

УДК 811.112.2:502]:004.773.7

DOI <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2026-217-13>**МУЛЬТИМОДАЛЬНА СПЕЦИФІКА ВЕБІНАРУ
ЯК ПРАГМАТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ****THE MULTIMODAL NATURE OF THE WEBINAR
AS A PRAGMATIC TOOL****Ворошилова Р. В.,*****orcid.org/0000-0002-5992-5441****аспірант кафедри теорії, практики та перекладу німецької мови
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

У статті досліджено мультимодальну природу сучасного цифрового дискурсу на прикладі німецькомовних екологічних вебінарів. Актуальність теми зумовлена стрімким переміщенням комунікації у віртуальний простір, де вебінар постає не просто як засіб дистанційного навчання, а як складне мультимодальне утворення, що об'єднує різні знакові системи для досягнення прагматичного ефекту. У ході дослідження встановлено, що в цифровому середовищі вебінару мова не завжди відіграє домінуючу роль; усі модуси мають рівнозначний потенціал у створенні значення. На основі аналізу виступів провідних експертів і політиків виявлено диференційовану вагу мультимодальних засобів залежно від обраної комунікативної стратегії. Результати аналізу продемонстрували, що найбільш вагомими групами невербальних засобів є зоровий контакт, візуальні матеріали (слайди) і міміка. Доведено, що мультимедійна презентація у структурі вебінару часто перебирає на себе основне комунікативне навантаження, займаючи до 80–90% екранного простору та виконуючи роль «когнітивного якоря» за допомогою кольорових контрастів і/або інфографіки. Окрему увагу приділено прагматичному аспекту: спираючись на класифікацію мовленнєвих актів Дж. Серля, проаналізовано, як семіотичні ресурси допомагають досягати ілюктивної мети. У висновках констатовано, що успішний екологічний вебінар базується на цілісній архітектурі взаємодії семіотичних рівнів. Мультимодальність дозволяє компенсувати «дистанційність» цифрового формату: там, де вербальний мовленнєвий акт може бути недостатньо переконливим, візуалізація і паравербальні чинники завершують формування ілюктивної сили повідомлення. Стаття має практичне значення для фахівців з комунікації, лінгвістів та організаторів онлайн-заходів, оскільки пропонує системний погляд на механізми впливу в цифровому медіапросторі.

Ключові слова: вебінар, медіадискурс, мультимодальність, прагматика, теорія мовленнєвих актів.

This article examines the multimodal nature of contemporary digital discourse using German-language environmental webinars as a case study. The relevance of the topic stems from the rapid shift of communication into the virtual space, where the webinar emerges not merely as a means of distance learning, but as a complex multimodal construct that combines various sign systems to achieve a pragmatic effect. The study found that in the digital environment of a webinar, speech does not always play a dominant role; all modes have equal potential in creating meaning. Based on an analysis of presentations by leading experts and politicians, the study identified varying degrees of importance of multimodal means depending on the chosen communicative strategy. The results of the analysis demonstrated that the most significant groups of non-verbal means are eye contact, visual materials (slides) and facial expressions. It has been demonstrated that, within the structure of a webinar, multimedia presentations often bear the main communicative load, occupying up to 80–90% of the screen space and acting as a «cognitive anchor» through the use of colour contrasts and/or infographics. Particular attention is paid to the pragmatic aspect: drawing on J. Searle's classification of speech acts, the study analyses how semiotic resources help achieve illocutionary goals. The conclusions state that a successful environmental webinar is based on a coherent architecture of interaction between semiotic levels. Multimodality allows for the «distance» inherent in the digital format to be compensated for: where a verbal speech act may be insufficiently persuasive, visualisation and paraverbal factors complete the formation of the message's illocutionary force. The article is of practical significance for communication specialists, linguists and organisers of online events, as it offers a systematic view of the mechanisms of influence in the digital media space.

Key words: webinar, media discourse, multimodality, pragmatics, theory of speech acts.

© Ворошилова Р. В., 2026



Стаття поширюється
на умовах ліцензії
відкритого доступу (CC BY 4.0)

Постановка проблеми. У сучасному інформаційному суспільстві комунікація дедалі частіше переміщується у цифровий простір, де вона набуває нових, складних форм. Одним із найбільш репрезентативних форматів такої взаємодії є вебінар, який постає не просто як дистанційна лекція, а як багатокомпонентне комунікативне утворення. Ефективність вебінару як інструменту впливу та передачі знань безпосередньо залежить від мультимодальності – поєднання різних знакових систем (вербальних, візуальних, аудіальних), що взаємодіють для створення єдиного прагматичного ефекту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До вивчення мультимодальної специфіки цифрової комунікації у своїх дослідженнях звертались Г. Кресс, Т. ван Левен, Дж. Лемке. Окремі аспекти функціонування медіадискурсу та прагматики мовленнєвого впливу стали об'єктом наукових розвідок українських лінгвістів, зокрема Ф. Бацевича, І. Андрєєвої, І. Ступак тощо. Проте в українському мовознавстві було відведено надто мало уваги прагматичному потенціалу вебінару як цілісному мультимодальному ансамблю засобів, що функціонує в межах екологічної тематики. Більшість наявних вітчизняних праць зосереджені на загальних характеристиках комп'ютерно-опосередкованої комунікації або аналізі друкованих та телевізійних ЗМІ, тоді як синергія візуального ряду, цифрового інтерфейсу та паравербальних чинників саме у німецькомовних екологічних вебінарах залишається поза фокусом системного наукового аналізу.

Мета дослідження. З огляду на вище сказане метою цієї статті є комплексне розкриття мультимодальної специфіки німецькомовних екологічних вебінарів (на матеріалі платформи Europe Calling) та визначення ролі вербальних і невербальних засобів як чинників реалізації комунікативно-прагматичної мети мовця.

Виклад основного матеріалу. Мультимодальна семіотика (Г. Кресс, Т. ван Левен) розглядає медіадискурс як процес конструювання смислу за допомогою сукупності різнорідних семіотичних ресурсів або модусів. Під модусом (mode) розуміють сформований культурою семіотичний ресурс для створення значення (мова, зображення, жест, колір). Важливо підкреслити, що в мультимодальному тексті мова не завжди відіграє домінуючу роль; усі модуси мають рівнозначний потенціал у створенні значення [1].

Згідно з поглядами дослідників, вебінар можна класифікувати як дискурс мультимедіа – тип медіадискурсу, якому властиві такі риси:

- 1) використання декількох модусів одночасно;
- 2) досягнення зв'язності (когерентності) через усі задіяні канали;
- 3) соціальна зумовленість вибору семіотичних засобів [2; 3].

У межах вебінару автор мусить не лише володіти технологіями, а й чітко усвідомлювати смислотворчу функцію кожного ресурсу (слайда, інтонації чи погляду в камеру) у процесі конструювання змісту [4, с. 34].

У вебінарі прагматичний ефект – це сукупний вплив на слухача, який включає передачу інформації, формування довіри та спонукання до певних висновків або дій. Ключовим поняттям тут є те, що мовець навмисно прагне комунікувати понад буквальний зміст слів. У цифровому форматі це значення часто передається паравербально (через голос) та невербально (через візуальні образи). Вебінар як складний різновид жанру вимагає від слухача постійної «прагматичної інференції» – виведення прихованих смислів із контексту та комбінації різних модусів.

Матеріалом для практичного аналізу мультимодальних характеристик дискурсу стали вебінари «Im Ausland zum Ziel? – Schwächen internationale Emissionszertifikate das EU-Klimaziel?» [5] і «Außenpolitik ohne Klima-Kompass?» [6], організовані платформою Europe Calling. Вибір цих заходів зумовлений високим рівнем експертності залучених спікерів, чий доповіді репрезентують різні прагматичні вектори екологічного та економічного спрямування. Зокрема, було проаналізовано виступи професора Оттмара Еденгофера, чий академічний статус дирек-

тора Потсдамського інституту досліджень наслідків зміни клімату та голови ESABCC зумовлює домінування стратегії експертності; Лінди Калхер, генеральної директорки «Strategic Perspectives», чий дискурс поєднує аналітичну та суспільно-політичну спрямованість; доктора Петера Лізе, чия позиція як координатора фракції ЄНП у Європарламенті відображає законодавчий та інституційний підходи; а також Свена Гігольда, співзасновника Europe Calling та досвідченого політика, чий виступи демонструють майстерне використання інтенційних засобів для об'єднання громадської думки навколо «Європейського Зеленого курсу». Такий репрезентативний склад учасників дозволив дослідити, як мультимодальні ресурси (від інтонаційних акцентів до складної інфографіки в презентаціях) використовуються для аргументації позицій у дискусії про майбутнє європейської кліматичної політики.

Як показує аналіз німецькомовних екологічних вебінарів, вербальні, невербальні і паравербальні засоби мають диференційовану вагу залежно від стратегії спікера. Невербальна комунікація у німецькомовних екологічних онлайн-заходах проявляється через такі канали:

– вираз обличчя (міміка) – за допомогою легкої посмішки, насуплених брів чи специфічних мімічних рухів доповідач передає емоційне забарвлення виступу, транслюючи тривогу або оптимізм щодо кліматичних змін;

– жестикуляція – слугує для візуалізації структури викладу, наприклад, коли промовець використовує пальці для переліку тез або розводить руки, пояснюючи масштабність екологічних процесів;

– положення тіла (поза) – демонстрація відкритості сприяє налагодженню довірливих стосунків з аудиторією, тоді як закрита постава (схрещування рук) може сприйматися як ознака дистанціювання або втоми спікера;

– візуальний контакт – специфіка вебінару передбачає фокусування погляду на лінзі камери, що створює у глядача ефект персоналізованого звернення та безпосередньої участі в дискусії.

Такі прийоми узгоджуються з концепцією Гофмана про невербальні ритуали взаємодії, які зміцнюють соціальний зв'язок між учасниками комунікації [7]. Для об'єктивності аналізу було підраховано частоту використання невербальних маркерів спікерами вебінару (рис. 1), а також відсоток зорового контакту (рис. 2).

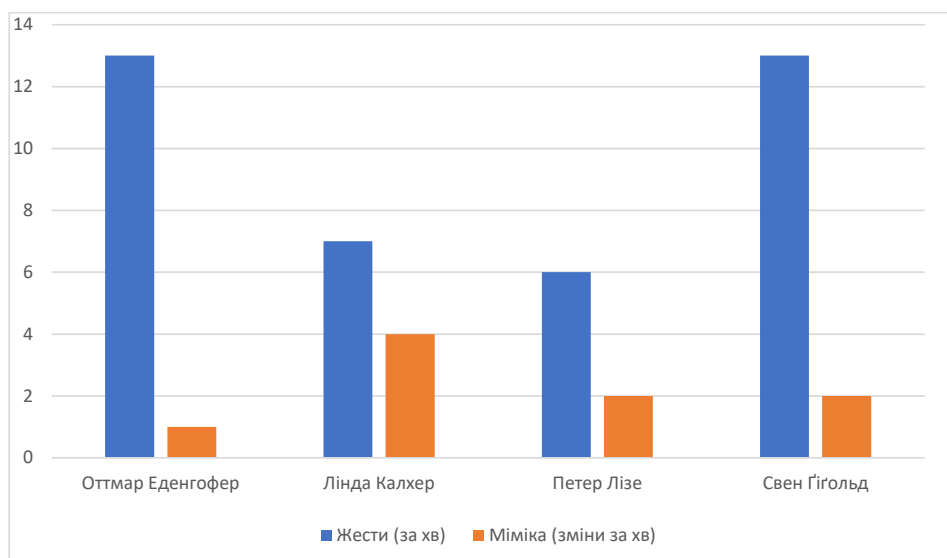


Рис. 1. Частота жестів і змін міміки

Результати проведеного аналізу свідчать, що в цифровому середовищі досліджуваних вебінарів найбільш вагомими є три групи невербальних засобів, які визначають прагматичний ефект виступу. Першочергове значення має **зоровий контакт (погляд у камеру)** як ключовий чинник форму-

вання довіри: високі показники Лінди Калхер (86%) та Свена Гігольда (92%) забезпечують максимальну залученість аудиторії, тоді як низький рівень прямої адресації у Петера Лізе (21%) помітно послаблює персональний зв'язок із слухачем. Другою потужною групою є **візуальні матеріали (слайди та графіки)**, які у структурі вебінару часто переважають за значущістю інші невербальні коди, оскільки займають до 80–90% екранного простору; зокрема, графіки Оттмара Еденгофера у вебінарі «*Außenpolitik ohne Klima-Kompass?*» виступають «когнітивними якорями», що структурують сприйняття інформації. Водночас роль **жестів та міміки** виявляється прямо залежною від кадрування: якщо емоційна міміка Лінди Калхер створює відкритий і «теплий» стиль комунікації, то жестикуляція професора Еденгофера втрачає свій прагматичний потенціал через обмежену видимість у кадрі, що знижує загальну ефективність невербального впливу спікера.

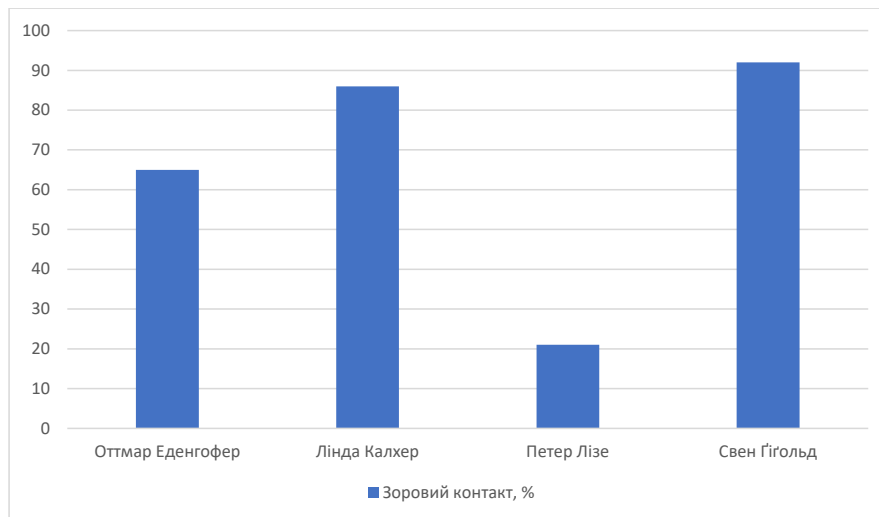


Рис. 2. Відсоток зорового контакту

Якщо наявна мультимедійна презентація, саме вона стає визначальною, оскільки слайди перебирають на себе основне комунікативне навантаження, займаючи до 80–90% візуального простору екрану. У контексті екологічного дискурсу презентація функціонує як когнітивний та прагматичний якор: вона не просто дублює слова спікера, а верифікує їх за допомогою наочних доказів – графіків, мап температурних аномалій та статистичних таблиць. Завдяки мультимодальній природі (поєднанню тексту, кольору та інфографіки), слайди дозволяють структурувати складні наукові дані, роблячи їх доступними для сприйняття аудиторією. Наприклад, у доповіді професора Оттмара Еденгофера мультимодальна презентація була важливим інструментом впливу через кольорові контрасти (зелений–червоний) на графіках цін на CO₂, які спрямовували увагу на критичні точки аналізу, забезпечуючи когнітивну ясність.

Колір у мультимодальному дискурсі – це семіотична система. У вебінарі «*Außenpolitik ohne Klima-Kompass?*» мінімалістична гама біло-сірих тонів створювала враження академічності, на тлі якої помаранчеві елементи (цифри, ключові слова) миттєво привертати увагу та слугували «маяками» для фіксації головних ідей. Використання помаранчевого значка стріли, що влучає в ціль, формувало візуальний лейтмотив успіху та результативності.

Голос і текст чату доповнюють візуальний ряд, створюючи багатозаровий смисл. Використання модальних часток (*halt, mal, eben*) у мовленні Лінди Калхер наближало її довірливий стиль до природного діалогу. Текст презентації (наприклад, заголовки) та коментарі в чаті створюють інтертекстуальні зв'язки, які активізують фонові знання слухачів і підсилюють аргументацію.

Прагматика німецькомовного екологічного вебінару базується на синергії вербальних інтенцій та невербальної підтримки. Опираючись на класифікацію Дж. Серля, проаналізуємо, як специфічні семіотичні ресурси допомагають спікерам досягати ілокутивної мети [8]:

1. Асертиви (Assertiva). Для таких експертів як професор Отмар Еденгофер пріоритетним є відображення істинного стану речей (*Wort-auf-Welt*). Оскільки його видимість в кадрі обмежена, прагматичне навантаження асертивів переноситься на візуальний ряд. Складні графіки та схеми у виступі не є просто ілюстрацією, а «візуальним доказом». Психологічний стан «віри» у слухача формується через високу точність представлених на екрані даних, що компенсує низьку невербальну активність професора.

2. Директиви (Direktiva). Спонування аудиторії до дій (*Welt-auf-Wort*) є основою виступів Свена Гігольда. Його надзвичайно високий показник зорового контакту (92%) безпосередньо корелює з ілокутивною силою директивів. Коли він закликає до активності щодо «Зеленого курсу», прямий погляд у камеру в поєднанні з інтенсивною жестикуляцією створює ефект персонального звернення, перетворюючи загальний політичний заклик на індивідуальне спонування для кожного глядача.

3. Комісиви (Kommissiva). Для політиків, як-от Петера Лізе, важливою є реалізація комісивів – обіцянок та зобов'язань. Хоча його відсоток зорового контакту нижчий (21%), прагматика обіцянки підтримується статичними мультимодальними засобами: офіційним тлом кабінету та одягом, що вказують на його статус у Європарламенті. Це забезпечує необхідну декларативність і підтверджує намір виконати обіцяне в межах інституційних повноважень.

4. Експресиви (Expressiva). Вираження ставлення та почуттів найкраще простежується у виступах Лінди Калхер. Її активна міміка (усмішка, вираз занепокоєння) та високий рівень залученості (86% погляду в камеру) є маркерами успішних експресивів. Це дозволяє встановити емоційний контакт із аудиторією, що є критично важливим для екологічного дискурсу, який апелює не лише до розуму, а й до почуттів відповідальності та солідарності.

На основі проведеного аналізу можна констатувати, що в успішному німецькомовному екологічному вебінарі формується цілісна архітектура взаємодії семіотичних рівнів, де кожен компонент виконує свою прагматичну функцію. Вербальний рівень виступає фундаментом для передачі раціональних тез та наукової аргументації. Візуальний рівень, представлений мультимедійними слайдами, не лише структурує ці тези, а й надає їм високого ступеня доказовості за допомогою графічної репрезентації даних. Водночас відеозображення спікера відіграє критичну роль у встановленні емоційного контакту та легітимізації позиції автора. Через невербальні сигнали впевненості – стабільний зоровий контакт та відкриту позу – спікер транслює власну експертність, що в сукупності з іншими засобами забезпечує максимальну персуазивну ефективність всього мультимодального ансамблю засобів.

Такий інтегрований підхід відповідає принципу релевантності (Спербер і Вілсон): слухач докладає мінімум зусиль для обробки інформації, оскільки різні модуси підкріплюють один одного, «розпаковуючи» інтенцію мовця найбільш ефективним шляхом [9]. Водночас спостерігаємо, як мультимодальність дозволяє компенсувати «дистанційність» цифрового формату: там, де вербальний мовленнєвий акт може здатися недостатньо переконливим, візуальний контакт та графічна візуалізація завершують формування ілокутивної сили повідомлення.

Висновки. Мультимодальна специфіка вебінару є визначальним прагматичним інструментом, що формує простір цифрової комунікації. Поєднання тексту, голосу, відео та графіки створює цілісне знакове середовище, де кожен елемент виконує свою функцію: від «когнітивних якорів» на слайдах до емпатичного впливу через міміку. Аналіз практичних прикладів показує, що найбільш ефективними є ті спікери, які адаптують свої невербальні засоби до цифрового формату: підтримують стійкий камерний контакт, використовують чіткі графічні акценти та інтегрують візуальні матеріали з експресією. Таким чином, мультимодальна організація вебінару виступає не лише як засіб передачі даних, а як інструмент конструювання наративів, смислів та емоційних реакцій, що забезпечує соціальну релевантність і комунікативну успішність у сучасному медіапросторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Kress G., Leeuwen T. Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication (1st ed.). London: Arnold, 2001. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0047404504221054>
2. Ступак І., Шаламай А. Характерні особливості дискурсу мультимедіа як типу медіадискурсу. *Науковий вісник ПНПУ ім. К. Д. Ушинського*. 2022. № 34. С. 103–117. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/handle/123456789/15718> (дата звернення: 03.03.2026)
3. Андреева І. О. Мультимодальний аналіз дискурсу: методологічна основа та перспективи напрямку. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2016. № 7. С. 3–8. URL: <https://hdl.handle.net/11300/17548> (дата звернення: 03.03.2026)
4. Kress G. Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication. New York: Routledge, 2010. 212 p. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2011.06.013>
5. Im Ausland zum Ziel? – Schwächen internationale Emissionszertifikate das EU-Klimaziel? *Europe Calling*. 25.06.2025. URL: https://www.youtube.com/watch?v=RI6QSEf62Xc&list=PL30pyIxBXvJnx3_qNFmQJZCE3wa1GMNco&index=14&t=441s (дата звернення: 06.03.2026)
6. Außenpolitik ohne Klima-Kompass? Die internationale Klimapolitik der neuen Bundesregierung. *Europe Calling*. 05.06.2025. URL: https://www.youtube.com/watch?v=CqFAzWLBG4w&list=PL30pyIxBXvJnx3_qNFmQJZCE3wa1GMNco&index=19 (дата звернення: 06.03.2026)
7. Searle J. Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1976. 203 p.
8. Goffman E. Interaktionsrituale: Über Verhalten in direkter Kommunikation. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1986. 291 S.
9. Finkbeiner R. Einführung in die Pragmatik. J.B. Metzler Berlin, Heidelberg, 2025. 224 S. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-662-70642-8>

Дата першого надходження статті до видання: 17.03.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 20.04.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 30.05.2026