

Научная статья
УДК 81'1
DOI: 10.14529/ling240102

КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА ЖАНРА НАУЧНОЙ СТАТЬИ: КАТЕГОРИЯ АВТОРИТЕТНОСТИ

Е.В. Шапкина, eshapkina@mail.ru
Южно-Уральский государственный университет, Челябинск, Россия

Аннотация. Как показывают современные исследования различных типов дискурса, в том числе и научного, авторитет участников общения является одной из важных коммуникативных категорий и реализуется в процессе общения при помощи определенного набора языковых и графических средств. В разных лингвокультурах в текстах, принадлежащих к одному и тому же жанру, использование данных средств может иметь свою специфику. Целью нашего исследования является выявление наиболее типичных лексико-грамматических средств (маркеров), используемых для реализации категории авторитетности в текстах жанра научной статьи, характерных для английской и русской лингвокультур. Объектами исследования послужили три группы маркеров: авторитета общепризнанных научных фактов и теорий; авторитета признанных специалистов в конкретной области и авторитета автора научной статьи. В качестве материала исследования были использованы статьи на русском и английском языках в области педагогики, менеджмента и энергетики. Проведенный анализ выявил значительные различия в количественном использовании данных маркеров в зависимости от научной сферы и принадлежности текста к той или иной языковой культуре, а также прямую корреляцию с количественным использованием графических маркеров данной категории (таблиц, графиков и т. д.). Кроме того, выявлены различия в выборе языковых средств, в частности, различная лексическая и грамматическая наполняемость речевых клише авторитетности, различия синтаксического рисунка. Теоретические выводы исследования доказывают необходимость изучения и систематизации языковых средств, реализующих основные коммуникативные параметры научного текста. Результаты практического характера могут быть использованы для разработки рекомендаций по написанию научных статей.

Ключевые слова: категория авторитетности, маркеры авторитетности, научный дискурс, жанр научной статьи, национальная специфика

Для цитирования: Шапкина Е.В. Культурная специфика жанра научной статьи: категория авторитетности // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». 2024. Т. 21, № 1. С. 13–18. DOI: 10.14529/ling240102

Original article
DOI: 10.14529/ling240102

CULTURAL SPECIFICS OF ACADEMIC WRITING GENRE: CATEGORY OF AUTHORITY

E.V. Shapkina, eshapkina@mail.ru
South Ural State University, Chelyabinsk, Russia

Abstract. Recent studies of various discourse types, including the scientific one, show that in communication process the authority of the participants is one of the important communicative categories realized with a set of linguistic and graphic means. They can have some specifics in the texts belonging to the same genre but different linguistic cultures. The purpose of our study is to identify the most typical lexical and grammatical means (markers) used to realize the category of authority in scientific articles genre in the English and Russian linguistic cultures. The objects of the study were three groups of markers: the authority of general scientific facts and theories; the authority of top experts in a particular field and the authority of the author of a scientific article. The research material included a number of articles in Russian and English in the field of pedagogy, management and energy. The analysis revealed significant differences in the quantity of these markers depending on the scientific field and the particular language culture, as well as a direct correlation with the quantitative use of graphic markers of the category (tables, graphs, etc.). In addition, some differences were observed in the choice of language means, particularly, the lexical and grammatical content of speech clichés, as well as some differences in syntactic patterns of the means. Theoretical importance

of the analysis proves the need to study and systematize language tools used to realize the main communicative parameters of a scientific text. The practical results can be used to develop recommendations for academic writing.

Keywords: category of authority, markers of authority, scientific discourse, genre of scientific article, national specifics

For citation: Shapkina E.V. Cultural specifics of academic writing genre: category of authority. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Linguistics*. 2024;21(1):13–18. (in Russ.). DOI: 10.14529/ling240102

Введение

Как известно, тексты, принадлежащие к одному стилю и жанру в разных лингвокультурах, могут иметь определенную специфику под влиянием сложившихся языковых и речевых норм, характерных для той или иной сферы общения. При этом научные тексты, и в частности научные статьи, не являются исключением. Несмотря на высокий уровень их стереотипности и кодифицированности, в каждой лингвокультуре используется специфический набор средств изложения научного содержания. Поэтому детальное изучение таких средств может помочь в описании принципов корректного их использования и обеспечить тем самым высокий уровень эффективности научной коммуникации и успешное продвижение новых идей в научном сообществе.

Научная статья относится к первичным жанрам научного дискурса наряду с диссертацией, монографией, учебником. Основной коммуникативной целью текстов данного жанра является информирование реципиента о результатах научных исследований, т. е. популяризация научных идей. В более широком смысле, т. е. с точки зрения современных социально-экономических условий автор статьи может преследовать и ряд других целей: повысить свой рейтинг публикационной активности, завоевать признание и авторитет среди коллег на самых разных уровнях. Иными словами, научная статья становится инструментом создания определённого статуса и репутации, т. е. является частью имиджевой коммуникации в научной сфере [3].

С коммуникативной точки зрения, данные целевые установки автора тесно связаны с категорией авторитетности, которая является одной из системообразующих для речевой деятельности любого типа дискурса, в том числе и научного [1].

Исследование категории авторитетности проводилось применительно к текстам разных стилей и жанров. Их результаты указывают не только на жанровые, но и, что особенно важно для нашего исследования, культурно-специфические особенности, в частности, неодинаковую степень обезличенности и формализации повествования, выраженности авторского стиля, эмоциональности, использования иронии и т. д. [1, 2, 6, 8]. Целью нашего исследования является выявление наиболее типичных лексико-грамматических средств, используемых для реализации категории авторитетности в текстах жанра научной статьи, характерных для английской и русской лингвокультур.

Основные задачи исследования:

- определить коммуникативную сущность категории авторитетности;
- определить набор элементов в текстах научных статей, имеющих национальную специфику в реализации категории авторитетности;
- выявить данные средства в русскоязычных и англоязычных статьях и провести их сравнительный анализ;
- обобщить полученные результаты.

1. Теоретические основания

Сущность категории авторитетности основывается на тезисе о том, что любое речевое действие или его часть имеют определенную «стоимость» по отношению к другим речевым действиям. Эта стоимость определяется степенью авторитетности источника сообщения [2]. Категория авторитетности определяет степень влияния слов на коммуникативные последствия, а также укрепляет либо ослабляет возможность этого влияния со стороны взаимодействующих компонентов [8]. В процессе коммуникации данная категория вербализирует стремление коммуникантов подчинить процесс общения своей власти и добиться «дивидендов» в свою пользу [2].

Основной функцией категории авторитетности является функция регуляции и мониторинга коммуникативного процесса. Важным инструментом ее выражения служит ссылка на авторитет, которая в европейских языках выражается преимущественно в дискурсивных маркерах типа вводных фраз, ссылок, вставных текстов, цитат и т. д. типа: *как считали древние греки ...*, *вот что говорит ведущий специалист ...* [2].

В.Б. Кашкин подразделяет данные маркеры на две большие группы: маркеры авторитетности источника и сообщения. Первая группа указывает на авторитетность автора (прямо или косвенно), а вторая – на авторитетность коммуниканта (автора текста) или цитируемые авторитетные тексты (группа авторитетных индивидов) [2].

Средства авторитетности имеют определённую специфику в зависимости от стилевой и жанровой принадлежности текста. Например, в научном дискурсе к прямым маркерам авторитетности относятся: ссылки на авторитет автора работы (*Мы утверждаем ...*); общественное мнение (статистические данные, общепризнанные научные теории и т. д.); точка зрения признанных специалистов (*Как отмечает ...*); специфическое выражение авторского «я» (обезличенность изложения в сочетании с акцентированием внимания на достижениях

автора). К косвенным маркерам авторитетности относятся: оригинальное название, эпиграф или инициаль; употребление специальной терминологии, приведение наглядных примеров, статистические данные, формулы, графики, таблицы, использование образности и иронии [1].

Следует отметить, что данные средства используются автором с целью убедить читателя в логичности и истинности повествования. Это указывает на то, что категория авторитетности тесно связана с текстовой категорией модальности, которая представляет собой совокупность универсальных категорий логики и оценки истинности [7] и применительно к сообщению (тексту) представляет собой комплекс лингвистических явлений, которые выражают отношение говорящего к сообщаемому или сообщаемого к действительности [8]. Как известно, данные отношения служат основой для выделения двух видов модальности: объективной и субъективной. Первый вид модальности связан с отражением в тексте отношения сообщаемого к действительности, а второй тип – с отражением отношения говорящего к сообщаемому [4, 5].

С точки зрения данных видов отношений и модальных значений, через которые данные отношения реализуются в тексте, представляется возможным предложить еще одну классификацию перечисленных выше маркеров авторитетности, объединив их в две группы: маркеры авторитетности объективного плана (объективной авторитетности), обеспечивающие истинность и убедительность сообщения, и маркеры авторитетности субъективного плана (субъективной авторитетности), выражающие значимость мнения автора в отношении отображаемой действительности.

В текстах жанра научной статьи к первому типу авторитетности можно отнести: ссылки на авторитет общепризнанных фактов и теорий, признанных специалистов в конкретной области знания, оригинальное название, эпиграф или инициаль; употребление специальной терминологии, приведение наглядных примеров, статистические данные, формулы, графики, таблицы и другие иллюстративные элементы. Ко второму типу авторитетности можно отнести: ссылки на авторитет автора работы, использование образности и иронии.

Рассматривая основные понятия категории авторитетности, важно отметить, что помимо жанровой специфики в реализации категории авторитетности наблюдаются также и культурно-специфические особенности. В частности, в своем исследовании, посвященном изучению категории авторитетности в диссертационных исследованиях в русской и английской лингвокультуре, А.А. Болдырева отмечает, что дискурсивные маркеры авторитетности встречаются в диссертациях, написанных как на русском, так и на английском языке. Особенностью диссертаций, написанных на русском языке, является большая (по сравнению с английским языком) обезличенность изложения,

стремление к максимальной формализации текста. Для английских и американских соискателей характерным является «творческий подход» к описанию исследования, большая выраженность авторского стиля, эмоциональность и образность изложения, использование элементов юмора и иронии [1].

2. Методология исследования

Поскольку целью нашего исследования является выявление наиболее типичных лексико-грамматических средств категории авторитетности в разных языковых культурах, основное внимание в нашей работе было сосредоточено на изучении маркеров, представляющих собой данные средства. К ним относятся три группы маркеров авторитетности:

- маркеры авторитета общепризнанных научных фактов и теорий;
- маркеры авторитета признанных специалистов в конкретной области;
- маркеры авторитета автора научной статьи.

Материалом исследования послужили тексты шестидесяти научных статей из трех научных областей: образования, энергетики и менеджмента. Материал исследования был отобран методом сплошной выборки и включал тридцать статей на русском и тридцать статей на английском языке (по 10 статей на каждую область на одном языке).

В ходе исследования использовались следующие методы: описательный метод, включающий приемы наблюдения языковых средств авторитетности; сравнительный метод для выявления сходств и различий в использовании анализируемых средств в разных предметных областях и языковых культурах; метод количественного анализа, обеспечивающий фактическую базу для обобщения полученных результатов.

3. Результаты и обсуждение

Маркеры авторитета общепризнанных научных фактов и теорий. Анализ данной группы маркеров в русскоязычных статьях выявил ряд повторяющихся маркеров, которые можно считать речевыми клише жанра. Ядром таких клише являются слова «мнение», «опыт», «практика», «правило», «известно», «тренд», «тенденция», например, «на практике», «существует мнение, что», «как показывает опыт», «следует учесть опыт», «существует тенденция/тренд», «как правило», «традиционно используется», «известно, что», «как известно», «принято понимать» и т. д.

Мы полагаем, что маркерами общественного мнения, общепризнанных фактов, сложившегося опыта могут быть и фразы со значением времени: «на современном этапе», «в современных условиях», «сегодня», «на сегодняшний день», «в настоящее время» «на текущий момент». Как показывают наблюдения, после данных маркеров, как правило, следует изложение какого-либо общепринятого факта, мнения или тенденции, например: «**В современных условиях образование становится одной из важнейших целей, при этом**

школьники и молодежь стремятся к путешествиям и открытию мира, что помогает подготовиться к взрослой жизни». Следует отметить, что фразы-клише со значением времени используются в подавляющем большинстве случаев в первых предложениях статей в качестве зачина и обозначения важности изучаемой проблемы, привлечения внимания к объекту исследования.

Анализ англоязычных статей также выявил ряд типичных языковых средств, обозначающих авторитет общепризнанных научных фактов и теорий. Однако диапазон этих средств несколько уже по сравнению с русскоязычными средствами. Кроме того, если в русскоязычных статьях данный тип авторитета выражается за счет лексических средств, то в англоязычных – чаще всего за счет грамматических средств. Например, очень частотной является грамматическая конструкция «Complex Subject», в которой в качестве глагола-характеристики используются следующие глаголы: «consider», «say», «find», «believe», «conceive». Например: «*The region is said to be one of the highly vulnerable regions to climate change in Ghana ...*».

Второй по частотности грамматической конструкцией является зависимый причастный оборот с причастием «based on». Далее могут использоваться существительные «experience», «fact», «criteria», «literature» и т. д. Важно отметить, что данный оборот указывает на общепринятые факты, если он располагается в начале предложения. Например: «*Based on this experience, we then describe an approach for integrating qualitative scenario planning ...*».

Лексические маркеры авторитета общепризнанных научных фактов и теорий в англоязычных статьях представлены:

– обстоятельствами времени в начале или в конце предложения, например: «*in the past decades*», «*in the past thirty years*», но частота их использования меньше по сравнению с русскоязычными статьями;

– использованием слов «*typical*», «*typically*»;

– использованием слова «*trend*».

Маркеры авторитета признанных специалистов в конкретной области. Сравнительное исследование маркеров данной категории показало наибольшее сходство их использования в сопоставляемых лингвокультурах. В частности, основными средствами выражения являются прежде всего лексические средства. Самым частотным в русскоязычных статьях является выражение «согласно ...», а в англоязычных его аналог «according to ...». После данных выражений может указываться название теории, подхода, фамилии известных ученых.

Следующей по частотности является лексическая модель «*Фамилия ученого + глагол*». При этом в русскоязычных статьях вместе с фамилией обязательно указываются инициалы, а наиболее частотными глаголами являются: «отмечает», «подчеркивает», «утверждает», «указывает», «доказывает» и т. д. В англоязычных статьях фа-

милия автора может использоваться с инициалом имени либо вообще без инициалов, например: «*According to Yaro et al. (2015) this is directly linked to the farmers' capacity to cope or adapt to climate change stresses*». Фамилия ученого может сочетаться с глаголами: «*to report*», «*to propose*», «*to state*», «*to believe*», «*investigate*», «*classify*», «*suggest*», «*agree*», «*describe*», «*refer*», «*point out*», «*perform*», «*examine*» и т. д. Вместо фамилии ученого и группы ученых в данной модели могут использоваться слова с обобщенным значением «авторы», «исследователи», «эксперты» в русскоязычных статьях и «*scientists*», «*experts*», «*scholars*» – в англоязычных статьях.

Специфическими маркерами в русскоязычных статьях является выражение «по мнению ...». А также выражения «по оценкам (ряда авторов) ...», «как показывают исследования ...», «... находит отражение (подтверждение) в работах ...». Очень часто в русскоязычных статьях отсылка на работы известных специалистов оформляется следующим образом: «*in + ссылка на источник из списка литературы + глагол*», например: «**В [2] указано, что для высокоточных электроприводов коэффициент механической передачи ...**».

Специфичным маркером авторитетности в англоязычных статьях является сочетание предлога «by» и глагола в страдательном залоге или существительного, например: «*Work by Arbuckle et al. (2015) finds that beliefs had significant direct effects...*» или «*The following meta-analysis steps were recommended by Borenstein, Hedges, Higgins, and Rothstein...*».

Маркеры авторитета автора научной статьи. Проведенный анализ показал, что маркеры данной категории чаще используются в англоязычных статьях. Самым частотным маркером является предикативное сочетание «*we + глагол*». В данном сочетании используются следующие глаголы в Past Simple: *recommend, advise, create, provide, conclude, highlight, develop, explore, propose, believe* и т. д. В русскоязычных статьях данный маркер используется редко, примерно в пять раз реже по сравнению с англоязычными статьями. Мы обнаружили следующие фразы «*Мы считаем, что ...*» и «*Мы полагаем, что ...*».

Следующим по частотности маркером является предикативное сочетание «*The (our) study + глагол*». Здесь используются глаголы, обозначающие результат: *indicate, investigate, approve, provide, develop, suggest* например: «*Our study indicates the benefits for at least some educators are exceptional*». Также, вместо слова «*study*» достаточно часто используется слово «*results*», «*work*», «*findings*», например: «*Our findings are consistent with research by Higginbotham et al. (2013) ...*» или «*These results are in conformance with previous studies in the education field*».

Следует отметить, что маркерами авторитетности могут служить словосочетания, которые используются в заключительной части для описа-

ния перспектив использования результатов представленного исследования, например: «*this can be used for better understanding ...*», «*the work provides ...*», «*the system can provide effective operation ...*», «*the major contribution of the study is ...*» и др.

Как было отмечено выше, маркеры авторитета автора научной статьи значительно реже используются в русскоязычных статьях. Соотношение их использования в англоязычных и русскоязычных статьях можно выразить как 2:1. В изученных нами статьях было обнаружено всего три случая использования предикативного словосочетания «*мы + глагол ...*», например: «*мы считаем...*», «*мы полагаем...*», «*мы считаем необходимым...*», а также словосочетание «*по нашему мнению*».

Еще одним маркером авторитетности является сочетание слов «исследование», «анализ», «результаты» и глагола «показывает», например: «*как показывает исследование...*», «*полученные результаты показывают...*», «*проведенный анализ показал...*».

Также нами наблюдались маркеры со словами «отметить», «заявить», «рекомендуется», например: «*следует отметить...*», «*необходимо отметить...*», «*можно с уверенностью заявить...*». С точки зрения частности использования, данные выражения также не имеют широкого распространения в русскоязычных статьях.

Сходным моментом с англоязычными статьями является использование в заключительной части статьи маркеров оценки эффективности и перспективности использования полученных результатов исследования, например: «*можно оценить эффективность разработанной нами модели...*», «*предложенный подход может использоваться при...*», «*наша технология способствует...*», «*результаты приобретают особую актуальность...*», «*предлагается новый метод...*».

Несмотря на то, что в задачи нашего исследования не входил анализ графических средств авторитетности (таблиц, рисунков, схем и т. д.), нами была обнаружена взаимосвязь их использования с лингвистическими средствами: чем больше в отдельно взятой статье используется лингвистических средств, тем меньше используются графические средства авторитетности. И наоборот, чем больше графических средств в тексте статьи, тем меньше используются лингвистические средства. Такая взаимосвязь характерна как для англоязычных, так и для русскоязычных статей. Однако с точки зрения частотности использования данных средств можно сказать, что графические элементы шире представлены в англоязычных статьях. В таблице ниже (см. таблицу) представлены данные, иллюстрирующие среднее количество графических элементов в одной статье по каждой исследованной области в сравниваемых лингвокультурах.

Кроме того, наши наблюдения выявили еще одну интересную тенденцию: в научных областях, использующих методы точных наук (математиче-

ские расчеты и формулы, точные технические измерения, большое количество статистические данных и т. д.), категория авторитетности научного повествования реализуется прежде всего за счет графических средств. В областях гуманитарного профиля авторитетность реализуется в большей степени за счет лексических средств.

Заключение

Подводя итог, можно сказать, что категория авторитетности является важным инструментом, влияющим на коммуникативный эффект текста и обеспечивающим убедительность и доказательность научного изложения в тексте научной статьи. Как показал проведенный анализ, количественное использование лексико-грамматических маркеров авторитетности зависит от области научного знания и напрямую коррелирует с количественным использованием графических маркеров данной категории (таблиц, графиков, формул, рисунков). Чем больше используется графических маркеров, тем меньше использование лексико-грамматических маркеров, и наоборот. Больше всего лексико-грамматических средств авторитетности используется в гуманитарных областях и меньше всего – в точных и технических. Анализ также показал, что в целом графические средства авторитетности шире используются в англоязычных статьях.

Наличие трех типов лексико-грамматических маркеров (авторитета общепризнанных научных фактов и теорий, авторитета признанных специалистов в конкретной области и авторитета автора научной статьи) характерно для обеих лингвокультур, но набор лингвистических средств имеет значительные различия. В частности, в англоязычных статьях данные маркеры имеют более грамматизированный характер по сравнению с русскоязычными статьями. Ряд лексических средств имеет определенную повторяемость, что дает основания считать данные средства речевыми клише жанра. Перечень таких клише может быть использован в рекомендациях по написанию научных статей.

Важным выводом является и тот факт, что в целом количественное соотношение изученных маркеров авторитетности не одинаково в разных лингвокультурах. В частности, в англоязычных статьях маркеры авторитетности используются гораздо шире и разнообразнее, чем в русскоязычных статьях.

Таблица

Область науки	Среднее количество графических элементов на одну статью	
	Англоязычные статьи	Русскоязычные статьи
Педагогика	8	2
Менеджмент	9	4
Энергетика	12	7

Результаты нашего исследования доказывают, что изучение особенностей реализации текстовых категорий в различных лингвокультурах позволяет, во-первых, систематизировать набор средств, реализующих основные коммуникативные пара-

метры научного текста, во-вторых, помогает выявить их национальную специфику и создать перечень рекомендаций для написания научных статей на различных языках.

Список литературы

1. Болдырева А.А. Категория авторитетности в научном дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Воронеж, 2006. 19 с.
2. Кашкин В.Б. Авторитетность как коммуникативная категория // Известия ВГПУ. 2007. № 5(23). С. 12–18. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/avtoritetnost-kak-kommunikativnaya-kategoriya> (дата обращения: 09.03.2023).
3. Кожина М.Н. Стилистика русского языка. М.: Просвещение, 1993. 224 с.
4. Русская грамматика / В.Н. Белоусов, И.И. Ковтунова, И.Н. Кручина [и др.]; под ред. Н.Ю. Шведовой и В.В. Лопатина. 2-е изд., испр. М.: Русский язык, 1990. 639 с.
5. Солганик Г.Я. К проблеме модальности текста // Русский язык: Функционирование грамматических категорий. Текст и контекст / Виноградов. чтения. XII–XIII (1981–1982 гг.); отв. ред. Н.Ю. Шведова. М., 1984. С. 173–183.
6. Сухорукова Н.И. Лексические маркеры авторитетности источника сообщения в специализированном финансовом дискурсе // Язык, сознание, коммуникация: сб. статей / отв. ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. М.: МАКС Пресс, 2011. Вып. 42. 144 с.
7. Тураева З.Я. Лингвистика текста и категория модальности // Вопросы языкознания. 1994. № 3. С. 105–114.
8. Уланова Е.Э. Дискурсивные маркеры категории авторитетности (на материале российского ток-шоу) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 7–1 (85). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskursivnye-markery-kategorii-avtoritetnosti-na-materiale-rossiyskogo-tok-shou> (дата обращения: 09.03.2023).

References

1. Boldyreva A.A. *Kategoriya avtoritetnosti v nauchnom diskurse* [The category of authority in scientific discourse]. Abstract of cand. dis. (philological sciences). Voronezh: Voronezh State University, 2006. 19 p.
2. Kashkin V.B. [Authority as a communicative category]. *Izvestiya VSPU*. 2007, vol. 5, pp. 12–18. (in Russ.) URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/avtoritetnost-kak-kommunikativnaya-kategoriya> (accessed: 03.09.2023).
3. Kozhina M.N. *Stilistika russkogo yazyka* [Stylistics of the Russian language]. Moscow: Prosveshcheniye. 1993. 224 p.
4. *Russkaya grammatika* [Russian grammar]. Moscow: Russian language, 1990. 639 p.
5. Solganik G.Ya. [To the problem of text modality]. *Russkiy yazyk: Funktsionirovanie grammaticheskikh kategoriy. Tekst i kontekst* [Russian language: Functioning of grammatical categories. Text and context]. Moscow, 1984, pp. 173–183. (in Russ.)
6. Sukhorukova N.I. [Lexical markers of message source authority in specialized financial discourse]. *Yazyk, soznanie, kommunikatsiya* [Language, consciousness, communication]. Moscow: MAKS Press, 2011. Vol. 42. 144 p. (in Russ.)
7. Turaeva Z.Ya. [Linguistics of the text and the category of modality]. *Voprosy yazykoznaniya* [Problems of linguistics]. 1994. Vol. 3. P. 105–114. (in Russ.)
8. Ulanova E.E. [Discursive markers of the category of authority (based on the Russian talk show)]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Philological Sciences. Questions of theory and practice]. 2018. No. 7–1 (85). (in Russ.) URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskursivnye-markery-kategorii-avtoritetnosti-na-materiale-rossiyskogo-tok-shou> (accessed: 03.09.2023).

Информация об авторе

Шапкина Елена Валерьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Иностранные языки», Южно-Уральский государственный университет, Челябинск, Россия; eshapkina@mail.ru

Information about the author

Elena V. Shapkina, Candidate of Philology, Associate professor, Chair of Foreign Languages, South Ural State University, Chelyabinsk, Russia; eshapkina@mail.ru

Статья поступила в редакцию 29.03.2023.

The article was submitted 29.03.2023.