

**ПРОСОДИЧНІ МАРКЕРИ ПЕРЕКОНУВАННЯ
В ДІАЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ
(на матеріалі англомовних ток-шоу)**

Григорян Н. Р.

кандидат філологічних наук, доцент
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Дьоміна Н. Ю.

кандидат філологічних наук, доцент
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-7563-5607>

Стаття присвячена комплексному аналізу просодичних маркерів переконування в англомовному діалогічному дискурсі, зокрема в контексті сучасних глобалізаційних процесів і зростання ролі англійської мови як засобу міжкультурної комунікації. У фокусі дослідження перебувають просодичні характеристики мовлення — висотний рівень, темп, паузація та гучність — які істотно впливають на сприйняття, інтерпретацію й ефективність переконувального впливу в різних комунікативних ситуаціях. Висвітлено значення просодичних засобів для формування емоційно-експресивного тла висловлювань, фокусування уваги адресата та забезпечення атмосфери довіри в діалогічній взаємодії.

Особливу увагу приділено аргументації як ключовому інструменту переконування, що передбачає логічне структурування тверджень, добір доказової бази та демонстрацію способів обґрунтування. На основі праць І. Козинця, О. Загудавої та інших дослідників розкрито закономірності процесу переконування, зокрема важливість урахування когнітивних, емоційних та соціальних чинників, а також підготовленості адресата до сприйняття інформації. Наголошено, що переконувальний вплив буде успішним лише за умов послідовності, логічності, відповідності аргументів контексту й внутрішньої впевненості мовця у висловлюваному змісті.

У дослідженні порівнюються просодичні особливості двох форматів діалогічного мовлення — розважальних та інформаційних ток-шоу. Акустичний аналіз експериментального матеріалу показав, що ведучі розважальних шоу частіше використовують високі тональні рівні, швидкий темп і підвищену гучність, формуючи емоційно насичений та динамічний характер комунікації. Натомість інформаційні ток-шоу характеризуються середнім тональним діапазоном, повільнішим темпом, зниженою гучністю та широким використанням середніх і довгих пауз, що забезпечує нейтральність, аналітичність і чіткість подачі ін-

формації. Зіставлення цих форматів демонструє, що просодичні параметри є не лише стилістичними маркерами жанру, а й важливими інструментами реалізації переконувального впливу.

Результати дослідження підтверджують, що просодія, взаємодіючи з аргументаційною структурою, визначає ефективність комунікативної взаємодії та сприяє формуванню переконливої дискурсивної стратегії в різних типах діалогічного мовлення.

Ключові слова: аргументація, діалогічний дискурс, інформаційне ток-шоу, переконування, просодія, розважальне ток-шоу.

PROSODIC MARKERS OF PERSUASION IN DIALOGIC DISCOURSE (based on English talk-shows)

Grygoryan N. R.

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor
Odesa I. I. Mechnikov National University

Dyomina N. Yu.

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor
Odesa I. I. Mechnikov National University

The article is dedicated to a comprehensive analysis of prosodic markers of persuasion in English-language dialogic discourse, with particular attention to talk shows as a specific genre of media communication. Prosodic parameters—pitch level, tempo, pausing, and loudness—are examined as key instruments of influence that shape the emotional background of an utterance and contribute to the effective delivery of arguments. The study emphasizes that prosodic means play a crucial role in enhancing the persuasiveness of speech by directing the addressee's attention, intensifying emotional colouring, and fostering an atmosphere of trust within dialogic interaction.

The theoretical framework draws on cognitive linguistics, pragmatics, and sociolinguistics, which enables the exploration of the interrelation between the logical structure of argumentation and its prosodic realization. Special attention is given to the structure of persuasive dialogue, which includes the thesis, argumentation, and demonstration, as well as to the role of objection as a cognitive and emotional tool of communicative influence.

The empirical part of the study highlights distinctions in the prosodic characteristics of entertainment and informational talk shows. It is shown that entertainment programs are marked by a high pitch level, faster tempo, increased loudness, and short pauses, which collectively create a dynamic and emotionally charged atmosphere. By contrast, informational talk shows are characterized by a medium pitch level, slower speech rate, restrained loudness, and longer pauses that ensure clarity, neutrality, and analytical precision.

The results of the experiment demonstrate the significance of prosodic means as mechanisms for shaping persuasive impact and confirm their central role within dialogic discourse across different genre formats.

Keywords: *argumentation, dialogic discourse, informative talk-show, persuasion, prosody, entertaining talk-show.*

У сучасному суспільстві традиційно приділяється значна увага просодичним аспектам мовлення, які відіграють суттєву роль не лише в публічній комунікації, а й у повсякденних діалогічних взаємодіях, оскільки саме вони істотно впливають на сприйняття та передачу емоційних станів. Аналіз просодичних характеристик дає змогу глибше осягнути механізми ефективного представлення переконливих аргументів, використовуючи просодію для фокусування уваги співрозмовника та надання висловлюванням відповідного емоційно-експресивного забарвлення. Зокрема, дослідження просодії в діалогічному мовленні дозволяє виявити культурні відмінності у застосуванні просодичних ресурсів для посилення переконувального впливу.

Просодичні маркери переконування становлять важливий компонент комунікативної компетентності в англomовному діалогічному дискурсі. У контексті глобалізаційних процесів, які активізують міжкультурну взаємодію та зміцнюють статус англійської мови як провідного засобу міжнародної комунікації, переконування набуває особливої ваги у низці сфер — бізнесі, політиці, наукових дискусіях, дипломатії та повсякденному міжособистісному спілкуванні. Здатність ефективно використовувати просодичні засоби, зокрема інтонацію, темп мовлення, паузи та гучність, є необхідною умовою досягнення переконливого ефекту в англomовних комунікативних ситуаціях.

Вивчення просодичних маркерів переконування є актуальним у межах когнітивної лінгвістики, прагматики та соціолінгвістики. У діалогічному дискурсі, що передбачає взаємодію двох або більше учасників, просодичні маркери мають особливе значення для формування атмосфери довіри та взаєморозуміння, що є ключовим чинником успішної комунікації.

Аналіз публікацій, присвячених вивченню питання. Дане питання вивчається багатьма науками: психологією, логікою, лінгвістикою, філософією, риторикою, теорією соціальної комунікації. Важливі аспекти цієї проблематики досліджували такі вчені, як Бігунова Н.,

Кравченкр Н., Борисов О., Приходько Г., Загудаєва О., Конверський А., Пальшоков К.

Об'єктом дослідження є аргументативний діалогічний дискурс у виконанні носіїв англійської мови.

Предметом дослідження виступають просодичні особливості, які реалізують функцію переконування в аргументативному англомовному діалогічному дискурсі, на основі матеріалу ток-шоу.

Мета — дослідити просодичні особливості переконування в англомовному діалогічному дискурсі.

Для досягнення визначеної мети дослідження необхідно виконати наступні **завдання**:

- 1) розглянути теорію переконування в науковій літературі, що є складовою процесу аргументації
- 2) визначити структуру аргументативного діалогічного мовлення;
- 3) проаналізувати результати аудиторського аналізу просодичних характеристик діалогічного мовлення.

Методи дослідження. У процесі написання роботи були використані такі методи дослідження, як: аналіз наукової літератури, синтез, дедукція, індукція, порівняння.

Аргументація є невід'ємною складовою мовленнєвої діяльності будь-якої особи, незалежно від її професійної сфери, оскільки саме вона забезпечує можливість логічного обґрунтування власних позицій і переконування співрозмовника в їхній обґрунтованості. Історичний досвід переконливо свідчить, що кожна гіпотеза потребує раціонального підтвердження, а тому використання аргументів урізноманітнює мовлення, надаючи йому інтелектуальної глибини й демонструючи рівень освіченості та інтелектуального потенціалу мовця. У комунікативній практиці мовці послуговуються різними типами аргументів, що ґрунтуються на емпіричних спостереженнях, наукових даних або історичних відомостях, причому визначальне значення мають релевантність і точність аргументаційної підтримки висунутих положень.

А. Конверський визначає аргументацію як форму інтелектуальної діяльності, що передбачає процес формування переконування у правдивості або помилковості будь-якого твердження. Аргументація включає оцінювання та визначення доцільності зазначеного положення як для автора, так і для співрозмовника чи аудиторії (Конверський, 2017: 39).

Аргументація базується переважно на вербальному впливі, мовлення, як усне, так і письмове, виступає як основний інструмент, що дозволяє застосовувати різноманітні методи переконання. Для ефективної комунікації важливо враховувати рівень розуміння та перцепції аудиторії. У контексті письмової взаємодії з цільовою аудиторією досягнення цієї мети забезпечується шляхом використання різноманітних жанрових, лексичних та стилістичних прийомів, що відповідають перцептивним здатностям читачів і можуть залежати від таких факторів, як вік, соціальний статус, освітній рівень, стать. Для ефективної комунікації письмовий текст має бути логічно структурованим та спрямованим на досягнення остаточної мети аргументації. Ці текстові характеристики слугують механізмами впливу на мовлення та мислення, що реалізуються через формулювання тези, надання аргументів та демонстрацію способів доказу.

І. Козинець, досліджуючи особливості аргументації та переконання, підкреслює важливість ретельного аналізу ситуації, в якій перебуває об'єкт переконання для досягнення оптимальних результатів в процесі переконання. Слід глибоко вивчити і врахувати інтереси та ступінь готовності адресата до сприйняття надаваної інформації. Критично важливим є забезпечення умов, при яких інформація максимально сприймається адресатом, що включає фокусування уваги на предметі переконання. Ефективність переконувального впливу можна вважати досягнутою, якщо особа, на яку цей вплив спрямований, не тільки асимілює, але й утримує отриманий зміст на тривалий час, демонструючи здатність незалежно відтворювати логіку наданих аргументів (Козинець, 2015).

Переконання має ґрунтуватися на логічності, послідовності, належному рівні аргументованості та відповідності особистісному розвитку індивіда. Визначальним чинником для мовця, який прагне донести власну позицію засобами переконання, є його внутрішня впевненість у змісті висловлюваного. Застосування переконувального методу можливе не лише у вербальній формі, а й через дії та поведінкові прояви. Ефективність переконання зростає за умов його інтеграції з іншими педагогічними технологіями — бесідою, дискусією, лекцією, демонстрацією наочних прикладів — з урахуванням панівних суспільних поглядів. Для результативного використання переконання важливо усвідомлювати, що його структура включає формулювання гіпотези (твердження, яке потребує підтвердження),

добір доказової бази (аргументів, що слугують засобами обґрунтування) та демонстрацію (способи подання доказів) (Борисов, 2016).

Таким чином, аргументація постає ключовим компонентом переконувального процесу, оскільки охоплює створення та застосування логічно вмотивованих доказів, раціонального аналізу та фактологічної підтримки з метою впливу на переконання аудиторії. Вона забезпечує формування достовірних підстав і реалізацію раціонального впливу на прийнятність певних ідей, поглядів або тверджень. Аргументація дає змогу вибудувати переконливу логічну траєкторію, спрямовану на вплив свідомості та процесів ухвалення рішень, використовуючи різні структурні моделі й методи для висвітлення та обґрунтування власної позиції. У такий спосіб аргументація виступає інструментом переконування, який розкриває та пояснює механізми мовленнєвого впливу в різних дискурсах і сферах діяльності.

Структура аргументованого діалогу охоплює не лише обмін ініціативними репліками та реактивними відповідями, а й складну систему взаємодії між учасниками, у якій провідну роль відіграють аргументи та переконання. У таких діалогах важливою є не лише трансформація позицій та міркувань, а й здатність переконати співрозмовника шляхом логічного та доречного обґрунтування висунутих тверджень. Аргументи, що застосовуються в межах діалогу, мають бути не тільки логічно структурованими, але й адаптованими до конкретного контексту, із врахуванням ціннісних орієнтацій, переконань і світоглядних позицій учасників. Переконування в аргументованому діалозі не лише сприяє видозміні окремих поглядів, а й здатне формувати нові уявлення або впливати на поведінкові рішення співрозмовників. Саме завдяки логічно вибудованим та емоційно маркованим аргументам досягається консенсусна точка зору, що становить результат ефективної комунікативної взаємодії.

О. Загудаєва зазначає, що одним з найбільш поширених видів діалогу, як у повсякденному житті, так і в теоретичних дослідженнях, є діалог, спрямований на переконування (Загудаєва, 2017).

Діалог переконувального характеру охоплює такі ключові структурні елементи, як теза, аргументація та демонстрація. Теза становить висловлювання або положення, що потребує доведення, й є невід'ємним компонентом будь-якого аргументованого дискурсу; вона може бути сформульована як на початковому етапі, так і в будь-який момент процесу обґрунтування (Пальшов, 2016).

Структура аргументованого діалогічного мовлення в умовах ток-шоу передбачає багатовимірну взаємодію між учасниками, у межах якої значне місце посідають заперечення та оцінні судження, що впливають на розвиток дискусії. Заперечення у цьому форматі ґрунтуються на двох взаємопов'язаних вимірах: когнітивному та емоційному. Когнітивний вимір проявляється в тому, що заперечення вводять дві протилежні, хоча й пов'язані між собою, ідеї, створюючи конфлікт між прийняттям та відкиданням певної позиції. Емоційний вимір полягає у впливі на емоційну сферу учасників і глядачів, адже ток-шоу часто орієнтовані не лише на логічне доведення, а й на емоційний вплив, що може передбачати елементи маніпулятивності або підвищеної конфліктності. Таким чином, заперечення виконує не лише функцію протиставлення чи спростування, але й може слугувати дієвим засобом формування емоційної реакції аудиторії, підсилюючи драматургічний ефект обговорення (Загудаєва 2017: 34). У межах ток-шоу цей процес реалізується як через усвідомлені, так і через неусвідомлені комунікативні механізми, коли учасники вдаються до заперечення не лише з метою захисту власної позиції, а й для впливу на аудиторію, формуючи відповідне ставлення до предмета дискусії.

Основні компоненти ток-шоу включають:

- 1) ведучого-рефері (творчу групу, яка відповідає за підготовку програми);
- 2) учасників або учасниць (опоненти);
- 3) «внутрішніх глядачів» (осіб, які знаходяться у студії і можуть бути залучені до дискусії) (Ярмольчук, 2018: 45).

Згідно з А. Цибко, ток-шоу визначають, як форму діалогічного спілкування, яка спрямована динамічним процесом комунікативної взаємодії. Цей жанр характеризується зв'язністю на рівні значень та наслідків, активною роллю ведучого у встановленні комунікації та відповідальною участю учасників. Ведучий, який є ключовою фігурою в ток-шоу, має володіти такими якостями, як інтелект, гумор, привабливість та харизматичність, здатність уважно слухати та створювати комфортну атмосферу для обговорення. Важливо, щоб ведучий мав в собі комплекс комунікативних здібностей, включаючи засвоєння основних комунікативних стратегій та тактик, необхідних для ефективного мовного впливу (Цибко, 2016: 286).

Методологічною основою аналізу просодичних особливостей, що визначають переконувальну функцію мовлення, слугує комплексний

метод експериментально-фонетичного дослідження просодії, розроблений Н. О. Кравченко (Кравченко, 2017: 227) та Н. О. Бігуною (Бігунова, 2017: 230).

Матеріалом дослідження виступили англомовні ток-шоу, які виконували функцію переконування та були відібрані методом суцільної вибірки з відео на платформі YouTube. При виборі матеріалу дослідження особливу увагу приділяли таким аспектам сучасних телевізійних діалогів, як звернення до широкої аудиторії, форма взаємодії, обмеження за часом та орієнтація на досягнення певних комунікативних цілей. Для детального вивчення просодичних характеристик переконувальних висловлювань було обрано епізоди з ток-шоу, таких як «The Jonathan Ross Show» та «The Graham Norton Show», що мають яскраво виражений розважальний компонент. Аналіз охопив приблизно 30 діалогів ток-шоу, які представляють британські та американські варіанти англійської мови.

Таблиця 1

Результати дослідження ядерних тонів та шкал (%) у ток-шоу

Ток-шоу	дик-тори	LF	HF	LR	HR	FR	RF	Низхідна шкала	Рівна шкала	Висхідна шкала
1. Розважальні	ДАЧ	7	17	11	15	24	26	69	21	10
	ДАЖ	5	14	19	20	31	11	32	12	54
2. Інформаційні	ДАЧ	8	19	20	12	15	26	72	16	12
	ДАЖ	3	11	13	16	29	28	22	52	26

Аудиторський аналіз експериментального матеріалу засвідчив, що ведучі розважальних ток-шоу переважно послуговуються високим висотним рівнем, що є типовою ознакою цього жанру. Застосування таких просодичних параметрів сприяє формуванню емоційно насиченої атмосфери, яка становить ключовий компонент розважального контенту. Високий тон дає можливість виокремлювати динамічні фрагменти програми та посилювати емоційний вплив на аудиторію. Середній висотний рівень використовується рідше й переважно виконує функцію зниження інтенсивності просодії у випадках, коли необхідно перефокусувати увагу або створити спокійніший настрій. Низький висотний рівень майже не фіксується, що свідчить про прагнення уникати монотонності та підтримувати високий рівень енергійності передачі.

Для інформаційних ток-шоу характерним є переважне застосування середнього висотного рівня мовлення як чоловічими, так і жіночими дикторами. Така просодична стратегія зумовлена потребою чіткої та нейтральної подачі інформації, у межах якої небажано допускати надмірні емоційні коливання, щоб не відволікати аудиторію від основної тематики обговорення. Середній висотний рівень забезпечує прозорість, нейтральність і професійну тональність, що підкреслює фактологічність та серйозність інформаційного формату.

Ведучі розважальних ток-шоу зазвичай послуговуються середнім або швидким темпом, адже для цього типу передач важливо підтримувати динаміку та жвавість. Швидший темп сприяє збереженню уваги глядачів, підсилюючи інтонаційну енергію та емоційне напруження. У певних змістових моментах, що потребують виокремлення чи внесення серйозніших акцентів, ведучі можуть свідомо уповільнювати мовлення, підкреслюючи вагомість окремих висловлювань або етапів переходу.

На відміну від розважального жанру, інформаційним ток-шоу властивий уповільнений темп мовлення. Такий темп забезпечує можливість більш детального розкриття важливих питань та акцентування на ключових аспектах повідомлення. Він створює атмосферу зосередженості та аналітичності, що відповідає потребі точного й ґрунтованого викладу інформації.

Гучність мовлення у розважальних ток-шоу переважно підвищена й нерідко сягає середнього рівня. Підвищена гучність підтримує енергію передачі та слугує важливим засобом для вираження емоційних моментів. У інформаційних ток-шоу, навпаки, домінує середня або знижена гучність, що сприяє створенню стриманого та серйозного тону, характерного для програм, орієнтованих на інформування та аналітичний огляд.

Паузація є ще одним вагомим критерієм розрізнення розважальних та інформаційних ток-шоу. У розважальних програмах переважають короткі та середні паузи, які підтримують ритмічну динаміку й сприяють безперервності сприйняття. У інформаційних ток-шоу натомість частотними є середні та довгі паузи, покликані забезпечити адресатові достатній час для осмислення важливої інформації або для логічного переходу між тематичними блоками. Застосування таких пауз сприяє формуванню виваженої, аналітичної атмосфери, що забезпечує більш уважне сприйняття змісту. Відмінності в характері

паузації виразно підкреслюють розбіжності у мовленнєвих стилях двох форматів, кожен із яких висуває специфічні вимоги до ритму та структури мовлення.

Список літератури

Бігунова Н. А. Позитивна оцінка: від когнітивного судження до комунікативного висловлювання. Одеса : КМ ОМД, 2017. 600 с.

Борисов О. Фазовість розгортання діалогічної взаємодії у британському та українському ток-шоу. URL: <https://epub.chnpu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3245/1/Фазовість%20розгортання%20діалогічної%20взаємодії%20у%20британському%20та%20українському%20ток-шоу.pdf> (дата звернення: 20.12.2024).

Загудаєва О. Формальні моделі діалогу-переконання та їх використання у моделюванні юридичної аргументації. *Гілея: науковий вісник*. 2017. Вип. 120. С. 154–158.

Козинець І. І. Мистецтво аргументації. Форми та засоби процесу переконання. *Філософські обрії*. 2015. Вип. 42. С. 132–140.

Конверський А. Є. Логіка : підручник. 2-ге вид., випр. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2017. 391 с.

Кравченко Н. О. Синергійність англomовного релігійного дискурсу (теолінгвістичний підхід) : монографія. Одеса, 2017. 407 с.

Пальшовков К. Є. Курс лекцій Спеціальність 081 «Право». 2016. URL: https://oduvs.edu.ua/wp-content/uploads/2016/09/lek_k-2016-osn-argum.pdf (дата звернення: 04.11.2025).

Цибко А. Лінгвосоціокультурні особливості теледискурсу та місце у них жанру ток-шоу. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*. 2016. Вип. 29. С. 434–442.

Ярмольчук А. Жанр ток-шоу у сучасному медіакультурному просторі: філософсько-культурологічний аналіз. *Філософські науки*. 2018. № 10. С. 44–48.

Gordon Ramsay Made Carey Mulligan's Brother An Angry Sandwich. *The Jonathan Ross Show*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9tGVBUaAxvg> (дата звернення: 04.11.2025).

The Jonathan Ross Show. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=LM4y-V1jjQo0> (дата звернення: 13.11.2025).

The Ultimate Barbenheimer Marathon! | Barbie & Oppenheimer. *The Graham Norton Show*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=EKRSiejwIws> (дата звернення: 13.11.2025).

References

- Bihunova, N. A. (2017). *Pozytyvna otsinka: Vid kohnityvnoho sudzhennia do komunikatyvnoho vyslovliuvannia* [Positive evaluation: From cognitive judgment to communicative utterance]. KM OMD [in Ukrainian].
- Borysov, O. (n.d.). *Fazovist rozghortannia dialohichnoi vzayemodii u brytanskomu ta ukrainskomu tok-shou* [Phasing of the deployment of dialogic interaction in British and Ukrainian talk shows]. <https://epub.chnpu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3245/1/Fazovist.pdf> [in Ukrainian]
- Gordon Ramsay made Carey Mulligan's brother an angry sandwich. (n.d.). [Video]. *The Jonathan Ross Show*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=9t-GVBUaAxxv>
- Konverskyi, A. Ye. (2017). *Lohika* [Logic] (2nd ed.). Kyiv University Publishing and Polygraphic Center.
- Kozynets, I. I. (2015). Mystetstvo arhumentatsii. Formy ta zasoby protsesu perekonannia [The art of argumentation: Forms and means of the persuasion process]. *Filosofski Obrii*, 42, 132–140 [in Ukrainian].
- Kravchenko, N. O. (2017). *Synerhiinist anhlomovnoho relihiinoho dyskursu (teolinhvistychnyi pidkhid)* [Synergy of English-language religious discourse (theolinguistic approach)]. Odesa [in Ukrainian].
- Palshokov, K. Ye. (2016). *Kurs lektsii: Spetsialnist 081 "Pravo"* [Course of lectures: Specialty 081 "Law"]. Odesa State University of Internal Affairs. https://oduvs.edu.ua/wp-content/uploads/2016/09/lek_k-2016-osn-argum.pdf [in Ukrainian]
- The Jonathan Ross Show. (n.d.). [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=LM4yVljjQo0>
- The ultimate Barbenheimer marathon! | Barbie & Oppenheimer. (n.d.). [Video]. *The Graham Norton Show*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=EKRSiejwIws>
- Tsybko, A. (2016). Linhvostosotsiokulturni osoblyvosti teledyskursu ta mistse u nykh zhanru tok-shou [Linguosociocultural features of television discourse and the place of the talk show genre in them]. *Problems of Semantics, Pragmatics and Cognitive Linguistics*, 29, 434–442 [in Ukrainian].
- Yarmolchuk, A. (2018). Zhanr tok-shou u suchasnomu mediakulturnomu prostori: Filosofska-kulturolohichniy analiz [The talk show genre in the modern media-cultural space: A philosophical and cultural analysis]. *Philosophical Sciences*, 10, 44–48 [in Ukrainian].
- Zahudaieva, O. (2017). Formalni modeli dialohu-perekonannia ta yikh vykorystannia u modeliuvanni yurydychnoi arhumentatsii [Formal models of dialogue-persuasion and their use in modeling legal argumentation]. *Gileya*, 120, 154–158 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 02.12.2025 року