УКРАЇНСЬКА МОВА

УДК 81’42:159.9:659.1
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2026.5/01

Бортун К. О.
https://orcid.org/0000-0003-1223-347X
Національна академія внутрішніх справ

МОДАЛЬНА РАМКА ТЕКСТУ: СИНЕРГІЯ РАЦІОНАЛЬНОЇ ПЕРСУАЗИВНОСТІ ТА ЕМОЦІЙНОГО ВПЛИВУ

У статті розглянуто модус як комплексну категорію, що відображає суб’єктивно-ментальний вимір мовленнєвої діяльності та забезпечує репрезентацію ставлення мовця до змісту повідомлення. Особливу увагу зосереджено на взаємозв’язку модусної організації висловлювання з формуванням авторської позиції та реалізацією персуазивного впливу в сучасному публіцистичному дискурсі. Теоретичне підґрунтя дослідження сформовано на основі концепції дихотомії «диктум – модус», започаткованої Ш. Баллі, а також наукових положень, розроблених Ф. Бацевичем, W. Chafe, В. Шинкаруком, М. Баган, О. Нікою та іншими дослідниками. Окремий аспект становлять концепції переконання й персуазивності, представлені в працях Аристотеля, J. Kopperschmidt, J. Knape, L. Varpio. Метою статті є систематизація теоретичних підходів до визначення модусної природи авторського висловлювання та з’ясування ролі модусних засобів у здійсненні комунікативного впливу.

Для досягнення поставленої мети застосовано методи аналізу й синтезу наукових концепцій, узагальнення, систематизації, семантичного, прагматичного та дискурсивного аналізу. Установлено, що модус є одним із механізмів суб’єктивізації публіцистичного стилю, через який автор не лише оцінює та інтерпретує інформацію, а й спрямовує її сприйняття адресатом. Доведено, що персуазивний потенціал висловлювання формується внаслідок комплексної взаємодії мовних і прагматичних засобів, які актуалізують оцінність, категоричність, модальність, авторську впевненість та орієнтацію на певну реакцію адресата. Запропоновано розглядати модус і персуазивність як взаємопов’язані параметри публіцистичного дискурсу, системне дослідження яких сприяє глибшому розумінню механізмів мовного впливу. Перспективним напрямом є визначення функціональної специфіки модусно-персуазивних засобів на різних рівнях мовної структури.

Ключові слова: *модус, диктум, модусність, авторська позиція, персуазивність, переконання, мовний вплив, публіцистичний дискурс, суб’єктивність, оцінність, прагматика, комунікативний вплив.*

Постановка проблеми. У сучасній лінгвістиці комунікація постає багаторівневим процесом координації знань, інтенцій та інтерпретацій, що передбачає взаємодію мовця й адресата в межах певної ситуації. Мовленнєвий акт у цьому процесі виконує роль операційної одиниці реалізації комунікативного наміру, адже саме у висловлюванні матеріалізовані когнітивні, емоційні та соціальні компоненти стратегічної поведінки адресанта.

Категорія модусу невіддільна від ставлення мовця до змісту висловлювання та способу презентації цього ставлення у мовній тканині тексту, що робить її дослідження ключовим завданням для розуміння прагматики мовлення. Наукові студії у річищі лінгвістики презентують трансформацію поглядів на щодо дослідження мови. Її паспортизують як сильний інструментарій, який може здійснювати вплив на реципієнта, фокус його думок, ментального добробуту й поведінки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Категорія модусу постає як важливий ментально-комунікативний параметр висловлювання,

© Бортун К. О., 2026
Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу CC BY 4.0

у якому поєднуються процеси оцінювання, осмислення та інтерпретації дійсності. Її теоретичне осмислення представлено в працях Ф. Бацевича [2], W. Chafe [13] та інших дослідників. Поняття «модус» уперше було введено швейцарським мовознавцем Ш. Баллі [12], який розмежував об'єктивний зміст висловлювання (диктум) і суб'єктивне ставлення мовця до цього змісту (модус). В українському мовознавстві системне дослідження співвідношення диктуму й модусу здійснив В. Шинкарук [10], визначивши основні критерії їх диференціації, а також особливості взаємодії відповідних маркерів у семантико-синтаксичній структурі речення.

Вивчення персуазивності як однієї з визначальних модусних характеристик ґрунтується на теоретичних положеннях, розроблених Аристотелем [11], J. Kopperschmidt [17], J. Knape [16], L. Varpio [19]. У межах цих підходів переконання осмислюється як складний комунікативний процес, що виникає внаслідок взаємодії мовних, когнітивних і прагматичних чинників.

Попри велику увагу від мовознавців, які вивчають природу модуса як текстотвірної категорії, зокрема праці М. Багана [1] та О. Ніки [8], дотепер недостатньо систематизованою залишається проблема комплексного опису засобів репрезентації авторської позиції та реалізації персуазивного впливу на різних макрорівнях мовної організації публіцистичного дискурсу.

Постановка завдання. Мета статті – дослідити категорію модусу як комунікативну структуру висловлювання, проаналізувати персуазивність як її провідний компонент та систематизувати лінгвістичні засоби вираження авторської позиції, структурувавши їх за допомогою ментальної карти макрорівнів.

Виклад основного матеріалу. У річищі наукових студій щодо вивчення модуса, Ж. Дюбуа та Ф. Дюбуа-Шарльє [14, с. 133] у архітектоніці речення важливими є фразовий складник і ядро, ядро також залучає до власної архітектоніки лексико-граматичний арсенал мови. Французька граматика містить таку ієрархію модуса (див. Рис. 1).

Перспективи паспортизації категорії модуса є активними й успішними. Зокрема встановлено його мету повідомлення за ступенем інформованості, позначення позиції мовця [15, с. 6]. Диктум розглянуто як об'єктивний зміст тексту, тоді як модус – як його суб'єктивний аспект. Категорії модусу віддзеркалюють різні параметри комунікативного акту. Поширеною є думка, що кваліфікативні категорії модусу дають змогу мовцям виявити своє ставлення до різних подій. До цієї групи категорій модусу належать модальність, авторизація, оцінка та переконання [9, с. 15–16].

Синтаксична теорії української граматики вважає вивчення диктуму й модуса надважливим науковим здобутком. Вони є основними рівневими елементами змістової організації речення. Що репрезентовані об'єктивним віддеркаленням явищ дійсності й суб'єктивним віддзеркаленням явища ставлення реципієнта до дійсності в архітектоніці речення. Ґрунтовний аналіз модусу та диктуму було подано українським мовознавцем В. Шинкаруком. Він першим виокремив категорію модусу й диктуму, визначив критерії їх розмежування, функціювання цих категорій у семантико-синтаксичній архітектоніці речення, описав взаємозв'язок лексичних, морфологічних та синтаксичних маркерів модусних і диктумних значень у структурі речення, встановив типові модусно-диктумні синтаксичні структури в сучасній українській мові [10, с. 25–26].

У «Сучасному лінгвістичному словнику» дефініція «модус» подана як «частина речення (висловлення), що виражає ставлення мовця до повідомлюваного, до об'єктивного змісту речення (диктуму) [6, с. 464]. Варто наголосити, що сутність метакатегорії модусу полягає у співвідношенні плану змісту повідомлення з дійсністю в системі координат «особа – модальність – час –

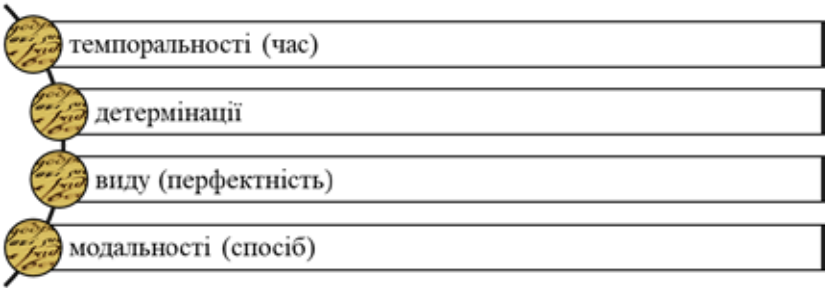


Рис. 1.[1] Засоби вираження ядра модуса

[1] Зображення взято з мережі «Інтернет»

простір», що, по суті, є маркерами предикативності.

М. Баган наголошує, що арсенал модуса передбачає наявність наких елементів: а) модальні модусні категорії; б) авторизація; в) оцінні модусні категорії. Модус постає не лише способом подання диктуму висловлювання, а й допомагає автору у побудові цілісного комунікативно-орієнтованого тексту. Тобто ця категорія є однією з головних складових текстотворення [1, с. 12].

Я. Малаховська, розглядає концепт ПЕРСУАЗИВНІСТЬ/PERSUASION, як такий, що віддзеркалює дію, авновна сила якого є вплив одного реципієнта на дії, ментальний добробут іншого. Що передбачає інтерактивність, інтенційність, інструментальність, темпоральність результатів, позитивною оцінкою [7, с. 129]. М. Заоборна, говорячи про реалізацію категорії мотиву у процесі породження тексту передбачає моделювання створення структури, мотивів, модель яких підтримує динаміку модусних вимірів у імпліцитній структурі тексту в аспекті реалізації моделі «перцептивний модус − емотивний модус – ментальний модус – вольовий модус» [5, с. 200].

Модус постає як складова комунікативної структури висловлювання, що виявляє ставлення мовця до змісту повідомлення та до адресата. Він позначає емоційний, оцінний і прагматичний аспекти мовлення, формуючи «тональність» комунікації. Диктум вивчають як об'єктивний зміст тексту, тоді як модус – як його суб'єктивний аспект [3, с. 17]. У внутрішній диференціації модусу виокремлюють дві основні групи категорій: кваліфікативні категорії та соціальні категорії. Потенціал категорій модуса нами унаочнено на Рис. 2.

Персуазивність постає у ролі синергій мисленнєвої діяльності, що зараховує концептуалізаційну дії, рефреймінг, активний комунікативно-дискурсивного процес творення тексту [4, с. 18]. Стратегія персуазивності має п'ятирівневу ієрархічну архітектоніку (див. Рис. 3).

Для ефективної реалізації персуазивної інтенції модус інтегрує три класичні риторичні концепти: етос, логос та пафос. Етос, зосереджений на авторі, його авториритерному й надійному шлейфові. За допомоги демонстрації експертності була вибудована за допомоги риторичних прийомів (займенники «ми», «нас»), що формує відчуття ідентивікації із реципієнтом.

Авторський логотип (логос), сфокусований на логічній цілісності, ясності аргументу. Він постає як змістова форма викладу, що сфокусовує мовця до правильного сприйняття завдяки вказівкам, словам-маркерам. Він вимагає чітких тверджень, підкріплених статистикою, фактами чи аналогіями.

Інтенція передбачає емоційну природу щодо залучення слухача чи читача. Який репрезентовано за допомоги звернення до емоцій реципієнтів, спонукаючи до ототожнення себе з мовцем. Важливого значення набуває використання «божественних термінів» (свобода, справедливість), які суттєво підвищують привабливість авторської тези [3, с. 19].

Авторська позиція постає невід'ємною частиною тексту, яка репрезентована комплексом лінгвістичних засобів, які функціюють на чотирьох



Рис. 2.[2] Диференціація категорій модуса

[2] Рисунок створено за допомоги інтерфейсу Napkin.ai, платформи на основі штучного інтелекту, яка автоматично перетворює текст на візуальні елементи, такі як схеми, інфографіка та діаграми. Вона дозволяє швидко візуалізувати ідеї, значно спрощуючи процес створення графічного контенту, презентацій та освітніх матеріалів.



Рис. 3.[3] Ієрархія персуазивної стратегії



Рис. 4.[4] Рівні мови, що позначають суб'єктивне ставленнта підсилюють аргументацію

макрорівнях, підсилюючи аргументацію як процес «раціональної персуазивності» (нами унаочнена на Рис. 4).

Зазначені інструменти дозволяють автору формувати як просту, так і розгорнуту аргументацію, яка передбачає наявність тези, системи доказів та висновків, що логічно з неї випливають, трансформуючи думку реципієнта.

Висновки. Категорія модуса є важливою у створенні змісту висловлення, моделюючи

[3] Рисунок створено за допомоги інтерфейсу Napkin.ai, платформи на основі штучного інтелекту, яка автоматично перетворює текст на візуальні елементи, такі як схеми, інфографіка та діаграми. Вона дозволяє швидко візуалізувати ідеї, значно спрощуючи процес створення графічного контенту, презентацій та освітніх матеріалів.

[4] Рисунок створено за допомоги інтерфейсу Napkin.ai, платформи на основі штучного інтелекту, яка автоматично перетворює текст на візуальні елементи, такі як схеми, інфографіка та діаграми. Вона дозволяє швидко візуалізувати ідеї, значно спрощуючи процес створення графічного контенту, презентацій та освітніх матеріалів.

рамку модальності, що передбачає зовнішні та внутрішні складові оцінки. Доведено, що персуазивний вплив у цій комунікативній архітектоніці має інтеграційний характер, що вміщує синергію раціональності (аргументації) та емоційного впливу на підсвідомість реципієнта. Ефективний аналіз авторської модальності вимагає врахування взаємодії всіх макрорівнів (морфологічного, словотвірного, синтаксичного та графічного), а також балансу етосу, логосу і пафосу.

Перспективи подальших розвідок вбачаємо в детальному вивченні категорій модусу та їхнього впливу на формування стратегій ввічливості й субординації в різних типах дискурсу, де персуазивність реалізована як інструмент управління поведінкою та подолання ментального опору адресата.

Список літератури:

1. Баган М. П. Експресивність сучасного українськомовного наукового дискурсу: межі можливого. *Вісник КНЛУ. Серія Філологія*. Т. 20. Вип. 1. 2017. С. 9–17.
2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ: Академія, 2004. 342 с.
3. Бортун К.О. Засоби реалізації сугестії в імперативних висловленнях. *Закарпатські філологічні студії*. Вип. 32. Т.1 2023. С. 15–19. DOI https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2023.32.1.2
4. Бортун К.О. Семантико-прагматичні прийоми сугестивного впливу в імперативних висловленнях. *Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія: Філологічні науки (мовознавство): зб. наук. праць. Дрогобич*. 2020. № 13. С. 16–21. DOI https://doi.org/10.24919/2663-6042.13.2020.214317
5. Заоборна М.С. Мотивна структура тексту як лінгвістична проблема. *Лінгвістичні дослідження: збірник наукових праць Харківського нац. пед. ун-ту ім. Г.С. Сковороди*. Харків: ХНПУ ім. Г. С. Сковороди, 2022. Вип. 56. С. 187–203.
6. Загнітко А. Сучасний лінгвістичний словник. Вінниця: ТВОРИ, 2020. 920 с.
7. Малаховська Я.І. Когнітивний аспект персуазивності в англомовному навчальному відеодискурсі. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2025. Т. 36 (75). № 3(1). С. 125–132. https://doi.org /10.32782/2710-4656/2025.3.1/21
8. Ніка О.І. МОДУСНІ МАРКЕРИ МАНІПУЛЯТИВНОСТІ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМОВНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія.* 2024. № 67. С. 88–91. DOI https://doi.org/10.32782/2409-1154.2024.67.21
9. Телеки Марія Михайлівна. Соціальні категорії модусу в текстах епістолярного жанру/М. М. Телеки, В. Д. Шинкарук. Київ: Видавництво МДГУ ім. Петра Могили, 2007. 176 с.
10. Шинкарук В.Д. Категорії модусу і диктуму у структурі речення. Чернівці: Рута, 2002. 272 с.
11. Aristotle's Rhetoric. Stanford Encyclopedia of Philosophy. First published Thu May 2, 2002; substantive revision Tue Mar 15, 2022. URL: https://plato.stanford .edu/entries/aristotle-rhetoric/
12. Bally Ch. Syntaxe de la modalité explicite. *Cahiers Ferdinand de Saussure*. № 2. 1942. Genève. P. 3–13.
13. Chafe W. Discourse, Consciousness, and Time. University of Chicago Press. 1994. 340 p.
14. Dubois J., Dubois-Charlier F. Elements de linguistigue française: syntaxe. Paris, 1970. 196 p.
15. Jackendoff R. Foundations of Language: Brain, Meaning, Grammar, Evolution. Oxford: Oxford University Press, 2002. 477 p.
16. Knape J. Persuasion. Historisches Wörterbuch der Rhetorik. *Tübingen: Niemeyer Verlag*, 2003. Bd. 6. Sp. 876–907.
17. Kopperschmidt J. Allgemeine Rhetorik: Einführung in die Theorie der persuasiven Kommunikation. Stuttgart/ Berlin / Köln / Mainz: W. Kohlhammer Verlag. 1976. 216 p.
18. Langacker R. Conceptualization, symbolization and grammar. *The New Psychology of Language*/ [ed. M. Tomasello]. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 1998. P. 1–39.
19. Lara Varpio Using rhetorical appeals to credibility, logic, and emotions to increase your persuasiveness authors. *Perspectives on Medical Education*. 2018. 7 (3). P. 207–210. DOI: 10.1007/S40037-018-0420-2

Bortun K. O. THE MODAL FRAMEWORK OF TEXT: SYNERGY BETWEEN RATIONAL PERSUASION AND EMOTIONAL IMPACT

This article examines modus as a complex category that reflects the subjective-mental dimension of speech activity and conveys the speaker's attitude toward the content of the message. Particular attention is focused on the interconnection between the modal organization of an utterance, the formation of the author's position, and the exercise of persuasive influence in contemporary journalistic discourse. The theoretical foundation of the study is based on the "dictum–modus" dichotomy concept introduced by S. Balli, as well as on the scientific principles developed by F. Bacevich, W. Chafe, V. Shinkaruk, M. Bagan, O. Nika, and other researchers.

A separate aspect is constituted by the concepts of conviction and persuasiveness, as presented in the works of Aristotle, J. Kopperschmidt, J. Knape, and L. Varpio. The purpose of this article is to systematize theoretical approaches to defining the modal nature of an author's utterance and to clarify the role of modal devices in exerting communicative influence. To achieve the stated goal, methods of analysis and synthesis of scientific concepts, generalization, systematization, and semantic, pragmatic, and discursive analysis were applied. It has been established that modus is one of the mechanisms of subjectivization in journalistic discourse, through which the author not only evaluates and interprets information but also directs its perception by the addressee. It has been demonstrated that the persuasive potential of an utterance is formed as a result of the complex interaction of linguistic and pragmatic means that actualize evaluativeness, categoricity, modality, the author's confidence, and an orientation toward a specific response from the addressee. It is proposed to consider modus and persuasiveness as interrelated parameters of journalistic discourse, the systematic study of which contributes to a deeper understanding of the mechanisms of linguistic influence. A promising area of research is the identification of the functional specifics of modus-persuasive devices at various levels of linguistic structure.

Keywords: *mode, dictum, modality, author's position, persuasiveness, conviction, linguistic influence, journalistic discourse, subjectivity, evaluativeness, pragmatics, communicative influence.*

Дата першого надходження статті до видання: 04.09.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 21.09.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 16.11.2026