

**ФИЛОЛОГИЯ. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ И  
СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА  
PHILOLOGY. THEORETICAL, APPLIED AND COMPARATIVE  
LINGUISTICS**

Научная статья  
УДК 81-114.2

Филологические науки  
<https://doi.org/10.26907/2658-3321.2024.7.2.252-261>

**КАТЕГОРИЯ АВТОРИТЕТНОСТИ КАК ИДЕНТИФИКАТОР  
ЭГОЦЕНТРИЗМА**

**Н.Н. Панченко<sup>1</sup>, А.А. Уваров<sup>2</sup>**

*Волгоградский государственный социально-педагогический университет, Волгоград, Россия*

<sup>1</sup>*panchnn@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4498-5262>*

<sup>2</sup>*auvarov2008@gmail.com*

**Аннотация.** Статья посвящена анализу коммуникативных категорий авторитетности и эгоцентризма. Актуальность исследования обусловлена недостаточной изученностью коммуникативных категорий, отсутствием в отечественной лингвистике единого подхода к их трактовке. В проведенном исследовании предпринята попытка продемонстрировать, что коммуникативная категория авторитетности может служить средством идентификации эгоцентризма в коммуникативном взаимодействии. В статье дано определение понятия «коммуникативная категория» с опорой на работы отечественных ученых, предложен краткий обзор работ, посвященных исследованию категории авторитетности, проанализированы средства ее выражения, которые способны выступать маркерами обеих рассматриваемых коммуникативных категорий – авторитетности и эгоцентризма. Исследование базируется на материале научного дискурса, в качестве иллюстративных примеров в статье использованы фрагменты выступлений на научных конференциях, выдержки из отзывов оппонентов, контексты научных публикаций, а также контексты из Национального корпуса русского языка. Выделены и описаны основные маркеры (идентификаторы) авторитетности и эгоцентризма, к которым относятся ссылка на собственное Я, ссылка на авторитет, особая экспрессивность, пафосный стиль речи, ее избыточная эмоциональная окраска. Сделан вывод о сложности и многогранности взаимосвязей между эгоцентризмом и авторитетностью в коммуникативном пространстве научного дискурса.

**Ключевые слова:** авторитетность; авторитет; коммуникативная категория; концепт; эгоцентризм

**Для цитирования:** Панченко Н.Н., Уваров А.А. Категория авторитетности как идентификатор эгоцентризма. *Казанский лингвистический журнал*. 2024;7(2):252–261. <https://doi.org/10.26907/2658-3321.2024.7.2.252-261>

*Original article*

*Philology studies*  
<https://doi.org/10.26907/2658-3321.2024.7.2.252-261>

**THE CATEGORY OF AUTHORITY AS AN IDENTIFIER OF  
EGOCENTRISM**

**N.N. Panchenko<sup>1</sup>, A.A. Uvarov<sup>2</sup>**

*Volgograd State Social-Pedagogical University, Volgograd, Russia*

<sup>1</sup>*panchnn@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4498-5262>*

<sup>2</sup>*auvarov2008@gmail.com*

**Abstract.** The article is devoted to the analysis of the communicative categories of authority and egocentrism. The relevance of the study is determined by the insufficient knowledge of com-

municative categories, the lack of a unified approach to their interpretation in Russian linguistics. The main goal is to demonstrate that the communicative category of authority can serve as a means of identifying egocentrism in communicative interaction. The article defines the concept of "communicative category" based on Russian scientists' researches, offers a brief review of researches devoted to the study of the category of authority, analyzes the means of its expression, which can be considered as markers of authority and egocentrism both. The research is based on the material of scientific discourse. Fragments of speeches at scientific conferences, contexts of scientific publications, excerpts from reviews of opponents, contexts from the National Corpus of the Russian language are used as examples. The main markers (identifiers) of authority and egocentrism, which are highlighted and described in the article, include a reference to one's own self, a reference to authority, special expressiveness, a pretentious style of speech, and its excessive emotional coloring. The conclusion about the complexity and versatility of the interrelationships between egocentrism and authority in the communicative space of scientific discourse is made.

**Keywords:** authority; authority; communicative category; concept; egocentrism

**For citation:** Panchenko N.N., Uvarov A.A. The Category of Authority as an Identifier of Egocentrism. *Kazan Linguistic Journal*. 2024;7(2): 252–261. (In Russ.). <https://doi.org/10.26907/2658-3321.2024.7.2.252-261>

Одним из актуальных направлений исследования в современной лингвистике является выделение и анализ коммуникативных категорий.

Обращение к научным исследованиям, посвященным обсуждению данного понятия или апеллирующим к нему, демонстрирует отсутствие единой трактовки термина «коммуникативная категория».

Не возражая против утверждения, что «категории и концепты не могут быть принципиально разнородными явлениями» [1, с. 8], мы тем не менее склонны придерживаться другого подхода, некоторым образом дифференцирующего данные явления. Мы разделяем точку зрения ученых, согласно которым на статус коммуникативной категории могут претендовать любые коммуникативные переменные, характеристики участников, условия, организация и способы коммуникативной интеракции [2], [3], [4]. Важным считаем акцентировать внимание на том, что коммуникативная категория, не имея эксплицитных средств выражения, тем не менее может быть идентифицирована в дискурсе благодаря частным по отношению к ней коммуникативным категориям и/или набору определенных маркеров. В данной статье предпринята попытка продемонстрировать, что коммуникативная категория авторитетности может служить средством идентификации эгоцентризма в коммуникативном взаимодействии.

Исследование опирается на материал научного дискурса, в частности используются примеры из публикаций, докладов на научных конференциях, отзывов оппонентов<sup>1</sup>, скрипты устной речи (СУР), а также иллюстрациями некоторых тезисов служат примеры из Национального корпуса русского языка (НКРЯ: <https://ruscorpora.ru/>).

Следует начать с того, что понятие «авторитетность» является сложным явлением, которое рассматривается в различных парадигмах гуманитарного знания – психологии, социальной философии, лингвистике.

Е.Э. Уланова [5] рассматривает коммуникативную категорию авторитетности как структурно-образующую категорию, способную определять процесс речевого общения. Авторитетность как коммуникативная категория в трактовке автора предстает в качестве способности направлять (напрямую, не принуждая) действия и мысли другого человека (группы людей) по желаемому сценарию [5].

Еще одним определением категории авторитетности является предложенное Н.Г. Бурмакиной толкование, согласно которому «авторитетность – это способность вызывать доверие адресата, обусловленная высоким статусом адресанта» [6].

В своем исследовании Н.Г. Бурмакина приводит в числе прочего следующие характеристики авторитетности:

1. Любое высказывание в той или иной мере связано с авторитетностью. Человек не может не конструировать свой статус, не может не создавать или разрушать авторитетность свою, своих высказываний и высказываний собеседника, этот процесс носит перманентный характер.

2. В каждом конкретном фрагменте дискурса участники коммуникативного процесса актуализируют свою идентичность, прикладывают усилия для упрочнения своих позиций. Категория авторитетности не является константной, она динамична.

---

<sup>1</sup> Из этических соображений цитаты приводятся в обезличенном виде.

3. Дискурсивное конструирование авторитетности может носить прямой либо косвенный характер [6].

Соглашаясь в целом с автором, мы, тем не менее, хотим пояснить, что рассматриваем авторитетность не как имманентное свойство любого коммуникативного взаимодействия, а как коммуникативную категорию, реализующую стремление говорящего подчеркнуть свой статус (социальный или коммуникативный), оказать влияние на окружающих благодаря своим заслугам и достижениям в определенной сфере деятельности. Соответственно, подобная интенция говорящего реализуется с помощью набора определенных средств, о которых пойдет речь ниже.

Имея целью мотивированное и интенциональное воздействие, т.е. воздействие, ориентированное на корректировку поведения собеседника, его установки и ценности в соответствии с представлением говорящего [7], адресант выбирает модель речевого поведения и стратегии ее реализации, отвечающие этой цели. Принимая во внимание данный факт, заметим, что апелляция к авторитету, использование средств и приемов выражения авторитетности может служить целям воздействия на собеседника. В этом случае идея авторитета может служить как средством внушения [8], [5], т.е. дополнительным свойством, придающим весомость аргументам говорящего, так и средством защиты от внушения.

Нельзя не обратить внимание на утверждение Е.Э. Улановой, согласно которому авторитет не может быть навязан, а может быть только признан [5]. Нам данный тезис представляется спорным, поскольку в языковом сознании существует представление о так называемом «дутом», мнимом авторитете, который конструируется сознательно в глазах окружающих:

*Вальяжного, зажиревшего, без блеска, без интереса в глазах, живущего лишь для того, чтобы создавать дутый авторитет, внушая всем, что он – «белая кость», имеющая право всеми повелевать* (Т. Злобина. Рыжая Кошка. НКРЯ).

Идея о создании, зарабатывании или завоевании авторитета говорит о его целенаправленной, «рукотворной», порой манипулятивной природе:

*Глубокому умному человеку нет нужды демонстрировать свои знания напоказ и добиваться дутого авторитета у неразборчивых людей. Он использует свой багаж по назначению в нужное время и руководствуется необходимостью. Пустые самовлюблённые болтуны, напротив, очень ревнивы к своей репутации и любыми средствами стремятся внушить о себе преувеличенное представление. Этим они как бы компенсируют свою незрелость и ограниченность и создают видимость многознания, образованности (И.А. Карпусь. Времена. От Цезаря до Путина. НКРЯ).*

Мы полагаем, что именно воздействующий потенциал данной категории, способность сознательно влиять на окружающих, повышая свой статус в их глазах, роднит авторитетность с эгоцентризмом.

Коммуникативная личность, склонная к эгоцентризму, также стремится вызвать доверие адресата, в том числе и в силу своей убежденности в обладании более высоким коммуникативным статусом. Следовательно, их стратегии по достижению данной цели могут обладать схожими свойствами.

Мы полагаем, что эгоцентризму свойственны сходные с авторитетностью свойства, такие как способность к эксплицитному / имплицитному проявлению в речи, динамичность категории и невозможность не конституировать свой статус в процессе общения, поскольку эгоцентрик не способен к саморефлексии, осознавать собственное стремление демонстрировать «превосходящий» статус в коммуникации и будет неизбежно прибегать к различным тактикам и стратегиям для этого.

А.А. Болдырева и В.Б. Кашкин [9] описывают средства реализации авторитетности, среди которых можно выделить несколько, работающих одновременно и на авторитетность, и на эгоцентризм. В частности, следует назвать:

- 1) ссылка на авторское Я.

Особенно ярко это заметно в научном дискурсе, поскольку одной из характерных прагматических черт его стиля является отстраненность субъекта и объекта речи, что может выражаться посредством обезличенного описания от 3-его лица и применения пассивных конструкций, например: *тема рассматривается; опрос проводился* и под., реже посредством применения множественного числа второго лица, например: *мы считаем; мы рассматриваем* и т.д. Поэтому авторское я выглядит особенно контрастно:

*Мой подход к решению этой проблемы уникален и основан на моем личном опыте, который позволяет мне более точно определить корни проблемы и предложить наиболее эффективные решения (СУР);*

2) ссылка на авторитет.

По словам Е.А. Кривченко, аргумент к авторитету, представляет собой ссылку на мнение лиц, пользующихся признанием или влиянием в определенной сфере общественной деятельности [10]. Другими словами, это средство подразумевает апелляцию к авторитетной личности для повышения собственного авторитета, конструирования авторитетного образа себя в глазах адресата. Данная интенция используется для подтверждения своих слов или придания веса своему статусу. Средства реализации могут быть прямыми или опосредованными, т.е. выражаемыми путем отсылки к регалиям или «авторитетному сообществу», обладающему «коллективным мнением»:

*В своем исследовании я опираюсь на работы профессора И.И., чьи достижения в области квантовой физики неоднократно были отмечены международным научным сообществом. Его теории, подтвержденные экспериментальными данными, служат надежной основой для моего анализа (Международный симпозиум по квантовой физике, 2020).*

Ссылка на авторитет употребляется совместно со ссылкой на авторское Я, что создает «двойной» эффект проявления эгоцентричности:

*Моя работа углубляет понимание темы, рассмотренной в коллективном монографическом исследовании ведущих ученых Российской академии наук.*

*Объединив их выводы, я предлагаю новый взгляд на проблематику, что позволяет расширить текущие границы знаний в данной области (Ежегодная встреча Российской академии наук, 2021).*

Помимо вышеописанных средств мы полагаем, что эгоцентризм может использовать деконструкцию авторитетности (принижение / разрушение авторитета) своих коллег с целью повысить свой собственный авторитет в глазах слушателя / читателя:

*В отличие от многих моих коллег, которые продолжают придерживаться устаревших подходов и неэффективных методик в исследовании микробиологических процессов, моя работа основывается на инновационных технологиях и последних достижениях в данной области <...> Мои методы, подтвержденные многочисленными публикациями в ведущих научных журналах, уже зарекомендовали себя как значительно более эффективные и точные, что, безусловно, ставит мои исследования на передовую позицию в мировой науке (XXII Всероссийская конференция по микробиологии, 2019).*

Мы считаем, что рассмотренные средства можно представить как инструмент для перехода к более широкой коммуникативной задаче «конструирование образа эксперта», которую Н.Г. Бурмакина описывает как один из примеров реализации дискурсивной практики создания авторитетности адресанта [6]. При реализации данной задачи характерным является интенция давать оценку своим коллегам, тем самым позиционируя себя в качестве эксперта, с правом выражать одобрение или критику их научной деятельности [6]. И нам представляется, что эгоцентризм наиболее ярко будет замечен в рамках «конструирования образа авторитетного эксперта» поскольку именно образ эксперта позволяет эгоцентрику находиться «в безопасности», за пределами потенциальной критики и вызывать доверие адресата, как это продемонстрировано в последнем примере.

Как известно, в научном изложении точность и лаконичность стиля важнее его оригинальности и образности. В связи с этим экспрессия в научном

стиле, речевые маркеры, вносящие в речь адресанта элементы «шоу», играющие на внимании аудитории, по нашему мнению, тоже являются проявлением как авторитетности, так и эгоцентризма.

Авторская интенция употребления экспрессивных средств и креативных словообразований, не свойственных научному стилю речи, также служит средством идентификации авторитетности ученого, который позволяет себе продемонстрировать свою значимость в академической среде. Тем самым данные признаки, на наш взгляд, могут служить маркерами реализации и авторитетности, и эгоцентризма:

*Это глас вопиющего в Иркутске когнитивиста А.В. Кравченко о необходимости пересмотра догматов современной лингвистики, сдерживающих ее развитие (из отзыва оппонента. Волгоград, 2010);*

Обилие эмоционально-оценочных атрибутивных характеристик служит свидетельством авторитетности ученого, его уверенности в допустимости нарушений / выхода за границы научных канонов:

*Поскольку феномен <...> всеобъемлющ, многолик, экспансивен, интенсивен, экспрессивен и эмоционален, зачастую турбулентен и потому неизбежен, он не мог и не может не привлекать внимание лингвистов как отечественных, так и зарубежных (из научной статьи).*

Наравне с экспрессивными средствами маркером эгоцентрической авторитетности может служить особая тональность, граничащая с пафосным стилем:

*В рамках моего последнего проекта 'нано-революция', я открыл для себя уникальные 'нано-механизмы' – термин, который я ввел для описания микроскопических процессов, управляющих материей на самом фундаментальном уровне. Эти 'нано-механизмы' – ключ к пониманию всего, от создания новых материалов до лечения болезней. И пусть кто-то скажет, что я слишком увлекаюсь, но я верю, что моя 'нано-революция' изменит мир (Научно-практическая конференция «Наноиндустрия: стратегии развития», 2020).*

В качестве заключения подчеркнем, что наши наблюдения подтверждают сложность и многогранность взаимосвязей между эгоцентризмом и авторитетностью в коммуникативном пространстве. Результаты данной работы могут служить основой для дальнейших исследований коммуникативных категорий.

### Список литературы

1. Шафиков С.Г. Категории и концепты в лингвистике. *Вопросы языкознания*. 2007;(2):3–17.
2. Шейгал Е.И. Концепты и категории дискурса. *Человек в коммуникации: концепт, жанр, дискурс*: сб. науч. тр. Волгоград: Парадигма; 2006. с. 24–39.
3. Тахтарова С.С. *Категория коммуникативного смягчения (когнитивно-дискурсивный и этнокультурный аспекты)*: дис. ... д. филол. наук. Волгоград; 2010. 406 с.
4. Панченко Н.Н. *Достоверность как коммуникативная категория*: дис. ... д. филол. наук. Волгоград; 2010. 400 с.
5. Уланова Е.Э. Коммуникативная категория авторитетности в системе речевого поведения. *Филология и человек*. 2017;(2):120–125.
6. Бурмакина Н.Г. Репрезентация категории авторитетности в жанре научной статьи. *Национальная идентичность сквозь призму диалога культур. Исследования в области гуманитарных наук в Иberoамериканском и Российском научном пространстве*: сб. науч. статей. Ростов-на-Дону–Таганрог: Издательство ЮФУ; 2020. с. 362–368.
7. Янбердин А.Г., Фаткуллина Ф.Г. Речевоздействующий потенциал языковой личности в институциональном дискурсе. *Казанский лингвистический журнал*. 2023; 6(4):568–577. Doi.org/10.26907/2658-3321.2023.6.4.568-577
8. Поршнева Б.Ф. Контрсуггестия и история. *История и психология*. М.: Мысль; 1972. с. 7–35.
9. Болдырева А.А., Кашкин В.Б. Категория авторитетности в научном дискурсе. *Язык, коммуникация и социальная среда*. 2001;(1):58–70.
10. Кривченко Е.А. Приемы убеждения и манипулирования в диалогах врача и пациента (на материале рассказов М.А. Булгакова и А.П. Чехова). *Известия Волгоградского государственного социально-педагогического университета. Филологические науки*. 2023; (2):65–72.

### References

1. Shafikov S.G. Categories and concepts in linguistics. *Voprosy yazykoznaniiya*. 2007; (2):3–17. (in Russ.)
2. Sheigal E.I. (2006). Concepts and categories of discourse. *Man in communication: concept, genre, discourse*. Volgograd: Paradigma; 2006. p. 24–39. (in Russ.)
3. Takhtarova S.S. *The Category of communicative softening (cognitive-discursive and ethno-cultural aspects)*: diss... d. philol. sci. Volgograd; 2010. 406 p. (in Russ.)
4. Panchenko N.N. *Reliability as a Communicative Category*: diss... d. philol. sci. Volgograd; 2010. 400 p. (in Russ.)
5. Ulanova E.E. Communicative category of authoritativeness in the system of speech behavior. *Filologiya i chelovek*. 2017;(2):120–125. (in Russ.)
6. Burmakina N.G. Representation of the Category of Authoritativeness in the Genre of a Scientific Article. *National identity through the prism of the dialogue of cultures. Research in the*

*field of humanities in the Ibero-American and Russian scientific space*. Rostov-on-Don–Taganrog; 2020:362–368. (in Russ.)

7. Yanberdin A.G., Fatkullina F.G. Speech-influencing potential of a linguistic personality in institutional discourse. *Kazan Linguistic Journal*. 2023;6(4):568–577. Doi.org/10.26907/2658-3321.2023.6.4.568-577 (In Russ.)

8. Porshnev B.F. Countersuggestion and History. *History and psychology*. Moscow: Mysl; 1972. p. 7–35. (in Russ.)

9. Boldyreva A.A. Kashkin V.B. The Category of authoritativeness in scientific discourse. *Language, communication and social environment*. 2001;(1):58–70. (in Russ.)

10. Krivchenko E.A. Techniques of persuasion and manipulation in the dialogues between doctor and patient (based on the stories by M.A. Bulgakov and A.P. Chekhov). *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo sotsialno-pedagogicheskogo universiteta. Philologicheskie nauki*. 2023;(2):65–72. (in Russ.)

#### **Авторы публикации**

**Панченко Надежда Николаевна** –  
доктор филологических наук, профессор  
Волгоградский государственный социально-  
педагогический университет  
Волгоград, Россия  
Email: panchnn@yandex.ru  
<https://orcid.org/0000-0003-4498-5262>

#### **Authors of the publication**

**Panchenko Nadezhda Nickolaevna** –  
Doctor of Philology, Professor  
Volgograd State Social-Pedagogical University  
Volgograd, Russia  
Email: panchnn@yandex.ru  
<https://orcid.org/0000-0003-4498-5262>

**Уваров Андрей Алексеевич** –  
аспирант  
Волгоградский государственный социально-  
педагогический университет  
Волгоград, Россия  
Email: auvarov2008@gmail.com

**Uvarov Andrei Alekseevich** –  
Postgraduate student  
Volgograd State Social-Pedagogical University  
Volgograd, Russia  
Email: auvarov2008@gmail.com

#### **Раскрытие информации о конфликте интересов**

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

#### **Conflicts of Interest Disclosure**

The author declares that there is no conflict of interest.

#### **Информация о статье**

Поступила в редакцию: 17.03.2024  
Одобрена после рецензирования: 14.04.2024  
Принята к публикации: 15.05.2024

#### **Article info**

Submitted: 17.03.2024  
Approved after peer reviewing: 14.04.2024  
Accepted for publication: 15.05.2024

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

The author has read and approved the final manuscript.

#### **Информация о рецензировании**

«Казанский лингвистический журнал» благодарит анонимного рецензента (рецензентов) за их вклад в рецензирование этой работы.

#### **Peer review info**

Kazan Linguistic Journal thanks the anonymous reviewer(s) for their contribution to the peer review of this work.