

## СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ КОНТЕКСТ В РЕАЛИЗАЦИИ КОСВЕННОГО РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПРИМЕРЕ ПОСТОВ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ДИСКУРСА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

**Р. С. Малахов**

Донецкий государственный педагогический университет им. В. Шаталова,  
г. Донецк

В статье раскрывается социально-культурный контекст, присутствующий при реализации косвенного речевого воздействия. Материал исследования – посты англоязычного дискурса социальных сетей. Были выделены основные группы постов: отсутствие социально-культурного контекста, наличие глубинных архетипов, и лексика, отражающая современные социально-культурные реалии, понимание которых необходимо для понимания имплицитных смыслов.

***Ключевые слова:** косвенное речевое воздействие, социально-культурный контекст, архетип, стереотип, культурная реалья.*

Речевое воздействие – это целенаправленное использование языка с целью повлиять на мировоззрение, убеждения, поведение или чувства адресата. По мнению Е. Г. Гришечко, взаимодействие между субъектом и объектом может быть прямым (когда субъект открыто заявляет о своих требованиях) или косвенным (когда влияние направлено не на объект, а на его окружение) [2: 56].

В зависимости от количества участников коммуникации, речевое воздействие может быть направлено как на отдельных лиц (адресное), так и на широкую публику (массовое). Массовое влияние значительно интенсифицировалось в XX–XXI веках благодаря процессам массовизации общества, а также развитию средств массовой информации: прессы и радио, затем телевидения и, наконец, сети Интернет.

Как отмечает А. Г. Гурочкина, «противопоставление прямого и непрямого (скрытого) воздействия состоит, таким образом, в различении двух типов информации, передаваемой высказываниями коммуникантов: информации, равной логическому содержанию высказывания, выводимому из денотативного значения его компонентов (слов, словосочетаний и т. п.), и прагматической информации — разного типа имплицитных смыслов (прагматических импликатур) как конвенционального, так и неконвенционального характера» [3: 49].

Поскольку косвенное речевое воздействие подразумевает активизацию имплицитного смысла высказывания, возникает проблема правильной идентификации смысла сообщения адресатом, когда для

ожидаемой интерпретации сообщения простого знания языка оказывается недостаточно. Как отмечает О. Г. Дубровская, каждый «субъект является представителем конкретных социума и культуры (русской, японской, семейной, гендерной, профессиональной, общественной, политической и др.)» [1: 19]. Соответственно, большую роль для правильного построения коммуникативного акта играет понимание социокультурного фона – знаний об окружающей действительности, общего для адресата и адресанта.

Исходя из этого критерия, можно выделить два типа косвенного речевого воздействия. В первом случае для правильной интерпретации имплицитного смысла, заложенного адресантом, достаточно знания языка. Приведём несколько примеров постов социальных сетей.

(1) *The chances are 100% that Russia will attack the rest of Europe if Ukraine falls. There's no mixed messaging here. Donald Trump is a super villain, and everyone that supports him is brainwashed or corrupt* (<https://x.com/MAGACult2/status/1891653129663324599>).

В данном примере адресант воздействует на эмоции адресата, используя эмоционально-оценочную лексику. Президент Трамп назван не просто villain (негодяй), но super villain (супер негодяй). Слово с изначально отрицательной коннотацией дополнительно усиливается словом super. Те, кто его поддерживает, названы продажными или лицами с промытыми мозгами. При этом ситуативный эмоционально-оценочный компонент приобретает и числительное 100, поскольку очевидно, что просчитать процент вероятности нападения в посте невозможно и вряд ли он будет равен ста процентам. В данном случае применяется тактика догматизации, когда позиция автора высказывания подаётся как аксиома и возводится в статус общепринятой.

(2) *If you don't support Ukraine, congratulations, your brain is working!* (<https://x.com/GabeZZOZZ/status/1873015504203637186>)

В этом примере мы видим аналогичные приемы воздействия. Если читатель хочет ассоциировать себя с людьми, у которых работают мозги, он должен признать, что не поддерживает Украину. Используя слово «поздравляю», адресант позволяет себе поставить себя выше адресата, дает почувствовать свое моральное и интеллектуальное превосходство, которое дает ему возможность оценивать интеллектуальные способности читателя.

(3) *A majority of the British people want to rejoin the EU. Are you one of them?*

В данном случае также применяется метод догматизации, когда некий факт преподносится как общепринятый, хотя эта общепринятость никак не обосновывается в посте. При этом автор высказывания манипулирует желанием адресата не быть белой вороной, быть в лагере потенциальных победителей (поскольку, как правило, побеждает большинство).

(4) *CNN poll shows just 8% of Americans view Russia positively—on par with those who think the moon landing was fake. 61% see Russia as an enemy, and only 4% as a partner. Only 9% like Putin, with the same percentage believing the Earth is flat. 52% support Ukraine using U.S. weapons in Russia.* (<https://x.com/NOELreports/status/1891948968332214605>)

В этом посте адресант воздействует на читателя, используя метод объективного подхода, который «закключается в подборе фактов и умелом их комментировании» [4: 102]. Адресат видит подборку конкретных цифр со ссылкой на некие опросы (голосования) телеканала CNN. Несмотря на отсутствие непосредственно ссылок на эти опросы, информация выглядит заслуживающей доверия, хотя адресант и не предлагает адресату информацию о других опросах, результаты которых могут отличаться от тех, которые предлагает CNN.

В целом необходимо отметить, что эти посты объединяет понимание заложенного адресатом имплицитного смысла, которое базируется на понимании общей психологии: нежелания быть среди глупых, проигравших, жажде одобрения и социального признания.

К этой же группе постов можно отнести посты, которые затрагивают эксплуатацию культурно-символического материала на уровне устоявшихся стереотипов и архетипов. Е. В. Шелестюк называет этот метод апелляцией к устоявшимся стереотипам и архетипам – «глубинным, социально / генетически обусловленным моделям фрагментов действительности, устойчиво ассоциируемым с теми или иными концептами, а также к культурно-символическому материалу» [9: 73]. Это дает возможность манипуляторам влиять на настроения групп людей, не изучая каждого конкретного человека и воздействуя на коллективное бессознательное [6]. Рассмотрим следующий пример.

(5) *Young Ukrainian boy brings water for his soldier father who has lost both arms due to Russian aggression* ([https://x.com/search?q=russian%20aggression&src=typed\\_query](https://x.com/search?q=russian%20aggression&src=typed_query))

Это комментарий, сопровождающий соответствующую фотографию, сделанную профессиональным фотографом. В этом посте адресант эксплуатирует образ (архетип) ребенка. В сознании среднестатистического человека, воспитанного в европейской парадигме ценностей, ребенок ассоциируется с чем-то светлым, добрым, трогательным, требующим защиты. Оценивая пост через призму стереотипов, читатель формирует внутригрупповую идентичности («свои») посредством противопоставления антагонистическому образованию («чужие»). Трогательная забота ребенка об отце-калеке – это невольная перемена ролей (в подсознание заложена модель, когда родитель заботится о ребенке, а не наоборот), которая воспринимается как неправильная и нарушающая существующий порядок. Это вызывает негатив в сторону того, кто этот порядок нарушает. Используя слово «агрессия» и указывая, от кого исходит эта агрессия в сторону ребенка,

манипулятор направляет негатив массового читателя на источник данной агрессии.

Помимо этого, существует еще одна группа постов, в которых речевое воздействие реализуется при помощи лексики, для понимания которой необходимо понимать социально-культурные реалии определенного культурно-социального пространства. Социально-культурное пространство — это многоаспектное и многоуровневое явление, которое способно формировать систему жизненных ценностей, поведение потребителей, отношение людей друг к другу и к окружающему миру [8]. К нему относятся:

- события общественной и культурной жизни страны;
- общественные организации и учреждения;
- обычаи и традиции;
- предметы обихода;
- географические пункты;
- произведения искусств и литературы;
- имена исторических личностей, общественных деятелей, учёных, писателей, композиторов, артистов, популярных спортсменов, персонажей художественных произведений [5].

Рассмотрим несколько примеров.

(6) *@ZelenskyUa is to Ukraine what Meghan Markle is to the UK.* ([https://twitter.com/RichardGrenell/status/1895688491662712933?ref\\_src=twsrc%5Etfw](https://twitter.com/RichardGrenell/status/1895688491662712933?ref_src=twsrc%5Etfw))

Спецпосланник президента США по особым поручениям Ричард Гренелл 1 марта на своей странице в X (бывший Twitter) сравнил Зеленского с актрисой и женой принца Гарри Меган Маркл. Для понимания заложенного в посте посыла и проведения необходимых аналогий необходимо понимать, каков имидж Маркл в глазах общественного мнения. Несмотря на то, что изначально британцы приняли ее радушно, отношение к ней у большинства следящих за происходящим в британской королевской семье поменялось на негативное. Таким образом, сравнивая президента Украины Владимира Зеленского с Меган Маркл, Гренелл дает понять, что Зеленский достоин такого же отношение.

(7) *I don't think so @LordAshcroft. Winston was my great uncle and I knew him well; he would be appalled at the constant hijacking of the Churchill name to justify such insanity and the needless loss of life.* (<https://x.com/MarlboroughOf/status/1896286460166492501>)

Этот пост – реакция Джеймса Спенсер-Черчилля, родственника Уинстона Черчилля. В марте 2025 года он ответил на сравнение своего предка с украинским лидером Владимиром Зеленским, которое провёл бывший заместитель председателя Консервативной партии

Великобритании Майкл Эшкрофт. Эшкрофт ранее написал, что великий Уинстон Черчилль гордился бы Зеленским, как лидером военного времени: *As a wartime leader I'm sure our great Winston Churchill would be proud of @ZelenskyUa*. Имя Черчилля было использовано как британской партией поддержки Зеленского, так и его противниками. Апелляция к авторитетам – один из излюбленных приемов манипуляции. Используя одно и то же имя, два автора попытались убедить читателя в совершенно противоположных вещах. Однако заложенный авторами смысл останется непонятным в том случае, если читатель не знает, кто такой Черчилль.

(8) *PM Modi was emotional & even crying after seeing visuals of Children who lost lives in Ukraine's Hospital But the same Modi is completely silent when 10 Children lost lives & more than 16 in critical condition in NICU Jhansi, Number 1 Faltu Dramebaz for a reason.* (<https://x.com/DrJain21/status/1857635761614631392>)

Этот пост представляет собой комментарий к видео, на котором премьер-министр Индии Моди совместно с президентом Украины просматривает эмоциональный видеоряд, посвященный детям, погибшим на Украине. Автор поста сравнивает реакцию Моди на просмотр видео о детях далекой страны и реакцию на трагедию в самой Индии, когда в больнице Джханси при пожаре погибли десять младенцев. Этот пост адресован, прежде всего, жителям Индии, поскольку именно они воспринимали трагедию, произошедшую в больнице, как национальную трагедию. Автор поста возбуждает негатив при помощи создания оппозиции «свои-чужие», сравнивая равнодушные премьер-министра при гибели «своих» и его показное проявление эмоций при сообщении о гибели «чужих». То, что пост направлен в первую очередь на жителей Индии, говорит и последнее предложение, в котором использована лексика, выражающая индийские социальные реалии: *Faltu Dramebaz*. *Faltu* в переводе с хинди – «ненужный», «никчемный», «беспольный». *Dramebaz* в переводе с хинди означает человека, склонного к игре на публику. Также это названия популярных в Индии современных телесериалов.

(9) *The Trump regime has signed the Lavrov-Rubiotrop agreement with the Putin regime.* (<https://x.com/YourAnonCentral/status/1891879951508689095>)

Слово *Rubiotrop* состоит из двух частей. Первая – фамилия государственного секретаря США Марко Рубио (*Marco Antonio Rubio*). Вторая часть – аллюзия на фамилию Риббентроп. Весь пост представляет собой отсылку к историческому событию – заключению пакта Молотова-Риббентропа. Автор проводит параллели между Россией и Германией 30-х годов прошлого века, формируя у читателей негативное отношение к встрече Лаврова и Рубио. Для понимания заложенного во фразе

имплицитного смысла необходимо знать об этом пакте и об историческом контексте его заключения.

Таким образом, можно сделать вывод, что понимание социально-культурных реалий в некоторых случаях бывает необходимым для успешной реализации косвенного речевого воздействия на адресата. Такие имплицитные смыслы могут быть понятны лишь представителям конкретных социально-культурных групп в конкретных социально-исторических условиях.

#### **Список литературы**

1. Дубровская О.Г. Социокультурный подход к изучению дискурса // Вестник ТГУ. 2015. Выпуск 2 (2). С. 17–22.
2. Гришечко Е.Г. Определение понятия речевого воздействия и виды этого воздействия // Гуманитарные и социальные науки. 2008. № 4. С. 53–59.
3. Гурочкина А.Г. Скрытые формы речевого воздействия в не прямой коммуникации // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2019. № 192. С. 46–52.
4. Дзялошинский И.М. Медиаекст: особенности создания и функционирования: монография / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун // Москва: Нац. ун-т – Высш. шк. экономики, 2011. 378 с.
5. Леонова А.В. Реалии: Сущность и проблема классификации // Альтернатив-2015. URL: <https://conf.grsu.by/alternant2015/index-24.htm>
6. Охотникова Е. Архетипы и манипуляции // Курс « Как управлять миром. Природа психологических манипуляций». URL: <https://magisteria.ru/how-to-rule-the-world/archetypes-and-manipulation>
7. Словарь «Мультитран». URL: <https://www.multitran.com/m.exe?l1=1&l2=2&s=Number+1+&l2=2>
8. Тельманова, А. С. Проблема дефиниции социально-культурного пространства // Вестник КемГУКИ . 2014. № 29. С. 149–155.
9. Шелестюк, Е.В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования: монография / Е.В. Шелестюк. 2-е изд., испр. и доп. М.: ФЛИНТА: Наука, 2014. 344 с.

*Об авторе:*

МАЛАХОВ Руслан Сергеевич – аспирант кафедры русского языка и общего языкознания ФГБОУ ВО «Донецкий государственный педагогический университет им. В. Шаталова» (284601, ДНР г. Горловка, ул. Рудакова, д. 25); e-mail: [go270497mrs@gmail.com](mailto:go270497mrs@gmail.com)

#### **SOCIAL AND CULTURAL CONTEXT IN THE IMPLEMENTATION OF INDIRECT SPEECH IMPACT: A CASE STUDY OF ENGLISH-LANGUAGE SOCIAL MEDIA DISCOURSE POSTS**

**R. S. Malakhov**

Donetsk State Pedagogical University named after V. Shatalov, Donetsk

This article explores the socio-cultural context present when indirect speech is used. The study's material consists of posts from English-language social media discourse. Key groups of posts were identified: those lacking socio-cultural context, those containing deep archetypes, and those using vocabulary reflecting contemporary socio-cultural realities, an understanding of which is necessary for understanding implicit meanings.

**Keywords:** *indirect speech, socio-cultural context, archetype, stereotype, cultural reality.*

*About the author:*

MALAKHOV Ruslan Sergeevich – postgraduate student of the Department of Russian Language and General Linguistics at the Donetsk State Pedagogical University named after V. Shatalov (284601, People's Republic of Donetsk, Gorlovka, Rudakob\va Str. 25); e-mail: go270497mrs@gmail.com

Статья поступила в редакцию 10.03.26  
Подписана в печать 02.04.26

© Малахов Р.С., 2026