

Тенева Екатерина Веселиновна

**ИМПЛИЦИТНЫЕ АВТОРИТЕТЫ В ПОЛИТИКО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)**

Данная статья посвящена вопросам манипулятивного воздействия автора политико-публицистического дискурса на адресата. Автор разграничивает понятия "авторитетность" и "авторитет", приводит классификацию видов авторитетов, а также особое внимание акцентирует на исследовании имплицитных авторитетов как средств манипулятивного воздействия, в которых намеренно отсутствует указание на авторитетный источник информации, при этом информация воспринимается читателем априори истинной. В статье приведены случаи употребления имплицитных авторитетов и проанализированы языковые средства их выражения на материале британских "качественных" газет.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2016/4-1/47.html](http://www.gramota.net/materials/2/2016/4-1/47.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2016. № 4(58): в 3-х ч. Ч. 1. С. 155-158. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2016/4-1/](http://www.gramota.net/materials/2/2016/4-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)  
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

УДК 811.111

*Данная статья посвящена вопросам манипулятивного воздействия автора политико-публицистического дискурса на адресата. Автор разграничивает понятия «авторитетность» и «авторитет», приводит классификацию видов авторитетов, а также особое внимание акцентирует на исследовании имплицитных авторитетов как средств манипулятивного воздействия, в которых намеренно отсутствует указание на авторитетный источник информации, при этом информация воспринимается читателем априори истинной. В статье приведены случаи употребления имплицитных авторитетов и проанализированы языковые средства их выражения на материале британских «качественных» газет.*

*Ключевые слова и фразы:* политико-публицистический дискурс; манипуляция; имплицитное воздействие; авторитетность; имплицитный авторитет.

**Тенева Екатерина Веселиновна**, к. филол. н.  
Санкт-Петербургский государственный университет  
ekateneva@gmail.com

### ИМПЛИЦИТНЫЕ АВТОРИТЕТЫ В ПОЛИТИКО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

Исследование феномена воздействия в сфере СМИ представляется актуальным в связи с тем, что дискурс СМИ и, в частности, политико-публицистический дискурс (ППД) как один из его разновидностей оказывает большое влияние на формирование мнений и ценностей всего общества. Как пишет Е. И. Шейгал, целью ППД является «оказание влияния на распределение и использование власти в обществе» [8, с. 24]. Следовательно, главной задачей автора ППД является воздействие на читателя. Данное воздействие может осуществляться двумя способами: прямым способом (**эксплицитно**, при помощи аргументации и убеждения) или скрытым (**имплицитно**, при помощи манипуляции). В настоящей статье нас интересует второй способ воздействия, а именно – риторические средства манипулятивного воздействия автора на читателя ППД. Одним из таких средств являются имплицитные авторитеты. Для начала разграничим понятия «авторитетность» и «авторитет».

Исследование категорий автора и адресата ППД, а также феномена воздействия невозможно без рассмотрения еще одной важной текстообразующей категории – **категории авторитетности**. Категория авторитетности связана с коммуникативным статусом участников общения и указывает на взаимоотношения автора и адресата. Она регулирует процесс общения коммуникантов и направляет его в нужное русло: либо читатель принимает авторскую позицию и соглашается с ним, либо автор встает на сторону читателя и отождествляет свою позицию с позицией читателя. По своей сути это понятийная категория, так как она реализуется в процессе осмысления текста адресатом. Для читателя газет и журналов очень важно иметь дело с авторитетными специалистами.

Мы полагаем, что категория авторитетности – это необходимое условие существования категорий автора и адресата, поскольку от степени доверия адресата к автору, с одной стороны, а также от степени убедительности (авторитетности) автора, с другой, зависит успешность коммуникации. Авторитетность является связующим звеном категорий автора и адресата, зависящая от содержания обеих категорий: она зависит в равной степени как от выражения автора, так и от осведомленности адресата. В то же время, чем выше авторитетность автора, тем больше его воздействие на адресата и убедительность, тем больше степень доверия адресата автору, а также, соответственно, больше успешность коммуникации. Таким образом, **авторитетность** – это составное понятие категорий автора и адресата, которое связывает их между собой, показывая ту роль, которую играют адресат и автор относительно друг друга в процессе коммуникации [3, с. 99].

Исходя из проведенных нами исследований, мы пришли к выводу о том, что «авторитет – культурное понятие, под которым имеется в виду общепризнанный и общеизвестный ориентир (высокоавторитетный член группы, его мнение и высказывания), который существует среди членов макро- или микросоциальной группы и который является эталоном для подражания» [6, с. 249]. Вслед за А. А. Степановым, мы полагаем, что данное понятие состоит из следующих элементов: носитель авторитетного примера, сам авторитетный пример, подражатели примера и продукт, созданный на основе подражания [2, с. 22]. Следовательно, основываясь на данных элементах, можно выделить два основных вида авторитетов. Во-первых, «**именные**» (авторитеты с указанием имени авторитетного источника или носителя авторитетного примера), которые могут быть 2 типов: «**универсальные**» – авторитеты, адресованные всему социуму, узнаваемые всеми представителями общества, а также «непосвященным» в ту или иную тему или сферу деятельности, и «**специализированные**» – авторитеты, адресованные «посвященной» публике, определенному кругу специалистов какой-то области; во-вторых, «**имплицитные**» – авторитеты, у которых отсутствует указание на источник знаний с целью «спрятать» авторское мнение.

Как мы уже отмечали ранее, особенностью ППД является то, что в данном типе дискурса преимущественно используется второй способ воздействия (**манипуляция**), так как речь идет о борьбе за власть. Отсюда, автор стремится скрытым, незаметным образом склонить читателя на свою сторону, используя стратегию дискредитации позиции противника или саморекламы [7, с. 25]. По словам Т. А. ван Дейка, манипуляция, с одной стороны, – это «использование языковых средств идеологического дискурса с целью усилить “свои” положительные качества и подчеркнуть “чужие” отрицательные» [18, р. 359]; с другой стороны, это – «коммуникативный процесс, в котором манипулятор использует свою власть над людьми против их воли и интересов» [Ibidem, р. 360]. Автор идеологического дискурса «использует власть с целью скрытого,

непрямого воздействия на действия реципиентов, основываясь на манипуляции убеждений и взглядов последних» [Ibidem, p. 362]. Под скрытым воздействием имеется в виду имплицитное воздействие. По мнению К. Киришнера, содержание медиадискурса и, следовательно, ППД как его разновидности «может быть имплицитным в том смысле, что кто-то использует что-то в качестве средства воздействия, которое сознательно не воспринимается зрителем/слушателем, при этом выбор и организация материала отражает чьи-то интересы в целях привлечения внимания или укрепления своей позиции. <...> Соответственно, с точки зрения пользователя СМИ, материал может быть имплицитным, т.е. он или она (читатель) не осознает и не имеет представления о его существовании и воздействии» [15, p. 274].

Мы полагаем, что когда речь идет об имплицитных авторитетах, мы имеем дело с манипуляцией. С нашей точки зрения, **имплицитные авторитеты** – это риторические средства манипулятивного воздействия, в которых намеренно отсутствует указание на авторитетный источник знаний, а передаваемая при помощи них информация воспринимается читателем как очевидная, общепринятая и не требующая особых доказательств. Здесь необходимо отметить, что это излюбленный прием авторов ППД, который реализуется в тексте в виде цитат, оценок экспертов, свидетельских отчетов, статистических данных и других материалов для большей убедительности. Для восприятия данной информации читатель должен быть хорошо осведомлен об объекте суждения и обладать фоновыми знаниями, чтобы иметь эталон для сравнения. Поскольку адресатом данного вида дискурса преимущественно является массовый читатель, то можно предположить, что у него отсутствует «предварительная подготовка» к такого рода информации [4, с. 133]. Как пишет Е. И. Варгина, использование такого рода информации заменяет доказательства точки зрения автора [1, с. 140]. В связи с этим, большинство авторов газетных статей стремятся передать информацию анонимно, намеренно отбирая те факты, которые выгодны для достижения его цели – скрытого воздействия на читателя и убеждения в своей точке зрения. Особенно это характерно для британского ППД. Рассмотрим следующие примеры:

1) *Senior insiders said that this was a face-saving concession to Mr Blair...* [14] / «Согласно хорошо осведомленным лицам, этот шаг, нацеленный на спасение репутации <Господина Брауна>, был уступкой Господину Блэру...».

2) *Bill Winters is a rare breed: an American investment banker who is popular with British politicians* [12] / «Билл Винтерс – редкая птица: американский инвестиционный банкир, популярный среди британских политиков».

3) *Iran insists that the programme is peaceful, but experts estimate that it will have enough enriched uranium for a nuclear bomb* [9]... / «Иран настаивает, что данная программа мирная, однако эксперты считают, что она приведет к такому увеличению запасов урана, которое достаточно для создания ядерной бомбы».

В примерах № 1-3 в качестве имплицитных авторитетов выступают нарицательные существительные («senior insiders», «British politicians», «experts»). Автор идентифицирует свое мнение с авторитетным источником информации, однако имя этого источника не называется, оно остается вне ведения читателя. Использование таких существительных как «инсайдеры», «эксперты», «наблюдатели», «осведомленные лица/источники», «политические лидеры» и т.п., которые содержат в своем значении сему авторитетности и генерализации, позволяет автору не доказывать свою точку зрения, усиливает объективность и достоверность излагаемой информации и несомненно способствует имплицитному воздействию на читателя.

Упоминание имени авторитетного источника иногда вовсе необязательно. В некоторых случаях автору ППД достаточно привести статистические данные для усиления псевдонаглядности и убедительности материала. Под **псевдонаглядностью** мы понимаем «использование в дискурсе таких языковых средств, стратегий или приемов, которые логически обоснованы и служат для усиления эмоционального эффекта информации и манипулятивного воздействия автора на читателя» [5, с. 237]. Приведем пример:

4) *A record number of people have registered to vote in the Scottish independence referendum, with 97% of the adult population now ready to take part in next week's vote. A total of 4,285,323 makes this the largest electorate the country has ever known for any election or referendum* [17] / «Рекордное количество избирателей зарегистрировалось для голосования на референдуме о независимости Шотландии, при этом 97% взрослого населения уже сейчас готовы принять участие в голосовании на следующей неделе. Общее число избирателей составило 4285323, что является самым большим электоратом за всю историю выборов и референдумов в нашей стране».

При помощи числительных автор стремится не обмануть адресата, а завуалировать под точными данными свою истинную цель – скрытое воздействие на адресата (манипуляцию). Он приводит очень подробные статистические данные для подтверждения своей точки зрения – важности проведения референдума за независимость в Шотландии. Использование прилагательных, обозначающих большой размер и стоящих в превосходной степени («largest» – «самый большой», «record» – «рекордный»), также служит цели воздействия и убеждения читателя в исключительной важности данного события в жизни страны и его поддержки происходящего. Приведем еще примеры:

5) *There are few leaders in Europe who understand the workings of the EU as well as the former prime minister of Luxembourg* [16] / «В Европе лишь несколько лидеров наряду с бывшим премьер-министром Люксембурга понимают внутренние механизмы ЕС».

6) *There is renewed speculation that the two may have come to some sort of «understanding» about when Mr. Blair will stand down to make way for Mr. Brown* [14] / «Согласно последним предположениям, оба политика, возможно, пришли к своего рода «пониманию» того, когда Господин Блэр уступит дорогу Господину Брауну».

7) *It has been widely assumed that the Prime Minister and the Chancellor will have a dramatic showdown over the single currency* [10] / «Повсеместно предполагается, что между Премьер-Министром и Канцлером будет напряженное противостояние по вопросу единой валюты».

В примерах № 5-7 автор использует особые синтаксические конструкции – от безличных предложений («there is/are...») до пассивных конструкций («it has been widely assumed») – для того, чтобы идентифицировать свою точку зрения с общепринятой – «все так считают» – и манипулировать сознанием читателя. При использовании имплицитных авторитетов автор зачастую вводит читателя в заблуждение, выдавая свою точку зрения за общепринятую и тем самым вынуждая читателя принять свою точку зрения как очевидную и единственно возможную. Адресатом подобных высказываний является все общество в целом, а автор – член этого общества, один из большинства.

Среди маркеров имплицитных авторитетов можно выделить косвенное указание на авторитетный источник информации с целью «спрятать» собственное мнение за мнением большинства. В таких случаях автор использует нереферентные местоимения со значением генерализации:

8) *...no one doubts that the new president of the European commission... knew enough about the vast tax avoidance schemes practised there [16]... / «никто не сомневается в том, что новый президент Еврокомиссии... знал о грандиозных схемах по минимизации налогов, которые применялись здесь...».*

9) *Everyone in the political world remembers where they were the day John Smith died in 1994 [11]... / «Все в политическом мире помнят, где они были в день смерти Джона Смита в 1994 году...».*

10) *...Yet some think it is the future of modern Conservatism [13] / «Однако некоторые считают, что это – будущее современного консерватизма».*

В примерах № 8-10 автор единодушен с социумом и идентифицирует излагаемую информацию как общепринятую, используя различные местоимения: отрицательное («no one» – «никто»), обобщенное («everyone» – «все») и неопределенное («some» – «кто-то», «некоторые»). Стратегия генерализации или обобщения своего мнения с мнением большинства, по словам Т. А. ван Дейка, – один из способов манипуляции, который заключается в том, что «какой-то конкретный пример (случай, мнение), который произвел воздействие на сознание людей, обобщается до более общепринятого знания и отношения, или даже до фундаментальных взглядов» [18, p. 370].

Итак, исходя из проанализированного нами материала, мы пришли к выводу о том, что имплицитные авторитеты – излюбленный прием в политико-публицистическом дискурсе, так как данный вид дискурса является преимущественно манипулятивным. Одной из характерных особенностей имплицитных авторитетов является тот факт, что, как правило, информация, переданная с их помощью, не содержит указания на источник авторитетного знания и воспринимается читателем априори истинной, общепринятой и не требующей доказательств. Отсюда можно сделать вывод о том, что читателю в данном случае отведена пассивная роль «жертвы» манипуляции. С целью «спрятать» свое мнение и навязать читателю свое отношение автор может использовать различные языковые средства – как синтаксические (безличные предложения и пассивные конструкции), так и лексико-грамматические (прилагательные с положительным или отрицательным значением, абстрактные существительные со значением авторитетности, нереферентные местоимения со значением генерализации, числительные в качестве статистических данных). Несомненно, использование автором имплицитных авторитетов во многом зависит от степени осведомленности адресата и рассчитано на «массового» читателя, не подготовленного и не осведомленного в узкой области знаний и, тем самым, не осознающего скрытый смысл представленной информации.

Анализ имплицитных авторитетов представляет важный интерес для ученых не только в области лингвистики, но и социологии, психологии и других областей гуманитарного знания. При наличии у нас знаний в отношении имплицитных авторитетов возникает возможность понять механизмы и инструменты манипулятивного воздействия на психологию и поведение людей, когнитивные процессы, национальное сознание и межнациональные контакты. Исследование имплицитных авторитетов не ограничивается приведенными случаями и открывает перспективы для их дальнейшего изучения.

#### Список литературы

1. **Варгина Е. И.** Научный текст и его воздействие (на материале английского языка). СПб.: Филфак СПбГУ, 2004. 212 с.
2. **Степанов А. А.** Онтогносеологическая концепция авторитета: автореф. дисс. ... д. филос. н. Томск: ТГУ, 2002. 324 с.
3. **Тенева Е. В.** Некоторые особенности выражения категории авторского «я» в политико-публицистическом дискурсе (на материале английского языка) // Материалы XXXIX Международной филологической конференции. СПб.: СПбГУ, Фил. фак-т, 2009. С. 97-104.
4. **Тенева Е. В.** Приемы идентификации и самопрезентации в политико-публицистическом дискурсе (на материале британских газетных статей): дисс. ... к. филол. н. СПб., 2011. 188 с.
5. **Тенева Е. В.** Средства псевдонаглядности в политико-публицистическом дискурсе (на материале британских газетных статей) // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Серия 9: Филология. Востоковедение. Журналистика. 2013. № 3. С. 236-241.
6. **Тенева Е. В.** Эксплуатация авторитетов в публицистике // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Серия 9: Филология. Востоковедение. Журналистика. 2010. № 3. С. 248-255.
7. **Тумусова Т. Н.** Особенности реализации дискурсивных стратегий в политических текстах (на материале предвыборных выступлений кандидатов в президенты Франции) // Политический дискурс в парадигме научных исследований: сборник статей международной научной конференции / под ред. Д. В. Шапочкина. Тюмень: Вектор Бук, 2014. С. 24-29.
8. **Шейгал Е. И.** Семиотика политического дискурса. М. – Волгоград: Перемена, 2000. 440 с.
9. **Barack Obama's Foreign Policy Agenda** [Электронный ресурс] // The Times. URL: <http://www.thetimes.co.uk/tto/news/world/americas/article3593761.ece> (дата обращения: 28.01.2016).
10. **Blair Wants to Pass Euro Test to Prove Loyalty** [Электронный ресурс] // The Telegraph. URL: <http://www.telegraph.co.uk/comment/personal-view/3587550/Inside-politics.html> (дата обращения: 28.01.2016).

11. **Could John Smith Have Envisaged Where His 'Parliament' Would Lead?** [Электронный ресурс] // The Telegraph. URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/scotland/10823790/Could-John-Smith-envisaged-where-his-parliament-would-lead.html> (дата обращения: 28.01.2016).
12. **Could It Be a Passport to Success?** [Электронный ресурс] // The Times. URL: <http://www.thetimes.co.uk/tto/business/industries/banking/article4366901.ece> (дата обращения: 28.01.2016).
13. **Europe Is a Cancer Eating the Tories' Heart** [Электронный ресурс] // The Times. URL: <http://www.thetimes.co.uk/tto/opinion/columnists/article4576993.ece> (дата обращения: 28.01.2016).
14. **Friendly Blair and Brown Fuel Speculation about Succession Deal** [Электронный ресурс] // The Telegraph. URL: <http://www.telegraph.co.uk/comment/personal-view/3600057/Inside-politics.html> (дата обращения: 28.01.2016).
15. **Kirsner K. et al. Implicit and Explicit Mental Processes.** Psychology Press, 2013. 484 p.
16. **Luxembourg Tax Files: Can Jean-Claude Juncker Weather The Storm?** [Электронный ресурс] // The Guardian. URL: <http://www.theguardian.com/world/2014/dec/10/luxembourg-tax-jean-claude-juncker-eu-european-commission> (дата обращения: 28.01.2016).
17. **Scottish Independence: 97% Register to Vote in Referendum** [Электронный ресурс] // The Guardian. URL: <http://www.theguardian.com/uk-news/2014/sep/11/referendum-registered-voters-scotland-four-million-97-per-cent> (дата обращения: 28.01.2016).
18. **Van Dijk T. A. Discourse and Manipulation** // Discourse & Society. 2006. Т. 17. № 3. P. 359-383.

**IMPLICIT AUTHORITIES IN THE POLITICAL AND PUBLICISTIC DISCOURSE  
(BY THE MATERIAL OF THE ENGLISH LANGUAGE)**

**Teneva Ekaterina Veselinovna**, Ph. D. in Philology  
*Saint Petersburg State University*  
*ekateneva@gmail.com*

The article is devoted to the issues of manipulative influence of the author of the political and publicistic discourse on the addressee. The paper distinguishes between the concepts "authoritativeness" and "authority", introduces classification of the authority types, focuses on studying the implicit authorities as the means of manipulative influence in which the authoritative information source is deliberately omitted, consequently the information is perceived by the reader as apriori true. The author provides the cases of using implicit authorities and analyzes the linguistic means of their manifestation by the material of the British "quality" newspapers.

*Key words and phrases:* political and publicistic discourse; manipulation; implicit influence; authoritativeness; implicit authority.

УДК 8; 811:81

*Статья посвящена сравнительному изучению особенностей употребления обозначающего множественность аффикса -лар в тюркских языках. Также отмечается многовариантность вышеуказанного аффикса. Следует подчеркнуть, что в отдельных современных тюркских языках его фонетические варианты исчисляются от 2 до 16. В тюркских языках их общее число доходит до 22. В грамматиках тюркских языков описывается большое количество значений множественного числа. Количество этих значений доходит до 13.*

*Ключевые слова и фразы:* тюркские языки; татарский язык; фонетические варианты; функционально-семантические особенности; множественность.

**Фаттахова Рузиля Фердавиевна**, к. филол. н., доцент  
**Гиниятуллина Лилия Миннулловна**, к. филол. н., доцент  
**Айдарова Светлана Ханиповна**, к. пед. н., доцент  
*Казанский (Приволжский) федеральный университет*  
*faruzilya@mail.ru; gin\_liluk@mail.ru; aydarova-sh@rambler.ru*

**О ФОНЕТИЧЕСКИХ ВАРИАНТАХ И СЕМАНТИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИХ  
ОСОБЕННОСТЯХ УПОТРЕБЛЕНИЯ АФФИКСА -ЛАР В ТЮРКСКИХ ЯЗЫКАХ**

Тюркские языки – семья языков, на которых говорят многочисленные народы и народности России и СНГ, Турции, часть населения Ирана, Афганистана, Монголии, Китая, Румынии, Болгарии, Югославии и Албании. Носителями этих языков являются азербайджанцы, туркмены, казахи, киргизы, узбеки, кумыки, карачаевцы, балкарцы, чувашаи, татары, башкиры, ногайцы, якуты, тувинцы, хакасы, горные алтайцы, гагаузы турки, уйгуры.

Значение множественности универсально во всех языках мира. В современных тюркских языках значение множественности в основном передается при помощи специальных аффиксов множественного числа [2; 17].

Проблема изучения аффиксальных морфем некоторых категорий имени существительного тюркских языков (в том числе и татарского) представляет собой одну из актуальнейших проблем для современного этапа развития тюркологии [3; 22; 23; 24].

В последние десятилетия российские и зарубежные тюркологи открыли возможности для изучения истории отдельного языка или группы языков. Таким образом, появился научный потенциал для продолжения изысканий по данному направлению языкознания. Этому периоду развития языковедческой мысли характерен усиленный поиск новых приемов и методов исследования на более высоком теоретическом уровне по сравнению с предшествующими моментами – возникновением науки о тюркских языках.