

**Іваницька Н. Б.**

Вінницький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

## РЕАЛІЗАЦІЯ КОМУНІКАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ПЕРЕКОНАННЯ В РІЗНОМОВНИХ НАУКОВИХ СТАТТЯХ: ЗІСТАВНИЙ АСПЕКТ

*У роботі проаналізовано комунікативну стратегію переконання в межах наукової статті як особливого жанру наукового дискурсу. Стратегію переконання репрезентовано п'ятьма тактиками: інформування (констатації), посилання на авторитети, залучення фонових знань, інформаційного розгортання та компаративного аналізу. До аналізу було залучено 200 прикладів згаданих тактик, відібраних із 100 англомовних та україномовних наукових статей.*

*Наведено міркування щодо доцільності та ефективності використання згаданих тактик для реалізації стратегії переконання. Доведено, що успішне переконання приводить до прийняття і послідовної зміни системи поглядів через імплементацію в неї доведених фактів, до певної трансформації світогляду. Аргументовано тезу про те, що переконання в науковому дискурсі повинно будуватися на усвідомленому сприйнятті індивідом певних фактів та ідей, на їх критичному аналізі та оцінці. Визнано, що переконання потребує значних затрат, у тому числі і комунікативних, які по-різному представлені в різномовних дискурсах.*

*Залучені до аналізу кількісні показники наблизили до встановлення спільних та відмінних тенденцій у використанні виділених тактик стратегії переконання. Зіставлення отриманих результатів довело, що англомовний дискурс тяжіє до використання комунікативних тактик посилання на авторитети та залучення фонових знань, тоді як переконання в україномовному просторі апелює більшою мірою до тактики інформаційного розгортання. Натомість тактики інформування (констатації) та компаративного аналізу виявили приблизно однакові тенденції в реалізації комунікативної стратегії переконання в обох мовах. Виявлені відмінності, ймовірно, можемо пояснити сформованими традиціями у формуванні наукової картини. Для англомовних читачів важливим є поняття академічної доброчесності, що спонукає апелювати до праць попередників і водночас створює гарне підґрунтя для аргументації та переконання у власних ідеях автора. Важливим елементом ефективної наукової комунікації в межах англомовної наукової статті постає створення обмеженої цільової аудиторії, яку легше переконати. Водночас в україномовній комунікації значні зусилля витрачаються на інформаційне розгортання, що розширює аудиторію читачів, оскільки така тактика дає можливість у різних формах і структурах пояснити думку, доводячи її істинність.*

**Ключові слова:** комунікативна стратегія переконання, тактика, науковий дискурс, міжмовні зіставлення.

**Постановка проблеми.** Науковий дискурс як особливий вид інституціонального дискурсу не випадково все частіше привертає увагу дослідників. У лінгвістиці ствердною є думка про важливість його всебічного вивчення, особливо у зіставній парадигмі. Інтернаціоналізація науки, яка охопила різні галузі та сфери наукового пізнання, висуває нові «правила» щодо презентації наукових знань у різних жанрах. Природним є і те, що науковий дискурс розглядають специфічною щодо стратегій і тактик комунікативною діяльністю, у здійсненні якої беруть участь представники наукової спільноти. Науковий дискурс визначає статус та соціальні ролі комунікантів, спілкування яких побудоване на принципах коо-

перації (Г.П. Грайс, Дж. Ліч), етикеті (в термінах О.М. Ільченко та Г.Г. Почепцова), а також відносності істинності наукового знання.

**Аналіз основних досліджень і публікацій.** Науковий дискурс як особливий вид інституційного дискурсу був предметом дослідження у різних наукових парадигмах, що дало змогу використати надбання попередників як теоретико-методологічну основу для власного наукового аналізу. Мову науки розглядали в аспекті структури, прагматики та функцій (праці Н.М. Разинкіної, І.М. Колегаєвої, В.І. Карабана, О.М. Ільченко, С.В. Шепітько, Т.В. Яхонтової, А. Крісмора, Р. Фарнворса, А. Скулстада та ін.) [5; 6; 8; 9; 10 13], що, однак, не применшує необхідність її

подальшого вивчення. Коло дискусійних питань стосовно наукового дискурсу залишається доволі широким, особливо коли до уваги беруться різномовні тексти.

**Постановка завдання.** На нашу думку, потребує активізації дискусія щодо реалізації основних комунікативних стратегій наукового дискурсу у різножанрових вимірах. Типологізація наукового дискурсу, здійснена в попередніх лінгвістичних розвідках, дає змогу виділити в його межах окрему дискурсивну практику, реалізовану в науковій статті як провідному науковому жанрі, що постійно видозмінюється та еволюціонує відповідно до змін у суспільстві [3; 13].

Окреслені попереду аспекти актуалізують нашу працю, оскільки думка про те, що у процесі наукової комунікації породжується особливий тип спілкування з характерним для нього високим ступенем впливу на реципієнта вимагає пошуку оптимальних тактик аргументації для верифікації наукової інформації задля її органічної вбудови в наукову картину світу.

Зауважимо також, що науковий дискурс є надскладною когнітивною структурою, в основі якої лежить відображена в мові відповідність між нашим уявленням про світ і репрезентацією цього уявлення в мові. Наукова комунікація є, з одного боку, чітко детермінованою, а з іншого – відкритою для побудови різного роду комунікативних каналів, оскільки реакція реципієнта непередбачувана і може варіюватися в межах повного погодження чи цілковитого заперечення.

Під час наукової дискусії (як експліцитної, так і емпіцитної, властивої письмовим жанрам) автор ставить за мету переконати читача, тобто реципієнта його повідомлення, в істинності поглядів, що призводить до інтенційного характеру комунікації. Відповідно, одним із важливих аспектів у вивченні наукового дискурсу стає питання вироблення ефективних стратегій і тактик переконання.

Якщо вдатися до семантичного аналізу дієслова «переконувати» (саме від нього утворився іменник «переконання»), то знаходимо: *переконувати* – доводити що-небудь комусь, змушувати кого-небудь повірити у щось, погодитися з ким-, чим-небудь (<http://sum.in.ua/s/perekonuvaty>). Відповідно, переконання – це тверда, міцно усталена думка про що-небудь, погляд на щось.

Виходячи із наведених семантичних формул, можемо припустити, що для сучасного соціуму найбільш ефективним способом переконання є вербальний (словесний), який повинен містити

систему вартісних доказів, співвідносних із законами формальної логіки, що «вписуються» в систему наукових презумпцій. Успішне переконання приводить до прийняття і послідовної зміни системи поглядів через імплементацію в неї доведених фактів, до певної трансформації світогляду, а отже, і мотиваційної основи поведінки. Переконання побудоване на усвідомленому сприйнятті індивідом певних фактів та ідей, на їх критичному аналізі та оцінці. Невипадково, що переконання потребує значних затрат, у тому числі і комунікативних. Ймовірним є і той факт, що мистецтво переконання повинно базуватися на використанні різних тактик, які сукупно зможуть призвести до формування в реципієнта міцної, усталеної думки. На аналізі окремих із таких тактик і буде зосереджене наше дослідження.

**Мета роботи** – виявити специфіку використання низки тактик як ефективних способів реалізації комунікативної стратегії переконання в різномовному науковому дискурсі (англомовному та україномовному). Для досягнення мети було сформовано такі завдання: 1) виявити репертуар найбільш ефективних тактик комунікативної стратегії переконання, реалізованих у наукових статтях гуманітарного профілю, 2) проаналізувати мовні засоби реалізації комунікативної стратегії переконання в межах аналізованих тактик, 3) з'ясувати прагматичний потенціал встановлених комунікативних тактик в аспекті переконання реципієнта, 4) встановити ізоморфні та аломорфні тенденції реалізації комунікативної стратегії переконання в англійських та українських наукових статтях як жанрі наукового дискурсу.

**Матеріал дослідження.** До зіставного аналізу було залучено 50 наукових англійських та 50 українських статей, розміщених у вільному доступі в інтернет-просторі. Наукові статті були надруковані в сучасних журналах гуманітарної галузі. Зокрема, до аналізу були відібрані статті з таких періодичних наукових видань: «Linguistic Typology», «Semiotica», «Applied Psycholinguistics», «Bilingualism: Language and Cognition», «Computational Linguistics», «Journal of Child Language», «Gender and Language», «Applied Linguistics», «International Journal of Language & Literature», «Linguistics and Education», «Гуманітарна освіта у технічних вищих навчальних закладах», «Дослідження з лексикології і граматики української мови», «Записки з ономастики», «Записки з романо-германської філології», «Культура слова», «Лінгвістика. Лінгвокультурологія», «Львівський

філологічний часопис», «Міжнародний філологічний часопис», «Мова: класичне – модерне – постмодерне», «Мовні і концептуальні картини світу», «Мовознавчий вісник». Загалом із журнальних статей методом суцільної вибірки було виділено та проаналізовано відповідно до поставлених завдань 200 мовленнєвих зразків.

**Виклад основного матеріалу.** Теоретичний огляд наукової літератури з проблематики нашого дослідження, її критичний аналіз та власний мовознавчий досвід [2–4] схиляють до думки, що комунікативна стратегія переконання може бути представлена різними тактиками з огляду на комплексність та багатоаспектність самого процесу доведення істинності твердження. У пропонованому дослідженні ми зупинимося на характеристичі деяких із виділених нами тактик, властивих як англійському, так і українському науковому дискурсу. Зокрема, до зіставного аналізу було залучено: 1) тактику інформування (констатації), 2) тактику посилення на авторитети, 3) тактику залучення фонових знань, 4) тактику інформаційного розгортання та 5) тактику компаративного аналізу. Зупинимося на кожній із них.

**1. Тактика інформування (констатації).** Виділення цієї тактики ґрунтується на розумінні сутності переконання, основна мета якого – довести до розуміння ідею (тезу) так, щоб адресат не сумнівався у правдивості висновків, істинності або хоча б у допустимості певної ідеї. Оскільки наукова комунікація передбачає звернення до раціонального, автору необхідно насамперед надати читачеві несуперечливі, логічні, дотичні до проблеми базисні факти, навколо яких розгортається дискусія, прагматично зорієнтована на залучення реципієнта до наукової картини автора.

Є думка, що реалізація тактики інформування перебуває поза суб'єктивною модальністю, тобто констатація фактів не вимагає особливої авторської думки про них. Типовими репрезентантами цієї тактики виступають насамперед дієслова, які семантично «налаштовані» на позитивне сприйняття інформації. Семантично такі дієслова є доволі розгалуженими. Вони можуть називати процеси мислення і мовлення, вказувати на холопартативні відношення, характеризувати стани і процеси тощо, пор. англ. *to comment, to define, to describe, to estimate, to identify, to illustrate, to inform, to mention, to note, to outline, to present, to remark, to show, to state, to use, to acknowledge, to affirm, to explain, to identify, to persuade, to prove*, укр. *стверджувати, поділятися, розділятися, роз'єднуватися, розкладатися, розпадатися, роз-*

*поділятися, розчленовуватися, розщеплюватися, членуватися*. Широко вживаними є також так звані десемантизовані дієслова, або дієслова широкої абстрактної семантики на кшталт *існувати, відбуватися, мати, з'являтися, змінювати(ся), продовжувати(ся) тощо*.

Згадані дієслова структурують виклад наукового матеріалу і є репрезентативними як в англійському, так і в українському мовному дискурсах.

*As mentioned in the introduction, the distributional characteristics of property words show a remarkable degree of crosslinguistic variation* («Linguistics and Education»); *The theme of negation was illustrated in the eight major ways* («Computational Linguistics»); *Як стверджують дослідники, мовна підготовка випускників середніх шкіл часто не відповідає вимогам сьогодення* («Гуманітарна освіта у технічних вищих навчальних закладах»). *Важливого значення дослідники надають і сферам вживання сленгу. Вони виокремлюють загальновідомий або загальноживаний (General Slang) і маловідомий або маложиваний (Special Slang)* («Записки з романо-германської філології»). *Нещодавні розвідки показують, що багато непрямих директивних мовленнєвих актів з'явилися в історії англійської мови у досить пізній період* («Лінгвістика. Лінгвокультурологія»). *Інші підтипи переносів з дії на предметні значення виявилися непродуктивними* («Мовні і концептуальні картини світу»). *Деякі лінгвісти вважають, що власна назва позбавлена лексичного значення і виконує лише роль так званої «етикетки», тоді як інші припускають, що власна назва, окрім номінативної функції, має певне семантичне навантаження* («Культура слова»).

Зауважимо також, що для англійського наукового дискурсу властивими є дієслівні форми пасивного стану (*is equipped, was developed, was designed, were assembled, were studied* і т.д.). Ця граматична форма уможливорює генералізацію діяча. У такий спосіб виникає ефект певної наукової спільноти, групи людей, які спільно розробляють якусь наукову проблему і до якої автоматично залучається і читач: *This |A| has spread to the stem and was later generalized over all persons and tenses: it became part of the root* («Bilingualism: Language and Cognition»); *A full accounting for the range of meanings is best approached on a case-by-base basis* («Applied Linguistics»); *Language planning was also concentrated primarily in the schools and other institutional contexts, where issues of purity and parity between French and Corsican prevailed* («Linguistics and Education»).

Однак, за нашими спостереженнями, прагматичний потенціал тактики інформування значно зростає, коли автор вдається до певних оцінних категорій у межах шкали власної переконаності в істинності надаваної інформації. Як засвідчує проаналізований матеріал, авторське подання інформації може відбуватися двома способами. В одному разі пропозиція відповідає дійсності, і суб'єкт є повністю відповідальним за істинність висловлення [15]. В іншому ж разі автор подає власне бачення дійсності, яке не завжди відповідає дійсності. К. Хайланд стверджує, що суб'єкти констатують знання про наукову дійсність, спираючись на власну впевненість в істинності пропозиційного змісту [15]. Впевненість же є нічим іншим, як суб'єктивною оцінкою пропозиційного змісту, яка ґрунтується на валідності отриманих результатів дослідження. Для підсилення впевненості в істинності знань автори вдаються до специфічних засобів впливу на реципієнта, що наближає їх до категоричності, переконуючи читачів пристати на авторську позицію. Для подання істинної (в авторському сприйнятті) інформації автори використовують низку мовних засобів, з-поміж яких найбільш прагматично зорієтованими виступають безособові речення прислівникової будови (в українському тексті), вставні конструкції із семантикою впевненості (*безумовно, без сумнівів*), лексичні одиниці із значенням всеохопності (*тапу, common, commonly, every, завжди, всі, будь-який, загалом*). Висловлення, оформлені за допомогою перерахованих засобів, виражають впевненість та істинність у частині пропозиції, підкріплюючи їх загальноприйнятою думкою чи практикою. Такі конструкції відтворюють відомі і визнані науковою спільнотою ідеї, думки, теорії, що прагматично переконують читача у зменшенні ваги альтернативних підходів.

Наведемо такі приклади: *In this section, I have suggested that the term lexicalization, as it is **commonly** used in discussions of sign language structure, rests on a conceptualization of linguistic knowledge where single, minimally meaningful forms are “listed in the lexicon” when their meaning cannot be “derived by grammatical rule”* («International Journal of Language & Literature»); *This is unfortunate, because these “in-between” cases are **typically the most** instructive for understanding the productive capacity of human languages* («Gender and Language»); *All of these factors act in systematic ways to shape a speaker’s choice of form, and the method of variationist sociolinguistics involves identifying these constraints and assessing*

*how they correlate with the rates of occurrence of the varying forms* («Computational Linguistics»); *У зв'язку з цим **цілком** закономірним є викладання курсу «Українська мова (за професійним спрямуванням)» як дисципліни гуманітарного циклу студентам нефілологічних факультетів* («Мовознавчий вісник»); ***Безперечно**, між ними існують тісні зв'язки: нерідко саме твори художньої літератури популяризували й описували «екзистенційну» проблематику...* («Лінгвістика. Лінгвокультурологія»); *Підтвердженням цьому, **безумовно**, є й підсумкова синтетична розвідка «Т. Шевченко і Кирило-Мефодіївське братство», котра показує поета як натхненника та генератора ідей братства* (); *Дослідники **переконливо** доводять, що оцінна функція висловлення прагматично найпродуктивніша, адже у спілкуванні комуніканти **завжди** прагнуть вплинути на ціннісні орієнтації один одного* («Дослідження з лексикології і граматики української мови»).

У наведених прикладах автори наукових дискурсів ніби посилаються на розповсюджену думку, яка певною мірою визнана фактом дійсності, а отже, позбавлена дискусійності. Використовуючи вказані мовні засоби, автори реалізують тактику інформування (констатації), надаючи їй суб'єктивних відтінків, водночас «запрошуючи» читача повірити в інформацію. Природно, що здебільшого автори не вказують конкретної особи, яка запропонувала ту чи іншу теорію чи гіпотезу. «Джерелом цитування» стає такий собі узагальнений науковець, який допомагає авторові переконати читача в істинності фактів. ***Загальновідомо**, що національна мова складається з багатьох підсистем (територіальних, соціальних), які пов'язані між собою лексичним складом, граматичними та фонетичними правилами* («Мовні і концептуальні картини світу»). ***Відомо**, що мовні фактори впливають на ведення ефективного радіообміну, а саме використання фразеології, інтонації, наголосу та використання (або неправильне використання) пауз* («Мова: класичне – модерне – постмодерне»). ***Відомо**, що абрєвіатури не мають кореня, афіксів, тобто таких граматичних елементів, які характеризують слово як особливого роду мовну одиницю* («Дослідження з лексикології і граматики української мови»).

**2. Тактика посилення на авторитет.** Для реалізації стратегії переконання така тактика є доволі поширеною і продуктивною. Звертаючись до відомих у певній галузі науковців, автор підсилює свою аргументацію. При цьому для

досягнення максимального ефекту «статус авторитету» повинен отримати насправді важливий для певної наукової спільноти суб'єкт, думка якого є авторитетною, а отже, переконливою для читача. Варто зазначити, що авторитетом може бути не лише відома особистість, але і його твори або концепції.

Як в англійському, так і українському дискурсах, для реалізації тактики посилення на авторитет використовують усталені мовні кліше. Зокрема, для англійського наукового тексту властивими є речення типу *The author says*. *The author notes*. *The author believes*. *The author observes*. *The author comments*. *The author relates*. *The author declares*. *The author remarks*. *The author discusses*. *The author reports*. *The author explains*. *The author reveals*. *The author expresses*. *The author states*. *The author mentions*. *The author acknowledges*. *The author suggests*. *The author thinks*. *The author points out*. *The author responds*. *The author shows*. *The author confirms*. *The author agrees*. *The author rejects*. *The author argues*. *The author compares*. (the two studies) *The author asserts*. *The author admits*. *The author cautions*. *The author disputes*. *The author emphasizes*. *The author contends*. *The author insists*. *The author denies*. *The author maintains*. *The author refutes*. *The author claims*. *The author endorses*. *The author implies*. *The author suggests*. *The author thinks*.

В українському дискурсі подібні структури останнім часом трапляються частіше, що, ймовірно, можна пояснити певним впливом англійської традиції. Водночас традиційно частими для українських наукових статей є вставні конструкції на кшталт «за словами», «на думку...», «на переконання...», «як зауважує...» тощо, використання яких підсилює аргументацію в частині переконання читача в істинності наведених фактів. До комунікативного простору залучається «уявна третя особа» – авторитетний науковець, досягнення і розвідки якого гарантують правдивість наведених фактів. *За словами Лантольфа та Павленка, мета SCT – зрозуміти, як люди організують та використовують свій розум у щоденному процесі життя* («Записки з романо-германської філології»). *Дискурсивна формація, на переконання М. Фуко, детермінує набір знань, напрям думок, спосіб їх мовного вираження, а також можливість (чи неможливість) виникнення нових ідей і тем* («Міжнародний філологічний часопис»); *Британські науковці, Бр. Томлінсон (Brian Tomlinson) та Кл. Віттейкер (Claire Whittaker) вважають, що питання стосується не лише сутнісних характеристик поняття змі-*

*шане навчання, а скоріше того, що саме змішується в сучасних педагогічних системах* («Мова: класичне – модерне – постмодерне»).

**3. Тактика звернення до фонових знань.** Зазначена тактика передбачає, що автор наукової статті та її реципієнт розуміються на низці понять, реалій і знань, які є основою віртуальної комунікативної взаємодії і взаєморозуміння автора і читача. Мовними показниками цієї тактики можна вважати метатекстові маркери, що засвідчують уже сформовану в фонових знаннях читача необхідну інформацію, дотичну до предмета дослідження. Такими метатекстовими одиницями виступають, наприклад, спеціальні терміни або аббревіатури (часто без розшифрування останніх).

Трапляються випадки, коли автори вже в назві наукової статті подають складні терміни та аббревіатури: *What the PCC tells us about “abstract” agreement, head movement, and locality; Historical shifts with the INTO-CAUSATIVE construction in American English*. Помічені одиниці прагматично повинні привернути увагу визначеного кола колег, наукові знання яких є суголосними з науковою картиною світу автора. Така тактика сприяє ефективному переконанню, оскільки залучає до кола співрозмовників аудиторію однодумців.

Апелювання до фонових знань автоматично створює ефект «своєї спільноти», до якої належить і читач, що імпліцитно характеризує його високий науковий потенціал і глибину занурення в спеціалізовану галузь. Так, наприклад, зустрічаємо в науковій статті: *«In EEG studies on the comprehension of English transitive sentences, object animacy has also been shown to affect processing, even in the absence of violations»* («Applied Psycholinguistics»). Аббревіатура *EEG* позначає термін: *«Electroencephalography (EEG), an electrophysiological monitoring method to record electrical activity of the brain»*. Такий метод (електроенцефалографія) нині є одним із провідних для розвитку когнітивної нейролінгвістики як дисципліни, що вивчає мозкові процеси, які лежать в основі розпізнавання і генерації мови, засвоєння мови та квазімовної символіки. Зрозуміло, що науковці, які працюють у сфері нейролінгвістики, когнітивної лінгвістики, обізнані з таким методом. Очевидно, що саме вони становлять цільову аудиторію наукового повідомлення, тому використана автором тактика звернення до фонових знань видається дієвою для реалізації стратегії переконання: для лінгвістів, що працюють у сфері прикладних досліджень, зазначений метод засвідчує валідність та об'єктивність отриманих результатів. Відповідно

автор, з одного боку, «програмує» читача на сприймання достовірної, істинної інформації, а з іншого, звертаючись до фонових знань реципієнта, створює «своє» коло односторонніх, які знаються на особливостях нейролінгвістики.

Або інший приклад: *Subject-initial, SVO word order is by far the most common order in Swedish transitive sentences, and the grammatical functions of NP arguments in transitive sentences are in most cases assigned on the basis of their relative ordering (i.e., on the assumption that the subject is the initial NP of the sentence)* («Linguistic Typology»). Автор статті Thomas Hörberg наводить аббревіатури (SVO, NP), які не розшифровуються в тексті статті. Наведена аббревіатура SVO – це скорочено *subject-verb-object*. Лінгвісти, які працюють у царині мовної типології, знають, що наведений термін вказує на реченнєву структуру, в якій підмет передє присудку, а третім елементом виступає додаток. Згадана аббревіатура є метаодиноцею синтаксичної класифікації мов, в основу якої покладено синтаксичні відношення – предикативні, які поєднують підмет (суб'єкт) із присудком (предикатом) та їх граматичне вираження, об'єктні, тобто відношення перехідного дієслова і додатку (об'єкта), який отримує особливе граматичне вираження у різних мовах, і атрибутивні, у яких виражається зв'язок означення та означуваного. Відповідно звернення автора до такого терміна як способу мовної вербалізації тактики звернення до фонових знань доволі продуктивно працює для реалізації стратегії переконання.

**4. Тактика інформаційного розгортання.** У випадках, коли автор сумнівається в достатності фонових знань читача, відбувається вирівнювання прагматичних пресупозицій автора і реципієнта через використання тактики інформаційного розгортання. Реалізація цієї тактики може залучати пояснення, конкретизацію, узагальнення, перефразування, доповнення та екземпліфікацію, що, безсумнівно, покращує доступність викладу і позитивно впливає на реалізацію стратегії переконання. Мовними репрезентантами цієї тактики виступають такі метатекстові маркери, як *this means, in other words, to put it another way, such as, for example, in general, for instance, by way of illustration, as an example, to clarify, to explain further, namely, to be specific, that is, інакше кажучи, іншими словами, наприклад, прикладом цього..., тобто* та інші.

Слід зауважити, що як в англійському, так і в українському науковому дискурсах зазначена тактика використовується доволі часто. За нашими

спостереженнями, англійська наукова мова тяжіє до інформаційного розгортання в різних формах, пор.: *While the ought-to L2 self is drawn by external factors such as family, friends, and society. In other words, the individual composes of an L2 self not to let down the others and tries to meet others' expectations* («Journal of Child Language»); *The evidence that I provide comes primarily from Tamil, a language of the Dravidian family, spoken predominantly in South India* («Linguistic Typology»); *Larsen-Freeman and Celce-Murcia (2016), praising prior work done at the discourse level on the tense-aspect-modality system, note that there are nonetheless gaps in the understanding thereof.....* («Semiotica»); *In other words, speakers often use not only discrete, specific events from the past as evidence for their current attitudes and positions, but also entire swaths of past* («Computational Linguistics»).

Український дискурс теж позначений згаданими мовними одиницями: *Як наслідок цього протиставлення виникла опозиція «гра – справа, праця, робота», або, іншими словами, «ігрове – утилітарне* («Міжнародний філологічний часопис»); *Типовим прикладом, коли відношення меронімії, гіпо-гіперонімії та посесивності не відокремлюють одне від одного, можуть бути трактування семантичного зв'язку між термінами спорідненості* («Культура слова»); *Іншими словами, обмін репліками не може здійснюватися без взаємного розуміння, яке відбувається через аудіювання* («Львівський філологічний часопис»); *Інакше кажучи, одне із головних завдань у становленні особистості демократичного суспільства – це формування та розвиток критичного мислення* («Гуманітарна освіта у технічних вищих навчальних закладах»).

**5. Тактика компаративного аналізу.** Реалізація цієї тактики спирається на прийом зіставлення фактів, подій, результатів, які прагматично зорієнтовані на додатковому переконанні читача в істинності наукової інформації. Вона спрямовує увагу читача на позитивні риси об'єкта дослідження. Для мовного втілення цієї тактики використовують ступені порівняння та прийомі парцеляції: *One of the most recent theoretical innovations could be regarded as Dörnyei's (2005, 2009) L2 Motivational Self System, which is based on the integration of Markus and Nurius's (1986) Possible Self Theory and Higgins's (1987) Self Discrepancy Theory* («Bilingualism: Language and Cognition»); *In contrast, Ebert & Ebert (2014; 2016) suggest that the way in which co-speech gestures contribute not-at-issue meaning is most analogous to supplements,*

*such as expressives or non-restrictive relative clauses* (Potts 2005) («Applied Linguistics»); *This type of reasoning stands in contrast to theories which assume that there are many unattested patterns which are nevertheless attestable* («Semiotica»); **Однією із найбільш дискусійних та відкритих** для подальших наукових досліджень видається така граматична категорія, як «речення», що її в сучасній граматиці розглядають і «переглядають» у теорії лексикології, морфології й синтаксису («Дослідження з лексикології і граматики української мови»); Одним із **найбільш поширених та універсальних** її експлікантів постає текст як явище щоразу яскраве та унікальне, адже саме в тексті сконцентровано низку передусім мовних, а також і сюжетно-композиційних засобів для передачі індивідуально-авторської рецепції дійсності («Лінгвістика. Лінгвокультурологія»); **На противагу андроцентричному аналізу, що вивчав твори письменників, виник феміністичний проект гінокритики, яка займалася передусім творами жінок, об'єктом якої були історія, стилі, теми, жанри та структури жіночого писання** («Мова: класичне – модерне – постмодерне»).

Зіставлення переконує читача в наявності альтернативних поглядів на проблему, що спонукає до роздумів, логічних умовиводів тощо. Проте за «маскою дискусійності» автор імпліцитно нав'язує власну думку, яка на тлі інших думок видається більш послідовною і доказовою.

Слід зауважити, що проаналізовані нами мовні приклади уможливили зробити певні кількісні підрахунки, які в аспекті міжмовного зіставлення можуть наблизити до вияву ізоморфних та аломорфних характеристик у реалізації стратегії переконання в межах англomовної та україномовної наукової статті. Так, із наукових статей ми вилучили 200 мовних зразків (по 100 в кожній мові), які, на нашу думку, є репрезентантами виокремлених комунікативних тактик. Узагальнені підрахунки наведено на рис. 1.

**Висновки і пропозиції.** Отже, комунікативна стратегія переконання є однією із провідних у науковому дискурсі. У жанрі наукової статті така стратегія має чітко визначений репертуар тактик, за допомогою яких автор доводить істинність наданої інформації. Найбільш показовими та дієвими виступають тактики: інформування (констатації), посилення на авторитети, залучення фонових знань, інформаційного розгортання, компаративного аналізу. Згадані тактики часто переплітаються та органічно поєднуються в канві наукової роботи.

Зіставний аспект нашого дослідження дав змогу виявити певні пріоритети у використанні тієї чи іншої тактики в англomовному та україномовному науковому дискурсі. Залучивши до аналізу кількісні підрахунки відібраних для аналізу мовних зразків, можемо констатувати, що реалізація стратегії переконання в англomовному дискурсі забезпечена значною мірою тактиками посилення на авторитет та залученням фонових знань. На нашу думку, це засвідчує сформовану в англomовній науковій

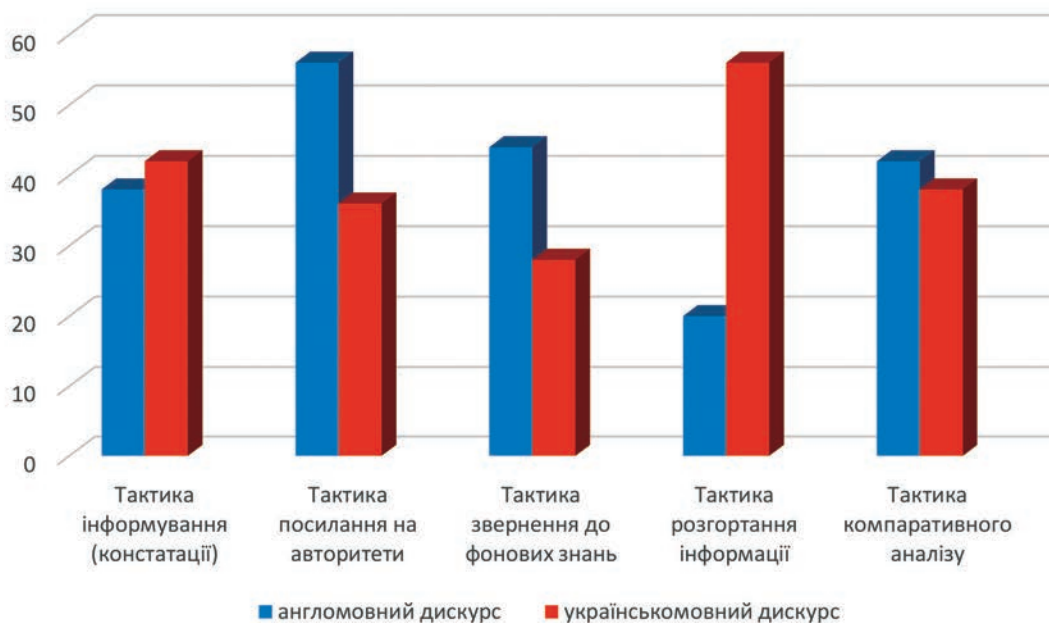


Рис. 1. Реалізація стратегії переконання в англomовному та україномовному дискурсі наукової статті

спільноті (у тому числі редакційній політиці наукових журналів) академічну добросесність, дотримання якої є явищем природним і сталим. Тому автори, посилаючись на думки своїх попередників, завжди вказують їхні праці та імена. Апеляція ж до фонових знань потенційно звужує коло читачів, що, з одного боку, є ризикованим комунікативним ходом, а з іншого, цільова аудиторія наукового дискурсу легше переконується, оскільки автор економить власні мовні ресурси (опускаючи роз'яснення певних наукових фрагментів) і спрямовує їх на інші мовні моделі для ефективного переконання.

Для україномовних наукових статей реалізація стратегії переконання виявилася більш репрезентативною в тактиці інформаційного розгортання, що, ймовірно, можна пояснити прагненням автора переконати читача в істинності знань через роз'яснення, наведення прикладів тощо, нагро-

мадження яких зменшує шанси читача «не повірити» написаному. Найменше фіксацій було в тактиці звернення до фонових знань, що пояснюється прагненням охопити більше коло читачів, не відлякуючи їх незнайомими фактами.

Загалом як в англomовному, так і в україномовному науковому дискурсі реалізації згаданих тактик ефективно працюють на стратегію переконання через використання усталених мовних кліше, граматичних структур та семантично виважених лексичних одиниць.

Представлений фрагмент дослідження може бути розширений залученням до аналізу інших комунікативних тактик у межах реалізації стратегії переконання. Перспективним також видається поширення виробленої нами методики дослідження на різноманітні дискурси не лише гуманітарної, але й інших наукових сфер.

#### Список літератури:

1. Багрій О.І. Наукова дискусія: дискурсивні та прагматичні характеристики (на матеріалі англomовних статей середини ХХ – початку ХХІ сторіч) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Київ, 2010. 20 с.
2. Іваницька Н. Реалізація констатувально-аргументативної стратегії топікації у вступній частині англomовної наукової статті. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*. Кропивницький: Видавництво «КОД», 2019. Вип. 175. С. 293–299.
3. Іваницька Н.Б. Сучасні стратегії перекладу наукового тексту / Н.Б. Іваницька // *Наукові записки Кіровоградського державного університету імені Володимира Винниченка. Серія: Філологічні науки*. – Кіровоград : Видавець Лисенко В.Ф., 2016. – С. 54–58.
4. Іваницька Н.Б., Іваницька Н.Л. Комунікативно-прагматичний потенціал інтерогативів англomовної наукової статті. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка : науковий журнал. Філологічні науки* / [гол. ред. Г. Є. Киричук, відп. ред. Н. А. Сейко]. Житомир : Вид-во Житомирського держ. ун-ту імені І. Франка, 2019. Вип. 1 (89). С. 63–70.
5. Ільченко О.М. Етикет англomовного наукового дискурсу. К. : ІВЦ Політехніка, 2002. 288 с.
6. Крижановская Е.М. О стереотипности компонентов коммуникативно-прагматической структуры научного текста. *Текст : стереотип и творчество* : межвуз. сб. научн. трудов. Пермь, 1998. С. 136–150.
7. Кузьменко П.Б. Констатирующий модификатор в научном тексте: проблема выделения и состав. *Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2017. № 1. С. 91–95.
8. Маслова Т.Б. Типология наукового дискурсу в сучасній мовознавчій парадигмі. URL: [http://irbisnbnv.gov.ua/cgi-bin/irb\\_nbnv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM](http://irbisnbnv.gov.ua/cgi-bin/irb_nbnv/cgiirbis_64.exe?C21COM)
9. Сологуб Л.В. Комунікативні стратегії фахової соціалізації адресата у науково-дидактичному дискурсі (на матеріалі сучасних англomовних підручників з екології) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Львів, 2015. 20 с.
10. Томахів М.В. Англomовний науковий дискурс: сучасний стан та перспективи подальших досліджень. *Одеський лінгвістичний вісник*. № 5, том 2. 2015. С. 23–32.
11. Хомутова Т.Н. Стратегии научного дискурса: интегральный подход. *Вестник ЮУрГУ. Серия Лингвистика*. 2015. Т.12, № 3. С. 15–22.
12. Шпенюк І.Є. Науково-академічний дискурс : сутність та лінгвокультурна специфіка. *Мовні і концептуальні картини світу*. К. : КНУ імені Т. Шевченка, 2010. Вип. 29. С. 372–377.
13. Яхонтова Т.В. Лінгвістична генологія наукової комунікації. Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2009. 420 с.
14. Cortes V. The frequency and use of lexical bundles in conversation and academic prose. *Applied Linguistics*. 2005. P. 56–71.
15. Hyland K. Stance and engagement: a model of interaction in academic discourse. *Discourse Studies*. 2005. № 7 (2). P. 173–192.
16. Leech G. Principles of pragmatics. L.: Longman, 1983. 250 p.
17. Swales J. M. Academic Writing for Graduate Students: Essential Tasks and Skills. 2 ed. Ann Arbor, 2004. P. 217.
18. Wray A. Formulaic language and the lexicon. Cambridge: Cambridge University Press, 2002. 337 p.



**Ivanytska N. B. IMPLEMENTATION OF THE COMMUNICATIVE STRATEGY OF PERSUASION IN MULTILINGUAL SCIENTIFIC ARTICLES: A COMPARATIVE ASPECT**

*The paper analyses the communicative strategy of persuasion within a scientific article as a special genre of scientific discourse. A sample (200 units) of language representations of selected tactics was formed on the basis of 100 English-language and Ukrainian-language scientific articles: 1) informing (statements), 2) references to authorities, 3) involvement of background knowledge, 4) information deployment and 5) comparative analysis. Successful persuasion leads to the acceptance and consistent change of the system of views through the implementation of proven facts, to a certain transformation of worldview. Arguments are made in favour of the fact that belief in scientific discourse should be based on the conscious perception of the individual of certain facts and ideas, on their critical analysis and evaluation. It is recognized that persuasion requires significant costs, including communication, which are presented differently in multilingual discourses. The quantitative indicators involved in the analysis brought us closer to identifying common and different trends in the use of selected tactics. Comparison of the obtained results showed that the English-language discourse tends to use communicative tactics to refer to authorities and attract background knowledge, while the belief in the Ukrainian-speaking space appeals more to the tactics of information deployment. Instead, the tactics of informing (statement) and comparative analysis revealed approximately the same trends in the implementation of the communicative strategy of persuasion in both languages. The identified differences can probably be explained by the established traditions in the creating the scientific knowledge. For English-speaking readers, the concept of academic integrity is important, which encourages appeal to the works of predecessors and at the same time creates a good basis for argumentation and persuasion of the author's own ideas. An important element of effective scientific communication within an English-language scientific article is the formation of a target audience that is more conducive to persuasion. Instead, in Ukrainian-language communication, considerable effort is spent on information deployment, which expands the audience of readers, as such tactics provide an opportunity to explain the opinion in various forms and structures, proving its truth.*

**Key words:** *communicative strategy of persuasion, tactics, scientific discourse, interlingual comparisons.*