

ПЕРСУАЗИВНІ СТРАТЕГІЇ ТА ЗАСОБИ ЇХНЬОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ В ПЕДАГОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ

PERSUASIVE STRATEGIES AND MEANS OF THEIR IMPLEMENTATION IN PEDAGOGICAL DISCOURSE

Калько В.В.,

orcid.org/0000-0002-9394-1664

доктор філологічних наук, професор,

*професор кафедри українського мовознавства і прикладної лінгвістики
Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького*

Дядюра Г.М.,

orcid.org/0000-0002-6710-941X

кандидат філологічних наук, доцент,

*доцент кафедри української мови та загального мовознавства
Черкаського державного технологічного університету*

Кухарєва-Рожко В.І.,

orcid.org/0000-0001-6466-9115

кандидат філологічних наук, доцент,

*доцент кафедри української мови та загального мовознавства
Черкаського державного технологічного університету*

Статтю присвячено комплексному аналізу персуазивності педагогічної комунікації, яка передбачає вербальний і невербальний вплив адресанта на інтенції аудиторії для досягнення від неї ненасильницьким шляхом схвалення потреби, бажаності або можливості здійснення / відмови від здійснення відповідної посткомунікативної дії. Переконуючи, педагог уселяє віру учня у свої сили, навіює йому надію на покращення знань, актуалізує відчуття позитивних змін, здійснюючи позитивний вплив на уявлення, відчуття, почуття, мислення, поведінку адресата. Персуазивна педагогічна комунікація пов'язана з раціональними доказами, обґрунтуванням потреби в набутті знань, аргументацією формування необхідних навичок, доведенням практичної цінності знань у процесі подальшої пізнавально-практичної діяльності. Реалізуючи стратегію персуазивності, педагог має системно контролювати відповідність між прагматичною глибинною структурою взаємодії, ієрархічною структурою сценарної моделі й ситуативним ланцюгом комунікативних ходів реального спілкування. Прагматично схарактеризовано основні засоби переконання в процесі педагогічної діяльності. Персуазивний педагогічний вплив реалізують мовленнєві акти орієнтовані на актуалізацію й підтримання уваги, моніторинг сприйняття і розуміння, повторення і перефразування важливої інформації. Ефективності переконання сприяють лексичні, граматичні, синтаксичні, структурні й невербальні засоби персуазивності. Персуазивний вплив педагога спроектований на трансформацію когнітивних процесів, ментальних схем, поведінки здобувачів освіти й передбачає позитивну модифікацію наявних переконань та припущень, появу нового розуміння. Установлено, що продуктивним засобом персуазивності в освітньому процесі є інтерактивність як опосередкована можливість впливу на інтелектуальний і емоційний розвиток школяра, яка забезпечує толерантне корегування поведінки й систему цінностей. Дотримання ввічливих стратегій у переконанні підвищує результативність педагогічної комунікації, зменшує опір співрозмовників і сприяє встановленню довірливих стосунків.

Ключові слова: персуазивна комунікація, педагогічний дискурс, переконання, вплив, аргументація, комунікативна стратегія, мовленнєвий акт.

The article is devoted to a comprehensive analysis of the persuasiveness of pedagogical communication, which involves both verbal and non-verbal influence by the sender on the audience's intentions in order to non-coercively gain approval of the need, desirability, or possibility of performing or refraining from performing a corresponding post-communicative action. Through persuasion, the teacher instills students with belief in their own abilities, inspires hope for improved knowledge, and activates a sense of positive change, thus exerting a beneficial influence on the recipient's perceptions, emotions, feelings, thinking, and behavior. Persuasive pedagogical communication is associated with rational arguments, the justification of the need to acquire knowledge, the reasoning behind the formation of essential skills, and the demonstration of the practical value of knowledge in the process of further cognitive and practical activities. When implementing a persuasive strategy, the teacher must systematically control the alignment between the pragmatic deep structure of interaction, the hierarchical structure of the scenario model, and the situational chain of communicative moves in real-life communication. The article pragmatically characterizes the main means of persuasion used in pedagogical activity. Persuasive pedagogical influence is implemented through speech acts aimed at activating and maintaining attention, monitoring perception and understanding, and repeating or paraphrasing important information. The effectiveness of persuasion is enhanced by lexical, grammatical, syntactic, structural, and non-verbal means of persuasiveness. The teacher's persuasive influence is designed to transform the cognitive processes, mental schemas, and behavior of learners, and it involves the positive modification of existing beliefs and assumptions as well as the emergence of new understanding. It is established that interactivity is an effective means of persuasion in the educational process, as it serves as a mediated way of influencing

the intellectual and emotional development of the student, enabling tolerant adjustment of behavior and value systems. Adherence to polite strategies in persuasion increases the effectiveness of pedagogical communication, reduces resistance from interlocutors, and fosters the establishment of trusting relationships.

Key words: persuasive communication, pedagogical discourse, persuasion, influence, argumentation, communicative strategy, speech act.

Постановка проблеми. Дослідження педагогічного дискурсу дає змогу осмислити основні механізми й інструменти мовленнєвої взаємодії учасників освітнього процесу, випрацювати ефективні засоби досягнення навчальних і виховних результатів. Продуктивна персуазивна педагогічна комунікація, спрямована на м'яке переконання, забезпечує створення сприятливого навчального середовища та надихає на успішне засвоєння знань. Потужним інструментом впливу педагога на здобувачів освіти є мова, адже, як цілком слушно зауважує Л. Вітгенштайн, навчаючи, ми використовуємо систему прикладів і вправ, розповідаємо про те, що знаємо самі, показуємо учневі, як треба робити, а він наслідує, впливаємо на нього своїм схваленням, невдоволенням, очікуванням, підбадьорюванням, даємо йому волю або стримуємо його [1, с. 172].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові розвідки в сучасній дискурсології сфокусовані передовсім на загальній характеристиці персуазивності (О. В. Бабири, Д. О. Кіф, О. М. Лебідь, А. П. Загнітко, В. Холлі, М. Хоффман й ін.). У лінгвоукраїністиці комплексно схарактеризовано персуазивність політичного (І. О. Голубовська, А. П. Загнітко, Н. В. Кондратенко, М. І. Степаненко, Т. В. Орлова й ін.), дипломатичного (О. М. Мацько, Н. М. Поліщук, С. Б. Скрябіна, Ю. В. Судус й ін.), рекламного (І. М. Волощук, С. В. Дружбяк, К. С. Серажим й ін.), наукового (Н. Б. Іваницька, А. М. Чеберяк, С. Т. Шабат-Савка й ін.), релігійного (О. Ю. Зелінська, М. А. Малишева, О. І. Ніка й ін.) дискурсів. В останні роки набуває актуальності вивчення персуазивності в освітньому процесі. Зокрема, Я. І. Малаховська, проаналізувала психологічні характеристики персуазивного навчального відеодискурсу, зауваживши, що основним механізмом переконання є комбіноване використання логічних та емоційних засобів [6, с. 228]. О. В. Дубцова описала лінгвістичні особливості комунікативної стратегії переконання в педагогічному дискурсі й виокремила імперативні й неімперативні синтаксичні конструкції, які є найуживанішими засобами реалізації мовленнєвого впливу, наголошуючи, що «лише за умови розумного використання комунікативної стратегії переконання можлива гармонійна кооперація

учасників навчального процесу» [2, с. 17]. На думку І. М. Кушнір, персуазивний вплив передбачає досягнення мети шляхом переконання через раціональне обґрунтування ідеї й, реалізуючи його, педагог передовсім залучає увагу адресата до певної проблеми, корегує його картину світу, оновлює когнітивно-ментальні параметри, передбачаючи їхнє застосування в подальшій практиці [5, с. 43–44].

Актуальність нашого дослідження зумовлена й тим, що саме педагогічний дискурс як особливий тип репродуктивно-продуктивного, особистісно орієнтованого спілкування наділений високим ступенем впливу на реципієнта, що зумовлює пошук оптимальних засобів аргументації й переконання задля оптимального й збалансованого витворення картини світу молодого покоління. Він є надскладною когнітивною структурою, орієнтованою на зміну уявлень про світ адресата, формування в нього ключових компетентностей, повноцінну соціалізацію індивіда, становлення самодостатньої, спроможної до самореалізації й розвитку впродовж життя особистості.

Постановка завдання. Мета статті – комплексний аналіз персуазивності педагогічного дискурсу, орієнтованої на м'який позитивний вплив на здобувачів освіти, прагматична характеристика основних засобів переконання в процесі педагогічної діяльності.

Виклад основного матеріалу. Т. ван Дейк, виокремлюючи два різновиди впливу – легітимний і нелегітимний, зауважує, що легітимні комунікативні практики не порушують соціальних правил і норм, ураховують права й свободи людини [10, с. 364]. Персуазивність належить до легітимних різновидів впливу, оскільки не передбачає зловживання владою, не контролює мислення, знання, позицію індивіда, а передбачає усвідомленість впливу об'єктом, передбачає свободу вибору, отже, є «етичним видом впливу» [9, с. 269]. Персуазивну комунікацію розуміємо, слідом за А. П. Загнітком, як усталену і конвенційно визначену в суспільній і комунікативній практиці особливу форму ментально-мовленнєвої взаємодії індивідів, здійснювану на ґрунті визначених типів тексту для адекватного, здебільшого вербального, впливу одного з комунікантів (адресанта) на інтенції свого комунікативного

партнера / партнерів (реципієнта / аудиторії) для досягнення від нього ненасильницьким шляхом (через комунікативні стратегії переконання та «зваблення») схвалення необхідності, бажаності або можливості здійснення / відмови від здійснення відповідної посткомунікативної дії на користь адресанта [3, с. 46].

Успішна комунікація прямо чи опосередковано зорієнтована на переконання, спрямоване раціональне доведення думки, аргументацію позиції, підтвердження поглядів, пропонування бажаних оцінок й інтерпретацій тощо. Педагогічний дискурс як ситуативно й соціально зумовлена мовленнєва діяльність пов'язаний з дидактичною діяльністю педагога з метою набуття реципієнтами нових знань, формування в учнів цінностей, норм, правил, осмислення загальнолюдських пріоритетів, досягнення законів розвитку науки й суспільства. Він є посередником у комунікативній взаємодії викладача й здобувача освіти, забезпечуючи передовсім складні механізми передавання, засвоєння й реалізації знань, умінь і навичок. Освітня практика мовного навчання — це «комунікативне контактне суб'єкт-суб'єктне спілкування з метою передачі науково-змістової інформації і розвитку всіх складників комунікативної компетентності (мовленнєвої, мовної, дискурсивної, соціокультурної, діяльнісної)» [4, с. 222]. Фактично в широкому розумінні вона є діалогічною діяльністю, спроектованою на текст, особистість адресанта й адресата, їхню свідомість, світовідчуття, настанови, інтерпретації й інтеріоризоване буття. Неабиякої значущості тут набуває вагомість інформації для реципієнта, особливості її сприйняття, розуміння, усвідомлення, а також ефективність і переконувальність для інтерпретатора.

Засадничою ознакою результативності педагогічної комунікації є персуазивність як одна з основних форм соціального впливу, осмислене комунікативне зусилля спрямоване на адресата, наділеного відносною свободою [16, с. 20]. Дослідники, аналізуючи особливості реалізації мовленнєвих актів під час дискусії, наголошують, що персуазивність здебільшого впливає на дії або волю до дії слухача й безпосередньо пов'язана інтересами промовця й слухача [11, с. 48]. Переконуючи, педагог, на наш погляд, має передовсім уселяти віру учня у свої сили, навіювати йому надію на покращення знань, актуалізувати відчуття позитивних змін. Учитель у новітніх соціальних умовах повинен упливати на уявлення, відчуття, почуття, мислення, поведінку адресата. З цієї метою потрібно активно використовувати

раціональні докази, обґрунтування потреби в набутті знань, аргументацію вироблення необхідних навичок, доводити життєві запити навчання й можливості використання засвоєного матеріалу в процесі пізнавально-практичної діяльності.

Персуазивні техніки професійної комунікації педагога мають чітко проектуватися на діяльнісний підхід, за якого процес оволодіння знаннями зорієнтований на пошукову роботу учня, а роль учителя — спрямувати, посприяти в пошуковій відповіді на складні питання в процесі спільної праці. Реалізація стратегії персуазивності з боку наставника передбачає системний контроль відповідності між прагматичною глибиною структурою взаємодії, ієрархічною структурою сценарної моделі й ситуативним ланцюгом комунікативних ходів реального спілкування. Це забезпечить гнучкість і динаміку переконання, яке зазнаватиме постійної корекції залежно від мовленнєвих дій та реакцій учнів та постійно змінного й поповнюваного контексту дискурсу.

Когерентність персуазивної педагогічної комунікації як єдність формально-граматичних і семантико-прагматичних ознак висловлень залежить від типу учнівського колективу як суб'єкта впливу, статусно-рольової структури, різновиду навчальної діяльності, теми, попередньої підготовленості, способу зміни комунікативних ролей. Соціально-психологічні чинники, які власне багато в чому зумовлюють специфіку персуазивності під час навчальної діяльності, є важливими регуляторами мовленнєвого впливу, позаяк на глибшому соціопсихологічному рівні комунікативним ходам у структурі обміну інформацією відповідають такі дії, як виклик, захист, відступ, згода [15, с. 60]. Їх правильне чергування й поєднання сприяє реалізації персуазивного впливу.

М. Стабз, аналізуючи комунікацію під час шкільних уроків, виокремлює вісім типів мовленнєвих актів, що мають найбільше представлення в ситуації спілкування учителя й учнів і віддзеркалюють мовленнєву ситуацію в дискурсі: актуалізація й підтримування уваги, її демонстрація; контроль «кількості сказаного»; перевірка й підтвердження розуміння; підбиття підсумків чи узагальнення; визначення чи перефразування; редагування; корекція; уточнення теми [17, с. 50–53]. На наш погляд, для персуазивного впливу під час навчання особливо вагомими є мовленнєві акти, спрямовані на: 1) актуалізацію й підтримування уваги, для чого варто використовувати широкий арсенал звертань, вставні слова: *любі діти, дорогі друзі, мої любі учні, Олено, Василю, очевидно, імовірно, либонь, чуєте, як кажуть у народі*; 2) моні-

торинг сприйняття і розуміння, який реалізують передовсім контрольні запитання з боку вчителя, підтверджувальні сигнали (*так, розумію, я задоволений, я впевнилася*), перепитування (*що?; вибачте, але...; перепрошую, повторіть, будь ласка*), інформування про невдачу (*я не розумію; це для мене складно*) з боку учня; 3) повторення і перефразування важливої інформації. Оскільки педагогічна комунікація належить до різновидів інституційного спілкування, у якому комуніканти є статусно нерівними, персуазивної значущості набувають інструкції, які надає вчитель учням задля досягнення спільної мети. Мовленнєвими актами, що забезпечують інструктивність є прохання, поради, заклики, накази, вказівки, обґрунтування, пояснення, зауваження, попередження тощо.

У процесі стимулювання навчальної роботи потрібно пам'ятати, що висловлення педагога мають слугувати підказками для конструювання на їхній основі складних когнітивних процесів, адже неможливо просто транслювати знання за допомогою слів, потрібно мотивувати, стимулювати, формувати бажання вчитися. Сприяють ефективності переконання такі засоби персуазивності: 1) лексичні – використання емоційно-забарвлених слів, оцінної лексики, перефраз, метафор, термінології тощо, адже комунікативна якість мовлення впливає на внутрішній стан реципієнта, підтримує інтерес до висловленого, сприяє залученості до діалогу; 2) граматичні – використання займенника *ми*, який, діючи на підсвідоме, наділений вагомою об'єднавчою здатністю, використання імперативних форм, що слугують продуктивним засобом активізації адресата, часто спрямовуючи думки в потрібне русло; 3) синтаксичні – риторичні питання, прості запитання, запитання-побажання, які в процесі ситуативної інтерактивної міжсуб'єктної діяльності можуть стати підставою, вихідним пунктом планування подальшої навчальної діяльності, а також повтори, інверсія; 4) структурні: акцент на ключових моментах, логічна послідовність й аргументованість викладу, оптимальна кількість і достатність повідомлення, його релевантність і доцільність, що в загальному співвідносно з максимами корпоративного спілкування Г. Грайса й умовами успішності комунікації; урахування цінностей аудиторії – апеляція до особистих, культурних, соціальних, етнічних цінностей здобувачів освіти; 5) невербальні: інтонація, жести, міміка, зоровий контакт, дистанція, тон голосу, схеми, зображення, постери тощо.

Просодичні характеристики мовлення впливають на сприйняття й усвідомлення отримуваної слухачем інформації, надають їй емоційно-експресивного й оцінного забарвлення, сприяють розпізнаванню комунікативного наміру, адже уможливають передавання найтонших відтінків смислу від захоплення до зловтіхи. Інтонація створює ритмомелодику мовлення, забезпечує передавання найтонших семантичних відтінків, думки, підтримує підтекст, дає змогу адресантові свідомо урізноманітнювати виражальні засоби усної мови і є, на думку О. А. Сербенської, значущим інтелектуального, емоційного й вольового впливу на співрозмовника [8, с. 176–177].

Важливу роль також відіграє наочність (зображення, малюнки, постери, плакати тощо), адже коли учні сприймають креолізований текст, то вербальне повідомлення стає засобом аргументації, а зображення – інструментом переконання [13, с. 19; 14, с. 8–9]. Наголосимо, що в окремих випадках зображення має і аргументативний, і впливовий потенціал, оскільки візуальні враження потужно діють на когнітивні механізми, сприяючи сприйняттю, обробленню, запам'ятовуванню інформації. Приміром, на уроках історії учитель може використати антивоєнні плакати, які, впливаючи на громадську думку, є вагомими аргументами підтримки пацифістського руху. Зображення, ілюструючи страхіття війни, звірства, скоєні агресорами, одночасно впливають і емоційно і раціонально, показуючи наслідки війни (голод, злидні, руйнування, смерті), вони є сильними прагматичними аргументами, які утверджують думку про потребу протистояння війнам.

Одним із продуктивних засобів персуазивності в освітньому процесі є інтерактивність – залучення учнів до дискусій, обговорень, рефлексії, що сприяє побудові відкритих, доброзичливих стосунків між учасниками навчання, формує атмосферу співробітництва, дає змогу навчити критично мислити, обґрунтовувати свої рішення, застосовувати різноманітні засоби інформації, забезпечуючи м'який переконувальний вплив. Залучення учнів до формулювання власних ідей та їхнє подальше колективне обговорення сприяє ефективності свідомого впливу шляхом спонукання до дії чи її запобігання, пробудженню почуттів і емоцій. Під час дискусії учитель має опосередковану можливість впливати на інтелектуальний та емоційний розвиток школяра, пробуджувати зацікавленість, навчати перевіряти правильність поглядів і переконань, толерантно корегувати поведінку й систему цінностей, бо

«коли діти не погоджуються, міркують, пояснюють і переконують один одного, виникають нові позиції, нові ідеї, нове мислення» [12, с. 428].

Спільне обговорення проблемних запитань забезпечує сприйняття нового матеріалу, налагоджує зворотний зв'язок, уможливорюючи швидке реагування й коригування подальшого процесу навчання. Активне долучення учнів підвищує результативність оволодіння знаннями, які, набуваючи культурної цінності, стають стимулом для особистісного розвитку. За таких умов «учні мотивовано беруть на себе відповідальність за навчання, досягнення його результатів» [7, с. 112], занурюючись в освітній процес як реальність, формуючи індивідуальну картину світу. Формуючи проблемні запитання, указуючи на невідповідність фактів і явищ, педагог спонукає здобувачів освіти до активної роботи, критичного мислення, пізнавальної діяльності, формує культуру обміну думками, колективної взаємодії, пошуку компромісу, досягнення консенсусу. Інтерактивність у навчальному дискурсі є надважливим інструментом, який «навчає формулювати й осмислювати власні думки, виявляти особистий освітній досвід, чути один одного, бути відкритими до сприйняття чужих думок, відстоювати або змінювати свої позиції на основі аргументів, приймати обґрунтовані рішення, а також визначати подальшу траєкторію навчання з урахуванням результатів його оцінювання, відгуків учителя» [7, с. 113].

На наше переконання, високу ефективність у персуазивній педагогічній комунікації має принцип ввічливості: 1) уникнення агресивного тиску на учнів; 2) створення враження свободи вибору; 3) позитивне налаштування, підкреслення цінності думок і поглядів учнів. Ефективність персуазивності безпосередньо залежить від дотримання мовного етикету, поваги до співрозмовника, акценту на об'єднувальних факторах. Поєднання персуазивних тактик з принципом ввічливості сприяє м'якому й плідному переконанню аудиторії, для цього вчителю варто використовувати такі

засоби: коригування: *Я тебе розумію, але, можливо, варто...; Так, твоя відповідь правильна, але, на мою думку, потрібно...; інклюзивність: Нам усім було б цікаво почути вашу думку; Ми одна команда, тому...; похвала перед критикою: Ваша робота чудова, і, ймовірно, ось такі зміни зроблять її ще кращою; Ти сьогодні працював добре, але якщо...*

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, педагогічний дискурс як єдність комунікативної взаємодії учасників спілкування з урахуванням їхніх статусно-рольових характеристик безпосередньо пов'язаний із загальною персуазивною стратегією та різними тактиками її реалізації. Учителі й учні об'єднані спільною інтенційно спрямованою навчальною діяльністю, однак, формуючи знання, уміння й навички, педагог має цілеспрямовано й майстерно використовувати різні засоби впливу з метою зміни й корекції поглядів, переконань, системи цінностей, упереджень учнів, а також ефективної мотивації їх до навчання, що сприятиме підвищенню якості й успішності, активному засвоєнню знань, формуванню критичного мислення. Персуазивність педагогічної діяльності орієнтована на використання мовних, риторичних, когнітивних засобів задля позитивного впливу на свідомість здобувачів освіти, унаслідок чого виникатиме потреба в здобутті нових знань і навичок, готовність до рефлексії, спілкування, розуміння необхідності змін, вдосконалення, навчання, самореалізації тощо. Вона пов'язана з трансформацією когнітивних процесів, ментальних схем, поведінки індивіда й передбачає позитивну модифікацію наявних переконань та припущень, появу нового розуміння. Дотримання ввічливих стратегій у переконанні зробить навчальну комунікацію ефективнішою, зменшить опір співрозмовників і сприятиме встановленню довірливих стосунків. Перспективу подальших студій убачаємо в соціолінгвістичному дослідженні ефективності персуазивного впливу педагога на здобувачів освіти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Вітгенштайн Л. *Tractatus Logico-Philosophicus*; Філософські дослідження. Київ : Основи, 1995. 311 с.
2. Дубцова О. В. Лінгвістичні особливості реалізації комунікативної стратегії переконання у межах педагогічного дискурсу. *Science, research, development. Pedagogy*. Belgrade (Serbia): Warszawa: Sp.z.o.o. «Diamond trading tour», 2019. Р. 11–18.
3. Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни. Донецьк : ДонНУ, 2012. Т. 3. 426 с.
4. Кучеренко І. Дискурсивна основа навчально-педагогічної комунікації. *Актуальні питання та перспективи інноваційного розвитку науки та освіти в умовах євроінтеграції*. Рівне, 2024. С. 220–224.
5. Кушнір І. Дискурсний підхід у системі навчання української мови іноземних студентів медичних спеціальностей. *Освітологічний дискурс*. 2020. № 3 (30). С. 37–52.

6. Малаховська Я. Психологічні характеристики персуазивності в навчальному відеодискурсі. *European perspective: міждисциплінарний дискурс в контексті сучасних викликів і можливостей*. Луцьк : Вежа-Друк, 2024. С. 224–229.
7. Мачача Т. Формувальне оцінювання як основа структурування підручників «технології» для базової середньої освіти. *Проблеми сучасного підручника*. 2024. № 32. С. 105–121.
8. Сербенська О. А. Культура усного мовлення. Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2003. 212 с.
9. Скрябіна В. Б. Лінгвістичні аспекти персуазивності в дипломатичному дискурсі. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*. 2018. Вип. 2. С. 265–274.
10. Dijk T. A. Discourse and Manipulation. *Discourse & Society*. London : SAGE Publications, 2006. Vol. 17. P. 359–383.
11. Eemeren F., Grootendorst R., Kruiger T. The New Rhetoric of Perelman and Olbrechts-Tyteca. *Handbook of Argumentation Theory: A Critical Survey of Classical Backgrounds and Modern Studies*. Dordrecht, 1987. P. 208–259.
12. Fitch E. F., Hulgin K. M. Achieving inclusion through CLAD: Collaborative Learning Assessment through Dialogue. *International Journal of Inclusive Education*. 2008. № 12 (4). P. 423–439.
13. Fleming D. Can pictures be arguments? *Argumentation and Advocacy*. 1996. Vol. 33. № 1. P. 11–22.
14. Johnson R. H. Why «Visual Arguments» aren't arguments. Proceedings of the Windsor conference. Windsor: University of Windsor, 2003. P. 1–13.
15. Labov W., Fanshel D. Therapeutic Discourse: Psychotherapy As Conversation. New York : Academic Press, 1977. 402 p.
16. O'Keefe D. J. Persuasion: Theory and research. Newbury Park, CA: Sage, 2002. 365 p.
17. Stubbs M. Discourse Analysis: The Sociolinguistic Analysis of Natural Language. Oxford: Basil Blackwell, 1983. 272 p.