослеживается и в таких зафиксированных нами терминологических словах и сочетаниях, как *триггер-событие / триггерное событие, триггерная ситуация, триггерная дискуссия, триггерный объект, триггерное сообщение, триггерные обстоятельства, триггерная зона, психологический триггер, социальный триггер, триггер-проект, человек-триггер, государство-триггер, триггер-изменение, триггер-коммуникация*, а также *триггер-реакция, триггерные точки, триггерный эффект, стимул-триггер* и другие. По сути, гуманитарии считают, что триггерным может быть любой компонент события, в том числе коммуникативного, как и само событие в целом. Это дает нам основание перейти к осмыслению понятия «триггер» применительно к языку и речи, тем более что в гуманитарной литературе можно встретить словосочетания *триггерные слова, триггерные фразы, триггерные письма*.

Заметим, что за последние годы в лингвистике наблюдается рост частотности употребления понятия «триггер», но, как правило, без его научного определения. Триггерами называют:

- факторы, способствующие возникновению у языковой/речевой единицы какого-либо значения (это значение прослеживается в таком контексте: «...особенности менталитета определенного лингвосоциума <...> послужили триггером для возникновения сходной или различной кон-

нотации у языковых единиц-эквивалентов, принадлежащих разным языкам» (Kislitsyna, 2022: 9); само это значение (в работе осуществляется компонентный анализ языковой единицы «с целью установления сем-триггеров коннотативного значения» (Там же: 168);

– смысловые образования, определяющие развитие событий в произведении – сказке, художественном фильме (Karasik, 2015);

– визуальные образы и сообщения провоцирующего типа (Terskikh, Zaitseva, 2023: 229), что ставит вопрос о соотношении триггерных и провокационных высказываний;

– ментальные образования, основанные на эмоциях, объединяющих людей, и репрезентированные в «языке события» («Триггер – это “спусковой крючок”») для организации эмоций. Страх, тревожность, стресс, объединившие людей, можно отнести к числу ментальных (экзистенциально-социальных) триггеров пандемического дискурса» (Sinelnikova, Selezneva, 2022: 103); «В резонансном дискурсе <...> триггер конвертируется в событие, а событие в результате множественных интерпретаций “сворачивается” в слово» (Там же: 102); например, маркерами триггера страха в пандемийном дискурсе выступают слова *ковид-истерия*, *ковидопаника*, *ковидопсихоз*, *вирусобесие* и мн. другие (Там же: 103);

– высказывания, порождающие общественную негативную реакцию «по отношению как к автору слов, так и к конструируемой им реальности», например реплика Павла Астахова *как поплавали?*, обращенная при посещении больницы к детям, выжившим после трагедии на Сямозере (Kornienko, 2022: 154).

Широкая референциальная соотношенность понятия «триггер» и многозначность соответствующего термина обусловлены разными исследовательскими подходами и направлениями. Тем не менее этот факт не снимает проблемные вопросы о критериях идентификации триггерных высказываний (высказываний-триггеров), которые используются в различных коммуникатив-

ных сферах и являются объектом нашего исследования, и о разработке эффективных методик их изучения и описания. На данном этапе лингвистами охарактеризован лишь один вид триггерного высказывания – это высказывания-триггеры представителей власти, вызывающие «острую негативную реакцию», репрезентированную в СМИ, и имеющие «четкую прагматическую организацию» (Ruzhentseva et al., 2022: 99).

### Постановка проблемы

Проблема научного дефинирования и выявления критериев идентификации триггерных высказываний вытекает из следующих научных лакун и противоречий:

– отсутствие в гуманитарной науке, включая лингвистику, общепринятого определения понятия «триггер» (метафора «спусковой крючок» дает лишь общее представление, не проясняя механизм воздействия);

– преимущественное внимание к триггерным высказываниям, вызывающим негативный общественный резонанс, то есть к триггерам только одного типа (и по масштабности реакции, и по ее оцениванию), в то время как замечено, что триггер «в зависимости от контекста может вызывать как позитивные, так и негативные эмоции» (Skalaban et al., 2022: 71);

– нерешенность вопроса о лингвистическом статусе триггерных высказываний в их соотношении с высказываниями другого типа (манипулятивными, провокационными и др.);

– недостаточная лингвистическая охарактеризованность триггерных высказываний (можно предположить, что система маркеров триггерности различается в разных типах высказываний-триггеров);

– недостаточная разработанность методики их лингвистического исследования.

### Концептологические основания исследования

Если признать, что триггерные высказывания вызывают индивидуальный и(или) общественный отклик в виде оценочных реакций, то хотелось бы для начала найти

ответ на вопрос, почему эти реакции возникают, или каков психолингвистический механизм воздействия высказываний-триггеров. С целью поиска ответа на этот вопрос, от которого зависит уточнение дефиниции понятия триггерного высказывания, мы обратились к работам в области психологии и психолингвистики, выявив следующие значимые для нашего исследования концептологические основания.

1. В соответствии с психолингвистической моделью вербального воздействия любое воздействие имеет целенаправленный характер, то есть любое речевое воздействие на объект осуществляется с целью повлиять на его поведение в нужном для инициатора направлении, что предполагает поиск уязвимых «точек» у адресата и избирательное воздействие на них. Это означает, что в сферу наших интересов не входят так называемые непреднамеренные, или случайные (Katermina et al., 2021: 97), триггеры.

2. По данным психолингвистики, «психическая природа оценивания определяется учеными как врожденность оценочного смысла, который фиксирует выделение в психической сфере лица положительных и отрицательных эмоций» (Prikhodko, 2009). Согласно психологической теории мотивационных эмоций, «эмоция наравне с потребностями участвует в побуждении поведения человека» (Rugiev, 2019: 48). Она «появляется намного быстрее когнитивной оценки стимула» (Там же: 50), следует «за актуализацией мотива и до рациональной оценки адекватности деятельности субъекта» (Leontiev, 1971). Эмоция определенным образом настраивает мышление, восприятие, влияя на принятие решений и тем самым побуждая не только непреднамеренные, но и сознательные действия (Rugiev, 2019: 51–52). Доказано, что эмоции организуют деятельность, стимулируют ее и влияют на нее, а значит, они могут способствовать вербальной оценочной реакции. Это дает нам основание одним из признаков триггерных высказываний считать их способность вызывать эмоции (в широком понимании, включая чувства). Такой подход

не противоречит наблюдениям целого ряда психологов о том, что «триггер всегда продуцирует эмоции, хотя степень и формы их проявления могут быть разными» (Skalaban et al., 2022: 71).

Триггер в психологической интерпретации не всегда «активизирует поведенческие изменения» (он является лишь стимулом невербальных действий): человек может просто публично выразить эмоцию, например в социальных сетях, местной прессе, но может и от эмоции перейти к действиям (Там же). Фиксация эмоций, эмоционального и/или оценочного отношения к информации в виде какого-либо текста, на наш взгляд, есть уже коммуникативное действие. «Триггерные точки» (темы, привлекающие наибольшее внимание) в обществе исследователи выявляют по количеству комментариев, лайков и дизлайков (см., например, (Mamonova, 2021: 542), хотя это количество может быть вполне контролируемым («заказным»). Фиксация эмоций может быть получена экспериментальным путем: проведение психолингвистического эксперимента – один из методов получения материала и его изучения.

3. В современной психологии «на первый план выходит когнитивная модель возникновения эмоций», в которой признается, что эмоциональные переживания возникают «не только при непосредственных воздействиях внешней среды, но могут быть вызваны словами, мыслями» (Kuzmin, 2022: 52), они зависят от когнитивных факторов (опыта (памяти) человека, его потребностей и интересов) и меняются в соответствии с новой полученной информацией. Следовательно, следующим признаком триггерных высказываний можно считать наличие в них таких слов или их сочетаний, которые выступают своего рода «раздражителями» (особенность плана выражения), и лично значимого смысла, соотносимого с актуальными нравственными, эстетическими и другими ценностями (особенность плана содержания).

С опорой на сформулированные концептуальные постулаты и осуществлялся сбор **материала исследования**. На данном

(начальном) этапе он составил свыше 150 высказываний разного объема (в контексте их употребления и с учетом ответных реакций), источником получения которых послужили как социальные сети и мессенджеры, так и новостные медийные платформы в сети Интернет.

### **Методология**

Методика исследования триггерных высказываний зависит от материала, точнее – от того, в каком жанре используются эти высказывания или какой жанр они представляют. Применительно к диалогическим формам коммуникации более или менее продуктивной является предложенная нами ранее методика декодирования речевого триггера. На первом этапе определяется фрагмент коммуникативного взаимодействия: высказывание/текст плюс вербализованная на него реакция, выражающая те или иные эмоции, чувства, оценку (например, пост в социальной сети и комментарий к нему, публикация в СМИ и комментарии к ней, диалогическое единство в форуме, интервью, диалог в комментариях и т.д.). На втором этапе анализируется тематическое содержание, связанное с возникновением триггерного коммуникативного события, определяются типы используемых собеседниками речевых актов/жанров и эксплицитно и/или имплицитно воплощенные в них интенции. На третьем этапе вычлняются различные знаки, реализующие механизм «запуска» эмоционального переживания у собеседника (катализаторы реакции или ее маркеры), анализируется их прагматическая направленность и делается вывод о смысловой структуре триггерного высказывания, специфике его речевого оформления (Zabrodina, Koptina, 2023: 110–111). Вербальная реакция на высказывание-триггер может вычлняться путем мониторинга массмедийного пространства с целью выявления свидетельствующих о ней информационных следов или путем лингвистического эксперимента, детальное описание которого не входит в задачи данной статьи (поэтому примеры реакций, полученных

экспериментальным путем, далее не приводятся, оставим их для следующей публикации). Другими словами, триггерность высказывания исследования определяется по его перлокутивному эффекту, который зависит от целого ряда факторов (конситуации, модели мира адресата, его опыта и т.д.).

Возможно, выявление и систематизация лингвистических маркеров триггерности в дальнейшем будут способствовать решению проблемы автоматизированного распознавания речевых триггеров.

### **Результаты исследования, их обсуждение**

Известно, что критерии идентификации любого явления должны отражать типичные (наиболее характерные) свойства, быть объективными (независимыми от субъективных данных исследователя) и проверяемыми (при повторных независимых проверках должны быть получены те же самые или близкие к ним результаты). Применительно к триггерным высказываниям такими критериями их идентификации являются следующие.

#### ***1. Наличие ответных реакций на высказывание, указывающих на возникшие эмоции/чувства и на оценочное отношение адресата к сообщаемой информации***

Этот критерий триггерности является наиболее проверяемым в том случае, если реакции носят ярко выраженный вербальный характер. Так, 29.03.2018 в программе «Жить здорово» Елена Малышева при обсуждении проблемы бродячих животных и ситуации, когда собаки загрызли человека, сказала: «...Поэтому этих собак надо *отстреливать*». Данное высказывание-триггер вызвало бурную реакцию ответственности, следы которой нашли отражение в СМИ, например: Алеся Ключко назвала Елену Малышеву «бездушной твариной» (<https://www.dom2.ru>. 04.04.2023); Краснодарская зоозащитница Татьяна Пантина разместила петицию на сайте

*Change.org, а также обратилась в МВД России с просьбой привлечь Елену Малышеву к ответственности* (<https://russian.rt.com/russia/news/499633-malysheva-otstrel-sobaki>); петицию, по данным СМИ, подписали 21 000 человек (<https://www.kp.ru/daily/26816.7/3852199/>).

Обратим внимание, что оценочные или эмоционально-оценочные реакции на триггерные высказывания аксиологически могут быть прямо противоположными, что говорит о поляризованности общества по затронутой в передаче теме, например: *Это же надо, сколько злобы, ненависти в этой глупой очкастой старухе!!!* (<https://medialeaks.ru/0204xsh-zhit-zdorovo-bez-sobak/>); *Овца драная эта Малышева. Какая она врач? Призывает к убийству. Видеть эту рожу, а тем более слышать ее надоело!* (<https://sm24.info/news/7739>); *ну наконец услышал от Малышевой что-то нормальное* (<https://www.yaplakal.com/forum1/st/250/topic1766424.html>); *Она выросла в моих глазах. Я еще помню, как милиция по утрам этим занималась...* (Там же). Яркие выраженные (в плане и языкового оформления, и частотности) реакции от адресатов разного типа (простых пользователей, представителей общественности, медийных персон и т.д.) свидетельствуют о высокой степени триггерности высказывания Елены Малышевой.

Реакции адресата определяют контекстом (в его широком понимании) и ситуацией общения. Например, на высказывания-триггеры о введении новых санкций, апеллирующих к страху, в современных условиях российские пользователи дают комментарии, показывающие во многих случаях его отсутствие, например: *Побольше санкций..., в России хоть заработает собственное производство, а то весь рынок занят был иностранцами; Эти санкции работают против Европы. Европа будет нищей; Пойду уши отморожу назло маме; Такие санкции курам на смех; Серёга глянь нам пакет какой то прислали, глянь чё там. Да там опять мусор какой-то* (<https://www.youtube.com/watch?v=YqvTJ3IK6dA>).

## **2. Наличие в смысловой структуре высказывания компонентов, которые основаны на оценке значимости какого-либо объекта, относятся к историко-культурным, нравственным и другим ценностям или отсылают к ним**

Критерий обусловлен взаимосвязью ценностей и эмоций (ценности вызывают эмоции; в эмоциях раскрываются ценностные качества объектов и явлений действительности; сами эмоции выступают в роли ценности) и тем, что «ценности притягивают человека», «без осознания ценностей невозможно принятие решений» (Langle, 2004). Не случайно логос (апелляция к рассудку), этос (отсыл к ценностному компоненту), пафос (возбуждение эмоций) задают триаду убедительности текста.

Степень актуальности ценностей определяет, наряду с другими факторами (например, каналом распространения), триггерный эффект (тип, количество и качество реакций). «Притягивающее» свойство ценностей позволяет высказываниям-триггерам выполнять функцию переключения внимания на отраженную в них тематику/проблему. Поэтому переключение внимания – это функциональный критерий-следствие.

В течение суток ленты крупнейших информационных агентств (ТАСС, Интерфакс, РБК, РИА Новости, Ведомости и др.) облетела новость о сносе в Болгарии памятника Советской армии, она озвучивалась и в эфире ведущих радиостанций страны (Радио России, Вести FM и др.), комментировалась на телевизионных каналах (Россия 24, Первый канал, НТВ и др). 12.12.2023 снос памятника на брифинге прокомментировала официальный представитель МИД России Мария Захарова: *«Болгария вновь, как уже не раз случалось, выбирает не ту сторону истории»*. К активному обсуждению новости подключились пользователи информационных платформ и социальных сетей. В частности, в Телеграм-канале «Артамонов: Оборона России» 14.12.2023 было опубликовано сообщение со ссылкой на Lenta.RU о том, что в столице Болгарии Софии «начался демонтаж

памятника Советской армии» (<https://t.me/nationaldef/6060>). Под новостью оставили реакции (преимущественно в виде эмодзи – иконического способа выражения эмоций) 1194 человека. Некоторые вербальные реакции одной тональности: «Братушки»... *Сколько раз спасали их шкуры?; Предавши один раз...; Подлость не прощается – будут отвечать конкретно, как и остальные, кто сносил памятники Освободителям; Вернём. И рядом второй поставим. А куда ж нам деваться?* Для российского народа победа в Великой Отечественной войне является непреложной ценностью: трепетное отношение к событиям военного времени «вшиты» в потомков героев в качестве «базовых настроек»; для того, в ком жива генетическая память о войне, само сочетание слов *снос/демонтаж и памятник Советской армии* представляет своего рода «ценностный алогизм».

### **3. Наличие лингвистических маркеров триггерности – тех языковых/речевых средств, которые обусловлены целенаправленностью высказывания оказать речевое воздействие на эмоции, т.е. моделированием реакции адресата**

Триггерные высказывания могут принимать формы различных речевых актов/жанров, однако в зависимости от их типа, связанного с мишенью воздействия, под которой мы понимаем тот или иной тип вызываемой у адресата эмоции, адресант использует определенные языковые/речевые средства. Например, в медийных высказываниях-триггерах страха частотно использование слов *санкции, изоляция, сочетаний типа «грязная» бомба, рука Кремля, экстренная вакцинация, новая война* и т.п., что не осталось незамеченным журналистами: *Microsoft пугает пользователей «санкциями» за удаление браузера Edge с компьютера и переход на другой обозреватель. Она внушает им мысль о том, что это приведет к поломке ряда востребованных функций ПК...* ([https://www.cnews.ru/news/top/2023-10-17\\_microsoft\\_zapugivaet\\_polzovatelej](https://www.cnews.ru/news/top/2023-10-17_microsoft_zapugivaet_polzovatelej)); *Запад и ЕС пугают Рос-*

*сию изоляцией* ([https://gudok.ru/content2/arkhivnye\\_rubriki/sujet/sanktsii-protiv-rossii/1147278/](https://gudok.ru/content2/arkhivnye_rubriki/sujet/sanktsii-protiv-rossii/1147278/)). Выявление, систематизация и описание лингвистических маркеров триггерности – одна из важных задач, которую предстоит решить.

### **4. Функциональный потенциал триггерных высказываний как дополнительный критерий**

Поскольку триггерные высказывания имеют ценностно-эмоциональную направленность, они способны влиять на картину мира адресата и принятие им решений, связанных с совершением тех или иных действий или поступков. Например, после начала спецоперации на Украине публичные признания-триггеры в чувстве стыда за свою страну, в том числе медийных персон, вызвали противоположные комментарии. Для примера приведем высказывание *Большинству россиян стыдно за свою страну*, основанное на приеме генерализации и стоящее в заголовке (триггеры часто выносятся в сильные позиции текста), оно вызвало различные комментарии: от «*Да, ресурсов много, а народ нищий*» (согласие и принятие позиции) до «*А почему за страну должно быть стыдно? Международная политика госу-ва великолепная. Мы всегда приходим на помощь и защищаем слабых. На спортивной арене показываем великолепный результат. Наше государство готовится к проведению саммита и олимпиады, на подходе чм по футболу*» (несогласие и приведение контраргументации) (<http://www.vlkiprf.ru/info/16672>).

Предвосхищая дальнейшие исследования, выскажем гипотезу о том, что триггерные высказывания, политически поляризующие общество, могут быть способом его дестабилизации, и в этом аспекте их изучение особенно актуально в условиях когнитивных войн.

### **Заключение**

В качестве вывода, опираясь на сформулированные выше теоретические положения, триггерное высказывание определим следующим образом: это вы-



сказывание, идентифицируемое с учетом оценочной реакции адресата, вызывающее у него в определенной конституции такие ценностные ассоциации и эмоциональные переживания, которые могут способствовать переосмыслению им того или иного события/явления и тем самым мотивировать на совершение какого-либо действия, поступка.

Предложенная дефиниция включает такие основные критерии идентификации триггерных высказываний, как направленность на эмоции в качестве основной мишени воздействия, заключенный в них ценностный компонент или посыл, оценочный

характер реакции адресата и ее ситуативно-контекстуальная обусловленность, а также функциональный потенциал, связанный с влиянием на картину мира и поведение адресата.

### **Благодарность**

Выражаем благодарность Российскому научному фонду за финансовую поддержку проекта № 24–28–01350 (<https://rscf.ru/project/24–28–01350/>), в рамках которого выполняется исследование, а также рецензентам научной статьи за ценные замечания, устранение которых позволило улучшить ее текст.

### **Список литературы / References**

Gerasimov S. V. Special'noe sobytie v sovremennom sociokul'turnom kontekste [A special event in the modern socio-cultural context], *Human. Culture. Education*. 2022. 2. 68–84.

Karasik V. I. Izmenenie vneshnosti kak lingvokul'turnyj syuzhetnyj trigger [Appearance change as a linguistic and cultural plot trigger], *Communication research*. 2015. 2(4). 16–30.

Katermina V. V., Ryabchenko N. A., Malysheva O. P., Gnedash A. A. Lingvisticheskie modeli social'no-politicheskoy kommunikacii v onlajn-prostranstve [Linguistic models of socio-political communication in the online space], *Bulletin of the RFBR. Humanities and social sciences*. 2021. 4. 87–100.

Kislitsyna N. N. Konceptiya lingvisticheskoy konnotologii (kognitivno-diskursivnyj aspekt) [The concept of linguistic connotation (cognitive-discursive aspect)], Simferopol: LLC "Antiqua", 2022, 328.

Kleiberg Yu. A. Provokativnoe povedenie: psihologo-deviantologicheskij diskurs [Provocative behavior: psychological and deviantological discourse], *Psychology. Historical and critical reviews and modern research*. 2020. 9. 1A. 269–277. DOI: 10.34670/AR.2020.45.1.032

Kornienko A. V. Rechevaya agressiya v vyskazyvaniyah vlasti (na materialah konkursov «Slovo goda») [Speech aggression in the statements of the authorities (based on the materials of the "Word of the Year" contests)], *Galactica Media: Journal of Media Studies*. 2022. 4. 143–159.

Kuzmin I. A. Teoreticheskij analiz problemy proiskhozhdeniya emocij v psihologii [Theoretical analysis of the problem of the origin of emotions in psychology], *Social Research Digest*. 2022. 1(5). 42–53.

Lasy E. V., Novodvorskaya M. V., Evsegneev R. A. Analiz predsmertnyh zapisok i protokolov rassledovaniya po faktu suicida: svyaz' fakta upotrebleniya alkogolya i anamneza zloupotrebleniya alkogolem s triggerami i motivami suicida [Analysis of suicide notes and investigation protocols: the relationship of alcohol consumption and anamnesis of alcohol abuse with triggers and motives of suicide], *Social and clinical psychiatry*. 2012. 22. 4. 57–62.

Leontiev A. N. Potrebnosti, motivy i emocii [Needs, motives and emotions]. M.: Moscow University Publishing House, 41. 1971. URL: <http://flogiston.ru/library/leontev> (date of application: 01/15/2024)

Langle A. Vvedenie v ekzistencial'no-analiticheskuyu teoriyu emocij: prikosnovenie k cennosti [An introduction to the existential-analytical theory of emotions: Touching value], *Questions of psychology*. 2004. 4. 3–21. [https://laengle.info/downloads/Wertberuhrung\\_Russian%20In%20Waprosi%20psichologii%20ijul-avgust,%204,%203–212004.pdf](https://laengle.info/downloads/Wertberuhrung_Russian%20In%20Waprosi%20psichologii%20ijul-avgust,%204,%203–212004.pdf)

Mammadov A. K. Dekonstrukcija kul'turnogo prostranstva: smert' teksta [Deconstruction of cultural space: the death of the text], *Bulletin of Moscow University, Ser. 18. Sociology and Political Science*. 2021. 27(3). 151–165. DOI: 10.24290/1029–3736–2021–27–3–151–165

Mamonova N. V. Internet-komentarij v global'nom mediadiskurse [Internet commentary in the global media discourse], *Journalism*. 2021. 541–544. URL: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/273331/1/541-544.pdf> (accessed 01.15.2024)

Prikhodko A. I. Teoriya rechevoj deyatelnosti v kontekste psiholingvistiki [Theory of speech activity in the context of psycholinguistics.]. 2009. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-rechevoj-deyatelnosti-v-kontekste-psiholingvistiki> (accessed 10.01.2024)

Pyriev E. A. Motivacionnaya funkciya emocij: teoreticheskij podhod k izucheniyu [Motivational function of emotions: a theoretical approach to the study], *Bulletin of practical psychology of education*. 2019. 2(2). 47–55. DOI: 10.17759/bppe.2019160207

Ruzhentseva N. B., Koshkarova N. N., Chudinov A. P. Triggery v diskurse vlasti i ih otrazhenie v SMI [Triggers in the discourse of power and their reflection in the media], *Language and culture*. 2020. 50. 99–114. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000723860> (accessed 01.15.2024)

Sinelnikova L. N., Selezneva L. V. Triggery rezonansnosti i formirovanie pandemicheskogo koronavirusnogo diskursa [Resonance triggers and the formation of pandemic coronavirus discourse], *Criticism and semiotics*. 2022. 2. 91–113. DOI 10.25205/2307-1737-2022-2-91-113.

Skalaban I. A., Sergeeva Z. N., Lobanov Y. S., Volchenko S. Yu. Kurok konflikta. Trigger: opyt konceptualizacii i kategorizacii [The trigger of the conflict. Trigger: the experience of conceptualization and categorization], *Society and Security Insights*. 2022. 5(3). 66–86. DOI 10.14258/ssi(2022)3-05.

Startsev Ya. Yu. Fenomenologiya irracional'nogo v politicheskom myshlenii i raznoobrazie logik politicheskogo dejstva [The phenomenology of the irrational in political thinking and the variety of logics of political action], *Scientific Yearbook of the IFiP Ural Branch of the Russian Academy of Sciences*. 2015. 15(4). 67–106.

Terskikh M. V., Zaitseva O. A. Ideologicheskie i kul'turnye kody v aspekte formirovaniya provokativnogo reklamnogo kontenta (na primere reklamy Benetton) [Ideological and cultural codes in the aspect of the formation of provocative advertising content (using the example of Benetton advertising)], *Actual problems of philology and linguistics*. 2023. 1. 225–237. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2023-1-225-237>.

Ustinov I. Yu., Karavanov A. A. Issledovanie potentsiala sredstv massovoj kommunikacii v sisteme informacionnoj bezopasnosti gosudarstva [Research of the potential of mass communication media in the information security system of the state], *Humanitarian problems of military affairs*. 2018. 2(15). 190–195.

Zabrodina A. N., Koptina G. A. Rechevye triggery v internet-kommunikatsii (na materiale sotsial'noy internet-seti "VKontakte"): nauchnoe izdanie [Speech triggers in Internet communication (the case of the VKontakte social network site)]. *Human. Image and Essence*. 2023. 2. 101–122.