

МЕДІЙНА ПРОБЛЕМАТИКА
В МОДЕРНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

УДК 811.111

DOI: <https://doi.org/10.17721/APULTP.2023.47.6-31>

Снитко О.С.

ORCID: 0009-0006-9498-7986

Web of Science Researcher ID: AAT-8186-2020

ScopusID: 57217183703

Погорілова М.С.

ORCID: 0009-0000-0352-7789

**МУЛЬТИМОДАЛЬНІ ТЕКСТИ СУГЕСТИВНОЇ
СПРЯМОВАНOSTІ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ
УКРАЇНИ ВОЄННОЇ ДОБИ**

***Анотація.** Статтю присвячено аналізу мультимодальних текстів сугестивної спрямованості в інформаційному просторі України воєнної доби. Ці тексти забезпечують ефективний позитивний вплив на суспільство і об'єктивують наративи, емоційно насичені описом. Мультимодальні тексти патріотичної спрямованості транслюються через класичні та нові медіа, соціальні мережі, поєднуючи різнокодову інформацію (візуальний, вербальний та музичний текст). Доведено, що базовим та найважливішим засобом сугестивного впливу є ритм тексту, який створюється засобами різних кодів. Ритм пронизує всі рівні тексту та забезпечує результат психоемоційного сприйняття реципієнтом певних сугестивно маркованих смислів. Ритм як співмірне чергування певних елементів тексту "осмислюється" адресатом передусім на емоційному рівні; під ритмічною структурою тексту розуміємо "монтаж тексту", який починається об'єднанням відповідних змістових частин та завершується створенням нової змістової одиниці – "концепту тексту". Продемонстровано, що мультимодальні тексти, які базуються на комплексі сугестивних технік, пов'язані з так званим "іконічним поворотом" у здійсненні комунікації, тобто увагою до різного роду зображувальних складників комунікативного процесу. Взаємодія кодів створює унікальний інформаційний продукт, семантику якого неможливо передати засобами лише одного з кодів. Мультимодальні тексти сугестивної спрямованості мають надшироку аудиторію споживачів, вони є швидкою реакцією на певні кризові ситуації воєнної доби, за*

.....
 допомогою художніх засобів окреслюють перспективу розвитку кризової ситуації війни, вони втілюють актуальні емоції ментально травмованого суспільства, яскраво та образно об'єктивують зміст подій, звернені до культурних коренів нації і широко використовують фольклорні елементи, вони поліпшують психоемоційний стан суспільства та забезпечують множинність відтворень, здійснюючи тривалий сугестивний ефект.

Ключові слова: мультимодальний текст, кризові комунікації, сугестивний вплив, засоби сугестії у мультимодальному тесті.

Інформація про авторів: Снитко Олена Степанівна – доктор філологічних наук, професор; професор кафедри східнослов'янської філології та інформаційно-прикладних студій; Навчально-науковий інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Погорілова Марія Сергіївна – магістр філології, випускник кафедри східнослов'янської філології та інформаційно-прикладних студій; Навчально-науковий інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Електронна адреса: elenasnytko@ukr.net; springfawnbambi@gmail.com

Olena S. Snytko

ORCID: 0009-0006-9498-7986

Web of Science ResearcherID:AAT-8186-2020

ScopusID:57217183703

Mariia S. Pohorilova

ORCID: 0009-0000-0352-7789

MULTIMODAL TEXTS WITH A SUGGESTIVE ORIENTATION IN THE INFORMATION SPACE OF WARTIME UKRAINE

Abstract. The article presents an analysis of multimodal texts with a suggestive orientation in the information space of wartime Ukraine. These texts effectively influence society in a positive way and objectify the narratives that are emotionally rich in description. Multimodal patriotic texts are broadcast through classical and new media, as well as social networks, combining differently encoded information (visual, verbal, and musical text). It has been found that the basic and most important means of suggestive influence is the rhythm of the text, which is created by means of different codes. Rhythm permeates all levels of the text and ensures the result of the recipient's psycho-emotional perception of certain suggestively marked meanings. Rhythm as a proportional alternation of certain elements

of the text is "comprehended" by the addressee primarily on the emotional level; the rhythmic structure of the text implies "text assembly", which begins with the unification of the relevant content parts and ends with the creation of a new content unit, i.e. the "text concept". It has been proved that multimodal texts based on a complex of suggestive techniques are associated with the so-called "iconic turn" in communication, i.e. focus on various kinds of visual components of the communication process. The interaction of codes creates a unique information product, the semantics of which cannot be conveyed by means of only one of the codes. Multimodal texts with a suggestive orientation have an extremely wide audience; they represent a quick response to certain wartime crises; they use artistic means to outline the prospects for the wartime crisis development; they embody the relevant emotions of a mentally traumatized society; they objectify the content of events in a vivid and imaginative way; they appeal to the cultural roots of the nation and make extensive use of folklore elements; they enhance the psycho-emotional state of the society and provide multiple reproductions, exercising a long-lasting suggestive influence.

Keywords: *Multimodal text, crisis communication, suggestive influence, means of suggestion in a multimodal text.*

Information about the author: *Snytko Olena Stepanivna – Doctor of Philology, Professor; Professor at the Department of East Slavic Philology and Information and Applied Studies; Educational and Scientific Institute of Philology; Taras Shevchenko National University of Kyiv.*

Pohorilova Mariia Serhiivna – Master of Philology, graduate of the Department of East Slavic Philology and Information and Applied Studies; Educational and Research Institute of Philology; Taras Shevchenko National University of Kyiv.

E-mail: *elenasnytko@ukr.net; springfawnbambi@gmail.com*

Інформаційний простір України воєнної доби є ареною запеклої боротьби, своєрідним гарячим фронтом консцієнтального протистояння, що здійснюється в контексті реальних бойових дій та героїчного супротиву ЗСУ. Агресор та його інформаційні агенції, розгалужена мережа інтернет-каналів, які працюють на знищення української ідентичності та державності, армія так званих "агентів впливу", оточена величезною кількістю ботів, що підсилюють градус інформаційно-психологічного протистояння, значні "шпарини" у системі українських стратегічних та кризових комунікацій [18] можуть спрацьовувати на зниження когнітивної опірності суспільства та призводити до хаотизації свідомості громадян. На

думку В. Горбуліна та В. Бардака, "російсько-українська війна створила умови для повної розгерметизації деструктивного у світі та порушила психоенергетичний баланс планети" [2]. Саме тому питання психоемоційного захисту кожної людини та суспільства загалом опиняються у фокусі сучасних інформаційно-прикладних студій.

На державному рівні боротьба з ворожим інформаційним впливом зазвичай здійснюється різними шляхами: блокуванням ворожих каналів, які розповсюджують антиукраїнські наративи, підвищенням рівня медіаосвіти, що дозволяє "самостійно виявляти та відповідно оцінювати ворожий контент". Але найголовнішим напрямком, безперечно, є створення якісного національного інформаційного продукту [1], який забезпечує інформаційно-психологічний вплив на людину. Коригування психоемоційного стану, мотивація та регулювання поведінки людей, які зазнали психологічної травми (як наслідку війни), є одним із важливих завдань влади та методів управління суспільством.

Здійснюючи вплив на людину, можна використовувати різні шляхи, рухаючись від переконання до сугестії. Дослідники, порівнюючи ці шляхи, підкреслюють, що "переконання застосовує апеляцію до свідомості, <...> навіювання ґрунтується на емоціях і підсвідомому: перше потребує від адресата психологічної та мисленнєвої напруги, друге здійснюється спонтанно" [13, с. 231]. На відміну від переконання сугестія розглядається як "процес впливу на психічну сферу, пов'язаний з некритичним сприйняттям та засвоєнням інформації", сугестивний вплив передбачає приховане навіювання на людину, що впливає на протікання нервово-психічних процесів" [11, с. 43]. Отже, сугестія апелює до позасвідомого об'єкта впливу, до його емоційно-чуттєвої сфери.

Розглядаючи питання інформаційного захисту людини у період війни, принагідно підкреслимо важливість якісної інформаційної аналітики подій, що відбуваються, з урахуванням правил кризових комунікацій, які передбачають використання технологій, спрямованих на діагностування, прогнозування та управління кризовими ситуаціями та (за можливості) на

нейтралізацію негативних наслідків кризових ситуацій, що пов'язано з необхідністю постійно відслідковувати зворотній зв'язок з реципієнтами, а також будувати комунікацію (особливо в аспекті спілкування влади та громадян), підкреслюючи перспективу дій суспільства [18]. Проте окрім аргументації, аналітики, переконання надважливу роль відіграє сугестія. У складній ситуації війни українське суспільство, як і в інші складні періоди життя України, "народжувало", активізувало особливі форми психоемоційного захисту, які здійснюють передусім сугестивний вплив. Адже саме цей різновид впливу іноді вважають "основним способом організації громадської думки" [11, с. 43]. У таких текстах, як правило, реалізуються найголовніші стратегічні наративи воєнної доби (передусім наратив ідентичності), які спрямовані на підтримку морального духу громадян, а також прослідковується високий ступінь сугестивності, спроможності впливати на психіку та емоції людини. Ці тексти транслуються через класичні та нові медіа, соціальні мережі, поєднуючи різнокодову інформацію (візуальний, вербальний та музичний текст). Їх використання забезпечує ефективний сугестивний вплив на суспільство, вони емоційно насичені описом, який подається за допомогою різних кодів. Активізація цих форм є своєрідним "результатом вивільнення напруги через творчість" [6]. Мова йде про мистецький "вибух", пов'язаний зі створенням кліпів, які буквально "заряджали" суспільство емоціями, підтримуючи дух незламності та прагнення до перемоги над ворогом. Завдяки значному сугестивному потенціалу вони підтримують моральний дух українців та терапевтично впливають на них через класичні та нові медіа, соціальні мережі. Напруга та тривожність вивільняються як результат мистецької діяльності. Серед яскравих мультимодальних авторських текстів періоду воєнної доби можна назвати: *"Враже"*, *"НЛО"* Енджі Крейди; *"Кохайтесь чорнобриві"*, *"Козацькому роду"*, *"Мрія"* Jerry Neil; *"Рідні мої"*, *"Зозуля"*, які є спільними роботами Alyona Alyona та Jerry Neil; *"Несестри"* Jerry Neil, Л. Шемаєвої та ін. Ці мультимодальні тексти об'єднані як за формальними

ознаками, так і за змістом, бо транслюють **нарративами ідентичності, незламності українського народу, віри в перемогу**. Вони насичені *фольклорними мотивами*, які повертають адресата до коріння рідної етнічної культури. Мультимодальні тексти сугестивної спрямованості є дієвим засобом інформаційно-психологічного захисту у кризових ситуаціях. І якщо у добу Революції Гідності специфічною ознакою інформаційного простору України стали мультимодальні тексти, у яких втілювалися так звані карнавальні форми сугестії [16], то ознакою сьогодення можна вважати появу великої кількості мультимодальних текстів патріотичної спрямованості з яскраво вираженим фольклорним компонентом. Такі тексти швидко допомагають людині подолати кризові ситуації, ментально та емоційно, загартовують національний дух та морально підтримують українців. Мультимодальні тексти добре демонструють комплексний характер сугестивного впливу, який передбачає не лише словесний канал, але й застосування інших невербальних засобів, коли інформація "навіюється" людині не тільки за допомогою слів, але й передусім передаванням зображень, музики тощо [11, с. 48].

Актуальність вивчення мультимодальних текстів пов'язана, перш за все, з тим, що розвиток інформаційних технологій на початку XXI ст. стрімко здійснив революційний стрибок у засобах передачі інформації споживачу та поєднав різні семіотичні системи для створення нового каналу комунікації. Зростання ролі візуальної інформації по-новому організувало вербальний текст, який став органічно поєднуватися з фото-, графічними, аудіо- та відео- елементами. Таким чином, **мультимодальним** слід вважати такий текст, "зміст якого розкривається за допомогою двох і більше семіотичних систем" [24, с. 177].

Дослідженням природи мультимодальних текстів займалися Г. Кресс, Т. Ван Льовен, А. Гібонс, Ч. Форсвіл, К. Джуйт, А. Кібрик, Л. Макарук, О. Маріна, М. Гаврилова, А. Цапів та ін. Терміни "мультимодальність" і "мультимодальний текст" разом із основними тезами теорії мультимодальності були

запроваджені в науковий обіг та розвинуті Г. Крессом і Тео ван Льовеном в спільній статті "*Multimodal discourse*" [23]. Важливим поняттям для терміна "мультимодальність" є "**модус**", яке, за словами Ч. Форсвіла, сприймається як "нелегке завдання", тому що те, що позначається як модус, є комплексом різних факторів" [20]. З позиції когнітивного підходу поєднання модусу з кожним із п'яти сенсорних органів чуття є занадто узагальненою спробою реалізувати складну категоризацію. Всі семіотичні системи реалізуються за допомогою **органів чуття** (зору, слуху, смаку, нюху та дотику), однак вони можуть бути сприйняті різними способами. Сучасне поняття мультимодальності базується на різноманітті кожного з каналів. Наприклад, візуальна інформація складається не тільки з суто візуальних компонентів, а і з жестикуляції, міміки та інших рухів тіла, які сприймає людина. У мовленні задіяні не тільки вербальні елементи (сегментні), а і просодичні одиниці (несегментні). На думку дослідників, семіотичні системи, зокрема мультимодальний текст, виконують *три основні функції*: (1) формування понять (ideational); (2) створення інтеракції між комунікантами (interpersonal); (3) організація та структурування тексту (textual) [28, с. 26].

Передумовою до розвитку досліджень з мультимодальності було створення осередка соціальної семіотики, куди входили Г. Кресс, Т. ван Льовен, Е.К. Френсіс та Т. Нітголд. У 80-х роках ХХ ст. з'являється журнал "Соціальна семіотика", в якому актуалізується ідея про те, що неможливо передати певне значення лише за допомогою ресурсів однієї з семіотичних систем [25]. У зарубіжній філософії кінця ХХ сторіччя йдеться про активне проникнення образотворчих елементів в соціальне буття людини, зокрема Г. Кресс в книзі "Literacy in the New Media Age" акцентує увагу на домінантній ролі зображення над письмовим текстом [22].

Для дослідження та аналізу мультимодальних текстів найчастіше використовують методику *мультимодального дискурс-аналізу*, яка базується на вивченні невербальних елементів "дисплейного" світу. Такий аналіз "спрямований на

.....

інтерпретацію комунікативних практик в аспекті виявлення смислів, що зникають при аналізі окремих аспектів комунікації (наприклад, вираженої тільки у формі запису вербального обміну)" [9 с. 12]. Таким чином, мультимодальний дискурс-аналіз втілює лінгвістичний підхід в межах "читання образів, виявлення метафор, що пронизують повсякденність, спроб виявляти особливості модальностей, що складають контекст комунікації і наповнюють соціальні інтеракції" [9, с. 13]. Мультимодальний аналіз виявляє основу комунікації з можливістю **інтерпретування полікодових комбінацій сучасної людини.**

Звертаючись до аналізу мультимодальних текстів у контексті кризових комунікацій, треба окреслити загальні засади розуміння сучасної комунікації як найважливішого чинника існування людства. Комунікація завжди була комплексним явищем, а поява масової комунікації стала необхідною умовою функціонування масової культури. Слід зазначити, що залежно від моделі світу, змінюються і стратегії комунікації. Так, футурологи зазначають, що у 2020 році новою моделлю світу стала BANI, яка складається з таких ознак, як *brittle* (крихкий), *anxious* (тривожний), *non-linear* (нелінійний), *imcomprehensive* (незрозумілий). Тобто сьогоднішній світ є мінливим, тривожним, непередбачуваним та інформаційно складним, а, отже, незрозумілим. На думку О. Малиш, комунікації змогли підлаштуватися до моделі BANI: крихкість компенсується швидким відновленням, тривожність – чутливістю аудиторії до оточення, нелінійність – адаптацією до можливих варіантів розвитку подій та адаптації до мінливо-складного світу, незрозумілість допомагає побороти інтуїтивність людей, навіть коли важко спиратися на аналітику [6]. Таким чином, комунікаційні стратегії набули короткостровості та постійного врахування поточної ситуації, яка може дуже швидко змінюватися. Їх формування здебільшого складається з постійного моніторингу різнопланових подій та своєчасної адаптації під кожну з ситуацій. Ще одна риса, яка притаманна сучасним комунікаціям, фасилітація, тобто організація

колективного розв'язання будь-яких проблем у певній групі. Також комунікація враховує настрої аудиторії та реагує на них відповідним чином, що вінчається двосторонньою інтуїцією у процесі спілкування. Дуже важливими для сучасної комунікації є соціальна значущість та практична цінність пропонованої інформації, тригери, за які чіпляється аудиторія, емоційність контенту, демонстрація публічності (приналежності до руху, бренду, спільноти тощо), вибір форми "історія", яка надає значущості інформації [6].

Серед актуальних "трендів" кризових часів, які сьогодні характерні для української цільової аудиторії, О. Малиш виділяє:

1. Більший консерватизм: обирання зрозумілиших історій під час стресу в умовах воєнного стану.

2. Недовіра до інновацій: світ і так здається крихким та незрозумілим.

3. Повернення до коріння: в кризі люди дивляться здебільшого назад, переосмислюють історичне минуле для посилення відчуття своєї ідентичності.

4. Сублімація напруги через творчість та гумор: творчість та гумор дають змогу вивільняти накопичені емоції та діють як добра емоційно-психологічна розрядка.

5. Фокус на виживанні та вигоді: в перші місяці війни креатив відійшов на другий план, бо в пріоритеті були базові речі, але з часом українці адаптувалися жити в умовах воєнного часу та активно запровадили креатив в різні сфери життя для надання складній буденності яскравості [6].

Визначеним трендам кризових часів якнайкраще відповідає природа мультимодальних сугестивних текстів воєнної доби, які розміщено Розглянемо кілька з них.

Zozulya – Човен¹



Цей мультимодальний текст відтворює стилістику української обрядової пісні (передусім – вербальний текст та його музичний супровід). Тиха мелодія, яка супроводжується постійним чергуванням зростаючих та спадних інтервалів, наче відтворює течію води, навіює спокій та корелює з вербальним текстом, який побудований на глибинній взаємодії етнічних символів *річки* (символ життєвого шляху та символ дороги до серця коханої людини) та символу *човна*, який, рухаючись назустріч долі, уособлює єднання двох сердець [4, с. 502-503, 641]. Музичний ритм підсилюється ритмом вербального тексту, що спирається на різного роду лексичні (*Човен-човнику, куди ти пливеш? Річко-реченько, його ти несеш*), фонетичні (*нічка-річка, пороги круті.. дивні двоє плывуть в самоті*) та граматичні повтори (повтори питальних речень, паралелізм синтаксичної організації фраз):

Темну **нічку** човен застав.
Тай до **річки** тихо пристав.
Зашарівся вогник здалля,
Місяць світить через гілля.

Переплисти б йому всі світи,
Та зустрілась, річенько, ти
Човен-човнику, куди ти пливеш ?
Річко-реченько, ти його несеш.
Вдвох у парі не страшна течія

¹ <https://www.youtube.com/watch?v=q3Goq35mXQE>

Хай засяє вам вечірна зоря
Крізь тумани, пороги круті
Дивні двоє пливуть в самоті
Не прожити човну без води
Щастю вічність пророчать завжди.

Вербальний текст пісні² може сприйматися як складна метафора, яка базується на образі річки та образі човна, що втілюють ідею плинності життя та вічності кохання (з усім комплексом етнокультурних конотацій). Ця комплексна вербальна метафора корелює зі змістом відеоряду, що відтворює найщасливіші та емоційно домінантні моменти життя закоханої людини – освічення у коханні та шлюбну церемонію, нехай у камуфляжі, нехай на полі бою, нехай у лікарні після важкого поранення коханого. Змінюючи одне одного, ці кадри, виконуючи функцію своєрідної терапевтичної метафори, реалізують колосальний емоційно-психологічний заряд, впливають на позитивізацію настрою глядача, бо стверджують ідею перемоги життя над смертю, вічності кохання навіть у реальному такому крихкому на нестабільному світі. Повторюючись, ці різні кадри передають спільну семантику, спрацьовуючи на закріплення певних сугестивно маркованих смислів у реципієнта.

Таким чином, семантика мультимодального тексту створюється за допомогою ресурсів різних кодів, кожен з яких має певний обсяг можливостей. На виході шляхом їх поєднання виникає мультимодальна єдність, яка вивчається за допомогою методики мультимодальної транскрипції (див. про це докладніше [21, с. 3; 27, с. 101].

Досліджуючи феномен мультимодальності, вчені (передусім Г. Кресс, Т. ван Льовен, Е.К. Френсіс та Т. Нітголд) спиралися на думку про неможливість об'єктивації повного змісту такого тексту лише за допомогою ресурсів однієї з семіотичних систем [24]. Безумовно, проблема взаємодії кодів є темою спеціального

² <https://pisni.club/pisni/lirychni/29967-choven.html>

дослідження [27, с. 98-100]. Проте важливо підкреслити, що ці коди підсилюють сугестивний ефект один одного та одночасно спроможні транслювати різні (хоч і взаємопов'язані) наративи. Розглянемо надпотужний за своїм сугестивним потенціалом мультимодальний текст, який був опублікований Головнокомандувачем Збройних сил України генералом В. Залужним 27 травня 2023 року. Текст В. Залужного "Прийшов час повертати своє"³ широко використовувався для підтримки духу українського суспільства та для здійснення сугестивного впливу на ворога.

Це відео з українськими вояками, які промовляють слова своєрідної молитви, просять благословити рішучий наступ ЗСУ. У вербальному тексті прозоро об'єктивується ритміка та стилістика молитви з численними повторами ключових фраз, які підкреслюють віру в святу Перемогу: "Україно, рідна земля-мати! Господь, Отець наш небесний! Благословіть! Я іду знищувати! *Нехай* рука моя буде твердою! *Нехай* око моє буде ясным! *Нехай* зброя моя буде справною! *Нехай* воля моя буде сталю!". Порівняймо фрагмент тексту молитви, структурні та ритмічні ознаки якої своєрідно відтворені у сугестивному тексті В. Залужного: "Отче наш, що є на небесах! *Нехай* святиться Ім'я Твоє. *Нехай* прийде Царство Твоє, *Нехай* буде воля Твоя як на небі, так і на землі"⁴.

Відеоряд з українськими вояками, які мають потужну зброю (танки Leopard 2, системи залпового вогню HIMARS, потужні броньовані машини) та дають клятву здобути Перемогу над ворогом, є домінантою мультимодального тексту, який завершується появою українського прапора, що візуально символізує очікувану Перемогу.

Сугестію визначають як процес і результат внесення до сфери психічної діяльності людини інформації, яка є позаконтрольною свідомості [15]. Феномен позасвідомого є

³ <https://www.youtube.com/watch?v=hUyuhaoV-FQ>

⁴ <https://krestim.com.ua/tekst-molitvi-otche-nash-ukrayinskoyu.html>

дуже важливим щодо процесу сугестивного впливу на людину. Позасвідоме вивчало багато вчених, серед яких варто назвати П. Жане, Р. Декарта, Д. Гартлі, А. Шопенгауера, Г. Гельмгольца, Г. Лейбніца, З. Фройда, М. Еріксона та ін. У сучасних дослідженнях важливими для інтерпретації позасвідомого є підходи вчених, які вважають позасвідоме інтуїтивним проявом потреб, емоцій та спогадів людини, що зберігаються в середньому відділі мозку, шляхом реалізації умовного рефлексу. Психологи стверджують, що позасвідоме є комплексом емоційних явищ мозку, які знаходяться поза спрямованою увагою людини. Наприклад, Т.Б. Мудраченко, говорячи про засади сугестивного впливу, пропонує таку схему аналізу: настанови реципієнта – підсвідома готовність психіки до прийняття певного рішення / виконання дії + сукупність особистісних / індивідуальних смислів, що не контролюються свідомістю (позасвідоме є "будинком чаклунки" – за С. Леклером; те саме має назву "інтеріоризованої конотації" – внутрішньо сприйнятого додаткового особистісного значення) [10, с. 212].

Одним із найважливіших засобів сугестивного впливу в текстах є ритм, який до того ж впливає на актуалізацію змістових параметрів тексту та формує емоційно-експресивну оцінку адресатом певної інформації. Сприйняття інформації безпосередньо пов'язано із соціальним та суб'єктивним досвідом людини, її сформованою картиною світу, через яку виражені семантичні координати. Але семантичний простір, безпосередньо, залежить від "ритмо-фонетичної структури тексту. Ритміка тексту проявляється на різних його рівнях. Ритм вбудований в архітектуру тексту та "осмислюється" адресатом передусім *на емоційному рівні*. Важливо додати, що під ритмічною структурою тексту мається на увазі "монтаж тексту", який починається об'єднанням відповідних змістових частин та завершується створенням нової змістової одиниці – "концепту тексту". Саме за допомогою ритму реципієнт втягується до емоційного діалогу із сугестором (зовнішнім

світом). Відомо, що ритмічний вплив використовували для навіювання з давніх-давен:

Святий Боже,
Святий Кріпкий,
Святий Безсмертний,
Помилуй нас.

Святий Боже,
Святий Кріпкий,
Святий Безсмертний,
Помилуй нас.

Святий Боже,
Святий Кріпкий,
Святий Безсмертний,
Помилуй нас.

Слава Отцю і Сину,
І Святому Духові
І нині, і повсяк час,
І навіки вічні,
Амінь!

Святий Безсмертний
Помилуй нас.

Святий Боже,
Святий Кріпкий,
Святий Безсмертний,
Помилуй нас.

Як бачимо, класичним прикладом такого сугестивного тексту є молитва, повтори якої створюють особливо гіпнотичний ефект, дозволяючи відключити свідомість людини від життєвих проблем⁵. А. Калита наділяє поняття ритму *енергетичною основою* або ж потенціалом комунікації, який забезпечує концентрацію сугестивного впливу тексту на емоційний та раціональний аспекти

⁵ <https://www.pisni.org.ua/songs/886373.html>

психіки реципієнта шляхом чергування його різних за природою породження проявів, що розглядаються в лінгвістиці як результат комплексного взаємодії елементів різних рівнів мови [5, с. 32]. На думку дослідниці, темпоритм тексту є домінантним засобом мовленнєвої сугестії, він формується шляхом інтеграції мікроритмів усіх рівнів внутрішнього мовлення індивіда у внутрішній макроритм, який будучи скоригованим емоційним мисленням, що відбувається в екзистенційній сфері (у несвідомому), структурується вже у формі внутрішнього темпоритму і далі під впливом діалектичної взаємодії раціонального (що враховує конкретні умови комунікації) і емоційного особистості людини перетворюється в ментальний та трансцендентний раціо- і еморитми. Ці ритми трансформуються на основі обліку свідомістю реальних умов і норм комунікації у зовнішній темпоритм висловлювання, який матеріалізується в мові як результат процесу мовної діяльності мовця [5, с. 38].

Дослідження сугестивного потенціалу текстів різного характеру показало, що ритм є комплексним явищем, яке ґрунтується на співмірному чергуванні чи повторенні будь-яких елементів (формальних та змістових). Відповідний ритм базується на лексичному та (ширше) смислому повторі ключових вербалізаторів домінантних смислів, а також на граматичному (морфологічному та синтаксичному) повторі або паралелізмі, фонетичному повторі, який супроводжує лексико-семантичний. Такий повтор підпорядкований комунікативно-прагматичній меті сугестора – закріпленню домінантних смислів. Важливим засобом сугестії виступають емоціогенні означення (або кваліфікатори), які спрямовані на емоційне "зарядження" цільової аудиторії. [див. про це: 16, с.86 -89].

Таким чином, **ритм** є базовим та найважливішим засобом сугестивного впливу. Ритм пронизує всі рівні тексту та створює особливий результат психоемоційного сприйняття реципієнтом певних наративів. Ритмічна структура тексту активно виявляється на фонетичному, лексичному та морфолого-синтаксичному рівнях у різного роду повторах. Ритм тексту залежить і від сприйняття самого тексту читачем, також голосу транслятора, разом з темпом читання, паузами, інтонацією,

тембром, смисловими наголосами тощо. Між ритмом та навіюванням вибудовані характерні відношення, пов'язані з реалізацією одного за допомогою іншого – вираз впливу за допомогою ритмічних засобів.

Розгляньмо ритміку широко відомого мультимодального тексту Енджі Крейди "Враже"⁶:



Надважливою ознакою мультимодального тексту є його фольклорний магічно-сакральний компонент. Текст насичений *фольклорними мотивами відьомства*. Означений мотив виявляється у кількох різнокодових площинах, як вербально-образній, так і в музичній, та концентрується на прагненні створити надпотужне відьомве замовляння, що має знищити ворогів-, зо прийшли на українську землю. Текст має яскраву сугестивну природу, яка спирається на ідеї народної магії та зумовлена передусім його комплексним ритмом (ритмом відеоряду, музичним та вербально-текстовим), за допомогою чого і відбувається емоційне я-коріння ідеї неминучості смерті ворога. Наприклад, створюється специфічний візуальний фон із використанням образів сучасних відьом, певних спецефектів, таких як світлоритм. Постійно з'являються болісні зображення зруйнованих місць, а також кадри ворожіння жінок, які постали на захист рідної землі (що відгукується у серці кожного глядача-українця).

Музичний ритм побудований на чергуванні довгих та коротких звуків, які вводять глядача в легкий трансний стан. Ритміка специфічно об'єктивується також в особливих

⁶ https://youtu.be/cdEEffF7_rU

просодичних характеристиках. Пісня виконана у два голоси, глибоким грудним голосом співачки. Як особливий прийом вербальної сугестії використовуються зокрема смислові повтори, що реалізуються на лексико-стилістичному (постійно згадується ворог, відьомська сила, назви членів родини, які уособлюють українську націю в цілому), морфологічному (найважливішим з яких є форма майбутнього часу дієслів) та структурно-композиційному рівнях тексту (синтаксичний повтор): *Буде тобі, враже, так, як мати скаже / Буде тобі, враже, як дружина скаже / Буде тобі, враже, як дівчина скаже / Буде тобі, враже, як дитина скаже / Буде тобі, враже, так, як відьма скаже*. Найчастотнішим словом у тексті є лексема **"ворог"**. Це слово у загальному контексті вживань закарбовує в підсвідомості реципієнта **ідею неминучої смерті ворога**: ворога буде вбито, він лише доживає свого віку, скільки кроків по українській землі він зробить, стільки представників його роду поляже в домовині; ворог з рештою буде просити Господа швидше відправити його в пекло, бо смерть його буде тяжкою. Аналізований мультимодальний текст базується на використанні опозиції "свій-чужий" з формуванням механізму зворотнього позитивного зв'язку та на постійному чергуванні полярних емоційно-оціночних аргументів: ворог загине, а український народ переможе.

Сію тобі в очі, сію проти ночі
Буде тобі, враже, так, як відьма скаже
Скільки в святу землю впало зерен жита
Стільки разів буде тебе, враже, вбито
Скільки, враже, півень вночі кукуріка
Стільки днів у тебе доживати віка
Богові – Боже
Ворогу – вороже
Буде тобі, враже, так, як відьма скаже
Скільки зробиш, враже, кроків по Україні
Стільки твого ляже роду в домовині
Тільки на пів світу, чорного пристріту
Буде тобі, враже, так, як відьма скаже
Писанку розпишу, люльку заколишу

Матір твою, враже, без дітей залишу
 Батька твого, враже, смертю заспокою
 Жінку твою, враже, висушу ганьбою
 Богові – Боже
 Ворогу – вороже
 Буде тобі, враже, так, як відьма скаже
 Як просію горе крізь дрібненьке сито
 Станеш ти про пекло Господа просити
 Та не буде, враже, смерть твоя легкою
 Та й у смерті, враже, не знайдеш спокою
 Слово моє липке
 Слово моє кріпке
 Буде тобі, враже, так, як мати скаже
 Буде тобі, враже, як дружина скаже
 Буде тобі, враже, як дівчина скаже
 Буде тобі, враже, як дитина скаже
 Буде тобі, враже, так, як відьма скаже.

Мультимодальний текст **Jerry Neil "Козацькому роду"**⁷ спрямований за закріплення сугестивно маркованих смислів непереможності української нації, адже в жилах українців тече справжня козацька кров, тому нашому роду нема переводу (звернімо увагу на реалізацію наративу незламності української нації). Текст підіймає бойовий дух глядачів та надихає кожного українця вірити в те, що нас ніхто та ніколи не здолає: "Наш рід – був, є і буде: і вчора, і завтра – нам на небі характерник запалює ватра". Візуально-образний ряд тексту складається з кадрів історичної кінокартини "Вогнем і мечем" польського режисера Є. Гоффмана, які висвітлюють образи козацького війська під керівництвом Богдана Хмельницького, та сучасних кадрів українських вояків, які захищають Україну з початку повномасштабного вторгнення ворога.

Цей сугестивний прийом склеювання (поєднання двох реалій з метою встановлення подібності) сприяє об'єктивації ідеї героїзації ЗСУ. Аналізований мультимодальний текст занурює глядача у героїчне минуле нації, повертає до свого коріння.

⁷ <https://www.pisni.org.ua/songs/5450545.html>

Відеоряд пов'язаний з відтворенням кадрів різних історичних епох та акцентує увагу на циклічності історії та силі духу, яка завжди була притаманна українському народу. Іноді героїчні образи історичного минулого та сучасності своєрідно накладаються на портрет співачки, що підкреслює ідею національної ідентичності. Героїня звертається до двох важливих авторитетів, відомих кожному українцю, до *Богдана Хмельницького* – першого гетьмана Української козацької держави та до *Валерія Залужного* – Головнокомандувача Збройних сил України, проводячи історичну паралель між цими постатями та своєрідно міфологізуючи видатного полководця сучасності. Музична основа тексту складається з оркестрового звуку для того, щоб "передати велич наших предків", як зазначає сама Jerry Nail. Саме музичний складник насичений *фольклорними мотивами*, притаманними для української народної музики, зокрема козацьких співанок. Ритм тексту має особливу енергетичну основу, що реалізується на різних рівнях тексту: лексико-стилістичному (постійно згадується *козацтво*, частиною роду якого є українці, та протиставляється образу ворога (*живуть в болоті та пеклі; Іуда, який б'є себе у пусті груди та не може повернутися додому, бо міст спалено*), морфологічному (активно використовується теперішній час дієслів з метою утвердження ідеї непереможності українського народу саме сьогодні, у страшній війні з росією) та структурно-композиційному (Козацькому роду нема переводу / Нема рівні козакам, що йдуть за свободу). Серед вербальних засобів сугестивного впливу насамперед треба зазначити саму назву тексту, яка є відомим *українським прислів'ям*, тобто аналоговим текстом, який здійснює емоційно-психологічний вплив на реципієнта. Використання полярно-оціночних емоціогенів пробуджує *войовничий дух українців*, налаштовує на оптимістичну хвилю, разом з тим протиставляє героям України ворогів-рашистів, яким "суджене пекло" (звернімо увагу на використання опозиції "свій-чужий"). Закріпленню сугестивно маркованих смислів сприяють постійні повтори ключової фрази :

"Козацькому роду нема переводу / Нема рівні козакам, що йдуть за свободу"; а також використання метафор: "Нам на небі характерник / Запалює ватра". Текст забезпечує включення кореневих інстинктів людської душі та апелює до пасивних домінант, тобто відбувається певна *сакралізація українського героїчного минулого* та відтворення його в реальному часі. Також використовується явний імператив, ускладнений додатковими мовними стимуляторами образної природи: "Хто не знає броду / Не ідіть по воду / Повертайтеся в болото".



Важливим поняттям лінгвістики впливу є поняття контрсугестії. Контрсугестія є своєрідним механізмом – психологічного захисту від впливу на людину патогенної інформації, яка призводить до хаотизації свідомості та домінування негативних психоемоційних станів. Контрсугестивні технології є необхідним та надзвичайно важливим засобом подолання інформаційно-психологічних атак, які змінюють установки людини. Надважливу роль у здійсненні такого захисту і відіграють в українському інформаційному просторі мультимодальні тексти, які базуються на комплексі сугестивних технік. Ці тексти є ознакою сучасної суспільної комунікації та пов'язані з так званим "іконічним поворотом" у здійсненні комунікації [19], тобто увагою до різного роду зображувальних складників комунікативного процесу, адже власне мовні засоби повною мірою не здатні декодувати ключові смисли спілкування, вони є недостатніми для здійснення психоемоційного впливу на реципієнта.

Взаємодія кодів створює унікальний інформаційний продукт, семантику якого неможливо передати засобами одного з кодів. Ці тексти мають надшироку аудиторію споживачів, вони є швидкою реакцією на певні кризові ситуації воєнної доби, за допомогою художніх засобів окреслюють перспективу розвитку кризової ситуації війни, вони втілюють актуальні емоції ментально травмованого суспільства, яскраво та образно об'єктивують зміст подій, звернені до культурних коренів нації і широко використовують фольклорні елементи, вони поліпшують психоемоційний стан суспільства та забезпечують множинність відтворень, здійснюючи тривалий сугестивний ефект.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гібридна війна Росії проти України. Як перемогти на інформаційному фронті: Аналітичний посібник [Електр. ресурс]. URL: <https://drive.google.com/file/d/1AEUYRLeYOx7kBbNPJL1XzwHXstCNJaJW/view> (дата звернення: 02.10.2023).

2. Горбулін В., Бадрак В. Воєнний 2024-ий: загадки для України [Електр. ресурс]. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3775470-voennij-2024ij-zagadki-dla-ukraini.html> (дата звернення: 02.10.2023).

3. Ідентичність: як зрозуміти, що я – українець? [Електр. ресурс]. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/ukrayinska-natsia/31951984.html> (дата звернення: 02.10.2023).

4. Жайворонок В. Знаки української етнокультури. Словник-довідник. Київ: Довіра, 2006.

5. Калита А.А. Сугестивный потенциал ритмической системы прозаического текста. *Когниция, коммуникация, дискурс*. 2015. № 11. С. 29-44.

6. Ключові аспекти комунікації та створення контенту під час воєнного стану [Електр. ресурс]. URL: <https://logincasino.ua/article/klychovi-aspekti-komunikaciiy-ta-stvorenniya-kontentu-pid-chas-voennogo-stanu> (дата звернення: 02.10.2023).

7. Кутуза Н.В. Переконавання та сугестія: диференціація різновидів комунікативного впливу. *Перспективи розвитку філологічних наук*. Вінниця, 2018. С. 24-27.

8. Кутуза Н.В. Сугестія і маніпуляція: спільні й відмінні ознаки різновидів комунікативного впливу. *Записки з українського мовознавства*. 2017. Т.2, №24. С. 178-189.

9. Ликова І.І. Мультимодальне конструювання художніх текстів для дітей: корпусне дослідження. Херсон: ХДУ, 2020. 59 с.
10. Мудраченко Т.Б. Сугестія як засіб мовленнєвого впливу. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія: Філологічна*. 2015. Вип. 56. С. 211-214.
11. Петрик В.М., Присяжнюк М.М., Компанцева Л.Ф. та ін. Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навчальний посібник. Київ: Вид. дім "СКІФ", 2023. 248 с.
12. Пропаганда працює на повну: топ-5 наративів кремлівських медіа про ЗСУ. [Електр. ресурс]. URL: <https://glavcom.ua/news/propahanda-pratsjuje-na-povnu-top-5-narativiv-kremlivskikh-media-pro-zsu-896428.html> (дата звернення: 02.10.2023).
13. Селіванова О.О. Основи теорії мовної комунікації. Черкаси: Чабаненко Ю.А., 2011. 350 с.
14. Слухай Н.В. Матрична форма агресора та нові форми контрсугестії в період гібридної війни Росії проти України [Електр. ресурс]. URL: <http://surl.li/oixjk> (дата звернення: 02.10.2023)
15. Слухай Н.В. Сугестивна лінгвістика: лінгвістичне програмування поведінки людини. Київ: Вид. дім Д. Бураго, 2019. 248 с.
16. Снитко О.С. Карнавальні форми сугестії в інформаційному просторі України у контексті консцієнтальної війни. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2019. Вип. 38. С. 77-94.
17. Снитко О.С., Гречка С.О. "Битва наративів" у сучасному медіапросторі України. *Актуальні проблеми лінгвістики: теорія і практика*. 2022. №44. С. 86-117.
18. Снитко О.С. Кризові комунікації в інформаційному просторі України воєнної доби. *Актуальні проблеми української лінгвістики. Теорія і практика*. 2023. Вип. 46. С. 18-48.
19. Boehm G. Pictorial Versus Iconic Turn: Two Letters. *Culture, Theory and Critique*. 2009. № 50 (2-3). P. 103-121.
20. Forceville C. Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitivist framework: Agendas for research. *Forceville C., Urios-Aparisi E. (eds.) Multimodal Metaphor*. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 2009. P. 19-42.
21. Jewitt C., Bezemer J. Introducing Multimodality. London: Routledge, 2016. 220 p.
22. Kress G. Literacy in the New Media Age. London, New York: Routledge, 2003. 251 p.

23. Kress G., van Leeuwen T. *Multimodal Discourse: The modes and media of contemporary communication*. London: Edward Arnold, 2001. 152 p.

24. Kress G., van Leeuwen T. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Routledge, 2006. 291 p.

25. Lemke J.L. *Multimedia Genres for Science Education and Scientific Literacy. Developing Advanced Literacy. First and Second Languages / Schleppegrell M., Colombi M.* 2002. [Електр. ресурс]. URL: <http://www.jaylemke.com/storage/MultimediaGenres-Science-2002.pdf> (дата звернення: 02.10.2023).

26. Remarks by President Biden in State of the Union Address. [Електр. ресурс]. URL: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/speeches-remarks/2022/03/02/remarks-by-president-biden-in-state-of-the-union-address/> (дата звернення: 02.10.2023).

27. Taylor Ch. J. *Multimodality and audiovisual translation. Handbook of Translation Studies*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins, 2013. Vol. 4. P. 98-110.

28. Ventola E., Charles C. Kaltenbacher Martin *Perspectives on Multimodality*. Amsterdam: John Benjamins Publishing, 2004. 249 p.

REFERENCES

1. *Russia's hybrid war against Ukraine. How to win on the information front: An analytical guide.* (2023). [Hibrydna viina Rosii proty Ukrainy. Yak peremohty na informatsiinomu fronti: Analitychnyi posibnyk]. URL: <https://drive.google.com/file/d/1AEUYRLeYOx7kBbNPJL1XzwHXstCNJaJW/view> (last access: 02.10.2023) [in Ukrainian].

2. Horbulin, V. & Badrak, V. (2023). *Military year 2024: riddles for Ukraine* [Voiennyi 2024-yi: zahadky dlia Ukrainy]. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3775470-voennij-2024ij-zagadki-dla-ukraini.html> (last access: 02.10.2023) [in Ukrainian].

3. *Identity: how to understand that I am Ukrainian?* (2023). [Identychnist: yak zrozumity, shcho ya – ukrainets?]. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/ukrayinska-natsia/31951984.html> (last access: 02.10.2023) [in Ukrainian].

4. Zhaivoronok, V. (2006). *Signs of Ukrainian ethnoculture* [Znaky ukrainskoi etnokultury. Slovyk-dovidnyk]. Kyiv, 2006 [in Ukrainian].

5. Kalyta, A. (2015). *Subliminal potential of the prosaic text rhythmic system* [Cugectiwij potenczial ritmitschnoi cictemi prosowogo tekctu]. *Cognition, communication, discourse*, 11, 29-44 [in Russian].

6. *Kliuchovi aspekty komunikatsii ta stvorennia kontentu pid chas voiennoho stanu* (2023). [Key aspects of communication and content creation during martial law]. URL: <https://logincasino.ua/article/klychovi-aspekti-komunikacii-ta-stvorennia-kontentu-pid-chas-voennogo-stanu> (last access: 02.10.2023) [in Ukrainian].
7. Kutuza, N.V. (2018). *Perekonannia ta suhestiia: dyferentsiatsiia riznovydiv komunikatyvnoho vplyvu* [Persuasion and suggestion: differentiating types of communicative influence]. *Perspektyvy rozvytku filolohichnykh nauk*. Vinnytsia, 24-27 [in Ukrainian].
8. Kutuza, N.V. (2017). *Suggestion and manipulation: common and distinctive features of varieties of communicative influence* [Suhestiia i manipuliatsiia: spilni y vidminni oznaky riznovydiv komunikatyvnoho vplyvu]. *Notes on Ukrainian Linguistics*, 2(24), 178-189 [in Ukrainian].
9. Lykova, I.I. (2020). *Multimodal construction of fiction texts for children: a corpus study* [Multymodalne konstruiuvannia khudozhnikh tekstiv dlia ditei: korpusne doslidzhennia]. Kherson: KhDU, 59 s. [in Ukrainian].
10. Mudrachenko, T.B. (2015). *Suggestion as a means of speech influence* [Suhestiia yak zasib movlennievoho vplyvu]. *Scientific Proceedings of Ostroh Academy National University: Philology Series*, 56, 211-214 [in Ukrainian].
11. Petryk V.M., Prysiashniuk M.M. & Kompantseva L.F. (2023). *Suggestive technologies of manipulative influence* [Suhestyvni tekhnolohii manipulyativnoho vplyvu]. Kyiv: Vyd. dim "SKIF", 248 s. [in Ukrainian].
12. *Propaganda is in full swing: top 5 Kremlin media narratives about the Armed Forces* (2023). [Propahanda pratsiuie na povnu: top-5 naratyviv kremlivskykh media pro ZSU]. URL: <https://glavcom.ua/news/propahanda-pratsiuje-na-povnu-top-5-narativiv-kremlivskikh-media-pro-zsu-896428.html> (last access: 02.10.2023) [in Ukrainian].
13. Selivanova, O.O. (2011). *Basics of the theory of language communication* [Osnovy teorii movnoi komunikatsii]. Cherkasy: Chabanenko Yu.A., 350 s. [in Ukrainian].
14. Slukhai, N.V. (2023). *The matrix form of the aggressor and new forms of countersuggestion during the hybrid war between Russia and Ukraine* [Matrychna forma ahresora ta novi formy kontrsuhestii v period hibrydnoi viiny Rosii proty Ukrainy]. URL: <http://surl.li/oixjk> (last access: 02.10.2023) [in Ukrainian].

15. Slukhai, N.V. (2019). *Suggestive linguistics: linguistic programming of human behavior* [Suhestywna lnhvistyka: lnhvystychne prohramuvannia povedinky liudyny]. Kyiv, 248 c. [in Ukrainian].

16. Snytko, O. (2019). *Carnival forms of suggestion in Ukrainian information space in the context of aconsciousness war* [Karnavalni formy suhestii v informatsiinomu prostori Ukrainy u konteksti konstsiientalnoi viiny]. *Current Issues of Ukrainian Linguistics: Theory and Practice*, 38, 77-93. <https://doi.org/10.17721/APULTP.2019.38.77-93> [in Ukrainian].

17. Snytko, O. & Hrechka, S. (2022). *"Battle of narratives" in Ukraine's modern media space* ["Bytva naratyviv" u suchasnomu mediaprostori Ukrainy]. *Current Issues of Ukrainian Linguistics: Theory and Practice*, 44, 86-117. <https://doi.org/10.17721/APULTP.2022.44.86-117> [in Ukrainian].

18. Snytko, O. (2023). *Crisis communications in the information space of wartime Ukraine* [Kryzovi komunikatsii v informatsiinomu prostori Ukrainy voiennoi doby]. *Current Issues of Ukrainian Linguistics: Theory and Practice*, 2023, 46, 18-48. <https://doi.org/10.17721/APULTP.2023.46.18-48> [in Ukrainian].

19. Boehm, G. (2009). Pictorial Versus Iconic Turn: Two Letters. *Culture, Theory and Critique*, 50(2-3), 103-121 [in English].

20. Forceville, C. (2009). Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitivist framework: Agendas for research. *Forceville C., Urios-Aparisi E. (eds.) Multimodal Metaphor*. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 19-42. [in English].

21. Jewitt, C. & Bezemer, J. (2016). *Introducing Multimodality*. London: Routledge, 220 p. [in English].

22. Kress, G. (2003). *Literacy in the New Media Age*. London, New York: Routledge, 251 p. [in English].

23. Kress, G., & van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal Discourse: The modes and media of contemporary communication*. London: Edward Arnold, 152 p.

24. Kress, G. & van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Routledge, 291 p. [in English].

25. Lemke, J.L. (2002). *Multimedia Genres for Science Education and Scientific Literacy. Developing Advanced Literacy. First and Second Languages / Schleppegrell M., Colombi M.* URL: <http://www.jaylemke.com/storage/MultimediaGenres-Science-2002.pdf> (last access: 02.10.2023) [in English].

26. Remarks by President Biden in State of the Union Address. URL: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/speeches-remarks/2022/03/02/>

remarks-by-president-biden-in-state-of-the-union-address/ (last access: 02.10.2023) [in English].

27. Taylor, Ch. J. (2013). Multimodality and audiovisual translation. Handbook of Translation Studies. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins, 4, 98-110. [in English].

28. Ventola, E. & Charles C. (2004). Kaltenbacher Martin Perspectives on Multimodality. Amsterdam: John Benjamins Publishing, 249 p. [in English].

Дата надходження до редакції – 29.10.2023

Дата затвердження редакцією – 26.11.2023



Ця публікація ліцензована на умовах Creative Commons Attribution 4.0 International License.