

## АРГУМЕНТАТИВНОСТЬ КАК КЛЮЧЕВАЯ КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ НАУЧНОГО ТЕКСТА (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ СТАТЬИ)

© 2024 Т. Е. Водоватова<sup>1</sup>, В. В. Банникова<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Самарский университет государственного управления  
«Международный институт рынка», г. Самара, Россия

Статья посвящена определению языковых способов реализации стратегии аргументативности в текстах англоязычных научных статей лингвистической тематики. В работе уточняются связанные с темой исследования понятия речевого воздействия и речевой стратегии, раскрывается содержание присущих изучаемым текстам категорий аргументативности, информативности, суггестивности. На текстовых примерах показывается, что стратегия аргументативности в изучаемом фактическом материале тесным образом связана со стратегиями информативности и суггестивности. Названные стратегии близки как по содержанию, так и на уровне языковых средств. Реализация этих стратегий происходит косвенным образом, посредством формирования таких явлений, как логичность, убедительность, объективность, точность и др., которые способствуют высокой степени аргументированности текста.

**Ключевые слова:** воздействие, коммуникативная стратегия, аргументативность, информативность, суггестивность.

Изучение текстов в плане используемых в них коммуникативных стратегий представляет собой актуальную проблему современной лингвистики, поскольку находится в русле новой, активно развивающейся в настоящее время коммуникативно-прагматической научной парадигмы, в центре внимания которой находятся процессы коммуникации и способы ее эффективного ведения. Под эффективностью коммуникации при этом понимается достижение в процессе общения воздействия на реципиента в соответствии с коммуникативным намерением говорящего.

Ключевым способом обеспечения воздействия текстов и, следовательно, в целом эффективности коммуникации признается корректный выбор коммуникативных стратегий при создании текста – главной единицы коммуникации. Целью настоящей статьи в связи с этим является определение языковых способов реализации стратегии аргументативности в текстах научных статей.

Объектом в настоящем исследовании выступает коммуникативная стратегия аргументативности, предметом являются языковые средства ее реализации в тексте научной статьи.

Проблема воздействия как цели любого общения широко представлена в отечественной и зарубежной коммуникативной лингвистике (Блакар, 1987; Дридзе, 1980, 1984; Иссерс, 1999; Карасик, 1992; Lakoff, 1982; Larson, 1995 [4, 6, 7, 9, 10, 21, 22] и др.).

Категория «аргументация» также достаточно хорошо изучена в плане ее содержательных и формальных свойств (Баранов, 2022; Комарова, 2013; Скребцова, 2020; Bermejo, 2021; Voogaart et al., 2021; Oswald, 2023; Pollaroli et al., 2019; Zenker et al., 2023 [1, 12, 16, 23, 20, 25, 18, 19] и др.).

На основе представленных в указанных источниках мнений рассмотрим основные понятия настоящего исследования.

Речевое воздействие трактуется исследователями по-разному в зависимости от аспекта, в котором оно изучается. Нередко оно понимается как «речевое общение, взятое в аспекте его целенаправленности, мотивационной обусловленности» [8], то есть воздействие отождествляется с целью любого акта общения. Понимание воздействия как цели и мотива любого типа общения, в том числе спонтанного, обыденного, является практически общепринятым в отечест-

венной лингвистике и представляется вполне обоснованным.

В некоторых определениях, которые ни в коей мере не противоречат общепринятому, уточняется, что воздействие может преследовать не только речевые, но и неречевые цели, то есть такие, которые предполагают изменение образа действий адресата [15].

В содержании понятия воздействия некоторые лингвисты усматривают аналогии с содержанием властного дискурса. В самом деле, речевое воздействие есть не что иное, как властное со стороны говорящего действие по изменению сознания и (или) поведения адресата, желание или нежелание которого, естественно, во внимание не принимается [4].

В специальных работах также отмечается возможность различной степени воздействия в зависимости от типа дискурса. Принцип интенсивности воздействия положен в основу различения «обычного разговора» и «персуазивного дискурса» [21]. Под первым понимается неподготовленное, обыденное общение, носящее, как правило, фатический характер, не преследующее серьезных целей и потому оказывающее мягкое, ненавязчивое воздействие. Второй тип общения – персуазивный дискурс – направлено на оказание значительного влияния на сознание и поведение адресата. Сам постулат о различной степени воздействия сомнений не вызывает, однако остается неясным способ определения этой степени.

В специальных исследованиях обсуждается также проблема типологизации воздействия. Так, по критерию осознанности или неосознанности речевого воздействия выделяется прямое воздействие, когда субъект предъявляет объекту воздействия свои притязания в эксплицитном виде, и косвенное воздействие, когда субъект не выражает открыто свои требования собеседнику, а направляет их на третьих лиц или некие события [15]. В случае косвенного воздействия, таким образом, адресат либо догадывается об истинных намерениях говорящего, либо не догадывается и остается в неведении относительно его интенций. То есть осознанность или неосознанность

воздействия трактуется по отношению к адресату.

Аналогичным образом воздействие может трактоваться и по отношению к говорящему, и в этом случае различается намеренное (интенциональное) и побочное (неинтенциональное) воздействие. Интенциональное воздействие осуществляется носителем, который обладает более высоким статусом, законной властью или личным авторитетом по отношению к своему собеседнику [10]. Неинтенциональное речевое воздействие имеет место, когда говорящий не осознает или не вполне осознает цели своих речевых действий и не задумывается о способах ее достижения [8].

При типологизации воздействия, помимо критерия осознанности, может использоваться также критерий дистанции. На основе данного критерия воздействие бывает непосредственным, когда некое сообщение передается в форме внезапного импульса, и опосредованным, когда сообщение строится и реализуется в форме продуманного высказывания [15].

Применение названных критериев оценки при изучении категории аргументации и ее функционирования в научных статьях приводит к выводу о том, что аргументация является одним из способов создания воздействующего потенциала любого текста, но в большей степени она проявляется в интенциональном дискурсе, к которому относятся и тексты научных статей. Научная статья как жанр научного дискурса относится, безусловно, к «персуазивному дискурсу», поскольку напрямую предполагает воздействие: убедить адресата в актуальности исследования, корректности исследовательской схемы, верности гипотезы, обоснованности выводов.

Ключевым способом достижения воздействия текстом научной статьи является использование в нем коммуникативной стратегии аргументативности.

Под коммуникативной стратегией понимается «план комплексного речевого воздействия, которое осуществляет говорящий для "обработки" партнера, специфический способ речевого поведения, совокупность речевых действий, направленных

ных на решение общей коммуникативной задачи говорящего» [9].

Некоторые исследователи под коммуникативной стратегией понимают «совокупность запланированных говорящим заранее и реализуемых в ходе коммуникативного акта теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативной цели» [11], «цепь решений говорящего, способов языковой организации текста для реализации цели общения, а также воздействия на партнера» [13], «иерархию целевых программ текстовой деятельности» [7]. Как видим, кардинальных разногласий в трактовке понятия коммуникативной стратегии нет; она понимается примерно в том же направлении, как и понятие стратегии (действий, поступков, деятельности и т.п.) в военной области, откуда, собственно, этот термин пришел, или в обыденном общении.

С типологической точки зрения выделяются общие и частные стратегии. С функциональной точки зрения выделяются основные (семантические, когнитивные) и вспомогательные стратегии. Основной является стратегия, наиболее значимая с точки зрения иерархии мотивов и целей. Вспомогательная стратегия способствует эффективной организации диалогового взаимодействия, оптимальному действию на адресата. Рассмотренные типы могут быть объединены в класс прагматических (коммуникативно-ситуационных) стратегий [3].

К вспомогательным по отношению к аргументативной стратегиям относят, в частности, стратегию информативности. В самом деле, наличие в достаточном количестве точной информации, что находит свое выражение в ссылках или апелляциях на авторитетные источники (монографии, сборники опубликованных в журналах научных статей, кандидатские и докторские диссертации, исследования и др.), безусловно, является эффективным способом аргументации своей точки зрения.

К вспомогательным стратегиям, способствующим более успешной реализации стратегии аргументативности, лингвисты относят также стратегии персуазивности и суггестивности, которые проявляются в тексте в наличии разнообразных «риторических фигур», представляющих собой способ

«рельефного изображения аргумента» и влекущих за собой некоторое «изменение перспективы высказывания в коммуникативной ситуации»; софизмов – логических уловок, призванных усилить мнение говорящего; а также макролингвистических средств текста, прежде всего, связности, имплицитности и модальности [2]. Наличие той или иной (тех или иных) вспомогательной к аргументативной стратегии в тексте обусловлено его дискурсивной и жанровой природой.

Семантика стратегии аргументативности заключается в выражении доказательности, которая обеспечивается выдвижением тезиса и последовательным рассмотрением доводов в пользу его истинности и возможных противоположных доводов, в ходе которого дается оценка основанию и тезису, опровергается антитезис, а тезис доказывается [5]. Однако эта семантика не является монолитной; она структурирована на более частные значения, которые включают в себя:

а) предполагаемую истинность высказываний автора;

б) аргументированность, зависящую от качества и количества используемых для доказательства когнитивных операций;

в) целостность текста, отражающую логику смысловой предикации;

г) информативность, которая включает в себя информационную насыщенность и новизну (полезность) [17].

Понятие аргументативности связывают часто с противопоставлением ценностных понятий. У некоторых слов и понятий при этом выделяется «аргументативная ценность» – степень весомости аргумента. Ценностно-ориентированная аргументация может быть логической, когда аргументативное общение протекает при использовании одной и той же ценности; эмоциональной, если в качестве ценности выступает структура эмоций; порождающей, которая означает, что в процессе аргументирования происходит уничтожение и (или) порождение новой ценности; и диалектической, когда наблюдается изменение порядка следования ценностей в ценностных иерархиях [1]. Ценностно-ориентированная аргументация неизменно присутствует в любой сфере или

дискурсе, включая тексты научного дискурса и его жанров, однако использование тех или иных видов ценностно-ориентированной аргументации, а также способов их языковой реализации зависит от дискурсивных и жанровых свойств текстов.

Существует два основных вида аргументации: аргументация-ведение (под ней подразумевается аргументация в привычном виде, где читателя «ведут», последовательно предоставляя аргументы, чтобы доказать определенную позицию), а также некорректная аргументация, когда в качестве таковой используются речевые акты, не свойственные для оформления тезиса и аргументов, манипуляция с модусами мнения и знания высказываний и т.п. [17]. Для различных типов текстов и видов дискурса характерно использование по преимуществу того или иного из названных видов аргументации.

По способам проявления в тексте стратегия аргументации может быть эксплицитной, то есть вербально выраженной, и имплицитной, вербально не выраженной, но подразумеваемой. Обращение к приемам скрытого, имплицитного аргументирования, использование тех или иных механизмов речевого воздействия в аргументации зависит от условий общения, затрагиваемых тем, целей аргументирующего, от представлений об адресате аргументативного воздействия. В скрытой аргументации используются косвенные речевые акты, которые не являются специальными средствами выражения аргументации, но оказываются весьма эффективными для увода аргументации в имплицит. К таким типам речевых актов относятся, например, вопрос, согласие, обязательство, клятва.

Примером явного намерения в стратегии аргументации будет прямое приведение аргументов, в то время как скрытое может звучать как просьба или обязательство, автор может скрывать его до какого-то момента, аккуратно подбирая слова (от отвлеченной и абстрактной общей темы переходя к сути вопроса, намеренная неискренность, абстрактность формулировок, апелляция к авторитетным источникам и др.). Использование эксплицитной или имплицитной аргументации определяется ти-

пом текста и видом дискурса, к которому этот текст принадлежит.

На основании приведенных выше положений современной лингвистической теории воздействия, а также ее частных разделов, посвященных явлению коммуникативных стратегий и в том числе стратегии аргументативности, перейдем к анализу фактического материала. Целью анализа является установление особенностей проявления в англоязычных текстах научных статей стратегии аргументативности, обусловленных дискурсивной и жанровой принадлежностью текстов.

Рассмотрим следующий фрагмент, в котором, как будет показано далее, имеет место стратегия аргументативности.

*In this article, I begin by discussing a selection of those reports, before arguing that there is a general process shared by these varied cases: linguistic dissociation. I then unpack my definition of linguistic dissociation, a relatively enduring psychosocial process in which an individual or group distances themselves from a set of linguistic practices already within their repertoire because those practices have come to connote a state of significant intersubjective disharmony, or contrasubjectivity. I construct a theoretical framework supported by related concepts...*

В этом фрагменте, который представляет собой аннотацию к статье, приводится структура работы, которая одновременно является и структурой аргументации. Свою идею, которая развивается в основном тексте и заключается в обосновании существования явления «лингвистического рассогласования», автор собирается аргументировать следующими способами: дается определение названного явления, представляются психологические факторы его существования, демонстрируется наличие отражаемого в обсуждаемом понятии денотата.

Указанные аргументы нельзя не признать эффективными для того, чтобы авторская идея выглядела убедительной и достоверной. В данном случае мы имеем дело с аргументацией-ведением, поскольку последняя представляет собой последовательное преподнесение информации, обоснованной авторитетными источниками — см. в примере упоминание *reports*.

Приведенный фрагмент указывает также на то, что в основном тексте планируется реализация вспомогательной стратегии информативности, что находит свое выражение в употреблении значительного числа общенаучных (*selection, reports, general process, concept, theoretical framework*) и специальных (*connote, intersubjective disharmony, contrasubjectivity, psychosocial process, linguistic dissociation*) терминов.

Можно утверждать наличие в тексте и стратегии суггестивности. Об этом свидетельствует, в частности, широкое использование книжной лексики, такой как *discussing, repertoire, significant, enduring, relatively* и др. Эти единицы, не являясь прямыми средствами реализации аргументативности, оказывают косвенное воздействие на читателя в направлении убеждения его в правильности рассуждений автора.

Обратимся к примерам функционирования стратегии аргументативности в основном тексте научной статьи.

*A substantial body of studies (e.g. Hinton 1999; Kouritzin 1999; Wong Fillmore 2000; Shin 2002; Kanno 2004; Chung 2006; Zhang and SlaughterDefoe 2009; Lee 2013).*

Как видим, ключевым средством воплощения аргументации является в приведенном фрагменте ссылка на цитируемые источники – подчеркнуто в примере. В самом деле, приведение имен авторитетных лингвистов в качестве обоснования своей точки зрения по поводу обсуждаемой проблемы представляется убедительным аргументом в пользу своей правоты. Людям, занимающимся научно-исследовательской деятельностью, хорошо известно, что никакое открытие, никакая теория или даже просто точка зрения по поводу того или иного вопроса не может возникнуть «на пустом месте»; они непременно рождаются в результате долгого и упорного освоения предшествующего опыта, и только на этой основе можно получить (и то не всегда) значимый научный результат. Поэтому если читатель убеждается, что представляемая в данной статье идея «поддерживается» авторитетными учеными, то эта идея оказывается для него максимально убедительной.

Стратегия аргументативности в приведенном фрагменте дополняется стратегией информативности, причем средством реализации последней является то же явление, что и в случае с ранее упомянутой стратегией, а именно, ссылка на источники, послужившие теоретической основой теории автора статьи. Знакомясь с авторской точкой зрения и убеждаясь в ее правомерности, адресат одновременно приобретает новое знание о других исследователях проблемы, о которых он, возможно, ранее не знал и работами которых он может заинтересоваться.

Дополнение стратегии аргументативности стратегией информативности в текстах научных статей вполне логично, поскольку информативность является неременной, текстообразующей категорией для названного типа текстов.

Приведем еще один пример из научной статьи, в котором реализуется стратегия аргументативности:

*The data showed that the participants' identities were inextricably intertwined with their practices and perceptions of and experiences with research. For Pedro, for instance, who identified strongly as a practice- or community-oriented researcher, to 'live one's research' means 'you adapt your strategy, your methodology, your questions, you welcome the community within the research process' (Pedro). Similarly, Poli, arguing for a more 'respectful relationship' (Poli) between researcher and participant(s), said that it's also an opportunity for me to share their voices...to humanize their experiences...make them visible...[M]any times in research, we think of participants as people we can collect data [from] and I don't care about you anymore...I'm very much against that when I'm doing research WITH you, just using you and then I don't want to talk to you later.*

В настоящем примере стратегия аргументативности реализуется посредством использования разнообразных средств и приемов. Среди тех, которые уже упоминались при анализе предыдущих примеров, имеет место использование терминологии (*research, methodology, experience, strategy, identity, data*) и книжной (*inextricably, perception, argue for, opportunity*) лек-

сики, которые способствуют более убедительному представлению материала и не оставляют сомнений в научной компетентности автора статьи.

Аргументация в настоящем фрагменте проявляется также в приведении научной дискуссии между занимающимися данной проблемой лингвистами Педро и Поли с одной стороны и с другой – упомянутыми учеными и автором статьи. Научная полемика, которая предполагает как согласие, так и расхождение во мнениях, является важным фактором обеспечения объективности рассмотрения проблемы, что, в свою очередь, способствует повышению информативности текста, поскольку позволяет читателю расширить свой научный кругозор, реализации его суггестивных возможностей, поскольку воздействует на читателя на подсознательном уровне, а также может служить убедительным аргументом в пользу высокого научного уровня статьи.

Хорошим аргументом следует признать и имеющуюся в анализируемом тексте ссылку на фактический материал (*data*), что представляет собой совершенно необходимый компонент любой научной работы, включая статью, и который создает безусловную убедительность и объективность содержания текста.

Языковыми средствами достижения аргументативности текста являются здесь сложные (сложносочиненные и сложноподчиненные) и осложненные предложения. С их помощью достигается детализированность изложения материала, поскольку названные синтаксические конструкции способны отражать не только ситуации действительности, но и различные отношения между ними: места и времени, причины и следствия, цели, условия, уступки. Детализированность, в свою очередь, придает тексту большую убедительность и достоверность его утверждений, а также служит средством аргументации, поскольку точность и подробность представления материала свидетельствуют о высокой степени компетентности автора в обсуждаемой в статье проблеме.

В нашем фактическом материале встретились и иные средства реализации стратегии аргументативности. Рассмотрим в свя-

зи с этим еще один фрагмент англоязычной научной лингвистической статьи.

*Much existing research on factors affecting word learning has overlooked the multiple meanings of wordforms and examined them instead as unitary entities. In reality, many words are homonyms, that is, they have multiple meanings (e.g. deck as in a ship's part or a pack of cards). Investigating children's word-learning in relation to homonyms is important for three key reasons.*

*Firstly, many or most wordforms are thought to have multiple meanings (Rodd et al. 2002; Armstrong 2012; Brysbaert and Biemiller 2017) and more commonly used words tend to have more meanings (Zipf 1945). For example, in a set of 37,000 single words from the Wordsmyth dictionary, 54 per cent had more than one sense listed, with 10 per cent having 5 or more (Armstrong 2012).*

*Secondly, some important psycholinguistic factors (i.e. imageability and part of speech) differ between word meanings (i.e. at the meaning level): for example, cycle as in to ride a bike is more imageable than cycle as in a recurring. Such differences could explain why some meanings of known wordforms are learnt much later (Brysbaert and Biemiller 2017).*

В этом примере, кроме отмеченных в предыдущих примерах средств и приемов аргументативности, в качестве таковых используется последовательность и логичность изложения материала, которая эксплицитно маркируется нумерацией излагаемых положений: *firstly, ...; secondly, ...*, а в конце фрагмента подводится итог сказанному: *thus, ...*. Логичность изложения облегчает понимание текста и, как следствие, обуславливает его убедительность и аргументированность для адресата.

Отметим также использование таких средств, как безличные конструкции (*...it is essential for research to examine multiple meanings*), конструкции с пассивным залогом (*many or most wordforms are thought to have multiple meanings*), атемпоральные глагольные формы (имеется в виду использование исключительно форм настоящего времени независимо от времени протекания выражаемого в предложении действия).

Названные средства способствуют достижению текстом объективности и убедительности, что приводит к максимально полной реализации ключевой стратегии аргументативности и дополнительных к ней, функционирующих одновременно с ней стратегий информативности и суггестивности.

Изучение базовых теоретических положений по теме исследования и аутентичных научных лингвистических статей на английском языке позволило прийти к следующим выводам.

Стратегия аргументативности играет важнейшую роль в организации структурно-семантического пространства англоязычных научных статей лингвистической тематики. В изучаемом фактическом материале она тесным образом связана с категориями информативности и суггестивности; это обстоятельство обусловлено типом исследуемого текста, для которого названные категории являются текстообразующими.

Категории аргументативности, информативности, суггестивности близки как по содержанию, так и по способам выражения в тексте. Все названные категории получают эксплицитное языковое выражение на уровне использования лексических средств: общенаучных и специальных терминов, книжной лексики; морфологических явлений: глагольных форм настоящего времени и пассивного залога; синтаксических конструкций: сложных и осложненных предложений, безличных предложений.

Названные средства обуславливают реализацию категорий аргументативности, информативности и суггестивности косвенным образом, то есть посредством формирования «промежуточных» явлений: логичности, убедительности, достоверности, объективности, точности и детализированности текста, которые, в свою очередь, обуславливают высокую степень его аргументированности.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику М.: Ленанд, 2021. 368 с.
2. Безменова Н. А. Риторическая модель речевой деятельности // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации / Отв. ред. Ф. М. Березин, Е. Ф. Тарасов. М.: Наука, 1990. С. 25-40.
3. Березин Ф. М. 2000. 03. 008. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / Омский гос. ун-т. – Омск, 1999. – 284 с. Библиогр.: С. 264–280 // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 6 «Языкознание», 2000. № 3. С. 42-47.
4. Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. М.: Прогресс, 1987.
5. Брутян Г. А. Аргументация / Под ред. Э. Б. Маркаряна. Ереван: АН АрмССР, 1984. 105 с.
6. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность и структура коммуникации. Проблемы семиосоциопсихологии. М., 1984. 268 с.
7. Дридзе Т. М. Язык и социальная психология. М., 1980. 244 с.
8. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: автореф. дисс. на соискание уч. степени д-ра филологических наук: 10.02.01 / О. С. Иссерс. Омск, 1999. 16 с.
9. Иссерс О. С. Речевое воздействие: учеб. пособие / 6-е изд., стер. М.: Флинта, 2020. 240 с.
10. Карасик В. И. Язык социального статуса. М.: Институт языкознания РАН, 1992. 330 с.
11. Клюев Е. В. Речевая коммуникация: учеб. пособие. М., 1998. 224 с.
12. Комарова З. И. Коммуникативно-прагматическая парадигма в дисциплинарно-методологическом пространстве современной лингвистики // Вестник ЧелГУ. 2013. № 1 (292). С. 66-71.
13. Макаров М. Л. Интерпретативный анализ дискурса в малой группе. Тверь: Тверской государственный университет, 1998. 200 с.
14. Мацько Д. С. Особенности научного дискурса иностранной филологии // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. 2015. № 3. С. 70-76.

15. Полякова Л. С. Речевое воздействие: теоретические аспекты // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2010. № 12. С. 118-121.
16. Скребцова Т. Г. Лингвистика дискурса: структура, семантика, прагматика. М.: Языки славянской культуры (ЯСК), 2020. 313 с.
17. Шелестюк Е. В. Текстовые категории аргументативности, суггестивности и императивности как отражение способов речевого воздействия // Вестник ЧелГУ. 2008. № 30. С. 170-175.
18. Pollaroli C. et al. Preface / C. Pollaroli, S. Greco, S. Oswald, J. Miecznikowski-Fuenfschilling, A. Rocci // *Informal Logic*. 2019. Vol. 39. № 4. Pp. 287-300.
19. Norms of Public Argumentation and the Ideals of Correctness and Participation. *Argumentation* / F. Zenker et al. // *Argumentation – Springer*, 2023. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10503-023-09598-6#Sec1>.
20. Nico I., Tri Febrianti V. BOOGAART, R., JANSEN, H., VAN LEEUWEN, M. (EDS.). (2021). THE LANGUAGE OF ARGUMENTATION. SPRINGER (рецензия на статью) // *Journal of Language and Education*. 2021. Vol. 7. № 2 (26). Pp. 256-258.
21. Lakoff R. T. Persuasive Discourse and Ordinary Conversation with Examples of Advertising Text // In Tennen D. (Ed.) *Analysing Discourse: Text and Talk*. George-town: George-town University Press, 1982. Pp. 25-42.
22. Larson C. U. *Persuasion: Reception and responsibility* Belmont, CA.: Wadsworth/Thomson Learning, 1995.
23. Bermejo Luque L., Moldovan A. Introduction to the Special Issue on Speech Acts and Argumentation // *Informal Logic* 2021. Vol. 41. № 3. Pp. 281-287.
24. Oswald S., Herman T., Jacquin J. *Argumentation and language* // *Linguistic, cognitive and discursive explorations. Argumentation Library 32*. Springer, 2018.
25. Oswald S. The Pragmatics and Argumentation Interface // *Languages* 8: 210. 2023. URL.: <https://doi.org/10.3390/languages8030210>.

## **ARGUMENTATION AS THE KEY STRATEGY OF SCIENTIFIC ARTICLE TEXT'S ORGANISATION (BASED ON THE ANALYSIS OF ENGLISH LINGUISTIC ARTICLES)**

© 2024 Tatyana E. Vodovatova<sup>1</sup>, Victoria V. Bannikova<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Samara University of Public Administration  
“International Market Institute”, Samara, Russia

The article is devoted to the definition of the argumentation strategy's main realisation techniques in scientific linguistic articles. In this work we specify the terms related to our work: communicative impact and communicative strategy, which allows us to reveal the content of the inherent categories of the texts under study: argumentation, informativity and suggestivity. On the examples from the source material it is shown that the strategy of argumentation is closely connected with the strategies of informativity and suggestivity. The strategies mentioned are similar not only in their content, but also in the language expression means used. The strategies are executed through indirect means, such as text's logic, compellingness, objectivity, preciseness, etc., necessary for the argumentation's high potential.

**Keywords:** impact, communicative strategy, argumentation, informativity, suggestivity.