

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»
Кафедра «Іноземна філологія та переклад»

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**МУЛЬТИМОДАЛЬНІСТЬ ВЕБ-САЙТУ БРИТАНСЬКОГО
ТОВАРИСТВА NATIONAL TRUST: ЛІНГВАЛЬНІ ТА НЕВЕРБАЛЬНІ
АСПЕКТИ**

Виконала	студентка групи ГФ-314м Кара Анастасія Михайлівна
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Галузь знань	03 Гуманітарні науки
Спеціальність	035 Філологія
Спеціалізація	035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська
Керівник	к. філол. н., доц. Хавкіна О. М.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Факультет гуманітарний
Кафедра «Іноземна філологія та переклад»
Ступінь вищої освіти другий (магістерський)
Спеціальність 035 «Філологія»
Спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно)), перша – англійська

ЗАТВЕРДЖУЮ
В.о. завідувач кафедри
доц. Н.М. Жукова

« ____ » грудня 2025 року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Кара Анастасії Михайлівни

1. Тема кваліфікаційної роботи: **МУЛЬТИМОДАЛЬНІСТЬ ВЕБ-САЙТУ БРИТАНСЬКОГО ТОВАРИСТВА NATIONAL TRUST: ЛІНГВАЛЬНІ ТА НЕВЕРБАЛЬНІ АСПЕКТИ.**

керівник кваліфікаційної роботи Хавкіна Олена Миколаївна, канд. філол. н., доцент кафедри «Іноземна філологія та переклад»

затверджені наказом закладу вищої освіти від «13» листопада 2025 р. № 508

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи: 18 грудня 2025 р.

3. Вихідні дані до проекту (роботи): Гудзь Н.О. «Мультимодальність як визначальна риса веб-сайтів екологічної тематики»; Макарчук Л.Л. «Універсальність мультимодальної лінгвістики»; Norris S. Analyzing Multimodal Interaction: A Methodological Framework.

4. ЗМІСТ розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити): обґрунтувати теоретичні засади мультимодальності; дослідити історію становлення та концептуальні засади діяльності організації National Trust; здійснити аналіз графічних та лінгвальних характеристик офіційного сайту товариства; розкрити прагматику збереження спадщини на прикладі діяльності National Trust; узагальнити та сформулювати рекомендації щодо підвищення ефективності мультимодальної комунікації на веб платформах.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): _____

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	прийняв виконане завдання
I	Хавкіна О.М., к. філол. н., доцент		
II	Хавкіна О.М., к. філол. н., доцент		
Нормоконтроль	Лещенко Г. А., к. філол. н., доцент		

7. Дата видачі завдання «09» вересня 2025 року.

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання	Примітка
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи (КвР)	вересень 2025	Виконано
2.	Розробка завдання на кваліфікаційну роботу	вересень 2025	Виконано
3.	Складання календарного плану кваліфікаційної роботи	вересень 2025	Виконано
5.	Збирання матеріалу для написання 1 та 2 розділів	вересень – жовтень 2025	Виконано
5.	Підготовка розділу 1	жовтень 2025	Виконано
6.	Підготовка розділу 2	жовтень 2025	Виконано
7.	Написання вступу і загальних висновків роботи	листопад 2025	Виконано
8.	Доопрацювання дипломної роботи з урахуванням рекомендацій наукового керівника. Чистове оформлення роботи, подання її науковому керівникові на підготовку відгуку	грудень 2025	Виконано
10.	Рецензування курсового проєкту	грудень 2025	Виконано
11.	Нормоконтроль	грудень 2025	Виконано
12.	Захист курсового проєкту	грудень 2025	Виконано

Студентка

Кара А. М.

Керівник проєкту (роботи)

Хавкіна О. М.

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 123 с., 28 рис., 7 додатків, 76 джерел.

Об'єкт дослідження – веб-сайт британської організації National Trust як мультимодальний текст у цифровому комунікативному середовищі.

Мета роботи – дослідження веб-сайту National Trust з позицій мультимодального аналізу, визначення особливостей функціонування вербальний і невербальний модусів.

Мета дослідження – контент-аналіз; системно-функціональний метод; метод лінгвістичного та стилістичного аналізу; семіотичний метод; метод візуального аналізу графічних компонентів.

У першому розділі кваліфікаційної роботи розглянуто теоретичні засади мультимодальності як сучасної лінгвістичної та комунікативної концепції, охарактеризовано поняття модусу, семіотичних ресурсів та граматики візуального дизайну. У другому розділі здійснено комплексний аналіз веб-сайту National Trust як мультимодального тексту. Особливо увагу приділено вербальному модусу (лексичному, граматичному, синтаксичному та стилістичному рівням), візуальному, аудіовізуальному та аудіальному модусами. У результаті дослідження встановлено, що мультимодальна організація сайтів забезпечує ефективну комунікацію з аудиторією, сприяє формуванню емоційного зв'язку з користувачем і виконує важливу роль у підвищенні доступності, залученості та глибини сприйняття контенту. У додатках подано глосарій термінів мультимодального аналізу, приклади лексико-стилістичних засобів, а також візуальні матеріали з аналізованого веб-сайту.

МУЛЬТИМОДАЛЬНІСТЬ, МУЛЬТИМОДАЛЬНИЙ ТЕКСТ, ВЕБ-САЙТ, ВЕРБАЛЬНИЙ МОДУС, ГРАММАТИКА ВІЗУАЛЬНОГО ДИЗАЙНУ, АУДІОВІЗУАЛЬНИЙ МОДУС, КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА, СЕМІОТИКА, ВЕБ-ДИЗАЙН, ПЕРЕКЛАД, ДЕЙКТИЧНІ ЕЛЕМЕНТИ.

ЗМІСТ

Завдання на роботу	
Реферат	
ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРИТИЧНЕ ПІДґРУНТЯ ДОСЛІДЖЕННЯ МУЛЬТИМОДАЛЬНОСТІ.....	10
1.1. Мультимодальність та синтез семіотичних ресурсів як її основа	10
1.2. Типи мультимодальності	15
РОЗДІЛ 2 МУЛЬТИМОДАЛЬНІСТЬ САЙТУ ТОВАРИСТВА NATIONAL TRUST	22
2.1. Історія створення національного фонду та веб-сайту National Trust ...	22
2.2. Структура організації сайту.....	27
2.3. Модуси сайту National Trust	32
2.3.1. Вербальний модус	34
2.3.2. Візуальний модус	57
2.3.3. Аудіовізуальний та аудіальний модуси	69
ВИСНОВКИ	74
SUMMARY	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	81
ДОДАТКИ.....	89
Додаток А Приклади мультимодальних платформ.....	89
Website A BBC Arts	89
Website B National Geographic.....	90
Додаток Б Тематичний глосарій термінів та метафор сайту National Trust	91
Додаток В Синергія вербальних та невербальних компонентів.....	95
Додаток Д Синергія вербальних та невербальних компонентів сайту National Trust	100
Додаток Е Глосарій термінів та дефініцій мультимодального аналізу.....	110
Додаток Ж Тези за темою «Мультимодальність як провідна риса вебсайтів: лінгвальні аспекти»	117
Додаток И Публікації за темою роботи.....	120

ВСТУП

Інтерес до мультимодальності як явища виник у межах семіотики та лінгвістики у другій половині ХХ століття. У 1990-х роках Г. Кресс і Т. ван Ліувен [48-49] заклали теоретичні основи мультимодального аналізу, представивши концепцію граматики візуального дизайну. Вони розглядали взаємодію вербальних і візуальних компонентів як єдиний комунікативний процес.

На початку ХХІ століття концепція мультимодальності отримала подальший розвиток завдяки дослідженням К. Джевітт [42] та Дж. А. Батемана [34], які наголошували на необхідності інтеграції різних семіотичних ресурсів у межах єдиного текстового простору. Особливу увагу вони приділяли ролі мультимодальності в умовах стрімкого поширення цифрових медіа та трансформації комунікативних практик.

На теренах української лінгвістики дослідження мультимодальності є відносно новим напрямом. У своїх роботах Н. Гудзь [7], Л. Макарук [17-19] і О. Фурман [30] аналізують мультимодальні тексти медіа та веб-ресурсів, проте дослідження мультимодальності в контексті культурної спадщини є поодинокими.

В епоху цифрових технологій веб-сайти стали не лише засобом передачі інформації, але й важливим інструментом впливу на аудиторію. Здатність сайту привертати увагу, утримувати інтерес користувачів та ефективно комунікувати залежить від поєднання вербальних і невербальних компонентів. Цей феномен, відомий як мультимодальність, є актуальним для досліджень у межах лінгвістики, культурології та веб-дизайну.

Веб-сайт британського товариства *National Trust* [74] є яскравим прикладом мультимодального тексту. Організація, створена з метою збереження природної та культурної спадщини Великої Британії, використовує веб-ресурси для залучення аудиторії, популяризації своїх цілей та цінностей, а також реалізації прагматики збереження спадщини.

Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі мультимодальної комунікації в цифровому середовищі, зокрема у сфері популяризації та збереження культурної спадщини. Веб-ресурси провідних культурних інституцій дедалі частіше постають як багатовимірні комунікативні платформи, що поєднують вербальній й невербальні знаки з метою ефективного впливу на аудиторію. У цьому контексті аналіз мультимодальної організації веб-сайту *National Trust* є своєчасним і науково значущим, оскільки визначає специфіку репрезентації культурних цінностей у цифровому прості та сприяє поглибленню знань про взаємодію мовних і візуальних засобів у формуванні комунікативної стратегії установи.

Зв'язок роботи з науковими темами. Кваліфікаційну роботу виконано в межах ініціативної наукової теми кафедри «Іноземної філологія та переклад» Національного університету «Запорізька політехніка» № 06124 «Лінгвосеміотичні параметри міжкультурної комунікації». Тема роботи затверджена наказом ректора № 508 від 13 листопада 2025 р.

Об'єкт дослідження – мультимодальна організація веб-сайту британського товариства *National Trust* як цифрового ресурсу популяризації культурної спадщини.

Предмет дослідження – лінгвальні, візуальні та інші невербальні семіотичні засоби, задіяні у формуванні мультимодального тексту веб-сайту *National Trust*, а також особливості їх взаємодії у створенні комунікативної стратегії установи.

Мета дослідження – аналіз веб-сайту *National Trust* як мультимодального тексту, що поєднує різні семіотичні ресурси для популяризації культурної спадщини.

Досягнення поставленої мети передбачає виконання цілої низки завдань:

- обґрунтувати теоретичні засади мультимодальності та визначити її ключові компоненти;
- дослідити структуру веб-сайту *National Trust*;

- визначити роль вербальних та невербальних компонентів;
- розкрити прагматику збереження спадщини через мультимодальні елементи.

Матеріалом дослідження є офіційний веб-сайт *National Trust* [74], зокрема його текстові, графічні, аудіовізуальні компоненти, що забезпечують реалізацію мультимодальної комунікації. Теоретичну основу становлять наукові праці [7; 30; 32-40; 42; 43; 48-54; 61], присвячені проблемам мультимодальності, лінгвальних та невербальних засобів у цифровому дискурсу.

У процесі аналізу було застосовано такі методи дослідження: *лінгвістичний аналіз тексту* – для вивчення мовних особливостей офіційного веб-сайту *National Trust*, зокрема лексичних, граматичних, синтаксичних і стилістичних характеристик, а також засобів емоційного впливу на аудиторію; *метод стилістичного аналізу* – для виявлення ролі стилістичних фігур, метафор, фразеологізмів, а також для аналізу прагматичної функції мовних засобів у популяризації спадщини; *метод контент-аналізу* – для систематичного збору, класифікації й кількісного аналізу вербальних і візуальних компонентів сайту; *візуальний аналіз графічних компонентів* – для дослідження зображень, композиційних прийомів, кольорової палітри, інфографіки, шрифтів, що формують візуальний модус сайту; *прагматичний аналіз символіки* – для виявлення культурних і ціннісних імплікацій, закладених у символах.

Наукова новизна дослідження полягає в застосуванні мультимодального підходу до аналізу веб-сайту культурної організації, що дозволяє виявити специфіку взаємодії лінгвальних і візуальних ресурсів у формуванні ціннісного, емоційного та прагматичного впливу на аудиторію.

Теоретичне значення дослідження полягає у розширенні уявлень про взаємодію різних семіотичних ресурсів у мультимодальних текстах, а також у розробці методології аналізу веб-сайтів.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що отримані результати можуть бути використані у проєктування веб-інтерфейсів та мультимодальних комунікативних ресурсів, у розробці освітніх програм з мультимодальної лінгвістики, а також у створенні ефективних цифрових інструментів для популяризації культурної спадщини.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та результати дослідження були представлені на щорічній науково-практичній конференції «Тиждень науки – 2025» (14-18 квітня 2025 р., м. Запоріжжя). На основі доповіді було опубліковано тези матеріалу конференції [31].

Структуру кваліфікаційної роботи зумовлено науковою логікою дослідження, його метою та поставленими завданнями. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (76 найменувань) та додатків. Загальний обсяг роботи – 123 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРИТИЧНЕ ПІДГРУНТЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

МУЛЬТИМОДАЛЬНОСТІ

1.1. Мультимодальність та синтез семіотичних ресурсів як її основа

Мультимодальність на сучасному етапі розвитку є невід'ємною складовою сучасної комунікації та відіграє ключову роль у формуванні складних текстів у цифровому середовищі. Мультимодальність може бути визначена як інтеграція різних знакових систем, таких як текст, зображення, звук, анімації тощо, з метою створення комплексного повідомлення. Вона формує основні принципи, за якими здійснюється передача інформації в мультимедійних текстах, забезпечуючи багаторівневе сприйняття і максимальну ефективність комунікації.

У сучасному світі мультимодальність розглядається як одна з провідних категорій для дослідження комунікативних процесів. Це явище відображає багатоконпонентну природу сучасного тексту, що ґрунтується на взаємодії вербальних і невербальних аспектів. Сам термін «мультимодальність» походить від латинських слів *multum* («багато») та *modus* («міра», «спосіб») і визначається як інтеграція різних модусів (або режимів), що забезпечують багаторівневу передачу інформації. До таких модусів належать природна мова (вербальний модус) та інші знакові системи, такі як графічний, аудіальний, кінетичний модуси тощо [6, с. 23].

Основою мультимодальності є синтез семіотичних ресурсів, де кожен компонент – текст, зображення, звук – доповнює інші, створюючи єдине комунікативне середовище. Наприклад, у мультимодальних текстах значення слів підкреслюється візуальними засобами, такими як шрифт, анімація чи кольори, що дозволяє підсилити емоційний або інформаційний вплив. Синтез передбачає інтеграцію різних знакових систем для створення єдиного повідомлення. Це дозволяє створити більш складне та багаторівневе

повідомлення, яке враховує різні когнітивні та емоційні аспекти сприйняття інформації аудиторією.

Так, сайт *BBC Arts* [68] є зразком ефективного використання мультимодальності, де кожен компонент доповнює інші, формуючи комплексний і цікавий досвід для користувачів. Синтез його семіотичних ресурсів дозволяє передати інформацію багатогранно, викликаючи як раціональну, так і емоційну реакцію. Веб-сайт *BBC Arts* успішно інтегрує текст, зображення, аудіовізуальні матеріали та інтерактивні компоненти у єдиний комунікативний простір. Наприклад, на головній сторінці розділу «Arts» використовується великоформатний візуальний контент: ілюстрації та картини митців одразу привертають увагу, створюючи емоційне тло для сприйняття інформації. Тим часом динамічний блок «Arts in Motion» інтегрує елементи аудіовізуального модусу – розмиті зображення танцівниць на темному тлі підкреслюють не лише рух і експресію, а й створюють контраст між білим і чорним кольорами (Див. Додаток А, Website А).

Ідея синтезу семіотичних ресурсів виникла в межах семіотики ще в середині ХХ століття, коли Р. Барт і К. Леві-Стросс досліджували культурні коди та їхню взаємодію у текстах. Проте теоретичний фундамент сучасної мультимодальності було закладено у 1990-х роках Г. Крессом і Т. ван Ліувеном. У своїй праці *Reading Images: The Grammar of Visual Design* [48] вони вперше описали, яким чином візуальні й вербальні елементи співіснують у межах одного повідомлення, створюючи нові рівні смислу. Також науковці стверджують що ключовою характеристикою мультимодальності є її здатність поєднувати вербальні та візуальні модуси через «граматику візуального дизайну». Вони описують цей термін як набір правил, що керують створенням і сприйняттям візуальних елементів у комунікативних текстах. Подібно до граматики, яка використовується у поезії, прозі чи звітах, «граматика візуального дизайну» є універсальною для побудови як творчих, так і практичних текстів. Вона застосовується художниками для створення

мистецьких творів, дизайнерами для створення макетів, а також для підготовки діаграм, брошур чи звітів [48, с. 18].

Подальший розвиток цієї тематики припав на 2000-ні роки, коли мультимодальність стала однією з ключових тем у культурології та дизайні, і її почали вивчати у контексті різних аспектів: лінгвістичних, семіотичних, когнітивних і прагматичних. Роботи К. Джевітта, *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis* [42] та С. Норріс, *Analyzing Multimodal Interaction* [57] акцентували увагу на методах аналізу взаємодії модусів, а також на соціосеміотичні та прагматичні ролі мультимодальних текстів.

К. Джевітт визначає прагматичну роль мультимодальних текстів у тому, що їхня форма та зміст впливають на сприйняття інформації. Вона аналізує мультимодальність у контексті освітніх платформ, де відео та текст працюють разом, щоб полегшити навчання. У своїй роботі дослідниця пояснює, що поєднання тексту та візуального контенту дозволяє залучити різні когнітивні канали, створюючи більш ефективну комунікацію. Наприклад, у презентаціях шрифти, кольори та зображення підсилюють повідомлення, забезпечуючи краще запам'ятовування матеріалу [42, с. 199-323].

С. Норріс зосереджується на взаємодії між різними модусами та їхньою роллю у створенні смислу. У своїй роботі лінгвіст пропонує методологію аналізу мультимодальної взаємодії, зокрема в ситуаціях, де модуси не просто співіснують, але активно взаємодіють. Прикладом може бути аналіз відео, де вербальні модуси (мова героїв) взаємодіють із невербальними (жести, музика, кольори кадру). С. Норріс зазначає, що модуси не є рівноправними; деякі з них можуть домінувати, тоді як інші доповнюють загальну картину [57, с. 142]. Наприклад, у рекламі основне повідомлення може передаватися через текст, але візуальні елементи, як-от кольори чи рухомі зображення, створюють емоційний вплив і формують глибше розуміння змісту.

Дж. Бейтман у своїх дослідженнях розглядав взаємодію тексту та зображення як ключовий фактор створення ефективних мультимедійних повідомлень. Наприклад, у його роботі наводиться аналіз журнальних статей,

де текст описує певний продукт, а зображення підсилює або навіть розширює зміст опису. У рекламі це може бути ілюстрація товару, яка акцентує його унікальні особливості, тоді як текст додає аргументовану інформацію [34, с. 223].

Дж. Бейтман також досліджує роль макета сторінки, яка є ключовою для інтеграції тексту та зображень. Наприклад, в електронних виданнях або на веб-сайтах розташування тексту відносно зображень може впливати на те, як читач сприймає інформацію. Цей аспект має велике значення для дизайну мультимедійних платформ, де користувачеві потрібно швидко орієнтуватися у змісті (Див. Додаток В, рис. 1.4.).

К. Матіссен у своїй роботі, *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*, створеній у співпраці з Т. ван Ліувеном, досліджує мультимодальні дискурси з позиції системно-функціонального підходу. Він акцентує увагу на когнітивному впливі візуальних і текстових елементів, зокрема їхній здатності створювати складні повідомлення, зрозумілі для широкої аудиторії [52].

Ф. Серафіні у своїх дослідженнях приділяє значну увагу символіці кольорів і композицій у мультимодальних текстах. Він аналізує, як кольори впливають на емоційне сприйняття та поведінку користувачів у різних контекстах, включаючи освітні платформи, мультимедійні ресурси та веб-дизайн. Наприклад, теплі кольори, як-от жовтий або оранжевий, сприяють створенню почуття оптимізму й енергії, тоді як холодні відтінки, такі як синій і зелений, допомагають формувати атмосферу спокою та зосередженості. У його дослідженнях освітніх платформ показано, що використання кольорів може підвищити концентрацію уваги учнів, створюючи візуальне середовище, яке полегшує сприйняття матеріалу [61, с. 20].

Отже, мультимодальність, як явище сучасної комунікації, є складним і багаторівневим процесом, що базується на синтезі семіотичних ресурсів. Її унікальність полягає у здатності поєднувати вербальні та невербальні елементи, створюючи нові рівні смислу, які важко або неможливо досягти за

допомогою лише одного комунікативного каналу. Синтез тексту, зображень, кольорів, звуків і відео формує цілісне повідомлення, здатне викликати як раціональну, так і емоційну реакцію аудиторії, впливаючи не лише на когнітивне, а й на сенсорно-перцептивне сприйняття інформації [23].

Мультимодальність забезпечує гнучкість і багатовимірність у передачі змісту, адаптуючи комунікативні стратегії до потреб різних аудиторій, культурних контекстів та форматів споживання інформації. Вона особливо актуальна в умовах цифрової доби, коли користувачі взаємодіють із контентом через екрани, що поєднують текст, візуал, анімацію, звук, гіперпосилання та інші знакові системи. У цьому контексті важливою стає не лише наявність модусів, а й принципи їхньої інтеграції, узгодженості та функціонального співіснування.

Роботи сучасних дослідників, таких як К. Джевітт, Дж. Бейтман, С. Норріс та Ф. Серафіні, підтверджують важливість інтеграції різних модусів для досягнення ефективної комунікації. Їхні дослідження акцентують на тому, що мультимодальний підхід дозволяє не лише збагачувати інформаційний простір, а й формувати нові смислові поля через взаємодію кодів і каналів. Наприклад, концепція «граматика візуального дизайну» і пояснює, як візуальні елементи можуть бути структуровані подібно до мовних, виконуючи функції синтаксису, ритму, акцентування та прагматичної спрямованості.

Таким чином, мультимодальність є не лише теоретично значущою науковою концепцією, але й практичним інструментом. Вона відкриває нові можливості для створення контенту, орієнтованого на залучення, емоційну взаємодію та глибоке осмислення – що особливо важливо в умовах інформаційного перенасичення та зростання візуальної культури у суспільстві. Завдяки поєднанню різних модусів – вербального, візуального, аудіального та аудіовізуального – цифровий текст перестає бути лише носієм інформації й перетворюється на інтерактивне, естетично привабливе середовище, що активно формує досвід користувача.

У сфері збереження культурної спадщини, наприклад, як це демонструє сайт *National Trust*, мультимодальність виконує не лише інформативну, а й емоційно-переконливу функцію. Вона дозволяє не просто прочитати про цінність певного об'єкта, а побачити його, почути історії, відчувати атмосферу місця через візуальні та аудіальні засоби. Подкасти, відеогіди, інтерактивні мапи та символічне оформлення – усе це формує багатовимірний, залучаючий досвід, який стимулює не лише розуміння, а й емпатію, натхнення та готовність діяти.

Отже, мультимодальний підхід не лише підвищує якість цифрової комунікації, а й відповідає сучасним потребам суспільства – в доступності, гнучкості, емоційності та культурній глибині. У контексті освіти, культурної політики, медіа, маркетингу та цифрового дизайну мультимодальність дедалі більше утверджується як необхідна складова успішної комунікації у XXI столітті.

1.2. Типи мультимодальності

Мультимодальність, як явище сучасної комунікації, охоплює широкий спектр текстів та повідомлень, які створюються за допомогою інтеграції різних модусів (текстових, візуальних, аудіальних, кінетичних тощо). Через багатогранність цього явища існують численні підходи до його класифікації, які враховують специфіку взаємодії елементів, їхню функцію та мету.

Класифікація мультимодальності є важливою для її розуміння, оскільки вона допомагає систематизувати знання та створює методологічну основу для аналізу мультимодальних текстів у різних контекстах, включаючи освіту, рекламу, політику та соціальні медіа.

Класифікація за модусами

Один із найпоширеніших підходів до класифікації мультимодальності ґрунтується на модусах, які взаємодіють у тексті.

Згідно з цим підходом, деякі вчені, наприклад Л. Глівінська виділяють такі типи мультимодальності:

- *вербальна мультимодальність*: використання текстів і мовних елементів; це можуть бути статті, підписані зображення або рекламні слогани;
- *візуальна мультимодальність*: поєднання графічних елементів, зображень, фотографій, інфографіки; зображення не лише підсилюють текстову інформацію, але й додають нові рівні смислу;
- *аудіальна мультимодальність*: інтеграція звуків, музики, голосів; наприклад, у рекламних роликах музика створює емоційний фон для ключового повідомлення;
- *кінетична мультимодальність (поведінка)*: рух, жести, анімація [6, с. 25].

Класифікація за роллю модусів

Згідно з підходом К. Джевїтт, мультимодальність можна класифікувати за тим, як взаємодіють модуси:

- *домінантна мультимодальність*: один модус є головним (наприклад, текст), а інші виконують допоміжну функцію; це характерно для статей із зображеннями;
- *рівноправна мультимодальність*: усі модуси мають однакове значення у створенні повідомлення; наприклад, у відеороликах текст, зображення та музика працюють одночасно;
- *залежна мультимодальність*: деякі модуси функціонують лише у поєднанні з іншими, як у випадку підписів до зображень, які не мають змісту без зображення [42, с. 245].

Класифікація за контекстом використання

Ф. Серафіні пропонує підхід, де мультимодальність класифікується залежно від того, у якому контексті вона застосовується:

- *освітня мультимодальність*: застосовується у навчальних платформах, де взаємодіють текст, відео та зображення для кращого засвоєння матеріалу. Наприклад, інтерактивні платформи, такі як *Khan Academy*,

використовують мультимодальні елементи для пояснення навчального матеріалу;

- *рекламна мультимодальність*: поєднання тексту та зображень у рекламних кампаніях для формування емоційного зв'язку з аудиторією. Наприклад, у телевізійній рекламі слогани поєднуються з візуальними ефектами для підсилення враження;

- *мультимодальність соціальних медіа*: інтеграція різних знакових систем – тексту, відео, зображень, анімації, графіки, гіперпосилань, а також інтерактивних елементів (опитування, кнопки, реакції, чати тощо). Такі ресурси забезпечують багаторівневу взаємодію з аудиторією, стимулюючи не лише споживання, але й активне співтворення контенту [61, с. 19–29]. До речі, цей тип медіа-мультимодальності було також запропоновано К. Матіссеном як частину ширшої типології сучасної комунікації, де медіа та модуси тісно переплетені [53, с. 45].

Класифікація за прагматичними функціями

Згідно з К. Матіссеном, мультимодальність також можна класифікувати залежно від функцій, які вона виконує:

- *інформаційна мультимодальність*: передача фактів і даних через текст, графіки та діаграми;

- *емоційна мультимодальність*: використання кольорів, музики та зображень для викликання емоцій – наприклад, червоний колір у рекламі часто асоціюється з пристрасстю та енергією;

- *інтерактивна мультимодальність*: створення інтерактивного досвіду для користувача – наприклад, інтерактивні кнопки або анімації на веб-сайтах [53, с 66].

Отже, мультимодальність, як багатогранне явище, охоплює різноманітні типи текстів і повідомлень, які поєднують різні модуси для створення цілісного комунікативного ефекту. Спроби різних учених класифікувати різні типи мультимодальності з точки зору різних аспектів, сприяють більш глибокому розумінню структур і функцій мультимодальних текстів.

Аналіз класифікацій показує, що мультимодальність можна розглядати з кількох перспектив:

- за типами модусів;
- за роллю модусів;
- за контекстами використання;
- за прагматичними функціями.

Кожна класифікація відображає різні аспекти мультимодальних текстів, дозволяючи більш комплексно аналізувати їхню структуру, функції та вплив на аудиторію. Різноманітність типів мультимодальності свідчить про її універсальність і вагоме значення у сучасному світі комунікації. Така багатогранність дозволяє мультимодальним текстам адаптуватися до різних потреб і контекстів, забезпечуючи ефективність передачі інформації та створення емоційного зв'язку з аудиторією. Це робить класифікації мультимодальності незамінними для подальших досліджень і практичних застосувань.

1.3. Мультимодальність як провідна риса веб-сайтів

У сучасному цифровому середовищі веб-сайти стали основним засобом комунікації між організаціями та їхньою аудиторією. Їхньою ключовою рисою є мультимодальність – інтеграція текстових, візуальних, аудіальних та інтерактивних елементів для створення цілісного і багатофункціонального комунікативного продукту. Завдяки цьому веб-сайти можуть передавати складну інформацію ефективно, залучаючи користувачів до активної співпраці та формуючи емоційний зв'язок із ними.

Мультимодальність веб-сайтів проявляється у взаємодії таких компонентів:

- *вербальні елементи*: тексти, заголовки, описові матеріали та підписи – вони забезпечують логічну основу для передачі інформації;

- *візуальні елементи*: зображення, графіка, інфографіка та кольори – ці компоненти створюють візуальну привабливість і сприяють формуванню емоційного сприйняття представленої інформації;

- *інтерактивні елементи*: меню, кнопки, форми для заповнення та інтерактивні карти – вони полегшують навігацію та залучають користувачів до взаємодії;

- *аудіо та відео*: медіаматеріали, які додають емоційності та допомагають передати складні ідеї у більш зрозумілому форматі.

Застосування мультимодальності у веб-сайтах дозволяє досягти низки важливих цілей:

- 1) *залучення аудиторії*: яскравий візуальний контент і зручний дизайн привертають увагу користувачів;

- 2) *передача складної інформації*: мультимодальні елементи допомагають спростити складну інформацію через інтерактивні елементи, графіки або відео;

- 3) *формування емоційного зв'язку*: використання кольорової гами, зображень і медіа допомагає викликати емоції, які підсилюють основне повідомлення;

- 4) *підвищення зручності користування*: інтерактивні елементи забезпечують легкий доступ до потрібної інформації, роблячи взаємодію зі сайтом інтуїтивною.

На сьогодні існує значна кількість наукових досліджень, присвячених мультимодальності у цифрових комунікаціях, зокрема у структурі веб-сайтів. Так, у працях Г. Кресс і Т. Ван Левена [48-49] закладено теоритичне підґрунтя для аналізу взаємодії різних модусів у створенні єдиного комунікативного простору. Подальші дослідження, такі як роботи С. Норріс [47], К. Матіссен [53] підтверджують, що мультимодальність є ключовим інструментом для формування ефективного користувацького досвіду у віртуальному середовищі.

Окрему увагу приділяють платформам освітнього та інформаційного характеру, які поєднують текст, зображення, відео, інтерактивні елементи й адаптивний дизайн. Розглянемо детальніше на конкретних прикладах.

Khan Academy

У межах власного аналізу прикладом ефективної реалізації освітньої мультимодальності можна розглядати платформу *Khan Academy* [71], яка є вдалим зразком мультимодального освітнього ресурсу, що дозволяє адаптувати навчальний матеріал до різних когнітивних стилів учнів.

Мультимодальні елементи, що широко використовуються на сайті, включають:

- відеоуроки з анімованими графіками та субтитрами;
- інтерактивні тести, що дозволяють користувачам практикувати отримані знання;
- текстові описи для пояснення складних концепцій у зрозумілому форматі.

National Geographic

З позицій теорії візуальної граматики, розробленої Ф. Серафіні, можна припустити, що такі медіаплатформи як *National Geographic* [73] використовують комплексну мультимодальну стратегію для створення емоційного зв'язку з аудиторією. Базуючись на підходах Ф. Серафіні до взаємодії образу, кольору та тексту як смислотвірних елементів, ми можемо розглядати *National Geographic* як приклад ефективної реалізації візуального дискурсу у цифровому просторі.

Мультимодальні елементи, що забезпечують цей ефект, включають:

- високоякісні фотографії природи та культурної спадщини народів світу, які формують візуальну нарацію;
- відеоматеріали з аудіосупроводом, що активізують аудіовізуальний модус сприйняття;
- інтерактивні карти та інфографіки, які сприяють когнітивному залученню користувача (див. Додаток А, Website В);

- використання яскравих кольорів для акцентування важливих елементів інтерфейсу, зокрема кнопок і посилань, що покращує навігацію та залучення (див. Додаток Д, рис. 1.8.).

Таким чином, *National Geographic* можна розглядати як приклад освітньої мультимодальності, яка відповідає основним принципам візуальної семіотики й спрямована на глибоке емоційно-сміслову залучення читача.

Отже, мультимодальність є ключовою рисою сучасних веб-сайтів, яка забезпечує інтеграцію текстових, візуальних, аудіальних та інтерактивних елементів для створення ефективною комунікації. Завдяки синтезу цих модусів веб-сайти виконують не лише інформаційну, але й емоційну та інтерактивну функції, що дозволяє залучати користувачів, полегшувати сприйняття інформації та формувати емоційний зв'язок з аудиторією.

Проведений аналіз показує, що мультимодальність є не лише технічним засобом, але й стратегічним інструментом для створення веб-контенту, здатного максимально ефективно взаємодіяти з користувачами. Особливу роль мультимодальність відіграє у веб-сайтах, які зосереджені на культурних, соціальних або освітніх ініціативах.

У наступному розділі буде розглянуто, як мультимодальність реалізується на веб-сайті *National Trust* – яскравому прикладі платформи, що поєднує інформаційну, емоційну та інтерактивну складові та уособлює збереження культурної спадщини.

РОЗДІЛ 2

МУЛЬТИМОДАЛЬНІСТЬ САЙТУ ТОВАРИСТВА NATIONAL TRUST

2.1. Історія створення національного фонду та веб-сайту National Trust

Британське товариство *National Trust* є однією з найвідоміших і найповажніших благодійних організацій світу, діяльність якої спрямована на охорону природної, культурної та архітектурної спадщини Великої Британії. Його історія, символіка та діяльність відіграють важливу роль у формуванні сучасних підходів до захисту спадщини, як на національному, так і на міжнародному рівнях. Це унікальне поєднання соціальних, культурних і моральних чинників кінця XIX століття, коли процеси індустріалізації та урбанізації загрожували знищенням унікальних історичних пам'яток і природних ландшафтів.

Ідея Національного фонду народилася у 1884 році, коли Октавію Гілл, одну із засновниць, попросили допомогти зберегти сад Сайес Корт у південно-східному Лондоні.

Організація *National Trust* була заснована у 1895 році в Англії трьома видатними діячами: Октавією Гілл, сером Робертом Хантером та каноніком Хардвіком Ронслі. Їх об'єднала спільна мета – «...сприяння постійному збереженню на благо нації земель та житлових будинків (включаючи будівлі), що мають красу або історичне значення, а також земель для збереження (наскільки це практично можливо) їхніх природних особливостей, тваринного та рослинного світу» [74]. Та головною метою було створення організації, яка б захищала природні ландшафти, історичні пам'ятки та культурну спадщину від руйнування та урбанізації. Засновники усвідомлювали, що індустріальна революція ставить під загрозу значну частину історичних об'єктів і природних територій.

Як зазначає М. Холл у своїй праці *The Politics of Collecting: The Early Aspirations of the National Trust*, формування *National Trust* стало соціальною

відповіддю на втрату історичної ідентичності, спричинену індустріалізацією. Організація мала не лише матеріальну, а й моральну мету – виховувати у громадян почуття відповідальності за спадщину та історію своєї країни [45, с. 345–347].

Першим об'єктом, придбаним фондом, став Alfriston Clergy House у графстві Східний Суссекс – невеликий середньовічний будинок, куплений у 1896 році за символічну суму £10. Цей крок започаткував практику благодійного викупу історичних споруд задля їх збереження [75].

Поступово організація отримала юридичне закріплення своєї діяльності. У 1907 році було ухвалено *National Trust Act*, який визнав фонд незалежною благодійною інституцією та гарантував, що його володіння не можуть бути продані без дозволу парламенту Великої Британії [55].

Упродовж ХХ століття діяльність товариства значно розширилася. Після Першої світової війни організація почала активно скуповувати земельні ділянки, аби запобігти надмірній забудові та промисловому освоєнню узбережжя. Особливо вагомою стала кампанія «Enterprise Neptune», 1965 р., спрямована на охорону прибережних територій Англії, Уельсу та Північної Ірландії, у результаті якої понад 700 миль узбережжя перейшло під охорону фонду.

До кінця ХХ століття *National Trust* перетворився на головну організацію Британії у сфері збереження культурної спадщини, об'єднуючи понад 5,7 мільйонів членів і тисячі волонтерів.

Сьогодні *National Trust* керує понад 500 історичними будівлями, садами, пейзажами, а також 250 000 гектарів землі та 780 милями узбережжя. Його діяльність охоплює як реставрацію, так і популяризацію культурних об'єктів через сучасні цифрові технології, освітні проекти та туристичні маршрути. Таким чином, організація не лише зберігає минуле, а й актуалізує його для майбутніх поколінь, тому *National Trust* є прикладом для інших країн у питаннях охорони спадщини.

Щодо символіки, парадигми та цінностей у збереженні спадщини, то *National Trust* використовує символіку, яка підкреслює її зв'язок із природою, історією та стабільністю. Логотип організації – зображення гілки дуба – є символом міцності, довголіття та зв'язку поколінь. Дуб є одним із найпоширеніших символів у британській культурі, що уособлює силу та стійкість. Його символічне значення часто використовується у літературі та мистецтві. Зелений колір, що домінує у візуальній айдентиці організації, асоціюється з природою, гармонією та екологічною свідомістю.

Культурні парадигми, що лежать в основі діяльності *National Trust*, ґрунтуються на ідеї доступності культурної спадщини для всіх верств населення. Організація прагне не лише зберігати історичні та природні об'єкти, а й зробити їх відкритими та зрозумілими для широкої аудиторії. Такий підхід втілює синтез традиції та інновації, де минуле не музейно зафіксоване, а динамічно вписане в сучасність як ресурс і натхнення для майбутнього.

Ці цінності яскраво виражені у слогані організації «For everyone, for ever», який став символом її комунікативної ідентичності. Лаконічність вислову поєднує інклюзивність («для всіх») і довготривалість («назавжди»), а його ритмічність і простота сприяють емоційному запам'ятовуванню. З точки зору прагматичної лінгвістики, такий слоган виконує функцію емоційного зв'язку з аудиторією, закликаючи до спільної участі у збереженні спадщини.

Як зазначає Р. Ходжкінсон у своїй дисертації *Seeing Empire through the National Trust*, мовна риторика організації змінює фокус з імперських наративів на колективну пам'ять, уникаючи ідеологізації. Таким чином, *National Trust* не лише охороняє об'єкти, а й перетворює їх на універсальні символи спадщини, відкриті для всіх – незалежно від походження, ідеології чи соціального статусу [44].

Як приклад активного збереження природної спадщини, фонд започаткував ініціативу «Trees of Hope» («Дерева надії»), яка стала відповіддю на резонансне знищення одного з найвідоміших дерев Великої Британії –

Sycamore Gap Tree. Це дерево, якому було понад 300 років, росло в безпосередній близькості до Стіни Адріана та форту Гаустедс – об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. У вересні 2023 року воно було навмисно зрубано в акті вандалізму, що викликало хвилю обурення, жалю та співчуття серед мільйонів людей по всьому світу. *National Trust* тоді офіційно заявив:

«*We were shocked and saddened when the famous Sycamore Gap Tree, at the UNESCO World Heritage Site Hadrian's Wall and Housesteads Fort, was felled in an act of vandalism in September 2023... It is clear this tree was special to many, many people.*» [74].

На тлі цієї події було створено ініціативу «Дерева надії», в рамках якої 49 саджанців, вирощених із насіння символічного дерева (по одному на кожен фут його висоти), будуть подаровані громадам по всій Великій Британії. Вибір місць для посадки здійснюється з урахуванням емоційного зв'язку спільнот із природою, спадщиною та територією. Одне з таких дерев буде висаджене неподалік Стіни Адріана, що також символічно підкреслює спадковість ідеї.

Крім того, *Sycamore Gap* виявляє ознаки відновлення – з кореня пня проросли 25 нових пагонів, які потенційно можуть сформувати «нове» дерево. За словами представників *National Trust* і адміністрації національного парку Нортумберленд, організація планує залишити всі пагони для природного розвитку протягом кількох років, аби надалі вирішити, як найкраще керувати процесом регенерації.

Ініціатива «Trees of Hope» є не лише екологічним, а й комунікативним проєктом, що мобілізує суспільство, звертаючись до глибоких емоцій – жалю, надії, відповідальності за майбутнє. У контексті мультимодальності вона демонструє взаємодію візуального символу (відоме дерево), вербальної риторики (публічні повідомлення, слогани), а також соціальних дій (масова участь у кампанії).

Розглянутий кейс демонструє, як різні семіотичні ресурси можуть поєднуватися для посилення комунікативного впливу. У широкому ж контексті цифрової комунікації ці принципи стають фундаментом для

стратегічних змін, що їх упроваджує *National Trust*, здійснюючи масштабну цифрову трансформацію, що має важливе значення з точки зору мультимодальності. Як зазначає Х. Грін у своїй статті *Behind the National Trust's Historic Digital Roadmap*, опублікованій у журналі *Charity Digital*, організація перебуває «в середині своєї найбільшої на сьогодні цифрової трансформації – десятирічної стратегії, яка охоплює як зовнішню (сприйману користувачами), так і внутрішню (інфраструктуру) частини» [41].

National Trust поставив перед собою амбітну мету – створити єдину, цілісну онлайн-платформу замість понад 360 окремих веб-ресурсів, які існували на момент проведення цифрового аудиту. Така роздробленість не лише ускладнювала навігацію для користувачів, а й послаблювала комунікативну ефективність організації, оскільки різні сайти відрізнялися структурою, дизайном і рівнем доступності інформації. Об'єднання цифрових ресурсів у єдину систему мало забезпечити узгодженість контенту, спростити взаємодію з аудиторією та посилити репрезентацію бренду в цифровому середовищі.

У листопаді 2015 року було запущено новий, централізований сайт, який став ключовою віхою в цифровій трансформації *National Trust*. Уже перші результати підтвердили успішність рішення: відвідуваність ресурсу подвоїлась впродовж перших п'яти років після запуску. Новий веб-портал не лише значно підвищив видимість організації, а й дав змогу створити стабільний, упізнаваний бренд-досвід для відвідувачів. Уніфікована структура, єдина система навігації та оновлена візуальна ідентичність усунули фрагментованість попередніх ресурсів і забезпечили більш послідовну та переконливу комунікативну присутність *National Trust* у цифровому просторі.

Таким чином, *National Trust* є не лише охоронцем спадщини, але й джерелом натхнення для інших країн у сфері збереження культури та природи. Його діяльність демонструє, як через інтеграцію традиції, символізму та сучасних підходів можна зберегти історичну пам'ять для майбутніх поколінь. У наступних підрозділах будуть детально проаналізовані структура та модули

сайту, зокрема лексичні, граматичні та синтаксичні особливості його вербального наповнення, що виступають провідними інструментами комунікації з користувачем. Особлива увага приділятиметься тому, як мова сайту формує наратив спадщини, створює емоційний зв'язок з аудиторією, а також як поєднання мовних і немовних засобів забезпечує ефективну презентацію та популяризацію місії *National Trust* у цифровому просторі.

2.2. Структура організації сайту

У сучасну цифрову епоху веб-сайт стає не лише інструментом інформування, але й засобом формування ідентичності організації, її комунікації з аудиторією та візуалізації цінностей. Сайт *National Trust* є прикладом ретельно продуманого мультимодального ресурсу, в якому поєднуються текстові, візуальні, інтерфейсні та аудіовізуальні модули. Завдяки цьому ресурс виконує не лише функцію презентації об'єктів і проєктів організації, але й слугує платформою для залучення громади, комунікації спадщини та емоційного впливу.

З технічної точки зору, сайт є багатосторінковим ресурсом із чіткою ієрархією. Загальна кількість сторінок сайту складає понад 500, оскільки кожен регіон Великої Британії представлений окремими сторінками з внутрішніми підрозділами, присвяченими замкам, паркам, садам, подіям або ініціативам. На цих сторінках містяться тексти, фотографії, відеоматеріали та інтерактивні елементи, які забезпечують повноцінну взаємодію з відвідувачами. Окрім опису історичних або природних об'єктів, кожна підсторінка включає інформацію про доступність, години роботи, ціни на квитки, події, можливості для волонтерства чи благодійності тощо, що робить її не лише інформаційною, а й функціональною.

Інтеграція карт, модулів для бронювання, відеоеккурсій і блоків з відгуками дозволяє не лише дізнатися про об'єкт, але й одразу спланувати

візит, що значно підвищує зручність користування ресурсом. Таким чином, структура сайту відповідає принципам *user-centred design*: вона орієнтована на потреби відвідувача й забезпечує швидкий доступ до релевантної інформації через логічно впорядковану та візуально привабливу архітектуру сторінок.

На головній сторінці одразу пропонується вибір за географічним принципом – можна знайти об'єкти поруч із собою або переглянути всі доступні локації. Карта Великої Британії інтегрована у головний інтерфейс, що дозволяє користувачам швидко зорієнтуватися. Також реалізовано фільтрацію за типом об'єкта (природна територія, історичний дім, маєток, сад, замок, музей тощо) та тематикою (освіта, відпочинок, дитяча програма, архітектура).

Така структурна організація сайту дозволяє ефективно адаптувати навігацію під потреби різних користувачів: туристів, освітян, волонтерів, благодійників тощо. Сайт підтримує адаптивний дизайн і високий рівень ергономічності інтерфейсу, завдяки чому забезпечується комфортна взаємодія на різних пристроях – від смартфонів до десктопів.

Схема організації сторінки

Кожну сторінку сайту структуровано таким чином, щоб забезпечити користувачеві максимально легкий доступ до інформації, інтуїтивно зрозумілу навігацію та цілісний досвід взаємодії з ресурсом. Архітектура сторінок продумана відповідно до сучасних принципів UX/UI дизайну [59], що передбачають логічне групування контенту, візуальну впорядкованість та послідовне керування увагою відвідувача. Завдяки цьому користувач швидко орієнтується в структурі сайту, отримує доступ до найбільш релевантних даних і може легко переходити між різними розділами. Зазвичай сторінка поділена на кілька функціонально навантажених частин, кожна з яких виконує свою роль у загальній мультимодальній організації ресурсу.

1. **Шапка сайту (Header)** – верхня частина сторінки виконує навігаційну та ідентифікаційну функції, формуючи перше враження користувача:

- логотип National Trust – стилізована іконка дуба, виконана в зеленому кольорі, що традиційно асоціюється із щирістю, чесністю, стабільністю і довголіттями суспільства; цей візуальний символ підкреслює природоохоронну місію організації та її зв'язок із британською культурною й ландшафтною спадщиною. Логотип є ключовим елементом брендової айдентики та забезпечує впізнаваність сайту.

- головне меню для навігації (включає такі основні розділи як: «Visit», «Discover&Learn», «Our cause», «Membership», «Support us», «Holidays», «Shop»); воно організоване таким чином, щоб швидко орієнтувати користувача у великому масиві інформації.

- пошукова панель призначена для оперативного доступу до необхідних матеріалів. Завдяки розширеним фільтрам і ключовим словам користувач може знайти потрібні локації, події, освітні програми чи сторичні довідки, що значно спрощує навігацію сайтом.

2. **Основний контент (Body)** – центральна частина сторінки, представлена динамічними та інформативними елементами, які формують основний досвід взаємодії з ресурсом:

- розділ з фотографіями та короткими текстовими анонсами забезпечує швидкий огляд найважливіших об'єктів чи актуальних ініціатив; якісні зображення створюють емоційний ефект присутності, а короткі описи допомагають користувачам миттєво зрозуміти суть пропозиції чи подій;

- інтерактивні кнопки, слугують переходами до підсторінок, де подано розширену інформацію про конкретні об'єкти, маршрути, кампанії або освітні матеріали; вони підсилюють мультимодальний характер сайту, оскільки поєднують візуальний дизайн із функціональною навігацією;

- відеоматеріали, інтегровані у головний контент, розкривають історію місць, знайомлять із екологічними проектами або висвітлюють діяльність волонтерських спільнот; відео забезпечує додатковий рівень занурення, дозволяючи не лише читати про спадщину, а й бачити її в динаміці.

3. **Бічна панель (Sidebar)** – це допоміжна зона сторінки, яка підсилює навігацію та пропонує додаткові можливості для взаємодії:

- додаткові посилання ведуть до новин, анонсів подій, волонтерських програм або тематичних сторінок, що дозволяє користувачеві розширити своє знайомство з діяльністю організації;

- контактна інформація або інтерактивна карта об'єктів надають корисну інформацію для планування відвідин; карта допомагає орієнтуватися у розташуванні об'єктів *National Trust* і може містити фільтри за типом локацій чи регіонами.

4. **Футер (Footer)** – нижня частина сторінки виконує інформаційну та сервісну функції, забезпечуючи завершеність структури:

- відомості про організацію, юридичні положення, політика конфіденційності, а також посилання на соціальні мережі створюють додаткові можливості для комунікації та прозорості;

- кнопки для пожертв або оформлення членства спрямовані на підтримку діяльності *National Trust*; вони є важливими елементами взаємодії з аудиторією, оскільки дозволяють користувачам долучитися до збереження культурної та природної спадщини.

Ця структура забезпечує зрозумілу логіку подання матеріалу, допомагає користувачам швидко знаходити потрібну інформацію та сприяє цілісному та комфортному досвіду взаємодії з веб-ресурсом.

Для аналізу структурної організації сайту *National Trust* у цій роботі було використано метод контент-аналізу, який є одним із ключових інструментів емпіричного дослідження в гуманітарних та соціальних науках. Використання цього методу дає змогу не лише описати окремі характеристики контенту, а й систематизувати великий масив даних, пов'язаний із мультимодальною побудовою веб-ресурсу. Контент-аналіз особливо ефективний у вивченні цифрових середовищ, де інформація подається у різних форматах – тестових, візуальних, аудіальних – і потребує комплексної інтерпретації. Тобто це – системний, об'єктивний та поєднаний у кількісних і якісних методів вивчення

контенту комунікацій, що дозволяє виявити смислові одиниці, частотність, функції, структуру та взаємозв'язки між різними елементами повідомлень. Він дає можливість виявити закономірності організації контенту, простежити домінуючі теми й комунікативні стратегії, а також оцінити, яким чином різні елементи – вербальні та невербальні – взаємодіють між собою для створення цілісного мультимодального впливу [50]. Такий підхід є особливо цінним у контексті аналізу веб-сайту *National Trust*, адже релевантність, дослідження залежить від здатності точно і системно інтерпретувати його структурні та функціональні особливості.

У веб-контексті контент-аналіз адаптується для дослідження мультимодальних об'єктів: текстів, зображень, відео, інтерактивних елементів, кольорових блоків, іконок тощо. Такий підхід дозволяє не лише класифікувати окремі одиниці контенту, а й проаналізувати, яким чином вони впливають на користувацький досвід, сприяють реалізації функцій ресурсу (інформаційної, пізнавальної, мотиваційної) та корелюють із цільовими цінностями організації.

Власне дослідження будувалося на поетапному аналізі структурних блоків сайту, включаючи головну сторінку, розділи з інформацією про об'єкти (*visit*), сторінки кампаній та ініціатив (*discover, get involved*), а також технічні компоненти – навігацію, мапи, меню, пошукову систему, візуальні виділення тощо.

Згідно з принципами *web-usability* за Дж. Нільсеном [56], який заклав основи оцінки ефективності сайтів, контент-аналіз дозволяє:

- 1) *ідентифікацію основних розділів сайту* шляхом дослідження меню навігації та внутрішніх посилань;
- 2) *картографування сторінок*, що дозволяє візуалізувати ієрархію розділів сайту (головна сторінка, розділи та підсторінки);
- 3) *функціональний аналіз* компонентів сторінки (шапка, контент, футер), який виявляє їхню роль у комунікації з аудиторією;

4) *юзабіліті-тестування*, що оцінює зручність навігації та доступність інформації для різних типів користувачів [56, с. 245].

Отже, сайт *National Trust* є багатосторінковим і багаторівневим ресурсом, який вирізняється продуманою архітектурою та логічною побудовою внутрішнього контенту. Завдяки чіткій структурі навігації, повторюваним макетам сторінок і зручному інтерфейсу користувачі можуть швидко орієнтуватися на сайті, знаходити необхідну інформацію та взаємодіяти з різними функціональними блоками. Контент подається в різних модальностях – текстовій, візуальній, аудіальній та інтерактивній – що дозволяє адаптувати комунікацію під різні когнітивні стилі сприйняття інформації.

Така мультимодальна структурна організація сприяє створенню інклюзивного, доступного та емоційно залученого користувацького досвіду. Завдяки цьому сайт виконує не лише інформативну функцію, а й освітню, мотиваційну та соціокультурну, підтримуючи цінності збереження культурної й природної спадщини. У поєднанні з продуманим візуальним стилем, тематичною систематизацією матеріалу та багатим функціональним наповненням, платформа *National Trust* є зразком ефективного цифрового середовища, яке відповідає потребам сучасного користувача й водночас зберігає і транслює ключові меседжі організації.

Такий підхід до структурування цифрового контенту підтверджує, що грамотна побудова інформаційної архітектури є необхідною передумовою для подальшої реалізації глибшої комунікативної стратегії, заснованої на використанні модусів, символів і мовних засобів впливу.

2.3. Модуси сайту *National Trust*

Мультимодальний підхід до аналізу веб-ресурсів передбачає вивчення різних семіотичних каналів, які разом формують єдиний комунікативний простір. У

випадку з сайтом *National Trust* доцільно виділити чотири ключові модуси: вербальний, письмово-символьний, аудіовізуальний та візуальний. Кожен із них функціонує як окрема, але взаємопов'язана складова цілісного мультимодального тексту, який одночасно інформує, переконує, навчає й емоційно залучає користувача. Модуси реалізуються через ретельно підібраний лінгвістичний контент, стиль візуального оформлення, використання відео- й аудіоматеріалів, елементів брендингу та навігаційних механізмів.

Застосування мультимодальності в цифровому середовищі сприяє посиленню комунікативного ефекту: текст стає більш динамічним, контекстуалізованим і пристосованим до різних каналів сприйняття. Особливо це важливо в галузі культурної та природоохоронної спадщини, де емоційна та естетична складові комунікації є не менш значущими, ніж фактична інформативність. Завдяки мультимодальній інтеграції, користувачі мають змогу взаємодіяти з контентом не лише раціонально, а й емоційно, занурюючись у смислове середовище організації через текст, візуальний ряд, символіку та інтерактивні засоби.

Крім того, мультимодальність дозволяє ефективно адаптувати зміст до потреб різних аудиторій як з огляду на вікові особливості, так і з урахуванням різних когнітивних стилів сприйняття інформації. Розмаїття модусів створює гнучке комунікативне середовище, у якому кожен користувач знаходить зручний спосіб взаємодії з матеріалом. Наприклад, візуальні елементи – фотографії, іконки, інфографіка, відео – значно полегшують сприйняття інформації для користувачів із переважно візуальним типом мислення, допомагаючи швидко фіксувати найважливіші смисли та емоційні акценти. У той самий час структурований текст, доповнений чіткою рубрикацією, заголовками, гіперпосиланнями й навігаційними панелями, є особливо корисним для користувачів, схильних до аналітичного, логічного та послідовного способу опрацювання інформації. Мультимодальна подача

також сприяє інклюзивності: вона полегшує доступ до змісту користувачам із різним рівнем цифрової грамотності та різними комунікативними потребами.

Таким чином, сайт *National Trust* реалізує цілісний і стратегічно продуманий підхід до цифрової комунікації, де кожен модус – вербальний, візуальний, аудіальний, інтерактивний – виконує свою функцію у формуванні авторитетності організації, зміцненні довіри аудиторії, підвищенні рівня залученості та ефективного просування ідеї збереження природної та культурної спадщини. Кожен елемент дизайну та контенту працює не ізольовано, а у взаємодії з іншими, спрямований на досягнення конкретних прагматичних цілей.

У наступних підрозділах буде здійснено поетапний аналіз основних модусів сайту *National Trust*, з акцентом на їхню взаємодію, функціональне навантаження, прагматичні цілі, а також лінгвістичні, синтаксичні, стилістичні та семіотичні особливості. Особлива увага приділятиметься також лінгвістичним, синтаксичним, стилістичним та семіотичним характеристикам, які формують цілісний мультимодальний дискурс організації.

2.3.1. Вербальний модус

Вербальний модус є центральним елементом у мультимодальній структурі веб-сайту *National Trust*, оскільки саме через мову реалізується ключова комунікативна мета – інформування, емоційне залучення та формування ціннісної ідентичності організації. Тексти, представлені на сайті, поєднують елементи інформативного, емоційного та закличного стилю: інформаційні повідомлення, заклики до дії, описові статті, історичні огляди, освітні матеріали тощо. Вони виконують не лише інформативну, але й прагматичну функцію – сприяють формуванню позитивного іміджу організації, стимулюють участь та підкреслюють важливість спадщини.

У межах мультимодального аналізу сайту *National Trust* надзвичайно важливим є розгляд мовної складової, яка функціонує не лише як засіб передавання інформації, а як повноцінний інструмент переконання, ідентифікації та ціннісного впливу. Сайт виступає як приклад функціонального поєднання різних рівнів мовної організації – лексичного, граматичного, синтаксичного та стилістичного – кожен з яких відіграє окрему роль у формуванні комунікативної ефективності тексту.

Лексичний рівень

Лексичне наповнення вебсайту *National Trust* відображає глибоку тематичну спрямованість на спадщину, охорону природи, збереження історичної пам'яті та залучення громад. У текстах домінують лексеми з позитивною конотацією, які викликають довіру, емоційну залученість та асоціюються з турботою, стабільністю і ціннісною протяжністю у часі. Серед них: *beauty, community, future, heritage, home, hope, legacy, memory, nature, protection, resilience, restoration, roots*. Ці слова формують лексико-семантичне поле спадщини як цінності, що передається від покоління до покоління.

Значна кількість лексем використовується у складі фразеологічних або метафоричних конструкцій, які мають чітко окреслену культурну конотацію та високий емоційно-прагматичний потенціал. Наприклад:

- *to leave a legacy* – залишити спадок (матеріальний або ціннісний): *Gifts in wills are a great way for you **to leave a lasting legacy** for the places you love;*

- *to go/bring back to one's roots* – повернутися до витоків: *The transformation of the landscape is **bringing Sandilands back to its natural roots**...*”;

- *a proud heritage* – гордість за спадщину: *Discover Kete – a coastline with **a proud military heritage**;*

- *to preserve the past* – зберігати минуле: *Museums play a crucial role in **preserving the past**;*

- *living tradition* – жива традиція: *An inclusive cultural identity ... that incorporates **living traditions** with a deep connection to place;*

- *to honor one's ancestors, to walk in the footsteps of our ancestors, to carry on the tradition, to pass down through generations* – усі ці вирази апелюють до родової пам'яті, історичної протяжності у часі та родинних цінностей.

Значущим є й використання фраз із яскраво вираженою символічною складовою та метафоричною складовою, які не лише інформують, а й формують емоційний контекст сприйняття:

«*Dunwich heather back in bloom after remarkable recovery*» – тут метафора *back in bloom* виконує важливу семантичну функцію. Метафора символізує відновлення, повернення до життя та природної рівноваги. Вона передає не просто факт про успішне відродження рослинності, а й ширшу ідею відновлення та збереження природних екосистем, що цілком узгоджується з місією *National Trust*. Крім того, така метафорика сприяє створенню позитивного емоційного фону, допомагає читачеві відчутти значущість екологічних успіхів та посилює переконливість повідомлення. Фраза набуває символічного виміру: вона водночас апелює до циклічності природи, до надії та до результативності зусиль, вкладених у збереження ландшафту.

Подібну функцію виконує фраза «*Bring blossom back to UK landscapes*», яка поєднує апелятивний і символічний компоненти. Фразове дієслово *bring back* акцентує увагу на втраті певного культурно-ландшафтного елемента та необхідності його повернення. У даному контексті *blossom* (цвітіння) постає метафорою не лише весняного оновлення, а й відродження ідентичності та національного ландшафту. Цей заклик апелює до спільного досвіду, ностальгії та традицій, спонукаючи до дії шляхом емоційної залученості.

Ще глибшого символізму набуває фраза «*...orchards were a defining feature ... part of the fabric of everyday life*». У ній природний компонент – сади – представлений як невід'ємна частина «тканини» повсякденного життя. Вживання лексеми *fabric* викликає асоціацію з чимось цілісним, сплетеним, структурним, отже, сади постають не лише як фізичний простір, а як елемент культурного коду, колективної ідентичності та історичної пам'яті. Така

метафора трансформує пейзаж у соціально значущий феномен, підсилюючи легітимацію діяльності організації з точки зору культурної відповідальності.

Таким чином, метафори, що використовуються у вербальній складовій сайту *National Trust*, не є суто стилістичними прийомами. Вони виконують стратегічну комунікативну функцію, формуючи глибший емоційний зв'язок з аудиторією. Через символічно навантажені образи природи, відродження та щоденного життя, користувачеві пропонується не просто інформація, а можливість ототожнити себе з місією організації. Це посилює відчуття причетності до збереження спадщини та стимулює до участі у спільних ціннісних практиках. Метафорика, таким чином, виступає інструментом не лише культурного впливу, а й емоційної мобілізації.

Окремої уваги в межах лексичного аналізу сайту *National Trust* заслуговує використання топонімів з історичними маркерами, зокрема назв регіонів з архаїчним суфіксом *-shire* (наприклад, *Yorkshire*, *Gloucestershire*, *Oxfordshire*). Такі найменування не лише локалізують описані об'єкти у просторі, а й виконують важливу культурно-семіотичну функцію: вони апелюють до глибоких історичних пластів британської ідентичності, формуючи відчуття спадкоємності, автентичності та поваги до традицій. Лексеми такого типу підсилюють наратив про спадщину як живу категорію, тісно пов'язану з конкретним ландшафтом і місцем.

Не менш важливою лексичною категорією є прикметники, які створюють виразну образність і надають текстам емоційного забарвлення. Серед них: *ancient*, *diverse*, *historic*, *iconic*, *natural*, *open*, *restored*, *spectacular*, *tranquil*.

Вони часто функціонують у парі з іменниками, створюючи **евокативні, емоційно насичені словосполучення** (наприклад, *iconic tree*, *historic site*, *tranquil landscape*). Подібні комбінації не лише описують об'єкт, а й активують у свідомості читача певні культурні та емоційні асоціації. Так, прикметник *iconic* актуалізує уявлення про щось впізнаване й символічно значуще; *historic* апелює до тривалості, глибини часу та культурної важливості місця; *tranquil*

викликає відчуття спокою, гармонії та природної рівноваги. Такі лексичні сполучення працюють як мініатюрні семантичні «тригери», що формують яскраві візуально-когнітивні образи й допомагають миттєво занурити читача в атмосферу простору, який описується. Крім того, вони виконують функцію стилістичного підсилення: додають тексту виразності, роблять його більш образним і здатним передати унікальність місцевості чи об'єкта.

У межах стилістики окрему увагу заслуговує фахова термінологія, що охоплює різні сфери діяльності *National Trust*: архітектурну, екологічну, історико-культурну тощо. В текстах регулярно трапляються терміни на зразок *archaeological record, biodiversity, conservation, cultural inheritance, ecosystem, green corridors, heritage site, landscape regeneration, listed building, reforestation, restoration, scheduled monument, sustainability*. Вони не лише передають точну інформацію, але й формують у читача відчуття обґрунтованості, експертності, наукової компетентності діяльності організації. При цьому їх подано у доступному контексті, часто супроводженому поясненнями, що робить сайт ефективним з точки зору популяризації спеціалізованих знань. Більше детально спеціалізована термінологія аналізується на стилістичному рівні.

Таким чином, лексичний рівень сайту *National Trust* виконує не лише інформативну, а й ідейно-емотивну функцію, спрямовану на формування глибокого зв'язку з користувачем, посилення наративу спадкоємності, збереження культурної пам'яті та відповідальності за майбутнє. Лексика, використана на сайті, охоплює широкий спектр тематичних напрямів, зокрема охорону культурної спадщини, екологію, реставрацію історичних об'єктів, ботаніку, сталий розвиток, волонтерські ініціативи, освітню діяльність та локальні спільноти.

У межах цих сфер застосовуються специфічні терміни й стилістично маркована лексика, які формують фаховий дискурс і водночас зберігають доступність для широкої аудиторії. Ці лексеми не лише позначають конкретні

дії чи явища, а й акумулюють у собі культурні цінності, етичні принципи та суспільну місію організації.

Отже, лексичний рівень є невіддільною частиною мультимодального дизайну ресурсу, що поєднує точність фахового мовлення з емоційним впливом і залученням до спільних цінностей. Такий підхід сприяє не лише інформуванню, а й формуванню довіри, мотивації до участі та підтримці сталих практик збереження природної й культурної спадщини.

Грамматичний рівень

Грамматичне оформлення текстів на офіційному вебсайті *National Trust* є ключовим чинником, що забезпечує ефективну комунікацію з аудиторією, посилює переконливість повідомлень та сприяє формуванню стійкого емоційно-ціннісного зв'язку з читачем. Грамматичні засоби не лише структурують зміст, а й формують прагматичний ефект висловлення, визначають інтонаційну тональність і комунікативну спрямованість цифрового дискурсу. Ретельно вибудована граматична організація текстів допомагає створити образ зрозумілого, послідовного, відкритого та дружнього до користувача ресурсу, що є важливою складовою мультимодальної взаємодії.

Однією з найпомітніших і найбільш системних особливостей є широке використання активного стану (Active Voice). Активні конструкції домінують на більшості сторінок, оскільки дозволяють підкреслити суб'єктну позицію організації, її здатність діяти, впливати і нести відповідальність за свою діяльність. Наприклад, у твердженні: *We protect and care for places so people and nature can thrive* фокус спрямовано на активного діяча – організацію, яка здійснює реальні дії задля суспільного та екологічного блага. Такий підхід створює образ ініціативного, відповідального та відкритого до взаємодії суб'єкта, уособленого як самим *National Trust*, так і його широкою спільнотою прихильників і волонтерів або спільноти. Також, у реченні *For the first days of our Advent calendar, we've pulled together some of the wintry highlights in the many landscape paintings we care for* активна форма дієслів *we've pulled together* та

we care for актуалізує суб'єкт дії, яким виступає інституційне «we», що репрезентує організацію як безпосереднього та відповідального учасника культурного процесу. Лексема *care for* має виразне конотативне навантаження, апелюючи не лише до функції збереження, а й до емоційної складової турботи, що формує позитивний імідж організації як етичного та дбайливого хранителя культурної спадщини.

Подібна стратегія простежується й у вислові «*We care for one of the world's largest and most significant collections of art and heritage objects. Explore the highlights, our latest major exhibitions, curatorial research and more.*» Активний стан дієслова *care for* у поєднанні з суперлативними означеннями (one of the world's largest and most significant) посилює авторитетність інституції та водночас наголошує на її відповідальності за об'єкт опіки. Перехід до імперативної конструкції *explore the highlights* створює комунікативний міст між інституцією та реципієнтом, активізуючи останнього як співучасника культурного простору. Таким чином, активний стан у поєднанні з імперативом виконує не лише інформативну, а й залучальну функцію, характерну для сучасного цифрового дискурсу культурних організацій.

У реченні «*We share and develop heritage conservation skills via beginners' courses, spaces for local groups, and rental units for professional craftspeople seeking a creative community environment*» активна форма дієслів *share* та *develop* акцентує динамічний, процесуальний характер діяльності *National Trust*. Організація постає не лише як інституція збереження, а як активний агент передачі знань і розвитку професійних компетенцій у сфері охорони спадщини. Семантика дієслів дії у поєднанні з лексемами *community*, *creative*, *local* формує образ відкритої, соціально орієнтованої структури, що інтегрує культурну спадщину в сучасний соціальний та креативний контекст.

Однією з характерних граматичних особливостей вербального модусу сайту *National Trust* є широке використання пасивного стану (Passive Voice). У текстах, присвячених історичним об'єктам, архітектурним пам'яткам або

подіям минулого, пасивна конструкція виконує важливу інформативну та стилістичну функції, що відповідають наративній і прагматичній стратегії ресурсу.

Пасивний стан дозволяє змістити акцент з агента дії (виконавця) на саму дію або її результат. Це особливо актуально для опису архітектурної спадщини, де головною цінністю виступає сам об'єкт, а не особа, яка його створила. Наприклад, у реченні: «*It was built by Robert Smythson in 1590–9 for Elizabeth Talbot, Countess of Shrewsbury.*», пасивна форма *was built* акцентує увагу на будівлі (Hardwick Hall) як на головному об'єкті історичного значення. Автор дії (Robert Smythson) згадується лише в додатковій позиції, що не змінює фокусу комунікації.

У реченні: «*Huge grids of glass are used in this rectangular, turreted building...*» репрезентує пасив теперішнього часу (Present Simple Passive), який використовується для передачі характеристик об'єкта, підкреслюючи архітектурні рішення без персоніфікації виконавців. Така структура дозволяє зосередити увагу читача на особливостях будівлі, її формі, стилі або функціональному призначенні.

Також, подібне спостерігається й у реченні: «*Each tower is crowned with a balustrade...*», де пасивний стан *is crowned* виконує роль описового інструменту, що формує візуальний образ споруди. Пасивна конструкція тут не лише передає факт, а й створює естетичний наратив (створює алюзію на монархічний характер Великої Британії, актуалізуючи асоціації з королівською владою), що відповідає прагматичній меті сайту – залучити, емоційно зацікавити та сформуванати культурну прив'язаність користувача до об'єкта.

Отже, на сайті *National Trust* не простежується домінування виключно активного чи пасивного стану. Обидві форми використовуються функціонально, залежно від комунікативної мети, жанру тексту та модальності повідомлення. Активні конструкції використовуються у зверненнях до користувача, описах діяльності організації або закликах до дії,

де важливо актуалізувати суб'єкта. Крім того, активний стан дозволяє представити спадщину не як статичний об'єкт охорони, а як результат безперервної, усвідомленої дії, що відповідає концепції мультимодальної комунікації та сучасним принципам популяризації культурної спадщини в цифровому середовищі. Водночас пасивний стан частіше зустрічається у наративних описах історичних об'єктів, архітектурної реставрації чи культурних процесів, де головна увага зосереджується на результаті або стані об'єкта. Такий баланс відповідає ціннісним орієнтирам організації, яка прагне зберігати спадщину, залучаючи широку аудиторію до співучасті, відповідальності та взаємодії.

Під час аналізу граматичної структури матеріалів на офіційному веб-сайті *National Trust*, можна помітити явну перевагу форм теперішнього часу, зокрема Present Simple та Present Continuous., що пояснюється функціональним призначенням сайту як засобу публічного інформування, комунікації та мобілізації аудиторії. Вибір конкретної часової форми завжди слугує не лише граматичним маркером часу, але й риторичним інструментом, який впливає на інтерпретацію інформації, її емоційне забарвлення та сприйняття читачем.

Теперішній простий час (Present Simple) виступає основною граматичною опорою текстів, що розміщені на інформаційних і промоційних сторінках сайту. Використання Present Simple зумовлене переважно фактичним, узагальнюючим або регулярним характером повідомлень. Такі тексти не описують одноразову або минулу подію, а презентують постійні принципи, довготривалі зобов'язання чи системну діяльність організації. Наприклад, речення *We protect and care for places so people and nature can thrive* презентує не окрему дію в конкретному часі, а місію, яка є стратегічною і тривалою у часі. Аналогічно, твердження *Everyone needs nature, now more than ever* апелює до універсального і безперервного факту, що актуалізується в сучасному глобальному контексті.

Окремої уваги заслуговує речення *We **look after** more than one million historical objects from around 200 places, and their preservation, protection and conservation is at the heart of our work*, у якій Present Simple підсилює враження масштабності, відповідальності та постійності дій. Активна форма дієслова (*look after*) у поєднанні з номінативними структурами (*preservation, protection, conservation*) створює відчуття системності та професіоналізму, що важливо для установи, яка позиціонує себе як опікун національної спадщини.

У всіх зазначених прикладах використання Present Simple виконує не лише граматичну, а й риторичну функцію. Він формує відчуття стабільності, надійності та безперервності, що, у свою чергу, сприяє зміцненню довіри аудиторії до організації. Такий вибір часової форми також узгоджується з брендовою ідентичністю *National Trust* як установи, орієнтованої на тривалу перспективу, сталість та спадкоємність.

У текстах, присвячених поточним ініціативам, природоохоронним заходам, реставраційним роботам та соціальним проєктам, активно використовується теперішній тривалий час (Present Continuous). Цей граматичний ресурс відіграє важливу прагматичну функцію: він не лише описує події, які відбуваються в момент мовлення, а й актуалізує діяльність організації у форматі «тут і тепер», створюючи ефект безпосередньої залученості.

Наприклад, речення *We **are working** with communities to rewild the landscape* та *We **are planting** new saplings to restore the lost tree canopy* демонструють активну позицію *National Trust*, спрямовану на екологічне відновлення та співпрацю з громадськістю. Використання дієслів у формі Present Continuous (*are working, are planting*) підкреслює, що дії вже тривають, а не лише заплановані або завершені в минулому.

Інші приклади, як-от *We're **planning** on opening a Visitor Staircase to view through the scaffolding and see the roof repairs to the outwing LIVE* або *The National Trust **is launching** a major creative commission to mark its legacy*, акцентують перехід від ідеї до реалізації. У таких реченнях Present Continuous

виконує також риторичну функцію маркера змін і розвитку, дозволяючи відвідувачеві відчувати, що він є свідком та, можливо, учасником актуальних подій.

На відміну від Present Simple, який презентує стабільність і постійність, Present Continuous підкреслює рух, процесуальність і динаміку, що особливо важливо в розділах сайту, де йдеться про реставраційні роботи, посадку дерев, відкриття нових маршрутів, залучення волонтерів або старт мистецьких проєктів.

Таким чином, вживання Present Continuous у промоційних та інформаційних блоках є інструментом активізації залучення, створення ефекту участі в реальному часі, а також підсилення риторики прогресу, оновлення та соціальної відповідальності. Завдяки цьому часова форма набуває додаткового семантичного навантаження, працюючи не лише як граматичний показник теперішнього часу, але й як засіб емоційного впливу на реципієнта.

Поряд із теперішніми формами, у межах граматичної системи сайту *National Trust* значну роль відіграють минулий простий час (Past Simple) та теперішній доконаний час (Present Perfect), які використовуються для структурування історичного наративу, створення емоційної дистанції або, навпаки, – для встановлення безпосереднього зв'язку між минулим і теперішнім.

Past Simple є домінантною часовою формою в розділах, присвячених історичному розвитку об'єктів спадщини, біографіям відомих постатей або важливим подіям минулого, що мають культурну, архітектурну чи політичну цінність. Наприклад: *William the Conqueror **passed** the estate to the Bishop of Norwich in 1091; It ultimately **became** part of a far more extensive push for social and political freedom in the later 19th century; When Charles Barry and Augustus Pugin **designed** the Houses of Parliament in 1835, they **chose** the Gothic Revival style.* У цих прикладах чітко фіксується завершеність дії у минулому та її історична локалізація. Таке вживання надає оповідам документального

характеру, підкреслює автентичність і хронологічну точність фактів. Подекуди речення будуються у пасивному стані, що дозволяє зосередити увагу на об'єкті дії, а не на її виконавцеві (наприклад: «*The tree **was felled** in an act of vandalism*»).

У текстах, де необхідно зберегти логічний і емоційний зв'язок між минулим і сьогоденням, активно вживається Present Perfect. Цей час є мостом між історією та сучасністю, демонструючи неперервність спадщини та її актуальність для сучасного користувача. Наприклад: *We **have launched** the Trees of Hope initiative; The Vyne **has welcomed** some illustrious guests, including Henry VIII and Jane Austen; The places we care for **have inspired** several well-known writers and poets*. Ці приклади вказують на здійснені, але релевантні дії, які формують сучасний імідж організації та її об'єктів. Завдяки Present Perfect, тексти отримують відтінок динамічності та актуальності, що дозволяє створити ефект залучення читача до спадкоємності історії.

Отже, Past Simple і Present Perfect виконують у текстах сайту *National Trust* доповнювальні функції. Перший слугує інструментом хронологічної фіксації подій, створюючи історичний наратив, тоді як другий – актуалізує спадщину, демонструє її вплив на сучасність і дозволяє будувати перехідні повідомлення між минулим та сьогоденням. У цьому контексті важливо підкреслити, що домінування певної часової форми залежить не від стилістичних уподобань, а від контекстуального призначення повідомлення, що цілком відповідає комунікативній стратегії організації.

Окрему граматичну категорію в структурі вебтекстів сайту *National Trust* становить Future Simple, що активно використовується у промоційних матеріалах, описах поточних ініціатив і стратегічних планів на майбутнє. Цей часовий план виконує функцію проєктування, акцентує увагу на тривалості та сталості діяльності організації, а також створює риторику надії, стабільності та довіри. Наприклад, речення: *We **will continue** to protect this land for future generations; 49 saplings **will be gifted** to communities across the country*, підкреслюють довготривале бачення та соціальну відповідальність організації.

Такі конструкції не лише інформують про плани, але й формують ціннісне уявлення про сталість місії *National Trust* у свідомості користувача.

Окрім того, майбутній час часто комбінується з умовно-часовими структурами або модальними елементами, що підсилює функцію обґрунтування та пояснення майбутніх дій. Наприклад: *Once the newly planted sphagnum moss plugs have established, they **will act** as ‘speed-bumps’ for rainwater...; The work **will also help** create the right conditions for peat to actively form.* У цих прикладах бачимо не просто планування, а логічно вмотивоване прогнозування результату, що включає як екологічний, так і соціальний вимір.

Використання *will* як граматичного маркера майбутнього також виконує функцію переконання, створюючи відчуття керованого процесу та фахового підходу. Як приклад можна проаналізувати *The later stage of the project **will also see** the restoration of many of the National Nature Reserve’s footpaths* – це формулювання ілюструє техніку делікатної персоніфікації подій, де майбутні ініціативи представлені як неминуча та позитивна трансформація ландшафту, на користь як природі, так і людям.

Таким чином, Future Simple у текстах веб-сайту *National Trust* слугує інструментом формування візії, риторичної мотивації та комунікативної стабільності. На граматичному рівні він підсилює тематичну цілісність мультимодального повідомлення, підтримуючи ідею наступності, збереження і розвитку. Майбутній час допомагає створити оптимістичний наратив, у якому користувач бачить не лише минуле або теперішнє спадщини, але й її живу перспективу у завтрашньому дні.

Отже, аналізуючи граматичний рівень текстів сайту *National Trust*, можна дійти висновку, що використання часових форм є не лише граматично виправданим, а й функціонально та риторично вмотивованим. Кожен час – теперішній, минулий або майбутній – виконує чітко визначену комунікативну функцію, яка співвідноситься з ціннісною парадигмою організації. Ця триєдина модель темпоральності [24] – минуле (як пам’ять), теперішнє (як відповідальність), майбутнє (як надія) – є концептуальною основою для всіх

рівнів комунікації сайту *National Trust*. Вона не лише структурує текст, а й відображає глибший сенс діяльності організації, що опікується спадщиною. Такий підхід підсилює мультимодальну цілісність вебресурсу, формуючи у користувача не лише інформаційне, але й емоційне та ідентифікаційне занурення в середовище культурної значущості.

Синтаксичний рівень

Синтаксичне оформлення текстів вебсайту *National Trust* відіграє надзвичайно важливу роль у формуванні загального комунікативного стилю та забезпеченні ефективного донесення змісту до широкої, різнорівневої аудиторії. За допомогою синтаксису організація моделює інтонаційний малюнок повідомлення, керує темпом читання, створює ритм тексту й визначає міру його емоційної насиченості. Водночас синтаксичні конструкції сприяють упорядкуванню інформації, роблячи її логічною, послідовною та комфортною для сприйняття в цифровому середовищі, де увага читача є обмеженим ресурсом.

Сайт апелює як до поінформованого користувача, зацікавленого в питаннях охорони спадщини, так і до пересічного відвідувача, який шукає натхнення, відпочинок або спосіб долучитися до важливої справи. Саме тому синтаксис текстів вирізняється поєднанням інформативності, доступності та емоційного впливу.

Цей баланс досягається шляхом використання як коротких, чітких речень, спрямованих на швидке донесення ключових повідомлень, так і більш розгорнутих синтаксичних структур, що дозволяють подати складні ідеї, аргументи або контент у деталізованій формі. Комбінація різних типів речень створює динаміку мовлення, сприяє збереженню уваги читача та підсилює ефективність мультимодального дискурсу. Таким чином, синтаксична організація текстів є не лише мовним інструментом, а й важливим елементом стратегії комунікації *National Trust*, що забезпечує зрозумілість, переконливість і привабливість поданого матеріалу.

Переважає більшість речень є простими або ускладненими, з чіткою структурою, що сприяє легкому сприйняттю інформації. Тексти на сайті відзначаються синтаксичною однорідністю, узгодженістю побудови, а також логічним розгортанням думки. Це проявляється, зокрема, у використанні координованих конструкцій типу «*We restore wildlife habitats and reconnect fragmented landscapes to help nature recover*», де структура речення гармонійно поєднує два однорідних члени речення із семантикою дії (*restore i reconnect*) з єдиною метою, утворюючи завершену і водночас лаконічну смислову єдність. Така побудова характерна для більшості текстів на сайті й виконує функцію не лише інформування, а й аргументації – особливо в контексті висвітлення екологічних чи історичних ініціатив.

Особливу увагу слід звернути на використання наказових конструкцій (імперативів), які посідають помітне місце у синтаксичній організації текстів вебсайту *National Trust*. Імперативи широко застосовуються у заголовках, описах до зображень, навігаційних елементах, а також у промоційних та інформаційних закликах. Подібні конструкції функціонують як мовні «маркери дії», адже вони не просто повідомляють інформацію, а спонукають користувача до взаємодії з ресурсом. Приклади *Join us in looking after nature*, *Plan your visit*, *Discover places near you* демонструють прагнення залучити читача до спільної діяльності, підкреслюючи, що кожен користувач може зробити свій внесок у збереження спадщини.

Використання імперативів у цифровому дискурсі має також важливе психологічне підґрунтя. Подібні звернення активують увагу, створюють відчуття динаміки й дозволяють структурувати користувацький маршрут на сайті. У поєднанні з інклюзивними займенниками (*we, our, us*), імператив створює ефект прямого звернення до відвідувача сайту, формуючи відчуття співучасті, взаємодії та довіри. Таке синтаксичне рішення є характерним для сучасного веб-дискурсу, де кожне речення має не лише інформативне, а й мобілізаційне навантаження.

Поряд із цим у розгорнутих текстах (наприклад, у розділах блогу або описах ініціатив) активно використовуються складнопідрядні речення, що дозволяє деталізувати інформацію, конкретизувати історичний або природничий контекст, а також додавати емоційні акценти. Наприклад: «*Legend says that, as night falls, she arrives in a coach, **which vanishes the moment it arrives in front of the house**, leaving a headless Anne to roam in the hall until daylight*» – у цьому реченні кілька підрядних частин (часу та означальне) не лише пояснюють перебіг події, а й посилюють емоційно-міфологічне сприйняття описуваного образу. Іншим прикладом є: «*Once the house had fallen into decline, it was rescued by those **who recognised its historical significance and sought to preserve it for future generations***» – підрядна частина часу (once the house had fallen into decline) задає чітке історичне тло, тоді як означальна підрядна частина (who recognised...) вказує на суб'єкт збереження та його ціннісну мотивацію. Така побудова формує цілісну картину змін, відповідальності та спадкоємності.

Показовим прикладом є також речення з історико-археологічного опису: «*The episode follows the recent excavation by archaeologists working to find the gateway in the external wall **which was opened by traitors** to let the Parliamentary forces enter.*» Це складнопідрядне речення містить кілька граматичних рівнів: означальну підрядну частину (*which was opened by traitors*) та підрядну конструкцію мети (*to let the Parliamentary forces enter*). Завдяки цьому зміст стає глибшим і детальнішим: подано не лише сам факт відкриття воріт, а й розкрито причину та історичну драматургію події, що надає тексту додаткового наративного напруження та зв'язку з темою зради, боротьби і пам'яті.

У подібних випадках синтаксис виконує функцію пояснення, аргументації та залучення через наратив. Складнопідрядні конструкції в текстах сайту *National Trust* відіграють ключову роль у формуванні глибоких, багатошарових наративів про спадщину. Вони забезпечують часову, причинно-наслідкову, цільову та емоційну зв'язність, що дозволяє не лише

інформувати читача, а й залучати його до осмислення культурної пам'яті. Такий синтаксис виконує функцію реконструкції минулого у форматі доступного, послідовного і переконливого дискурсу, що резонує з цінностями *National Trust* як організації, орієнтованої на збереження, просвітництво та суспільну відповідальність.

Заслуговує на увагу також використання риторичних питань, яке проявляється хоч і менш систематичне, однак стратегічно вмотивовано. Вони з'являються переважно у соціально орієнтованих текстах, інформаційних кампаніях або публікаціях із підвищеним емоційним навантаженням, де мають на меті не просто передати факти, а викликати індивідуальну рефлексію читача. Приклади на кшталт *Why do places mean so much?*, *Can you imagine a world without natural beauty?*, *Why did people keep doves?* чи *Where can I see historic dovecotes?* – це інтерогативні структури, які формально мають вигляд запитань, але не вимагають прямої відповіді, а натомість стимулюють емоційне залучення, внутрішній діалог та когнітивну активацію.

Лексично такі питання поєднують особові займенники (*you*), емоційно забарвлену лексику (*imagine, historic, beauty*) та деїктичні конструкції, що створюють ефект близькості між користувачем і темою. Наприклад, запитання *Can you imagine a world without natural beauty?* не лише інформує, а й викликає почуття втрати, апелюючи до особистих цінностей і уявлень про довкілля.

Такі риторичні запитання часто поєднуються з мотивуючими або спонукальними реченнями, утворюючи дискурсивну єдність між інтелектуальним осмисленням і емоційною реакцією. Крім того, вони сприяють оптимізації структури тексту, змінюючи ритм мовлення та знижуючи інформативну щільність, що є важливим для веб-комунікації. Риторичні питання у текстах сайту *National Trust* виконують інтерактивну, емоційно-апелятивну та просвітницьку функції. Вони допомагають персоналізувати дискурс, посилити ідею цінності спадщини як індивідуального і суспільного надбання, а також актуалізують тему моральної відповідальності за її збереження. У контексті цифрового середовища це є

ефективним засобом створення комунікативної залученості без нав'язливого тиску.

Отже, синтаксис текстів сайту *National Trust* вирізняється комунікативною функціональністю, яка забезпечується простими та ускладненими структурами, активним використанням імперативних конструкцій, узгодженістю та логічністю побудови речень. Поєднання цих рис створює доступну, емоційно привабливу й водночас змістовно глибоку комунікацію з аудиторією. Для перекладача важливо зберегти цей синтаксичний баланс, не втрачаючи динаміки та інтонаційного малюнка оригіналу, що підсилює вплив текстів у межах культурної, екологічної й просвітницької місії організації.

Стилістичний рівень і спеціалізована термінологія у вебтекстах National Trust

Стилістичне оформлення текстів сайту *National Trust* відзначається гармонійним поєднанням нейтрального, інформативного стилю з елементами емоційного, науково-популярного та частково промоційного викладу. Така стилістична багат шаровість не є випадковою: вона відповідає різнорівневій природі аудиторії, яка охоплює як поціновувачів культурної спадщини та дослідників, так і відвідувачів, які просто шукають нових вражень, сімейний відпочинок чи можливість долучитися до екологічних ініціатив.

Нейтральний інформативний стиль забезпечує чіткість і точність подання фактів: описує історичні об'єкти, природні локації, маршрути, правила відвідин і практичні поради. Йому притаманні зрозумілі формулювання, логічна структура та відсутність надмірної експресії. Водночас емоційні й науково-популярні елементи привносять теплоту, образність і доступність, допомагаючи «оживити» інформацію, зробити її ближчою та зрозумілішою широкому загалу. Через метафоричні вислови, оцінні прикметники, інклюзивні звернення та натхненну риторику сайт формує атмосферу залученості й співпричетності.

Такий баланс стилістичних засобів сприяє реалізації головної мети організації – залучити широке коло користувачів до цінностей збереження спадщини та природи, показати важливість дбайливого ставлення до культурних ландшафтів і історичних пам'яток. Завдяки продуманому стилістичному вибору формується довірлива, відкрита й натхненна комунікація, яка не лише інформує, а й мотивує, надихає та вибудовує тривалий емоційно-ціннісний зв'язок між користувачем і організацією.

Однією з ключових ознак стилю є емоційна забарвленість текстів, яка досягається через використання прикметників з позитивною конотацією (*ancient, beautiful, hopeful, inspiring, spectacular*), а також через уведення метафоричних висловів і фразеологізмів. Наприклад, у статтях часто зустрічаються образні формули на зразок *bring nature back to life, keep the memory alive, a living tradition*, що підсилюють емоційний вплив і апелюють до культурної пам'яті читача.

Також простежується активне застосування стилістичних фігур, таких як паралелізм (*Protecting nature, restoring beauty, supporting communities*), а також анафора – повторення конструкцій на початку речень чи пунктів (*We care for nature. We preserve history. We support people.*). Усі ці елементи сприяють побудові виразної риторики сайту, яка виходить за межі простої інформативності й переходить у площину ціннісної комунікації.

Важливою складовою стилістики сайту є знайома нам експресивна інклюзивність, що виявляється через постійне використання займенників *we, our, you*. З точки зору стилістики, вони створюють ефект розмови з читачем, викликають довіру та відчуття причетності до спільної справи. Замість формально-бюрократичного *The organisation aims to...*, тексти будуються у форматі *We aim to...*, що робить стиль живим, особистісним та діалогічним.

Як було описано вище, однією з ключових особливостей веб-сайту *National Trust* є його функціональна багатогранність, яка охоплює широкий спектр сфер – від природоохоронної діяльності, екологічної просвіти та захисту біорізноманіття до архітектурної реставрації, догляду за історичними

об'єктами, збереження культурної спадщини та популяризації знань про неї. Такий зміст зумовлює активне використання спеціалізованої лексики, яка маркує відповідні галузі знань та сприяє точній і фаховій комунікації з аудиторією.

Серед провідних тематичних напрямів, що відображаються на сайті, можна виділити наступні:

- *природоохоронна діяльність* – цей розділ охоплює теми екології, захисту біорізноманіття, лісовідновлення та сталого управління ресурсами. У текстах активно використовуються терміни на кшталт: *biodiversity* (біорізноманіття), *native species* (місцеві види), *reforestation* (лісовідновлення), *tree relocation* (пересадка дерев), *ecological resilience* (екологічна стійкість).

Наприклад, у матеріалі про відновлення дерева в Sycamore Gap вживається фраза: «*We're working with experts to assess whether the tree can regenerate from the stump or if new saplings can be propagated from collected seeds.*» Цей приклад демонструє використання термінів *saplings* (саджанці), *propagate* (розмножувати) та *regenerate* (відновлюватися), що належать до лексики дендрології та відновлювальної екології;

- *архітектурна реставрація та збереження спадщини* – цей розділ на сайті *National Trust* зосереджений на реконструкції, догляді та довгостроковому збереженні історичних об'єктів, таких як садиби, маєтки, замки, каплиці й інші архітектурні пам'ятки. Лексика, що вживається у цьому контексті, поєднує фахову термінологію з емоційно-прагматичним забарвленням, підкреслюючи цінність об'єктів не лише як матеріальної, а й як культурної, історичної та естетичної спадщини: *restoration*, *listed building* (офіційно охоронювана будівля), *scheduled monument* (пам'ятка археології або архітектури, яка перебуває під захистом держави), *masonry repair* (відновлення кам'яної кладки), *heritage conservation* (загальна концепція збереження історико-культурної спадщини). Інші приклади, такі як *traditional techniques*, *original features*, *period details*, *authentic materials* виступають додатковою лексикою, що відсилає до збереження автентичності.

Наприклад, на сторінці про реставрацію Hardwick Hall Building надане речення: «*We are currently in Year 7 of the building project. **Masonry repairs including stone replacement, stone indent repair, stone mortar plastic repair, careful defrassing and redressing of stone and mortar pointing across a range of areas to the North East Turret and the North Turret of Hardwick Hall.***» У цьому реченні використано термінологічно насичену лексику, характерну для сфери архітектурної реставрації та збереження історичних об'єктів. Слова та словосполучення на зразок *masonry repairs, stone replacement, indent repair, plastic repair, defrassing, redressing, mortar pointing* репрезентують вузькоспеціалізовані процеси у відновленні кам'яної кладки;

- *культурна та освітня діяльність* – ця сфера діяльності на сайті *National Trust* охоплює широкий спектр ініціатив, спрямованих на залучення громадськості до збереження спадщини, а також на підвищення рівня обізнаності щодо культурних та екологічних питань. У текстах регулярно згадуються приклади роботи з громадами, організація навчальних заходів, екопросвітніх програм, особливо для дітей та молоді. Типовими для цього тематичного напрямку є такі терміни, як *community outreach* (громадська ініціатива), *educational workshops* (освітні воркшопи), *public engagement* (залучення громадськості), *heritage interpretation* (інтерпретація спадщини).

Як приклад, у матеріалі про співпрацю зі *Starling Bank* зазначено: «*Starling Bank is working with National Trust to fund **nature workshops** for school children who otherwise struggle to access outdoor spaces. These **workshops** will provide opportunities for the children to **experience nature first-hand** and learn about how we can **protect the environment** and wildlife for future generations.*» У цьому фрагменті ключові словосполучення (*nature workshops, experience nature first-hand, protect the environment*) вказують на освітню та соціальну функцію діяльності *National Trust*, а також на емоційну складову – формування ціннісного ставлення до природи в підростаючого покоління. Лексика в даній сфері є чітко націленою на інклюзивність, практичну взаємодію та

довготривалий ефект навчання, що є важливими складовими культурної політики організації;

- *добровольчі та благодійні ініціативи* – цей напрям діяльності *National Trust* охоплює широкий спектр програм, пов'язаних із залученням волонтерів, проведенням благодійних кампаній та формуванням спільноти підтримки. Відповідні тексти на сайті містять сталі лексичні конструкції, такі як *volunteer programme* (волонтерська програма), *fundraising campaign* (кампанія зі збору коштів), *supporter network* (мережа прихильників), *corporate partnership* (корпоративне партнерство).

Прикладом може слугувати фрагмент зі сторінки «Fundraising stories: running for the National Trust», де зазначено: «*The special places he chose were an escape from the hustle and bustle of his usual London life and were what had inspired him to take on a fundraising challenge to help protect them for future generations.*» Це висловлювання ілюструє емоційно забарвлений підхід до презентації благодійності: автор апелює до особистого досвіду, використовуючи метафоричні звороти на *киталт escape from the hustle and bustle*, щоб створити зв'язок між індивідуальними переживаннями та суспільною відповідальністю. Така лексика виконує не лише інформативну, а й мотиваційну функцію, формуючи наратив про спільне збереження спадщини для майбутніх поколінь. Більше прикладів вузькоспеціалізованих термінів наведено у Додатку Б.

Ці терміни відіграють ключову роль у формуванні стилістичної інтерпретації тексту: вони позиціонують сайт як джерело не просто загальної інформації, а й авторитетного знання, здатного просвітити читача й залучити його до складних дискусій про спадщину, охорону природи чи архітектурну цінність об'єктів. При цьому стилістична особливість полягає в тому, що спеціалізована лексика подається не в абстрактному чи технократичному форматі, а включена в контексти, зрозумілі широкій аудиторії, нерідко супроводжена тлумаченнями, прикладами, історичними довідками або візуальними матеріалами. Така подача сприяє демократизації знання й

трансформації наукової термінології у доступний елемент популяризаційного дискурсу.

Деякі терміни на сайті *National Trust* функціонують як ключові концепти комунікації, зокрема *community, climate, legacy, place, resilience, tradition*. Ці лексеми вирізняються широкою, узагальненою семантикою, що дозволяє їм охоплювати різні аспекти діяльності організації та бути релевантними для різних цільових аудиторій. Водночас вони виконують ідеологічну й ціннісну функцію, оскільки через зрозумілі, емоційно насичені й культурно марковані слова формують уявлення про місію *National Trust* як інституції, що поєднує турботу про спільноти, довкілля та історичну пам'ять.

Завдяки повторюваності та стратегічному розміщенню в ключових текстах і заголовках ці концепти набувають статусу дискурсивних маркерів, які структурують наратив спадщини й сприяють формуванню відчуття належності, відповідальності та довготривалої перспективи. Таким чином, зазначені терміни не лише інформують, але й виконують прагматичну функцію переконання, апелюючи до спільних цінностей та емоційного досвіду користувача.

Отже, стилістичне оформлення вебтекстів *National Trust* слугує важливим інструментом залучення аудиторії та формування її довіри до організації. Поєднання інформативності з емоційністю, спеціалізованої термінології з метафоричними образами, інклюзивної риторики з експертністю – усе це формує унікальний стиль, що поєднує традиції британського культурного наративу із сучасними медійними стратегіями.

Таким чином, можна зробити висновок, що вербальний модус вебсайту *National Trust* засвідчує, що лінгвістичне наповнення ресурсу є глибоко продуманим і функціонально спрямованим. На лексичному рівні переважає лексика, пов'язана з темами спадщини, природи, спільноти та збереження, що формує асоціативне поле турботи, відповідальності й надії. Вона доповнюється фразеологізмами та метафорами, які створюють культурну глибину та емоційний вплив.

На граматичному рівні домінують активні конструкції, інклюзивні займенники та наказові форми, що посилюють залучення читача до комунікації та створюють ефект особистої відповідальності й участі в описуваних проєктах. Основними часовими формами є Present Simple і Present Perfect, які забезпечують ясність викладу та акцент на актуальності дій.

Синтаксичний рівень характеризується логічною побудовою речень, частим використанням простих і складносурядних конструкцій, а також повторюваними риторичними фігурами, що робить тексти легкими для сприйняття, водночас зберігаючи ритм і стиль.

Стилістичний рівень вирізняється поєднанням інформативності й емоційності, з чітким гуманістичним посилом. Тут активно використовуються риторичні питання, анафори, паралелізми та епітети, які формують живий, переконливий стиль організації.

Окремо слід виділити спеціалізовану термінологію, пов'язану з культурною спадщиною, екологією, архітектурою та збереженням довкілля. Її впровадження сприяє науковій достовірності й підвищенню рівня обізнаності читачів, не порушуючи при цьому доступності подачі матеріалу.

Загалом, вербальний модус сайту *National Trust* виконує не лише інформативну, а й комунікативно-виховну функцію, формуючи у читача відчуття причетності до збереження спільної культурної та природної спадщини.

2.3.2. Візуальний модус

У сучасному веб-дизайні візуальний модус є ключовим елементом мультимодальної комунікації, що забезпечує не лише естетичне сприйняття, а й когнітивну орієнтацію користувача в цифровому середовищі. На сайті *National Trust* він реалізується через ретельно продумані візуальні елементи, які виконують як інформативну, так і емоційну функцію.

У веб-дизайні невербальна комунікація має свої унікальні форми: якщо у фізичному просторі невербальні сигнали реалізуються через міміку, жести, рухи, то у цифровому – через зображення, шрифти, колір, іконки, вирівнювання, розміри елементів та просторові зв'язки між ними. Ці графічні інструменти замінюють фізичні жести і формують візуальне спілкування – спосіб, який сприймається інтуїтивно. Таке спілкування базується на еволюційній здатності людини до візуального розпізнавання та на її досвіді взаємодії зі світом образів.

На сайті *National Trust* візуальний модус реалізується через декілька структурних елементів:

- *великоформатні зображення*, розміщені у верхній частині сторінок, слугують першим контактним візуальним меседжем. Вони переважно зображують природні або історичні ландшафти, створюючи атмосферу захоплення, естетичного залучення та бажання долучитися до збереження цих місць. Як видно на сторінці *Next steps for the Sycamore Gap tree* (Додаток Д, рис. 2.), зображення молодого саджанця, обрамленого зеленню, є символічною візуальною метафорою: воно передає ідеї відродження, надії та безперервності життя, що перегукуються з ключовими меседжами тексту.

Ще одним прикладом промовистого візуального модусу є великоформатне зображення, розміщене у верхній частині сторінки, що візуалізує момент тонкої й акуратної реставраційної роботи – зняття зіпсованого лаку з портрета Леді Енн Блай (Додаток Е, рис. 2.1.). Крупний план руки спеціаліста з ватною паличкою у фокусі формує в глядача ефект причетності до сакрального процесу збереження мистецтва, візуалізуючи крихкість, делікатність і професійність. Сам об'єкт (фрагмент обличчя) подано наближено, що підсилює емоційне занурення. Композиційно зображення балансує між людським фактором (рука) та об'єктом спадщини (портрет), створюючи семіотичне напруження між минулим і сучасністю, між матеріальністю й турботою. Візуальний модус тут виконує емотивно-

просвітницьку функцію, викликаючи не лише інтерес до професійної реставрації, а й повагу до збереження автентичності культурних артефактів;

- *галереї світлин і художніх ілюстрацій* представлені у вигляді блокових композицій із великоформатними *прев'ю* (заголовок + зображення + короткий опис). Розміщення такого візуального блоку безпосередньо на головній сторінці тематичного розділу виконує функцію тематичного маркування: читачеві одразу пропонується спектр актуальних тем, об'єднаних ключовим поняттям «Heritage conservation» (Додаток Д, рис. 2.2). Кожна світлина в галереї функціонує як візуальний елемент-навігатор, що не лише оформлює інформацію, а й викликає емоційне залучення, репрезентуючи різні аспекти спадкоємної роботи: реставрація живопису, збереження рослин, дослідження матеріалів, текстильні студії, підтримка від фондів. Зображення мають нарративну автономність – навіть без тексту вони передають зміст теми через ключові візуальні коди: рука реставратора, насадження, архітектурний інтер'єр, музейні експонати тощо.

Структурно така галерея виконує функцію візуального каталогізатора та інтерфейсного орієнтира, вказуючи на пріоритетні ініціативи організації. У деяких випадках аналогічні галереї з'являються і в нижній частині сторінок (*footer-style layout*), що позначаються заголовком «You might also be interested in», де об'єднують найбільш релевантні матеріали за тематикою — наприклад, у межах консервації або кліматичних проєктів (Додаток Д, рис. 2.3.). Цей розділ виконує функцію контекстуального доповнення та UX-навігації [59], дозволяючи користувачеві перейти до змістово суміжних матеріалів.

Таким чином, галереї світлин у структурі сайту виконують подвійну роль: з одного боку – інформативну та орієнтаційну, з іншого – емоційно-репрезентативну, що сприяє побудові довіри до цінностей National Trust через образну систему. Інтерактивні карти, мультимедійні тури та візуалізовані маршрути поглиблюють занурення користувача у просторову реальність об'єктів. Вони сприяють кращій орієнтації в локації та формують ефект «присутності», що є особливо важливим у контексті нематеріальної спадщини;

- кольорові плашки, блоки й фони, окрім візуальної привабливості, виконують структурно-організаційну функцію: вони поділяють контент на логічні сегменти, допомагають виокремити ключові меседжі або інформативні блоки. Часто ці кольори гармоніюють із візуальною айдентикою бренду (зелений, білий, бежевий, сірий та чорний) та слугують засобом символічної комунікації. Як видно з прикладів (Додаток Д, рис. 2.4-2.7), такі блоки слугують засобом структурно-організаційної побудови сторінки, що забезпечує зручну навігацію та інтуїтивне сприйняття контенту користувачем.

Перш ніж переходити до аналізу конкретних прикладів, варто зауважити ще раз, що ключовим елементом візуальної айдентики *National Trust* є зелений колір. Він послідовно використовується на всьому сайті як маркер належності до бренду й виконує не лише декоративну, а й символічну комунікативну функцію. Зелений асоціюється з природою, екологічною відповідальністю, гармонією, стабільністю та ідеєю збереження спадщини – що цілком відповідає місії організації. Саме завдяки такому кольоровому кодуванню візуальний модус сайту набуває глибшого смислового навантаження, яке проявляється в окремих елементах дизайну, зокрема у кольорових плашках, заголовках і кнопках дії.

У прикладі з розділом «*Archaeological work*» (Додаток Д, рис. 2.4.) зелена плашка виокремлює основне повідомлення сторінки, привертає увагу до ключової інформації та контрастує з природним фоном, тим самим підсилюючи риторичний ефект заклику до дії (*Dig deeper*) вже білим кольором.

Аналогічне спостерігається й у розділах *Membership* або *Support us* (Додаток Д, рис. 2.5-2.6.), де зелені кнопки, поля відіграють функцію навігаційних маркерів (приклад: кнопки *Joint*, *Renew*, *Family*). Вони не лише забезпечують логічну організацію інтерфейсу, а й закликають до взаємодії, формуючи довірливу комунікацію з користувачем.

Кольорове оформлення текстових блоків на сайті *National Trust* не є випадковим – воно слугує маркером значущості, функціональності й

візуальної ієрархії контенту. Як видно з прикладу (Додаток Д, рис. 2.7), у розділі *Make the most of your membership* використано три різні кольори плашок – білий, зелений та чорний – кожен із яких виконує окрему комунікативну функцію:

- зелена плашка (*Visit*) – ключова та найбільш привертаюча увагу. Використання саме зеленого кольору – основного візуального маркера бренду *National Trust* – підкреслює важливість цієї дії, стимулює інтерес до дослідження простору й асоціюється з природою, стабільністю, спадщиною;
- біла плашка (*Christmas as a member*) – має менш акцентовану, але все ж емоційно забарвлену функцію. Білий фон з фото створює атмосферу відкритості, святковості та емоційного тепла. Він працює як фоновий елемент для історії або наративу, що несе додаткову інформацію;
- чорна плашка (*About your membership*) – виконує інформаційно-організаційну функцію. Вона менш виразна візуально, але саме тому орієнтована на практичний, технічний зміст (умови, акаунт, часті запитання). Чорний колір у цьому випадку створює враження надійності, чіткості та серйозності.

Особливістю візуального оформлення є також послідовне використання типографічної ієрархії, що дозволяє швидко зорієнтуватися у структурі сторінки. Типографіка виступає важливим невербальним модусом, що не лише передає зміст, а й формує довіру, викликає емоційну залученість та підсилює ціннісне повідомлення [52].

Як наприклад, (див. Додаток В, рис. 1), візуальний приклад дуже вдало демонструє важливу роль типографіки як елемента візуального модусу та психолінгвістичного сприйняття тексту. На зображенні представлено одну й ту саму фразу — «*I will always find you*», але виконану у двох різних шрифтах:

- лівий варіант написано м'яким, округлим, дружнім шрифтом, який сприймається як позитивний, навіть романтичний.
- правий варіант оформлено гострим, хаотичним шрифтом, що нагадує кривавий напис або почерк маніяка з фільму жахів.

Хоча вербальний зміст (словесне повідомлення) не змінюється, візуальна форма подання повністю змінює емоційне та психологічне сприйняття повідомлення. Це яскравий приклад того, як шрифт впливає на прагматичний рівень комунікації, формуючи очікування, емоції та інтерпретацію читача.

На сайті *National Trust* немає яскраво виражених прикладів такого контрастного впливу шрифту на психологічне сприйняття, як у наведеному вище випадку. Це пов'язано зі специфікою організації: як культурно-просвітницька та національно значуща установа, вона тяжіє до стилістичної стриманості, академічності та довіри. Однак навіть за таких умов типографіка сайту виконує важливу комунікативну та структурну функцію, ілюструючи принципи збалансованого поєднання шрифтів.

На прикладі вебсторінок товариства спостерігається вдала комбінація шрифтів та типів гарнітур (див. Додаток В, рис. 1.1) [69] – зазвичай це поєднання контрастного заголовкового шрифту (зі збільшеним кеглем, чіткою геометрією та більшою міжлітерною відстанню) і основного тексту, що є нейтральним за стилем, оптимізованим для екранного читання. Така типографічна структура підкреслює ієрархію інформації, допомагаючи користувачеві інтуїтивно орієнтуватися у змісті; вона створює візуальний ритм і гармонію, не перевантажуючи простір сторінки; а також формує етос бренду – шляхом ретельного добору шрифтів передаються ідеї стабільності, відкритості, академічної глибини й естетичної витриманості.

У Додатку Д, рис. 2.8.-2.9. подано приклади типографічних рішень, які демонструють, що в межах вебсайту *National Trust* типографіка функціонує не як суто декоративний елемент, а як змістотворчий модус, що підтримує цілісність вербальної та візуальної комунікації бренду. Відповідно, шрифти в онлайн-середовищі товариства не лише передають текстову інформацію, а й сприяють формуванню довіри, інтелектуального тону та ціннісної орієнтації користувача.

Типографічна система сайту характеризується функціональною диференціацією:

- *заголовки* (наприклад, «Inspire more people to care and take action» або «Connecting people, art and nature») виконані у сучасному антиквеному шрифті з високим контрастом штрихів;
- *основний текст* на сайті набрано гротесковим (без засічок) шрифтом – це забезпечує високу читабельність на екранах різної роздільної здатності;
- *цитати* (наприклад, вислів Октавії Гілл) подані курсивом або стилізовані за допомогою декоративних лапок та розділових ліній, що візуально виокремлює їх як емотивні або ключові повідомлення;
- *посилання та дійктичні вказівки* (наприклад, у меню «Jump to») часто підкреслені або мають ефект наведення (*hover*), із зміною кольору на зелений – основний колір товариства;
- *типографічна сітка* підтримує логічну структуру: текст поділено на невеликі абзаци, ключові ідеї виділено жирним, що полегшує сканування очима.

Таким чином, типографіка сайту сприяє формуванню емоційного фону – відчуття причетності до культурної місії, довіри до джерела та зацікавлення темами спадщини. Гармонія між класичними заголовками та сучасним тілом тексту візуально кодує зв'язок між минулим і сучасним – якого, власне, і прагне досягти *National Trust* у своїй діяльності.

Дейктичні вказівки як інструмент візуальної навігації на сайті National Trust

Одними з найбільш динамічних і функціонально навантажених елементів у межах візуального модусу сайту *National Trust* є дейктичні графічні матеріали [8]. Їхня роль значно перевищує суто декоративну функцію: вони формують основу інтуїтивної навігації й безпосередньо впливають на спосіб взаємодії користувача з цифровим середовищем. Ці візуальні маркери спрямовані на те, щоб не просто прикрасити сторінку, а забезпечити логічне, послідовне та комфортне пересування по інформаційних

блоках. Фактично дейктичні елементи працюють як «візуальні інструкції», що роблять структуру сайту зрозумілою без додаткових пояснень. Завдяки їм відвідувач не виступає пасивним споживачем контенту, а стає активним учасником інформаційного простору, який самостійно керує власним шляхом взаємодії з платформою. Такий підхід відповідає сучасним принципам UX-дизайну, де пріоритетом є зручність, передбачуваність і наочність користувацького досвіду.

Тобто замість звичних для нас невербальних засобів комунікації, таких як жести та міміка, у веб-дизайні використовуються спеціально розроблені графічні елементи, які виконують функцію вказівних сигналів. До таких засобів належать стрілки, піктограми, маркери, виділені кольорові акценти, лінії, схематичні положення, а також анімаційні засоби комунікації, зокрема ефект наведення (*hover*), підкреслення, тощо. Усі ці засоби інтегруються в загальну візуально-комунікативну стратегію сайту та формують керований напрямок сприйняття інформації, спрямовуючи увагу користувача. Вони допомагають структурувати інформаційний простір, зменшують когнітивне навантаження та формують чітку ієрархію змісту. Завдяки правильному композиційному розташуванню цих візуальних компонентів увага користувача спрямовується саме на ті елементи сторінки, які мають найбільшу комунікативну вагу – наприклад, кнопки заклику до дії, навігаційні розділи, інформаційні блоки або важливі повідомлення.

Крім того, дейктичні графічні матеріали сприяють побудові візуального сценарію взаємодії з сайтом [8, с. 26; 9, с. 24-26]. Вони організують рух погляду, задають темп читання та формують інтерпретаційний маршрут, який не лише полегшує переходи між розділами, а й забезпечує послідовне сприйняття контенту. Таким чином, ці елементи виступають ключовими у формуванні мультимодальної структури сайту, адже саме вони інтегрують візуальну, текстову й інтерактивну складові в єдину семіотичну систему, що забезпечує ефективну й комфортну комунікацію з користувачем.

Дейктична жестикуляція у веб-дизайні

Дейксис (від грец. δειξις – «вказівка») у лінгвістиці означає спосіб комунікації, що використовує вказівні елементи для привернення уваги до об'єкта або напряму. Цей принцип було адаптовано у графічний дизайн, де вказівні елементи виконують функцію орієнтирів, спрямовуючи користувачів до ключових частин сайту [6].

Термін «дейктична жестикуляція» у контексті веб-дизайну стосується використання вказівних графічних елементів, які виконують роль візуальних підказок. У реальному житті жестикуляція реалізується через фізичні жести (вказівні рухи рук, позиції тіла), однак у цифровому середовищі її функції замінюють стрілки, лінії, вирівнювання та відстані між об'єктами. Такі елементи допомагають користувачам орієнтуватися на сторінці та взаємодіяти з її компонентами.

Отже, дейктичні (вказівні) елементи у веб-дизайні слугують візуальними «підказками» для спрямування уваги користувачів на важливу інформацію чи взаємодію з певними об'єктами на сторінці. Вони забезпечують логічну та інтуїтивну навігацію, що сприяє покращенню користувацького досвіду.

До основних вказівних елементів дизайну відносимо:

1) *лінії та стрілки:*

- використовуються для скерування погляду відвідувача на важливі частини сторінки (наприклад, кнопки заклику до дії, заголовки чи важливі блоки тексту) (див. Додаток В, рис. 1.2);

- прямі, вигнуті чи декоративні лінії допомагають створювати зв'язок між елементами на сторінці;

2) *відстань між елементами:*

- відстань впливає на сприйняття групування елементів: близько розташовані компоненти інтуїтивно сприймаються як взаємопов'язані;

- відступи між текстом і зображеннями сприяють організації простору, роблячи сторінку більш легкою для читання (див. Додаток В, рис. 1.3. – 1.4., 1.9.);

3) *вирівнювання:*

- правильне вирівнювання текстів, заголовків, ілюстрацій та інших елементів створює враження впорядкованості й допомагає відвідувачам легко орієнтуватися на сторінці (див. Додаток В, рис. 1.5. – 1.6.);

4) *подібність:*

- схожі за формою, кольором або стилем елементи асоціюються як частини однієї групи чи ідеї. Наприклад, однаковий стиль кнопок на різних сторінках створює враження єдності та узгодженості дизайну (див. Додаток В, рис. 1.7);

5) *комбінація шрифтів:*

- контрастні шрифти використовуються для підкреслення важливих частин тексту, таких як заголовки чи цитати (див. Додаток , рис. 1.1., рис. 1.8.);
- абзаци та відступи, що структурують текст, дозволяють розділити великий обсяг інформації на зручні для читання частини.

Вербальні та невербальні елементи сайту діють у взаємозв'язку, підсилюючи ефективність спілкування з аудиторією. Досвід свідчить, що інформація, яка подається як візуально так і в усній формі, краще запам'ятовується і довше зберігається в пам'яті людини, ніж та, яка сприймається лише одним каналом. При використанні обох форм мозок формує взаємозв'язки між ними, тим самим утворюючи щось більше, ніж просто суму окремих частин [19].

Наприклад:

- текстові блоки працюють разом із фотографіями, які додають емоційності;
- поєднання шрифту та кольору одразу привертає увагу до заклику, тож користувачеві психологічно легше зорієнтуватися та користуватися веб-сайтом (див. Додаток В, рис 1.9.);
- заклики до дії виділяються більш яскравими кольорами та розташуванням у найбільш помітних частинах сторінки;
- культурні ідеї та історичні акценти тексту підкреслюються тематичними зображеннями та фірмовим стилем.

Однією з ключових рис візуально-комунікативної стратегії вебсайту *National Trust* є активне використання дейктичних вказівників – графічних та типографічних елементів, які спрямовують увагу користувача і полегшують орієнтацію в онлайн-просторі. Особливістю цих вказівників є те, що вони не лише виконують навігаційну функцію, а й закріплюють візуальну айдентіку бренду завдяки послідовному застосуванню фірмового зеленого кольору.

Зокрема, зелений колір використовується для кнопок заклик до дії (*call to action, CTA*), таких як «*Learn about our conservation work*», «*Explore*», «*Join*», а також для навігаційних стрілок, піктограм та акцентних підкладок у блоках-картках (див. Додаток Д, рис. 3-3.1.). Ці елементи мають чітко окреслений контур і фон, що створює ефект візуального орієнтира, спонукаючи до дії.

Окрему увагу заслуговує ефект наведення (*hover effect*), який функціонує як анімований дейктичний механізм. На сайті *National Trust* цей ефект реалізується у кількох варіантах:

- при наведенні курсору на пункт меню, кнопку або посилання, фон блоку змінюється на зелений – такий прийом не лише візуально виділяє активну зону, а й посилює емоційний зв'язок з товариством (див. Додаток Д, рис 2.5);
- у футері сайту при наведенні на текстові посилання активується підкреслення рядка зеленим кольором, що сигналізує про можливість переходу (див. Додаток Д, рис. 3.4);
- у списках регіонів (напр. *Choose an area to explore*) активне місто або область виділяється зеленою плашкою, що фіксує поточну позицію користувача (див. Додаток Д, рис. 3.3.).

Таке узгоджене використання кольору як семіотичного маркера та дейктичних форм підтримує когерентність комунікації, посилює інтуїтивну навігацію й одночасно слугує інструментом символічної репрезентації екологічної та спадкової місії товариства. У цьому контексті, дейктичні елементи стають не лише навігаційним, але й ідеологічно значущим модусом, який сприяє ефективній взаємодії користувача з цифровим середовищем бренду.

Окремим аспектом візуального модусу на сайті *National Trust* є інтерактивні карти (див. Додаток В, рис. 3.5.), які функціонують не лише як навігаційний інструмент, але й як візуальний засіб комунікації з користувачем. Завдяки інтерактивності, карти поєднують графічні елементи з функціональністю, створюючи зручний і інтуїтивно зрозумілий спосіб пошуку об'єктів для відвідування.

На візуальному рівні карта оформлена в фірмовій кольоровій палітрі сайту: світло-зелений фон, чорні піктограми із білим логотипом дубового листка, що однозначно асоціюється з організацією. Кожна точка на карті позначає конкретне місце або об'єкт під опікою товариства, а при наведенні або натисканні – відкриває додаткову інформацію. Таким чином, візуальний модус реалізується через:

- піктограми та маркери: вони виконують функцію дейктичних вказівників, спрямовуючи увагу користувача;
- кластеризацію об'єктів: цифри в колах означають кількість локацій в конкретному регіоні, що підвищує орієнтацію на місцевості;
- кольорові таконічні фільтри: вони дозволяють змінити відображення залежно від дня, тематики чи типу заходу, що активізує взаємодію з картою;
- динамічну взаємодію (*hover/zoom*): забезпечує глибше занурення в контент, підкреслюючи мультимодальність цифрового середовища.

Таким чином, інтерактивна карта є прикладом того, як візуальний модус поєднує інформаційну функцію з естетикою та брендовою айдентикою, забезпечуючи залучення користувача в процес пізнання культурної та природної спадщини. Вона виконує роль цифрової навігації, що ґрунтується на принципах зручності, візуальної виразності та інтуїтивного доступу до інформації.

Отже, візуальний модус сайту *National Trust* виконує не лише декоративну функцію, а є повноцінним засобом змістової та прагматичної комунікації. Завдяки продуманому використанню фірмового зеленого кольору, гармонійній типографіці, системі дейктичних вказівників та

структурованій подачі контенту, вебсайт формує візуальну ідентичність, що відповідає цінностям організації. Візуальні елементи сприяють створенню атмосферного, довірливого та орієнтованого на користувача простору, де кожен компонент – від кнопок до заголовків – працює на підтримку головної мети товариства: збереження культурної і природної спадщини. У цьому контексті візуальний модус виступає не лише носієм інформації, а й інструментом формування екологічної свідомості, просування ідеї сталого розвитку та залучення спільноти до участі у спільних ініціативах.

2.3.3. Аудіовізуальний та аудіальний модуси

Аудіовізуальний модус на вебсайті *National Trust* є важливим компонентом мультимодального тексту, який поєднує звук, відео, зображення та інтерактивні елементи. Він суттєво розширює комунікативні можливості вербального модусу, дозволяючи користувачам не лише читати про об'єкти спадщини, а й бачити їх, чути контекст і відчувати атмосферу. Аналіз двох конкретних сторінок – «*Exploring the estate at Sizergh*» та «*Behind the Scenes Video Tour of Munstead Wood*» – дає змогу висвітлити головні складові цього модусу.

На сторінці «*Exploring the estate at Sizergh*» користувачу пропонується аудіо-гід. Таким підходом організація забезпечує інклюзивність і доступність контенту, що відповідає її місії забезпечити спадщину «для всіх, назавжди». Відео супроводжує текст і зображення, утворюючи єдине аудіовізуальне середовище: змістовний коментар, музичний або природний фон (пташині звуки, шелест дерев) та візуальні кадри ландшафтів. Це створює ефект занурення і стимулює емоційне залучення користувача.

У випадку сторінки «*Munstead Wood – Behind the Scenes Video Tour*» відео-тур дозволяє глядачам побачити процеси підготовки саду, роботу

головного садівника та закулісні кадри, що підсилюють почуття причетності до збереження культурної спадщини.

В обох прикладах відеоформат (див. Додаток Д, рис. 3.6.) виступає не просто візуальним доповненням до тексту, а окремим засобом комунікації, що забезпечує глибше занурення у простір об'єкта. Відео супроводжується дикторським голосом, музикою, звуками природи, що дозволяє передати не лише факти, а й емоційно-сенсорне враження. Також користувач має змогу бачити архітектурні деталі, пейзажі, інтер'єри та навіть процес догляду за територією, що підсилює ефект присутності. Таким чином, аудіовізуальний модус слугує ефективним інструментом не лише інформування, а й переконання, емоційного впливу та побудови довіри до організації.

З точки зору мультимодальності, аудіовізуальний модус виконує кілька функцій:

- він служить демонстраційним засобом – користувач бачить об'єкт спадщини, його стан, ландшафт, інтер'єр або процес реставрації;
- він є наративним медіумом – відео розповідає історію, пояснює контекст, іноді супроводжується музикою, озвученням, коментарем;
- формує емоційно-залучувальний досвід – звук і рух додатково стимулюють залучення, активніше, ніж статичне зображення або текст;
- він реалізує навчальну функцію – наприклад, відео з коментарем садівника пояснює, чому важливо зберігати сад *Munstead Wood*, ймовірно, кинувши виклик глядачеві до дії.

Окрему увагу варто приділити секції «*Virtual Visit – Podcast*», яка є втіленням аудіального модусу в чистому вигляді. У цьому розділі зібрано десятки аудіоподкастів, тривалістю від 15 до 30 хвилин і більше (див. Додаток Д, рис. 3.7.). Подкасти згруповані за тематичними підрозділами, такими як: *Stories about nature and history*, *Discover our kids' podcast*, *National Trust podcast series*, *Podcast playlists*, *Mini series*.

Ці записи охоплюють різноманітні теми – від розповідей про збереження природи та історичні об'єкти до пригодницьких історій для дітей. Таким

чином, подкасти розширюють аудиторію організації та поглиблюють залучення: користувач може слухати їх під час прогулянки, подорожі або відпочинку вдома, зберігаючи контакт із брендом у позавізуальному режимі.

На відміну від класичного візуального модусу, аудіо – а особливо подкаст – надає слухачу ефект присутності, створюючи відчуття особистої участі в оповіді. Це дозволяє не лише споживати інформацію, а й емоційно переживати її, відчувати причетність до цінностей і діяльності організації. В аудіоформаті реалізується цінність оповіді як способу передачі культурної пам'яті та ідентичності, що ідеально корелює з місією *National Trust*.

З точки зору мультимодальності, аудіальний модус виконує кілька важливих функцій:

- інформаційно-комунікативну – він забезпечує доступ до знань про об'єкти природи, архітектури, культурної спадщини у зручному для сприйняття форматі, навіть під час виконання інших дій (наприклад, прогулянки чи подорожі);
- емотивну – за допомогою тембру голосу, інтонацій, музичного супроводу і звукових ефектів подкасти створюють емоційний зв'язок між слухачем та організацією;
- інклюзивну – аудіоконтент є більш доступним для осіб із порушенням зору або труднощами у читанні, а також для дітей, що ще не впевнено володіють письмовою мовою;
- ідентифікаційну – через аудіонаративи слухачі занурюються в історії, відчують належність до спільноти та цінностей *National Trust*, що посилює ефект співучасті й залученості.

Аудіовізуальний та аудіальний модуси на вебсайті *National Trust* виступають потужним інструментом емоційної та інтелектуальної взаємодії з користувачем. У поєднанні з вербальними й візуальними елементами вони створюють повноцінний мультимодальний простір, який не просто інформує, а занурює аудиторію в атмосферу спадщини, природи, історій та цінностей організації.

Синергія аудіо- та відеоконтенту дозволяє забезпечити багаторівневе сприйняття: візуальні образи доповнюються звуковими поясненнями, тоді як аудіоподкасти відкривають простір для уяви, емоцій та внутрішньої рефлексії. Такий підхід не лише розширює доступність контенту (зокрема, для різних вікових і соціальних груп), а й сприяє глибшому залученню користувачів до місії National Trust.

Отже, аудіальний та аудіовізуальний модули є не допоміжними, а інтегральними складовими комунікативної стратегії бренду, які формують сучасну модель культурного діалогу між організацією та громадськістю.

Усе це дозволяє дійти висновку, що вербальні, невербальні, аудіальні та аудіовізуальні особливості вебсайтів виступають потужними інструментами комунікації, здатними комплексно впливати на когнітивному, емоційному та поведінковому рівнях сприйняття інформації користувачами. Вербальні елементи – тексти, заголовки, підзаголовки, слогани, цитати та заклики до дії (*call to action*) – виконують ключову функцію змістової передачі інформації. Вони структурують наратив, формують тон комунікації, сприяють створенню довіри та стимулюють користувача до взаємодії з контентом. Завдяки вдалому стилістичному оформленню, логічній організації, зрозумілій лексиці та візуально виокремленим смисловим акцентам, вербальні модули забезпечують високу інформативність і доступність сайту.

Невербальні ж засоби – кольорова палітра, типографіка, графічні елементи, піктограми, композиція та іконографіка – формують візуальне середовище, що підсилює ефективність вербального повідомлення та полегшує орієнтацію в цифровому просторі. Особливу роль відіграють дійсничні маркери: стрілки, плашки, кнопки, візуальні акценти, лінії, ефекти наведення (*hover*), відступи й підкреслення, які виконують функцію цифрових «вказівних жестів». Саме ці елементи забезпечують інтуїтивну навігацію, посилюють інформативну та емотивну функції, а також формують досвід користувача як комфортний, прозорий та послідовний.

У свою чергу, аудіальні й аудіовізуальні модуси розширюють можливості мультимодального простору вебсайту, поглиблюючи рівень емоційного занурення та залученості. Відеогіди, інтерактивні тури, подкасти й аудіорозповіді дозволяють не лише передавати інформацію, а й створювати ефект присутності, відчуття співучасті у спільній спадщині. Вони стимулюють індивідуальні сенсорні реакції, підтримують наративність, збагачують інтерпретаційні шляхи та забезпечують доступ до контенту для ширшої аудиторії, включно з людьми з особливими потребами.

Таким чином, взаємодія всіх модусів – вербального, невербального, аудіального та аудіовізуального – створює синергетичний ефект, що перетворює сайт *National Trust* на багатовимірний комунікативний ресурс. Завдяки цьому мультимодальний підхід стає ефективним засобом популяризації культурної спадщини, просування екологічної та соціальної відповідальності, а також формування сталого емоційно-ціннісного зв'язку з аудиторією в умовах цифрової епохи.

ВИСНОВКИ

У ході роботи над кваліфікаційною роботою було здійснено всебічний та багатоаспектний аналіз феномену мультимодальності, з особливим акцентом її реалізації у цифровому середовищі, зокрема на прикладі сайту *National Trust*. Дослідження охопило як теоретичні засади мультимодальної комунікації – її поняттєвий апарат, класифікацію модусів, принципи взаємодії вербальних і невербальних знаків, – так і практичні механізми втілення мультимодальних стратегій у сучасних веб ресурсах.

Виконана робота дозволила не лише поглибити розуміння теоретичних концептів мультимодальності, але й продемонструвати їхню прикладні цінність у процесі формування ефективного комунікативного простору. Аналіз структури, мовних засобів, візуального модусу та інтерактивних елементів сайту показав, яким чином мультимодальні ресурси можуть працювати узгоджено для створення зрозумілого, привабливого й емоційно впливового користувацького досвіду. Таким чином, проведене дослідження довело, що мультимодальність є не лише теоретичною категорією, а й важливим практичним інструментом у розробці та оптимізації цифрових платформ комунікації.

Мультимодальність, яка інтегрує текст, зображення, звук, відео та інші модуси комунікації, є ключовою рисою сучасного цифрового середовища. Її основна ідея полягає у створенні комплексного досвіду, що апелює до різних сенсорних каналів сприйняття. У цьому дослідженні було з'ясовано, що синтез семіотичних ресурсів дозволяє досягти більшої ефективності у передачі інформації та емоційного впливу на аудиторію. Важливість «граматики візуального дизайну» полягає у встановленні правил взаємодії між текстовими та візуальними елементами. Ця концепція успішно реалізована у структурі та дизайні таких сайтів, як сайт фундації *National Trust*.

Сайт *National Trust* є яскравим прикладом успішного застосування мультимодальності у веб-дизайні. Він виконує не лише інформаційну, але й

емоційну та соціальну функції. Інтеграція вербальних і невербальних елементів дозволяє створити гармонійний, інтерактивний і привабливий ресурс.

Вербальні компоненти сайту *National Trust* відіграють ключову роль у формуванні змістового каркасу мультимодального повідомлення. Вони вирізняються чіткою логіко-сисловою структурою, жанровою варіативністю та адаптивністю до цільової аудиторії. Основні тексти, описи історичних об'єктів, новинні повідомлення, заголовки, підзаголовки, підписи до зображень і навігаційні підказки розроблені з урахуванням принципів інформативності, доступності та емоційної виразності.

У лексичному плані активно використовуються культурологічні, історичні та географічні терміни, які актуалізують теми спадщини, ідентичності, пам'яті, збереження природи та сталого розвитку. Стилiстично переважає нейтрально-публіцистичний та експресивно-переконливий тон, що сприяє налагодженню діалогу з аудиторією. Особливу роль відіграють заклики до дії, які виконують функцію спонукання до участі, волонтерства чи підтримки.

Синтаксично тексти є варіативними – від простих, інформативних речень до розгорнутих описових конструкцій із риторичними прийомами. Зустрічаються емотивні слова, метафоричні звороти, алюзії та стилістичні фігури, що посилюють естетичне та емоційне сприйняття інформації

Невербальні елементи сайту, такі як кольорова палітра, фотографії, шрифти та інфографіка, створюють візуальну ієрархію, яка сприяє комфортному сприйняттю інформації. Кольори, наприклад, зелений та коричневий, символізують природу, стабільність і гармонію, що є основними цінностями організації. Дейктичні елементи, зокрема стрілки, вирівнювання тексту, відстані між елементами тощо, виконують роль вказівних жестів, полегшуючи навігацію.

Структурна організація сайту *National Trust* забезпечує ефективне подання інформації. Чіткий розподіл розділів та ієрархія сторінок дозволяють

користувачам швидко орієнтуватися та знаходити потрібний контент. Мультимодальні елементи, інтегровані у дизайн, забезпечують не лише естетичну привабливість, але й функціональність. Важливо, що сайт поєднує сучасні підходи до дизайну з акцентом на традиції, тим самим зміцнюючи свою ідентичність і формуючи довіру аудиторії.

У межах кваліфікаційної роботи вдалося встановити, що мультимодальність є визначальним чинником ефективності сучасних веб-ресурсів, оскільки забезпечує гармонійну взаємодію між різними семіотичними каналами – словом, зображенням, символом, відео та структурою сторінки. Аналіз наукових праць довів, що мультимодальний текст створює багаторівневий комунікативний простір, який дозволяє залучати користувача не лише інтелектуально, але й емоційно та естетично.

Дослідження веб-сайту *National Trust* показало, що він є прикладом цілісної мультимодальної комунікації, де вербальні й невербальні засоби функціонують у взаємодії та взаємодоповненні. Лексичні та граматичні особливості текстів формують образність, інклюзивність і відчуття належності до спільної культурної спадщини, тоді як візуальні та дійктичні елементи структурують користувацький досвід і спрямовують увагу на ключові смислові вузли. У результаті сайт не просто інформує про об'єкти й ініціативи, а створює комунікативний простір, у якому спадщина постає як жива, відкрита й релевантна сучасному суспільству.

Важливою науковою знахідкою стало усвідомлення того, що мультимодальність у контексті культурної спадщини виконує не лише естетичну, а перш за все прагматичну й ідентифікаційну функції: вона допомагає формувати емоційний зв'язок між аудиторією та об'єктами спадщини, посилює мотивацію до її збереження, робить історію доступною та «відчутною». Таким чином, результати дослідження засвідчують, що мультимодальна організація інформації є одним із ключових ресурсів для ефективної популяризації культурної пам'яті у цифровому середовищі.

Результати цієї роботи мають теоретичне та практичне значення. Теоретично вони поглиблюють розуміння мультимодальності як ключового аспекту сучасної комунікації. Практично – аналіз мультимодальності сайту *National Trust* може бути корисним для філологів, які займаються дослідженням прагматичних засобів впливу та ефективної комунікації у веб-просторі.

Отже, мультимодальність є не лише трендом, але й необхідністю у сучасному цифровому середовищі. Вона забезпечує не лише передачу інформації, а й формування емоційного зв'язку з користувачами за допомогою добре підбраної лексики, культурно маркованих слів та імперативних формулювань. Сайт *National Trust* демонструє, як можна використати мультимодальність для досягнення соціальних, освітніх та емоційних цілей. Це дозволяє не лише інформувати, але й спонукати аудиторію до активних дій, таких як підтримка ініціатив або участь у збереженні культурної спадщини.

SUMMARY

This master's thesis explores the phenomenon of multimodality as a key characteristic of contemporary digital communication and examines its practical implementation through the case study of the official website of the *National Trust*, a British organisation committed to the preservation of heritage and nature. The research focuses on how the integration of various semiotic resources – linguistic, visual, audio-visual, symbolic, and interactive – contributes to the creation of a cohesive, user-oriented communicative environment.

Multimodality, derived from the Latin *multum* («many») and *modus* («way» or «manner»), refers to the interaction and integration of multiple communicative modes within a single medium. In web-based environments, multimodality enables layered communication, allowing diverse sensory channels to simultaneously transmit meaning. This approach is particularly significant for cultural institutions such as the *National Trust*, which aim not only to inform but also to inspire emotional engagement and social involvement. The combination of words, images, layout, navigation design, and sound supports this goal.

The website of the *National Trust* is analysed in this study as a multimodal text, where four core modes are identified: verbal, visual, audio-visual, and symbolic (or written-symbolic). Each of these modes is examined in terms of its structure, function, and interaction with others. Special attention is given to the linguistic level – including lexical, grammatical, syntactic, and stylistic features – and to the non-verbal aspects that shape user experience and reinforce the organisation's mission.

The verbal mode of the website demonstrates a high degree of consistency and persuasive appeal. The texts employ heritage-related lexicon (e.g. legacy, roots, restoration, resilience), inclusive pronouns (we, our, us), imperative constructions (Join us, Discover, Protect), and rhetorical devices such as metaphors, parallelism, and deictic references (this place, these memories, for everyone, for ever). These features contribute to a strong narrative identity that positions the Trust not merely as a conservator of the past, but as a guide and collaborator in heritage preservation.

The visual mode is equally important, as the site is heavily reliant on high-resolution photographs, interactive maps, illustrative icons, and colour blocks. These elements support intuitive navigation and emotional storytelling. Within this visual landscape, the concept of the grammar of visual design, introduced by Kress and van Leeuwen, becomes central. This theory suggests that visual compositions, much like language, follow specific rules that determine how meaning is constructed through framing, salience, colour, reading paths, and spatial relationships. The *National Trust* website reflects these principles through its consistent layout, strategic use of white space, foregrounding of key elements (e.g. donation buttons, image banners), and alignment of textual and visual messages.

The written-symbolic mode is closely tied to visual design and encompasses the symbolic use of typography, logos, icons, and colours. The oak branch in the *National Trust's* logo symbolises strength, longevity, and national roots – ideas strongly associated with British cultural identity. The dominant use of green and earth tones further reinforces themes of nature, continuity, and trust.

The audio-visual mode includes embedded videos and multimedia tours that enhance user immersion and make distant or inaccessible heritage sites more tangible. These elements are often accompanied by subtitles and descriptive texts, ensuring accessibility and cognitive support for diverse user groups.

In addition, the website applies elements of deictic gesture in web design – a concept adapted from linguistic deixis and gesture theory. This refers to the use of visual markers (e.g. arrows, spacing, orientation, clickable icons) that guide users' attention and simulate pointing behaviour. These mechanisms help structure the information flow, direct focus to key content, and create an intuitive interaction similar to real-world communication.

Through the content analysis method, this study evaluated the structural organisation of the website, identifying over 500 content pages distributed across categories such as historical sites, conservation projects, events, education, and volunteering. The structure is user-centred, flexible, and scalable. Each page contains a standard set of components: headlines, subheadings, short paragraphs,

bulleted lists, and embedded media. These support scanning behaviour and contribute to usability, following the principles defined by Jakob Nielsen for effective web communication.

This analysis has also touched upon translation challenges, particularly regarding the emotional and culturally embedded nature of certain lexical constructions (e.g. to walk in the footsteps of our ancestors, living tradition, to leave a legacy). Preserving their metaphorical and affective dimensions in Ukrainian requires the use of idiomatic equivalents and a deep understanding of both linguistic systems.

Ultimately, the *National Trust* website stands as a compelling example of how multimodal strategies can be effectively integrated into digital heritage communication. It bridges the gap between past and present, tradition and innovation, by turning a static archive into a living, participatory platform. The fusion of verbal and non-verbal elements transforms the site into more than a source of information: it becomes a space of memory, interaction, and shared values.

KEY WORDS: cultural memory, cultural communication, deictic gesture, grammar of visual design, heritage, multimodal text, multimodality, *National Trust*, visual semiotics, web communication.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білецька Т. О. Різні види дейксису та способи їх вираження в сучасній англійській мові // Науковий вісник Чернівецького університету. Вип. 168. Чернівці: Рута, 2003. С. 110-116.
2. Білецька Т. О. Роль дейктичних елементів у реалізації стратегій впливу на адресата (на матеріалі анломовних текстів-описів товарів комерційних Інтернет-сайтів) // Мовні і концептуальні картини світу. К., 2013. С. 155-163.
3. Бойченко М. Соціальні теорії і дискурсивні та недискурсивні соціальні практики: освітня проба // Філософська думка, 2020. № 5, С. 23-40.
4. Вербальне і візуальне у веб-дизайні. WebSvit Blog, 2015. URL: <https://www.websvit.com/blog/2015/06/27/verbalne-i-vizualne-u-veb-dyzajn> (дата звернення: 12.11.2025)
5. Глазова С. М., Ліпич В. М., Горбенко І. Ф. Мовні аспекти комунікації в інтернет-середовищі: виклики та перспективи // Вісник науки та освіти, №9 (15). 2023. С. 49-61.
6. Гливінська Л. К. Об'єкт неолінгвістики – мультимодальність: завдання і рішення // Science and Education a New Dimension. Philology. КНУ імені Тараса Шевченка, Україна, 2018. С. 23-26
7. Гудзь Н. О. Мультимодальність як визначальна риса вебсайтів екологічної тематики // Наукові записки ЖДУ ім. І. Франка, 2019. URL: <https://eprints.zu.edu.ua/11977/> (дата звернення: 03.11.2025)
8. Гуменюк Н. Г. Дейктичні маркери як фактор, який впливає на реалізацію категорії оцінки в тексті (за матеріалами анломовної преси та реклами) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 / «Германські мови» Київ, 1996. 26 с.
9. Гуменюк Н. Г. Категорія дейксису в англійській мові : універсальний дейксис // Науковий вісник. Східноєвропейського національного

- університету імені Лесі Українки. Серія : Філологічні науки. Мовознавство. Луцьк, 2012. № 6. С. 24-26.
10. Гумовська І. М. Методичні рекомендації з дисципліни «Лінгвістичні аспекти інтернет-комунікації» для студентів спеціальності «Бізнес-комунікації та переклад» / Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2023. 15 с.
 11. Дацків Р. М., Кондратьєва О. В. Новітня парадигма сучасної лінгвістики, іншомовної комунікації та перекладу // Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка. 2021. С. 1-10.
 12. Електронний словник термінів веб-дизайну / GloryANT. URL: <https://gloryant.net/ukrainian-webdesign-dictionary> (дата звернення 11.12.2025)
 13. Костенко І. О. Варіативні шрифти та кінетична типографія у вебсередовищі // Теорія та практика дизайну. Культура і мистецтво. К.: КАІ, 2025. Вип. 2(36). С. 260-267.
 14. Костенко Н., Батаєва К., Іванова В. Сучасні методика контент-аналізу: навчальний посібник / Національна академія наук України, Інститут соціології, Інститут журналістики Київського національного університету імені Т. Г. Шевченка. Київ: Кондор, 2018. 416 с.
 15. Кочан І. М. Лінгвістичний аналіз тексту : навч. посіб. / Київ: Знання, 2008. 423 с.
 16. Кравченко М. Роль UX/UI дизайну в успіху діджитал-продуктів / InProject HUB, 2024. URL: <https://inproject.org/rol-ux-ui-dizainu-v-uspikhu-didzhital-produktiv/> (дата звернення 14.11.2025)
 17. Макарук Л. Л. Паралінгвальні засоби як композиційні складники сучасних англомовних мультимодальних текстів // Науковий журнал, 2016. № 4. С. 94-98.
 18. Макарук Л. Л. Специфіка сучасного англомовного мультимодального дискурсу // Східноєвропейський журнал психолінгвістики. Том 1, Число 2, 2014, С. 70-78.

- 19.Макарук Л. Л. Універсальність мультимодальної лінгвістики. // Науковий вісник КПІ, Збірник матеріалів круглого столу, «Сучасні тенденції фонетичних досліджень» (23 квітня 2020 р.) С. 16-19.
- 20.Паньків О. Філософсько-лінгвістичні аспекти інтернет-комунікації (оглядова стаття) // Соціальні комунікації: теорія і практика. Філософські науки, 2018. Том 4, №1, С. 63-68.
- 21.Практична граматики англійської мови з вправами: Базовий курс: Посібник для студентів вищих закладів освіти та середніх навчальних закладів з поглибленим вивченням англійської мови / Черноватий Л. М., Карабан В. І., Ліпко І. П. [та ін.]. К : Вінниця: Нова книга, 2007. 248 с.
- 22.Практична граматики англійської мови з вправами. Базовий курс / Dictum Factum, Вінниця, НОВА КНИГА, 2007. 248 с.
- 23.Психологія: навч. посіб. (опорний конспект лекцій) // Нікополь: НТ НМетАУ, 2011. URL: <https://studfile.net/preview/4617530/page:9/> (дата звернення: 05.11.2025)
- 24.Романюк С. Структура категорії темпоральності в сучасній українській мові // Uniwersytet Warszawski Katedra Ukrainistyki. Warszawa, 2012. 236 p.
- 25.Семенюк О. А., Паращук В. Ю. Основи теорії мовної комунікації: навч. Посіб // Академія, Київ. 2010. 240 с.
- 26.Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації: підручник // Черкаси: Видавництво Чабаненко Ю. А., 2011. 350 с.
- 27.Словник дизайнера-початківця / авт.-уклад. Макар З. Ю., Коломієць Д. І., Бабчук Ю. М: Вінниця, 2020. 113 с.
- 28.Словник термінів до курсу UI/UX дизайн з нуля // Beetroot Blog. URL: <https://beetroot.academy/glossary-uiux> (дата звернення: 05.11.2025)
- 29.Філіпова Н. М. Знак – інформація – мова: семіотика та комунікація : навчальний посібник для самостійної роботи студентів спеціальності 035 «Філологія». Вид. 2-ге, доп. і перероб / Миколаїв : НУК, 2023. 188 с.
- 30.Фурман О. М. Тракткування мультимодальності в сучасних лінгвістичних студіях // УДК 811.11'1, Збірник наукових праць «Нова філологія» No 82.

- 2021, С. 315-320. URL: <https://novafilolohiia.zp.ua/index.php/new-philology/article/view/601> (дата звернення: 05.11.2025)
- 31.Хавкіна О. М., Кара А. М. Мультиmodalність як провідна риса вебсайтів: лінгвальні аспекти // Тиждень науки-2025. Гуманітарний факультет. Тези доповідей науково-практичної конференції, Запоріжжя, 14-18 квітня 2025 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2025. С. 114-115.
- 32.Baldry A., & J Thibault P. Multimodal Transcription and Text Analysis: A Multimedia Toolkit and Coursebook // Equinox Publishing, 2006. 301 p. URL: <https://www.scribd.com/document/421112833/Multimodal-Transcription-and-Text-Analysis-Anthony-Baldry> (data access 06.11.2025)
- 33.Barthes R. Mythologies // The Noonday Press. New York. Farrar, Straus & Giroys, 1972. 164 p. URL: <https://soundenvironments.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/11/roland-barthes-mythologies.pdf> (data access 11.11.2025)
- 34.Bateman J. A. Text and Image: A Critical Introduction to the Visual/Verbal Divide. London: Routledge, 2014. 276 p. URL: <https://archive.org/details/textimagecritica0000bate/page/n10/mode/1up> (data access 01.11.2025)
- 35.Bezemer J., & Jewitt C. Multimodal Analysis: Key Issues. Research Methods in Linguistics/ed. L // Litosseliti. London: Continuum, 2009. P. 180-197.
- 36.Bezemer J., & Kress G. Writing in Multimodal Texts: A Social Semiotic Account of Designs for Learning // Written Communication. 2008. 25(2). P. 166-195. URL: https://one2oneheights.pbworks.com/f/Bezemer_Jeff.pdf (data access 11.11.2025)
- 37.Braem H. The Power of the Colours: Meaning & Symbolism. Elvea Verlag, 2020. 194 p.
- 38.Itten J. The Art of Color: The Subjective Experience and Objective Rationale of Color. Van Nostrand Reinhold company. New York, 1991. 151 p.
- 39.Fairclough N. Critical discourse analysis: The critical study of language. London: Longman, 1995. 268 p.

40. Gibbons A. *Multimodality, Cognition and Experimental Literature*. London: Routledge, 2014. 253 p.
41. Green C. *Behind the National Trust's Historic Digital Roadmap, 2018* // Charity Digital. URL: <https://charitydigital.org.uk/topics/behind-the-national-trusts-historic-digital-roadmap-5427> (data access 12.11.2025)
42. Jewitt C. (Ed.). *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. London: Routledge, 2009. 555 p.
43. Halliday M., & Matthiessen C. *An Introduction to Functional Grammar* (3rd ed.). London: Routledge, 2004. 480 p.
44. Hodgkinson R. *Counter memories: Seeing empire through the National Trust* // School of Archaeology, University of Oxford, 2020
45. Holl M. *The Politics of Collecting: The Early Aspirations of the National Trust, 1883-1913* // *Transactions of the Royal Historical Society*, Vol. 13 (2003), pp. 345-357. URL: <https://www.jstor.org/stable/3679263> (data access 12.11.2025)
46. Karamysheva I. *Contrastive Grammar of English and Ukrainian Languages*. Vinnytsia: Nova Knyha Publishers, 2017. 336 p. URL: <https://www.scribd.com/doc/182083997/Karamysheva-I-D-Contrastive-Grammar-of-English-and-Ukrainian-Languages> (data access 25.11.2025)
47. Kassarian H. H. *Content analysis in consumer research* // *Journal of Consumer Research* 4, 2001. pp. 8-18.
48. Kress G., & van Leeuwen T. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge, 1996. 321 p. URL: <https://h7.cl/1gxME> (data access: 03.11.2025)
49. Kress G., van Leeuwen T. *Multimodal discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Bloomsbury Academic, 2001. 152 p. URL: <https://archive.org/details/multimodaldiscou0000kres/page/n4/mode/1up> (data access 15.11.2025)
50. Krippendorff K. *Content analysis: an introduction to its methodology*, 2nd ed: University of Pennsylvania. Sage Publications, 2004. 422 p. URL: <https://h7.cl/1gxNx> (data access 15.11.2025)

51. Kress G. *Multimodality. A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. London: Routledge, 2010. 212 p. URL: <https://www.scribd.com/document/435394548/Gunther-Kress-Multimodality-A-Social-Semiotic-Approach-to-Contemporary-Communication-Routledge-2009-pdf> (data access 22.11.2025)
52. Leeuwen van T. *Typographic meaning*. *Visual Communication*, 4(2 // London: Sage Publications, 2005. pp. 137-143.
53. Matthiessen C., & van Leeuwen T. *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Hodder Arnold, 2004. 152 p.
54. *Multimodality and transmediality: cognitive, pragmatic, and semiotic vantages // International conference, Kharkiv, 21-22 April 2022*. 84 p.
55. *National Trust Act, 1907*. UK Local Acts, Legislation Website. URL: <https://www.legislation.gov.uk/ukla/Edw7/7/136/enacted> (data access: 04.11.2025)
56. Nielsen J. *Designing Web Usability: The Practice of Simplicity*. Indianapolis: New Riders Publishing, 2000. 432 p.
57. Norris S. *Analyzing Multimodal Interaction: A Methodological Framework // London: Routledge, 2004. 177 p.* URL: <https://www.scribd.com/document/672002883/Sigrid-Norris-Analyzing-Multimodal-Interaction-A-Methodological-Framework-2004> (data access: 16.11.2025)
58. Nørgaard N. *Multimodality: Extending the stylistic tool kit*. In McIntyre D, Busse B, editors, *Language and Style // Basingstoke, UK & New York: Palgrave Macmillan, 2010. pp. 433-448*.
59. Norman D., & Nielsen J. *The definition of user experience (UX)*. Nielsen Norman Group. URL: <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/> (data access: 10.11.2025)
60. O'Halloran K. L. *Multimodal Discourse Analysis*. In K. Hyland B., Paltridge & L. Wong (Eds.), *Bloomsbury Companion to Discourse Analysis (2nd ed.) // London: Bloomsbury, 2021. pp. 249-266*.

- 61.Serafini F. Reading the Visual: An Introduction to Teaching Multimodal Literacy. New York: Teachers College Press, 2014. 189 p. URL: <https://www.scribd.com/doc/316112984/2014-SERAFINI-Reading-the-Visual> (data access: 25.11.2025)
- 62.Silverman D. Interpreting Qualitative Data: Methods for Analysing Talk, Text and Interaction (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1993. 224 p.
- 63.Wood L. A. and Kroger R. O. Doing discourse analysis: Methody for studying action in talk and text. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2000. 240 p.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

- 64.Незначні правила UI-дизайну, що мають значний вплив на конверсію / Genius Space: Online school for IT-courses. Blog, 2024. URL: <https://genius.space/lab/neznachni-pravila-ui-dizajnu-shho-mayut-znachnij-vpliv-na-konversiyu/> (дата звернення: 08.11.2025)
- 65.Покроковий посібник із поєднання шрифтів і підбору шрифтових пар. Типографія // UX Pub, 2023. URL: <https://ux.pub/editorial/pokrokovii-posibnik-iz-poiednannia-shriftiv-i-pidboru-shriftovikh-par-4nf6> (дата звернення 15.11.2025)
- 66.Психологія кольорів у вебдизайні: як вибрати колірну палітру, щоб підвищити конверсію сайтів / Genius Space: Online school for IT-courses. Blog, 2023. URL: <https://genius.space/lab/psihologiya-koloriv-u-veb-dizajni-yak-vibrati-kolirnu-palitrushhob-pidvishhiti-konversiyu-sajtiv/> (дата звернення 08.11.2025)
- 67.Фундаментальні правила візуального дизайну для постійного користування – стаття // KMRV DSGN, 2023. URL: <https://www.komarov.design/osnovni-pravila-vizualnogho-dizainu-iaki-vi-povinni-znati/> (дата звернення: 12.11.2025)

68. British Broadcasting Corporation, BBC Arts, 1992. URL: <https://www.bbc.com/arts> (data access: 05.11.2025)
69. FontJoy Pairing. Typography Resource. URL: <https://fontjoy.com/> (data access 01.12.2025)
70. Google Fonts. Typography Resource. URL: <https://fonts.google.com> (data access 01.12.2025)
71. Khan Academy, 2008. URL: <https://www.khanacademy.org/> (data access: 06.11.2025)
72. Mackereth J. Visualizing direction and the use of arrows. UX Collective Design, 2023. URL: <https://uxdesign.cc/visualizing-direction-and-the-use-of-arrows-4b65126d0677> (data access 28.11.2025)
73. National Geographic (formerly The National Geographic Magazine), 1888. URL: <https://www.nationalgeographic.com/> (data access: 26.10.2025)
74. National Trust (formerly The National Trust for Places of Historic Interest or Natural Beauty), 1895. URL: <https://www.nationaltrust.org.uk/> (data access: 26.10.2025)
75. National Trust, 1895. Explore inside Alfriston Clergy House. URL: <https://www.nationaltrust.org.uk/visit/sussex/alfriston-clergy-house/explore-inside-alfriston-clergy-house> (data access: 26.10.2025)
76. Yalanska M. Visual Dividers in User Interfaces: Types and Design Tips. Tubikblog. URL: <https://blog.tubikstudio.com/visual-dividers-user-interface/> (data access: 01.11.2025)

ДОДАТКИ

Додаток А

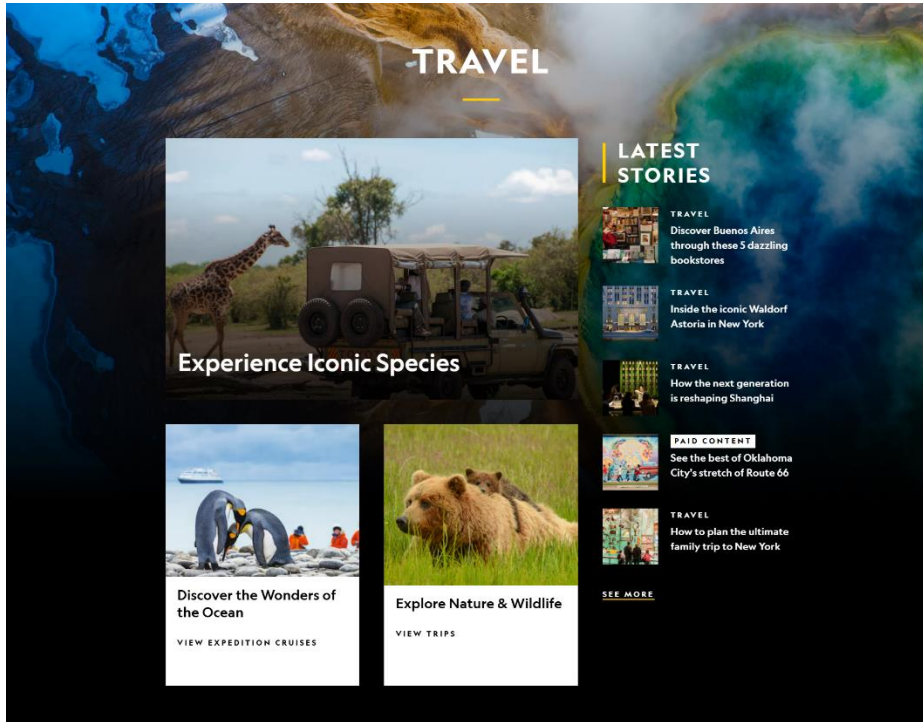
Приклади мультимодальних платформ

Website A BBC Arts


The screenshot displays the BBC Arts website interface. At the top, there is a navigation bar with the BBC logo and links for Home, News, Sport, Business, Innovation, Culture, Arts, Travel, Earth, Audio, Video, and Live. A search icon and 'Register'/'Sign' buttons are also present. The main content area is titled 'Arts' and features several article teasers:

- Seven of the greatest rivalries in art history**: Teaser for an article discussing art rivalries, accompanied by a large image of three classical portraits.
- This Indigenous winter scene is not what it seems**: Teaser for an article about Wendy Red Star's work, with an image of a person in traditional Indigenous attire.
- Eight paint colours that can transform your home**: Teaser for an article about Pantone's 2026 color trends, with an image of a modern living room.
- FEATURE: The 'It Girl' style wars of Renaissance Italy**: A featured section with a portrait of a woman in Renaissance dress and a 'See more' button.
- Arts in Motion**: A section at the bottom featuring a group of dancers in white leotards and a 'See more' button.


Website B National Geographic



TRAVEL




Experience Iconic Species



Discover the Wonders of the Ocean

[VIEW EXPEDITION CRUISES](#)



Explore Nature & Wildlife

[VIEW TRIPS](#)

LATEST STORIES

TRAVEL
Discover Buenos Aires through these 5 dazzling bookstores

TRAVEL
Inside the iconic Waldorf Astoria in New York

TRAVEL
How the next generation is reshaping Shanghai

PAID CONTENT
See the best of Oklahoma City's stretch of Route 66

TRAVEL
How to plan the ultimate family trip to New York

[SEE MORE](#)

BEST OF THE WORLD 2026

HERE ARE THE YEAR'S MUST-VISIT DESTINATIONS, HANDPICKED BY NATIONAL GEOGRAPHIC'S EDITORS, PHOTOGRAPHERS, AND ADVENTURERS. [LEARN MORE.](#)



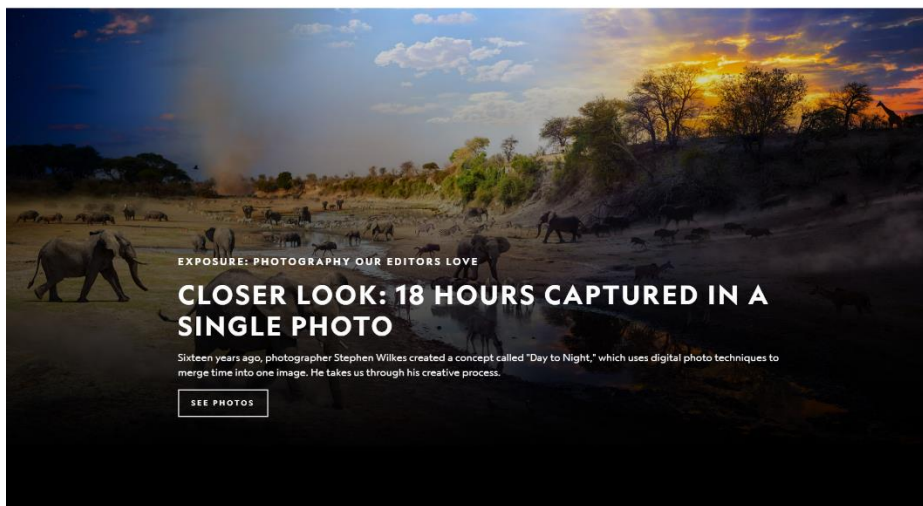
How to experience the real Beijing in 2026



Why Spain's Basque Country is the place to go in 2026



Why 2026 is the time to experience Rio



EXPOSURE: PHOTOGRAPHY OUR EDITORS LOVE

CLOSER LOOK: 18 HOURS CAPTURED IN A SINGLE PHOTO

Sixteen years ago, photographer Stephen Wilkes created a concept called "Day to Night," which uses digital photo techniques to merge time into one image. He takes us through his creative process.

[SEE PHOTOS](#)

Додаток Б

Тематичний глосарій термінів та метафор сайту National Trust

Природоохоронна діяльність (Nature conservation)

77. Ancient woodland – давній (пралісовий) ліс: ***Ancient woodlands** are areas that have been wooded since at least 1600.*
78. Biodiversity – біорізноманіття: ***Biodiversity** (...) encompasses biological diversity on many levels; the vast number of species of plants and animals, the genetic diversity within and between these species, and the different biomes and ecosystems they're part of.*
79. Ecological resilience – екологічна стійкість: *As climate change leads to more unpredictable weather patterns, wetland scrapes help build **ecological resilience** in floodplain ecosystems.*
80. Ecosystem health – здоров'я екосистеми: *Deadwood is vital for woodland **ecosystem health** and provides habitat and food for many priority species like stag beetles.*
81. Habitat restoration – відновлення природних середовищ: *Following this, **habitat restoration** was 'fast tracked' by using woody debris and key plant species.*
82. Nature-based solutions – природоорієнтовані рішення: ***Nature-based solutions** are land management interventions that use nature and natural ecosystems to deliver improvements against societal problems.*
83. Propagate saplings – розмножувати саджанці: *The team have worked tirelessly to successfully **propagate** over 100 seedlings and grafted nine other **saplings** – so we have the trees descendants for the future.*
84. Reforestation – лісовідновлення: ***Reforestation** creates new woodland and vital habitats for wildlife.*
85. Regeneration of the stump – відновлення пня: *It has been felled but **regeneration of the stump** has occurred, giving it the appearance of being a cross between a coppice stool and a pollard.*

86. Species decline – скорочення чисельності видів: (...) *contributing to the drastic **decline** of many **species** including bumblebees, farmland birds and wildflowers.*
87. Relocate (relocation) – перенесення, пересадка: *Her biggest contribution was to **relocate** the Kitchen Garden, glasshouses and all, to a new position out of sight of the castle.*
88. Wildlife corridors – екологічні коридори для тварин: *We've introduced **wildlife corridors** and water meadows to the Sherborne Estate.*

Архітектурна реставрація та збереження спадщини (Architectural restoration & heritage conservation)

89. Authentic materials – автентичні матеріали: *The use of **authentic materials** ensures the historic character of the building is preserved.*
90. Heritage conservation – збереження культурної спадщини: *We share and develop **heritage conservation** skills via beginners' courses, space for local groups, and rental units for professional (...).*
91. Listed building – пам'ятка архітектури, що перебуває під державною охороною: *Further, if the Secretary of State (SoS) decides to direct a deemed grant of **listed buildings** consent, then conditions can be imposed.*
92. Long-term preservation – довгострокове збереження: *Such diverse collections require specialist knowledge and care to ensure their **long-term preservation**.*
93. Masonry repairs – відновлення кам'яної кладки: ***Masonry repairs** including stone replacement, stone indent repair, stone mortar plastic repair.*
94. Mortar pointing – заповнення та оновлення швів кладки: (...) *careful defrassing and redressing of stone and **mortar pointing** across a range of areas.*
95. Scheduled monument — пам'ятка археології або архітектури державного значення: *Monument monitoring is a chance for you to support England's heritage by reporting the condition of a **scheduled monument** to Historic England.*

96. Stone replacement — заміна каменю: *Stone replacement is undertaken only when original material can no longer be conserved.*

Реставрація та збереження художніх творів (Painting conservation & art preservation)

97. Art conservation – збереження творів мистецтва: *Art conservation ensures that paintings and objects in our care are protected for future generations.*

98. Condition assessment – оцінка стану (твору мистецтва): *In some instances, it will be necessary to obtain **condition assessments** from more than one specialist conservator and if any remedial conservation work is needed.*

99. Conservation treatment – реставраційне втручання / консерваційна обробка: *We are a multidisciplinary team, specialising in the **conservation treatment** of the decorative arts, including paintings, frames, furniture, ceramics and glass.*

100. Humidity – вологість: *Relative **humidity** is damaging to both textiles and metal, resulting in tarnishing of the silver or mould on the textiles beneath.*

101. Paint microscopy (or pigment analysis) – аналіз пігментів: ***Pigment analysis** helps to show the different layers and pigments – paint added later is often separated by a thin layer of dirt or varnish.*

102. Stabilisation of paint layers – стабілізація фарбового шару: *The paintwork had badly deteriorated and specialist conservators **stabilised the paint layers** to protect it for the future.*

103. Varnish removal – зняття лакового шару: (...) *such as the darkening of the blue sky which now appears grey – the **varnish removal** significantly improved the painting's colour, clarity and three-dimensionality.*

Добровольчі та благодійні ініціативи (Volunteering and charitable initiatives)

104. Escape from the hustle and bustle – втеча від міської метушні: *It's the perfect place for a long weekend or a whole week away with friends and family to **escape the hustle and bustle** of everyday life.*

105. Fundraising campaign – кампанія зі збору коштів: *A **fundraising campaign** was launched following the flood, with all donations used to support the repair repair work.*
106. Conservation volunteering – волонтерство у сфері охорони природи та спадщини: *Discover the vital role our **conservation volunteers** play in preserving the collections at more than 200 National Trust places.*
107. Hands-on conservation work – практична природоохоронна робота: *Join your local supporter group to enjoy special interest talks, visits, holidays and other social and fundraising events or **hands-on conservation** activities.*
108. People-powered conservation – охорона спадщини, заснована на участі людей: ***People-powered conservation** lies at the heart of our volunteer programmes.*
109. Volunteer induction – вступний інструктаж для волонтерів: *However, every **volunteer** receives a thorough **induction** to their role, so that they feel confident in what they're being asked to do.*
110. *Volunteer-led walks* – екскурсійні прогулянки / ніші маршрути, які проводять волонтери: *Embark on a captivating journey through the enchanting woodlands and sprawling estate of Basildon Park with our **volunteer-led estate walk***
111. Health and wellbeing charity – благодійна організація у сфері здоров'я та добробуту: *As a **health and wellbeing charity**, the National Trust recognises the positive impact that nature and heritage can have on physical and mental wellbeing*

Додаток В

Синергія вербальних та невербальних компонентів



Рис. 1. Емоційний вплив шрифту

Гротеск (Sans Serif)	Montserrat
Антиква (Serif)	Times New Roman
Брусковий (Slab Serif)	Roboto Slab
Акцидентний (Script)	<i>Edwardian Script ITC</i>

Рис. 1.1. Основні типи гарнітур – комбінація шрифтів

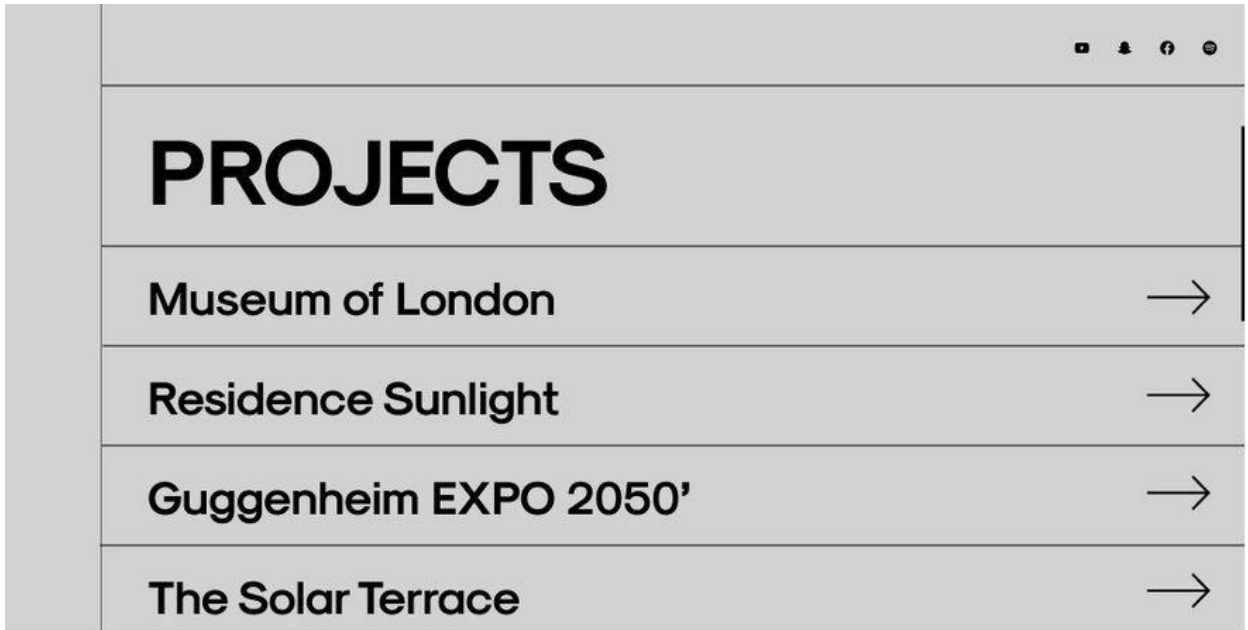


Рис. 1.2. Вказівні лінії та стрілки

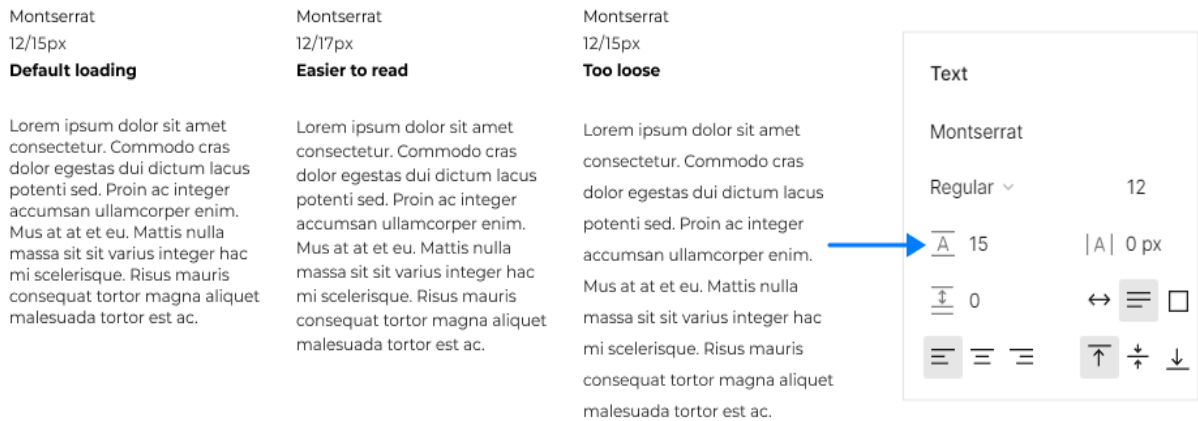


Рис. 1.3. Відстань між текстовими елементами

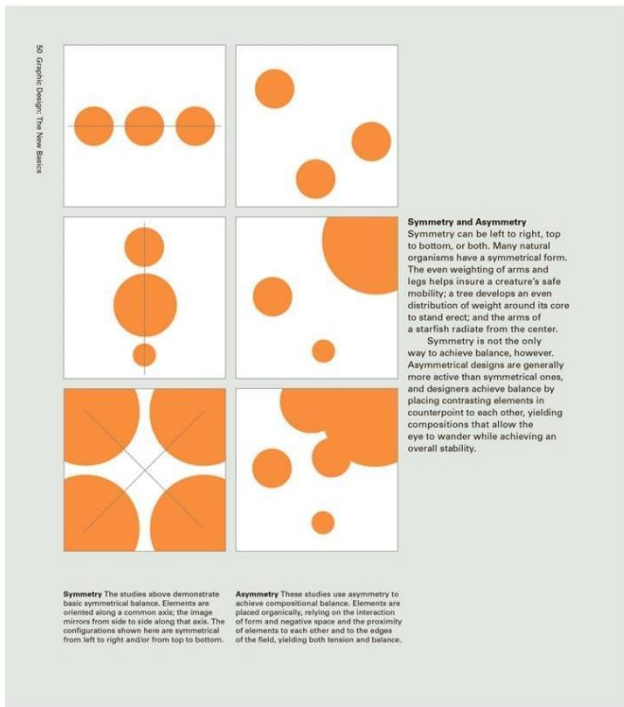


Рис. 1.4. Відстань між елементами: текстом та зображенням

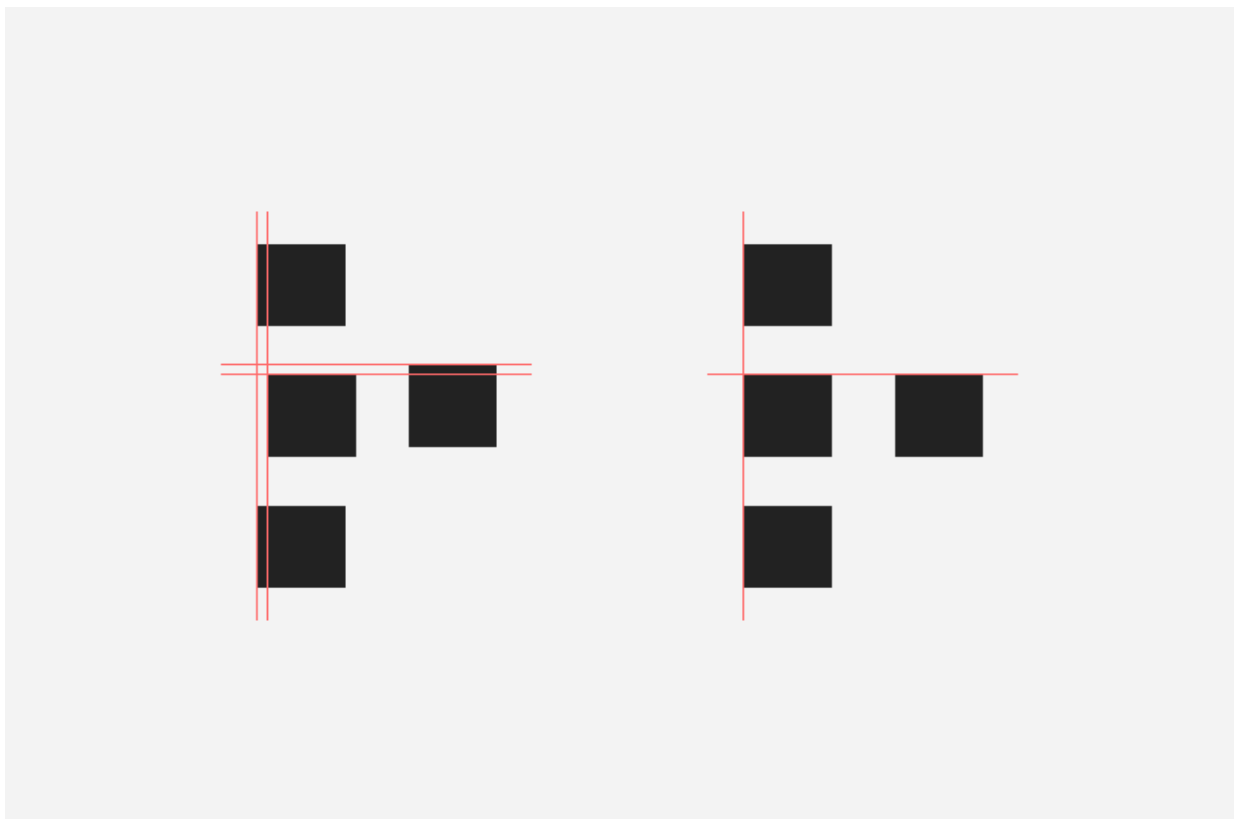


Рис. 1.5. Вирівнювання ілюстрації

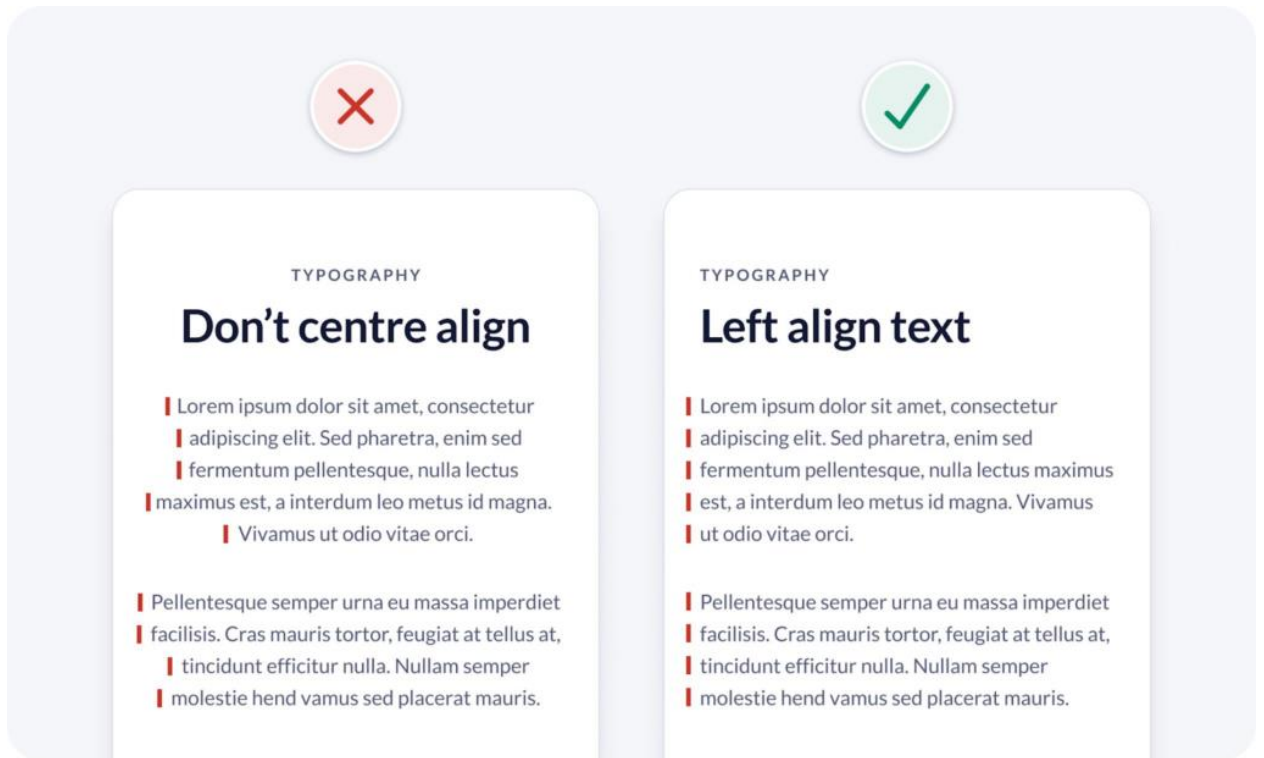


Рис. 1.6. Вирівнювання текстових елементів

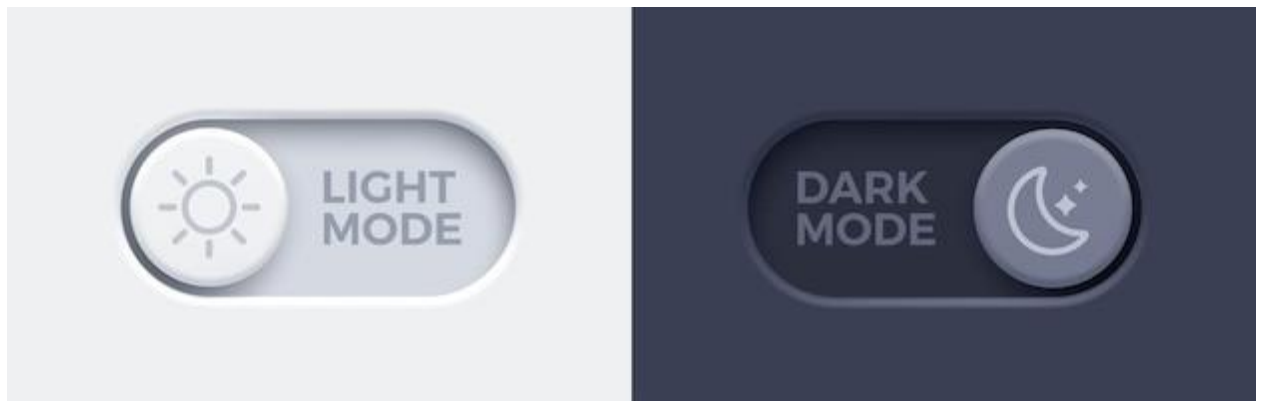


Рис. 1.7. Однаковий стиль кнопок на сайт

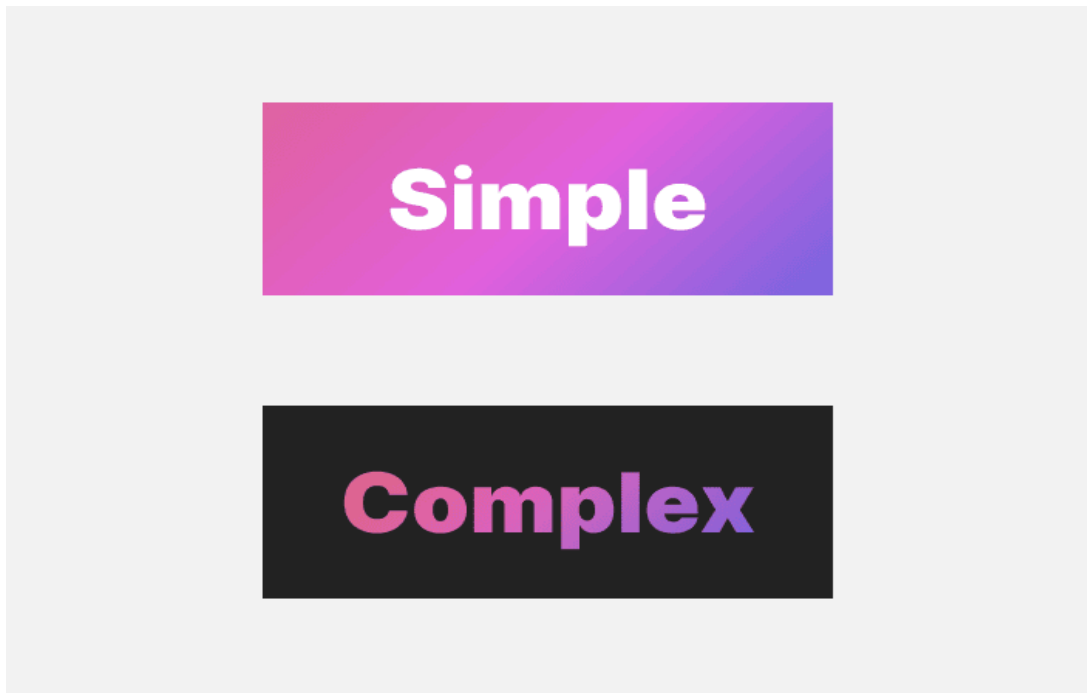


Рис. 1.8. Контрастність шрифтів та кольорів

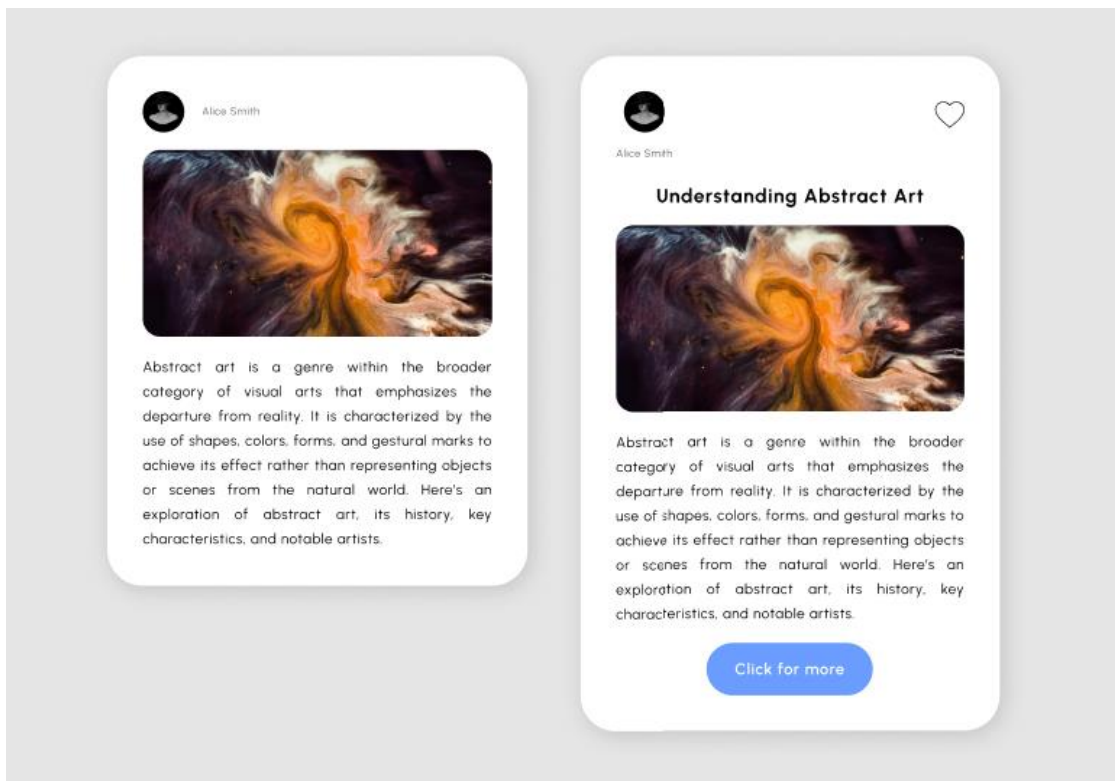


Рис. 1.9. Поєднання всіх елементів (тексту, зображення та кнопки)

Додаток Д

Синергія вербальних та невербальних компонентів сайту National Trust

Next steps for the Sycamore Gap tree



Jump to

↘ [Trees of Hope](#)

↘ [Signs of life](#)

↘ [Donate today](#)

Together with our partners and the community, we're creating a legacy for the much-loved Sycamore Gap tree, an iconic landmark in the Northumberland landscape for nearly 200 years.

We were shocked and saddened when the famous Sycamore Gap Tree, at the UNESCO World Heritage Site Hadrian's Wall and Housesteads Fort, was felled in an act of vandalism in September 2023.

Рис. 2. Великоформатне зображення на сторінці Next step for the Sycamore Gap tree (New shoots at Sycamore Gap | © Jason Lock)

Preserving the past: six conservation stories

• Expert curated



Removing the degraded varnish off the Portrait of Lady Ann Bligh painting | © National Trust Images/James Dobson

Jump to

- [Beetlewing Dress](#)
- [Portrait of Lady Ann Bligh](#)
- [Beatrix Potter's dolls' house](#)
- [Samurai armour](#)
- [State Bed](#)
- [Black Prince statue](#)
- [You might also be interested in](#)

We look after more than one million historical objects from around 200 places, and their preservation, protection and conservation is at the heart of our work. Discover some of our favourite conservation projects from recent years and explore the techniques and expertise that are looking after the past, for the future.

Many of the historic items needing care are conserved in our two specialist in-house conservation studios, the [Royal Oak Foundation Conservation Studio](#) at Knole in Kent, and the [Textile Conservation Studio](#) at Blickling in North Norfolk. These studios are home to specialist conservation experts who cover a wide range of materials, including textiles, decorative arts, furniture, paintings,

Рис. 2.1. Великоформатне зображення (Removing the degraded varnish off the Portrait of Lady Ann Bligh painting | © National Trust Images/James Dobson

Heritage conservation

Caring for places of historic interest and natural beauty is central to what we do. Learn more about how we look after houses, collections and landscapes.



ARTICLE

Preserving the past: six conservation stories →

We look after more than one million historical objects from around 200 places, and their preservation, protection and conservation is at the heart of the work we do. From a dolls' house to samurai armour, discover some of our favourite conservation projects from recent years.



ARTICLE

Projects supported by the National Lottery →

Discover the projects supported by the National Lottery across the places we care for, who've been supporting projects that help people access and explore our heritage since 1994.



ARTICLE

Royal Oak Foundation Conservation Studio →

Find out about the work of our team at the Royal Oak Foundation Conservation Studio in Kent and how we help care for a large number of objects from properties all over the country.



ARTICLE

Plant Conservation Centre →

Learn about how we protect the rarest and most historically significant plants in our care at the Plant Conservation Centre.



ARTICLE

Projects supported by the Wolfson Foundation →

Our funding partners are crucial to support the work of our cause. Discover the conservation and restoration projects funded by the Wolfson Foundation.



ARTICLE

Textile Conservation Studio →

Discover more about our work at the Textile Conservation Studio in Norfolk, the National Trust's only specialist in-house textile conservation facility.

Рис. 2.2. Галерея світлин і ілюстрацій на головній сторінці сайту

You might also be interested in



ARTICLE

The best archaeological sites to visit →

From hillforts to stone circles, gold mines and medieval castles, there's plenty to explore at the historic places in our care. Discover reminders of the past that tell the stories of our ancestors.



ARTICLE

Addressing unequal access to nature, beauty and history in urban places →

Find out how we're addressing unequal access to nature, beauty and history and supporting urban areas in managing their heritage and green spaces.



ARTICLE

Caring for coastal footpaths →

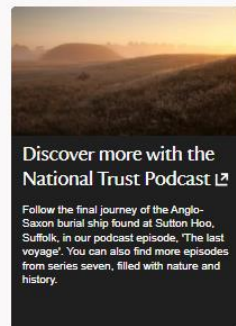
Find out how we look after coastal paths along 890 miles of coastline in England, Wales and Northern Ireland to make sure everyone can benefit.



ARTICLE

Protecting coasts and rivers →

From tips on saving water to combatting plastic pollution, learn more about our work to protect precious coasts and rivers for wildlife and people, and what you can do to help.



Discover more with the National Trust Podcast ↗

Follow the final journey of the Anglo-Saxon burial ship found at Sutton Hoo, Suffolk, in our podcast episode, 'The last voyage'. You can also find more episodes from series seven, filled with nature and history.

Рис. 2.3. Галерея світлин та ілюстрацій на нижній частині сторінок

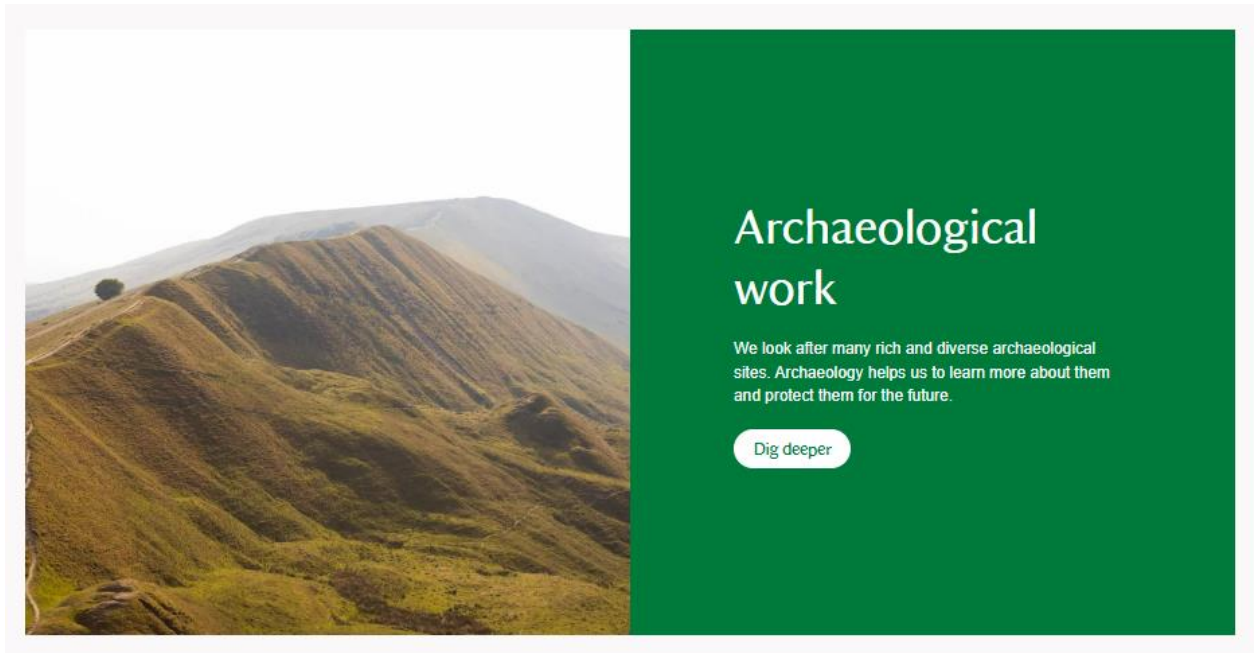


Рис. 2.4. Кольорові плашки, блоки

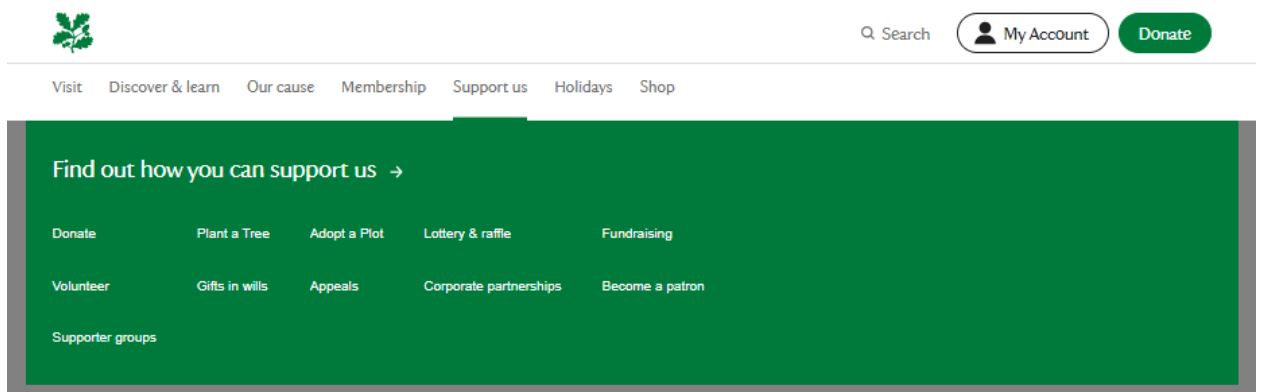


Рис. 2.5. Навігація розділу «Support us»

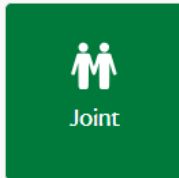
Membership

Every penny goes towards looking after nature, beauty and history – for everyone, for ever. Become a member today and receive free entry to over 500 places in our care, parking and much more.

Jump to [Other options](#) [Make the most of your membership](#) [Help and enquiries](#)

Join or renew

Become a member



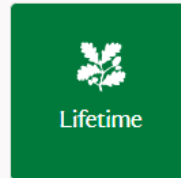
Joint



Family

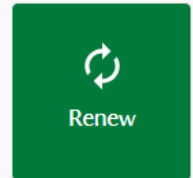


Individual



Lifetime

Existing member?



Renew

Benefits of becoming a member

Your support helps us look after hundreds of places, from houses and gardens to coastlines and countryside. As a member you can also enjoy:

- Free entry to more than 500 places in our care
- Free parking at most National Trust car parks
- [National Trust Handbook](#), full of information about the places we look after
- [National Trust Magazine](#) three times a year, packed with news, interviews and inspiration – also available digitally
- Access to our online Members' area, full of first look previews and behind-the-scenes features

Pay for a new joint, family, individual or young person membership by annual Direct Debit online and receive a guest pass to share with a friend or family member when you visit.

[See guest pass terms and conditions.](#)



Рис. 2.6. Блок «Membership» з використанням зелених плашок-іконок, та білого інформаційного блоку

Make the most of your membership



ARTICLE

Christmas as a member →

Explore all the Christmas activities that you can enjoy as a member, from Christmas recipes and gifting to family trails and Boxing Day walks with a difference.



Visit →

Discover somewhere new or visit an old favourite and explore the seasonal gardens, historic castles and outdoor spaces in our care. With over 500 places to discover, where will your adventures take you?



About your membership →

Discover all you need to know about your membership. From exclusive benefits and visit information, to managing your account and frequently asked questions.

Рис. 2.7. Різнокольорові блоки с акцентом на зелений колір

Jump to

- [Connecting people, art and nature](#)
- [How to experience Helios](#)
- [Helios video](#)
- [You might also be interested in](#)

Helios is a sun sculpture by Luke Jerram. It's touring some of the places in our care, as well as some partner sites, to mark the launch of our new 10-year strategy. We invite everyone to experience the sun's hidden beauty and power up close through this seven-metre artwork. Find out where you can visit Helios near you.

Helios was co-commissioned by National Trust, Cork Midsummer Festival, Liverpool Cathedral, Old Royal Naval College and University College London.

Connecting people, art and nature

The sun has inspired people throughout history as a symbol of life, light and renewal. By blending art with science, Helios invites us to reflect on the forces that shape our planet, and recognise our role in serving and protecting the natural world.

How to experience Helios

Рис. 2.8. Текстові блоки на сайті товариства National Trust

By 2050 we aim to:

- enable all people to enjoy access to natural and historic places and feel the benefits in their everyday lives;
- create a greater sense of belonging and connection with heritage (past, present and future) among people, and greater appreciation of the heritage of others.

“

‘On it the sun shines, over it the wind blows,
and it belongs to you all and to every landless
man, woman and child.’

Octavia Hill
Co-founder of the National Trust

Inspire more people to care and take action

We can't deliver the first two goals on our own; millions of people will need to join in.

As Europe's largest membership organisation, supported by a huge volunteer force, we're in a unique position to inspire change and create a bigger movement for care and conservation. We need to inspire and enable people to care for nature and beauty on a bigger scale than ever before, in both their daily lives and in their communities.

Рис. 2.9. Заголовки, основний текст, цитати

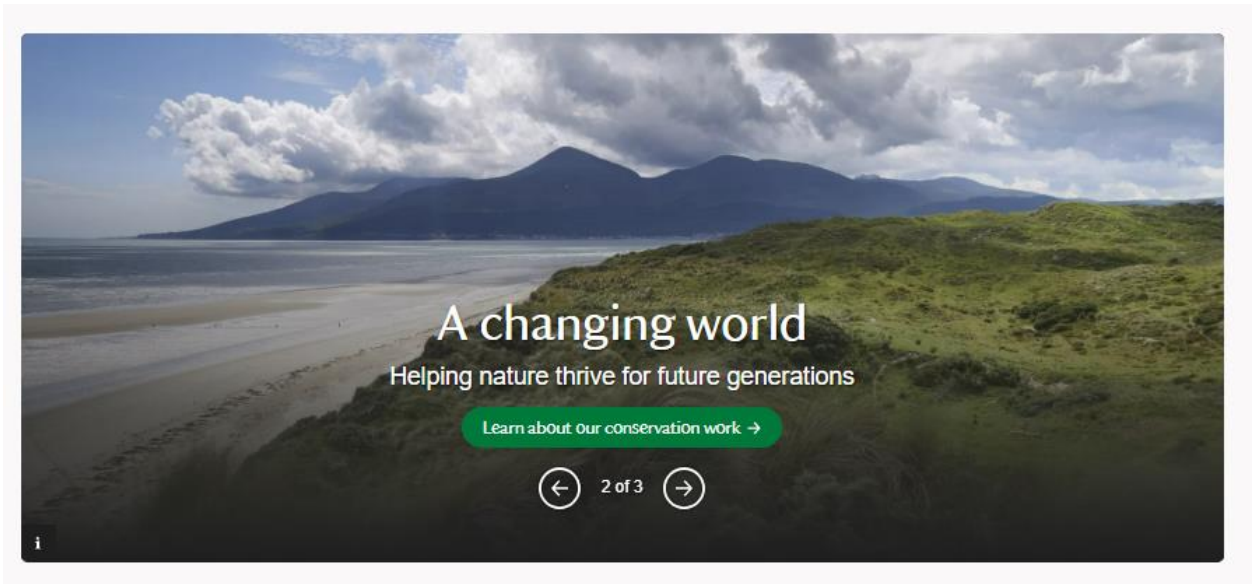


Рис. 3. Заклик до дії (CTA) – головний акцентний колір зелений

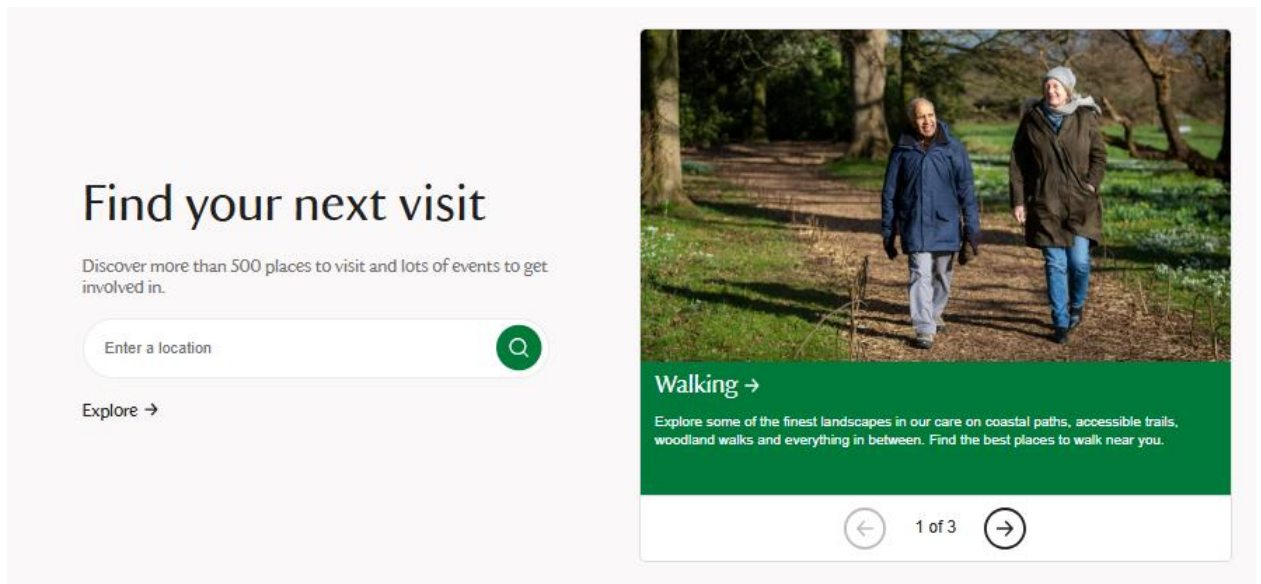


Рис. 3.1. Лінії та візуальні напрямки

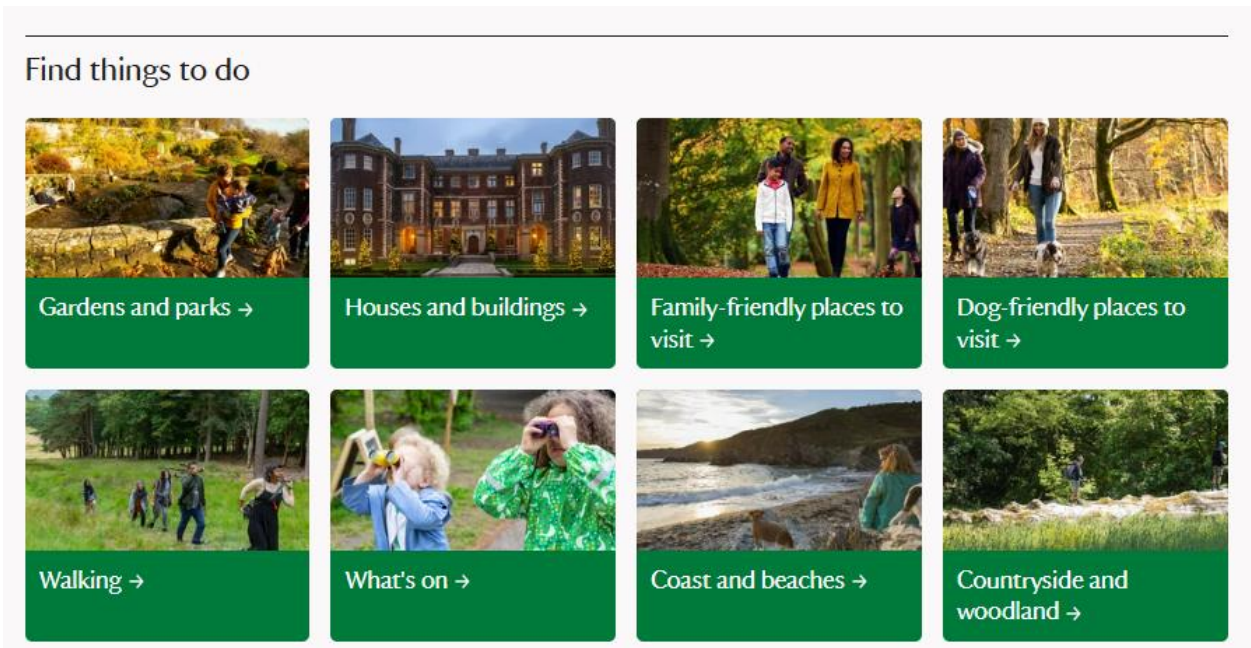


Рис. 3.2. Акцентні плашки до блоків

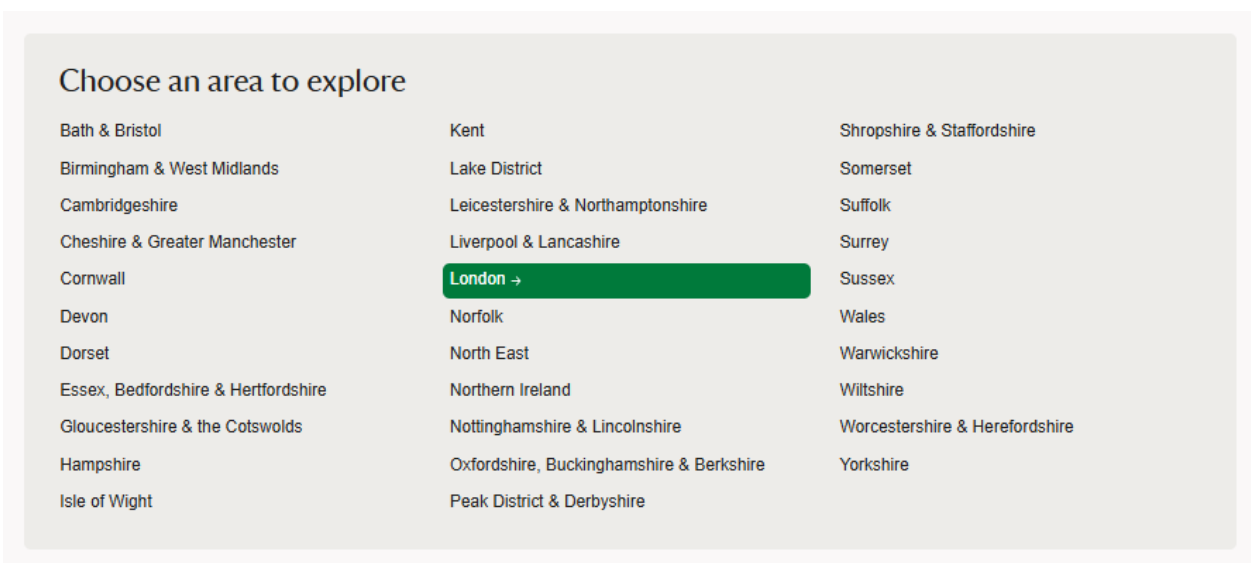


Рис. 3.3. Ефект наведення (hover) що виділяється акцентним кольором

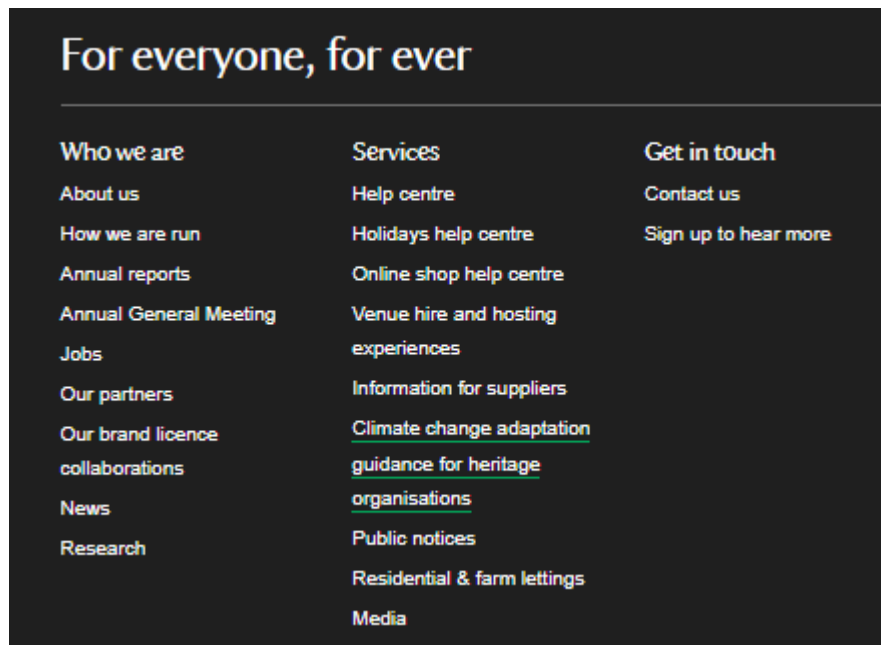


Рис. 3.4. Ефект наведення (hover) – підкреслення обраного пункту на футері

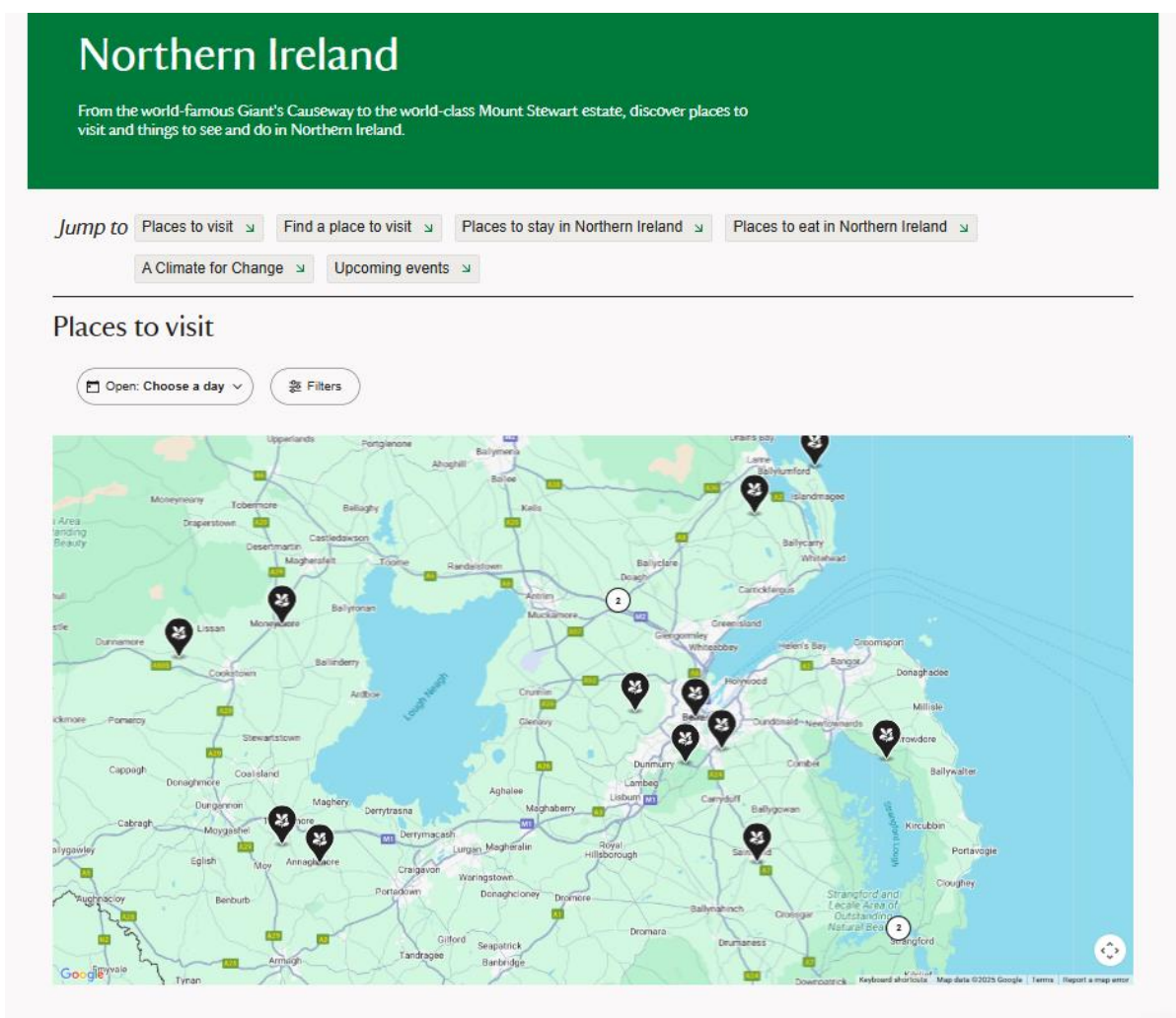


Рис. 3.5. Інтерактивна карта об'єктів на сайті National Trust

Sizergh's Gunpowder Works

The gunpowder works at Sedgwick are a fascinating part of the history of Sizergh's estate, and the remains can still be seen today. We've been looking into the hidden histories of the people who lived and worked there.

00:00 33:13

Allow video to play? This page contains content that is published to YouTube.

We ask for your permission before anything is loaded, as this content may introduce additional cookies. You may want to read the [Google YouTube terms of service](#) and [privacy policy](#) before accepting.

Accept and view

VIDEO

In The Green Chapel session - Hayden Thorpe at Park End Moss wetland

Hayden Thorpe plays a composition inspired by Park End Moss wetland, in the bird hide, as part of celebrations marking 10 years since its creation. When Hayden took up his role as artist in residence at the Glasshouse in Gateshead, he recreated the bird hide and penned a composition, performed by Hayden alongside the Royal Northern Sinfonia orchestra.

Рис. 3.6. Аудіовізуальний елементи сайту National Trust

Series 2

Lost and Found at Sea

Emergency, emergency! A boy has lost his honorary Wildlifer badge in the sea at Bae Ceredigion in Wales and is desperate to get it back. The gang are around to help with this underwater quest, along with local animals and their old friend Basking Shark, and the help of inventor extraordinaire Luca's gadgets.

00:00 15:05

Squirrel Squabble

At Tollymore Forest Park in Northern Ireland, Red Squirrel has lost his acorns. He's pointing his claw at Grey Squirrel, his age-old nemesis. Beaver, Fox, Ranger Rae, Roxy and a mysterious Pine Marten are on the case – but will they be able to restore calm to these woods and the animals who live there?

00:00 13:06

Рис. 3.7. Аудіальний елементи сайту National Trust

Додаток Е

Глосарій термінів та дефініцій мультимодального аналізу

1. Адаптивний дизайн – дизайн веб-сайту, який автоматично підлаштовується під різні пристрої (комп'ютери, планшети, мобільні телефони), забезпечуючи оптимальний користувацький досвід.
2. Айдентика – візуальний стиль організації, що включає логотип, кольорову палітру, типографіку та інші впізнавані графічні елементи.
3. Анафора – стилістичний прийом повторення одного й того самого слова або виразу на початку кількох синтаксичних конструкцій.
4. Анімація – рухомі графічні елементи на веб-сторінці, які привертають увагу та допомагають виділити важливі компоненти або продемонструвати функціональність.
5. Асоціативне поле – сукупність лексем, які викликають схожі емоційні або концептуальні асоціації у свідомості читача.
6. Аудіальний модус – модус, пов'язаний із використанням звуку (музика, подкасти, озвучення), що створює емоційне занурення та багатоканальне сприйняття інформації.
7. Аудіовізуальний модус – поєднання аудіо- та візуальних елементів, таких як відео, звукові ефекти чи подкасти, для створення інтерактивного досвіду.
8. Багатосторінковий сайт – веб-ресурс із великою кількістю взаємопов'язаних сторінок, організованих ієрархічно для структурованої подачі контенту.
9. Баланс (у дизайні) – це таке розташування елементів зображення, при якому вони візуально врівноважують один одного. Якщо композиція збалансована, зображення не викликає візуального дискомфорту.
10. Вербальний модус – текстові елементи веб-сайту, включаючи заголовки, підзаголовки, основний текст, навігаційні тексти та підписи до зображень.

11. Вербально-візуальна взаємодія – синтез тексту та зображень, які разом створюють більш комплексне повідомлення, ніж окремі модули.

12. Гарнітура – це назва шрифтової сім'ї (font family), всередині якої може бути багато накреслень (шрифтів).

13. Гіперпосилання (лінк) – елемент, що забезпечує міжтекстовий перехід та впливає на вербально-навігаційний модул.

14. Граматика візуального дизайну – поняття, яке описує правила поєднання візуальних елементів (зображень, кольорів, композиції) для створення смислових та естетичних повідомлень.

15. Дейксис (від грец. δειξίς — "вказівка") в лінгвістиці – 1) вказівка як значення або функція мовної одиниці, яке виражається лексичними і граматичними засобами; 2) означає вказівний спосіб комунікації, і цей принцип перенесено у графічний дизайн.

16. Дейктична жестикуляція – вказівні елементи дизайну (стрілки, лінії, кольори, анімація), які допомагають спрямувати увагу користувачів на важливі об'єкти на сторінці.

17. Динамічний контент – інтерактивний або змінний контент, який оновлюється в режимі реального часу.

18. Дерево надії (Trees of Hope) – екологічна ініціатива *National Trust*, спрямована на висаджування дерев як символів відновлення та стійкості природи.

19. Емоційний зв'язок – ефект взаємодії мультимодальних елементів (тексту, зображень, звуків), що викликає в аудиторії емоційні реакції та підсилює комунікацію.

20. Ікóнка (від англ. icon) – елемент графічного інтерфейсу, невелике зображення, що репрезентує застосунок, файл, теку, вікно, компонент, пристрій тощо.

21. Інтерактивна карта – мультимодальний елемент, що дозволяє досліджувати географічні чи історичні об'єкти через клік.

22. Інфографіка – візуальний спосіб подачі складної інформації за допомогою графіків, схем, діаграм.
23. Ієрархія сторінок – організація структури веб-сайту, яка визначає взаємозв'язок між головними та підлеглими сторінками.
24. Когнітивні аспекти – характеристики комунікації, що стосуються розуміння інформації користувачами.
25. Когнітивна доступність – адаптація контенту веб-сайту для полегшення його розуміння користувачами, незалежно від їхнього рівня підготовки.
26. Колірна палітра – набір кольорів, використаних у дизайні сайту, що сприяє створенню естетичного та функціонального ефекту
27. Композиційна сітка (grid) – структура для впорядкування елементів дизайну, яка забезпечує візуальну гармонію.
28. Контент-аналіз – метод дослідження, який дозволяє систематично аналізувати текстові, візуальні, аудіальні та інші елементи веб-сайту для виявлення їхньої структури та функцій.
29. Контраст – відмінності між елементами дизайну (кольорами, розмірами, формами), які допомагають виділити основну інформацію.
30. Культурна пам'ять – колективне збереження й передання історичних, символічних та ціннісних знань.
31. Культурна спадщина – історичні, культурні та природні об'єкти, які передаються від покоління до покоління як частина національної ідентичності.
32. Лінгвальні аспекти – мовні характеристики комунікації, які включають особливості використання слів, граматичних форм та стилістики тексту.
33. Лінгвістичні аспекти – теоретичні підходи до аналізу мови як основного засобу комунікації.
34. Метафорична конструкція – стилістичний засіб, що переносить значення з одного поняття на інше для створення образності.

35. Модус – окремий елемент комунікації, наприклад, текст, зображення, звук чи відео, який входить до складу мультимодального тексту.

36. Мультимодальні дискурси – форми комунікації, які поєднують кілька модусів (тексту, зображення, звуку, відео) для створення комплексного повідомлення.

37. Мультимодальність – інтеграція різних модусів комунікації (текст, зображення, звук, відео) для створення цілісного повідомлення.

38. Навігаційні елементи – компоненти веб-сайту, які забезпечують переміщення між його сторінками (меню, кнопки, пошукові панелі).

39. Наративний дизайн – побудова смислового повідомлення через історії (storytelling) у візуальному та текстовому форматах.

40. Невербальні аспекти – візуальні, графічні та аудіальні компоненти комунікації, які доповнюють вербальний зміст.

41. Письмово-символьний модус – використання шрифтів, стилів тексту, кольорових акцентів та піктограм для створення функціональних і естетичних ефектів.

42. Піктограма (від лат. *pictus* – мальований і грец. *γράφω* – письмовий знак, риска, лінія) – умовний малюнок із зображенням будь-яких дій, явищ, предметів і т. д. Піктограми походять із давніх часів, де їх використовували на письмі.

43. Поведінковий шаблон (*user journey*) – послідовність дій користувача на сайті, яка впливає на структурне планування.

44. Прагматична роль – функція тексту або мультимодального елемента, яка забезпечує ефективну комунікацію з аудиторією, враховуючи її потреби та контекст.

45. Прагматичні аспекти – характеристики комунікації, які стосуються її ефективності, досягнення цілей і взаємодії з аудиторією.

46. Прагматика – розділ мовознавства, що вивчає використання мови в контексті комунікації.

47. Прагматика дизайну – функціональна роль дизайну в передачі смислу, виклику емоцій та стимулюванні взаємодії.
48. Семіотика – наука про знаки, символи та способи кодування/декодування значень.
49. Символіка – використання зображень, кольорів, знаків для передачі певних ідей чи виклику асоціацій у користувачів.
50. Символізм кольорів – використання кольорів для створення певних асоціацій та емоційних реакцій у користувачів (наприклад, зелений як символ природи).
51. Симетрія – це однакове розташування елементів по обидва боки горизонтальної або вертикальної осі.
52. Синергія (від грец. συνεργία – (грец. σύν) разом; (грец. ἔργον) той, що діє, дія) – це сумарний ефект, який полягає у тому, що при взаємодії двох або більше факторів їхня дія суттєво переважає ефект кожного окремого компонента у вигляді простої їхньої суми.
53. Синтез семіотичних ресурсів – взаємодія між різними модусами (тексту, зображення, звуку тощо) для створення багатовимірною комунікативного досвіду.
54. Структурна організація сайту – спосіб упорядкування сторінок і контенту на веб-ресурсі для забезпечення зручності користувачів.
55. Типографіка – мистецтво вибору і поєднання шрифтів для створення візуальної ієрархії та естетичного сприйняття тексту.
56. Топонім – географічна назва (місто, область, регіон), що викликає асоціацію з певною місцевістю.
57. Трансмедійність – подання контенту через різні медіаформати (текст, відео, графіка, анімація).
58. Функціональне навантаження – цільова роль окремого елемента сайту (навігація, естетика, заклик до дії).

59. Шрифти – стилістичні характеристики тексту (розмір, накреслення, тип), що підкреслюють зміст та впливають на сприйняття контенту.

60. Юзабіліті – рівень зручності користування веб-сайтом, що визначається його дизайном, доступністю контенту та інтуїтивністю навігації.

61. Align (вирівнювання) — функція, що дає змогу вирівнювати об'єкти відносно площини та/або інших об'єктів.

62. BBC – міжнародна медіакорпорація, яка використовується як приклад інтеграції мультимодальності в новинних та культурних ресурсах.

63. Body (основний контент) – загальна інформація, звичайний текст.

64. CTA (call to action або заклик до дії) – це короткий текст чи кнопка, які спонукають користувачів до конкретної дії на сайті: здійснити покупку, підписатися на розсилку чи заповнити форму.

65. Footer (футер, підвал) – це завершальний блок сайту, що містить другорядну, але корисну для користувача інформацію. Обов'язково має: контакти, знак авторського права, посилання на соціальні мережі, навігаційне меню.

66. Framework (фреймворк, каркас, платформа) — інфраструктура програмних рішень, що полегшує розробку складних систем.

67. Header (шапка сайту) – це блок в верхній частині сайту, що містить в собі важливу інформацію для відвідувачів.

68. Khan Academy – освітня платформа, яка використовує мультимодальність (відео, тексти, інтерактивні завдання) для навчання.

69. National Geographic – відомий мультимедійний ресурс, який активно використовує мультимодальність для освітніх та культурних цілей.

70. National Trust – британська організація, яка займається збереженням культурної та природної спадщини, активно використовуючи мультимодальність для популяризації своєї діяльності.

71. Sidebar (сайдбар) – це бічна панель сайту, візуально розмежована з контентом на сторінці.

72. Usability – зручність користування веб-сайтом або продуктом.
73. User-centered design – дизайн орієнтований на потреби користувача.
74. UX/UI- дизайн – дисципліна, що об'єднує проектування користувацького досвіду (UX) та інтерфейсу (UI) для створення інтуїтивного і привабливого сайту.
75. UX (User Experience) – досвід користувача при взаємодії з інтерфейсом.
76. UI (User Interface) – візуальний інтерфейс користувача: кнопки, меню, кнопки.
77. Visual hierarchy – розташування елементів для відображення їх важливості.
78. Visual semiotics – інтерпретація візуальних знаків.
79. Voice – унікальна особистість або стиль автора чи організації.
80. White space – порожній простір у дизайні, що сприяє читабельності.

Додаток Ж

Тези за темою «Мультимодальність як провідна риса вебсайтів: лінгвальні аспекти»

УДК 811.111'42'221

Хавкіна О. М.¹, Кара А. М.²

¹ канд. філол. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

² студ. гр. ГФ-314м НУ «Запорізька політехніка»

МУЛЬТИМОДАЛЬНІСТЬ ЯК ПРОВІДНА РИСА ВЕБСАЙТІВ: ЛІНГВАЛЬНІ АСПЕКТИ

Сучасне цифрове середовище стимулює появу нових форм комунікації, серед яких особливої уваги заслуговує мультимодальність – явище, що передбачає поєднання кількох модусів (або каналів) передачі інформації в одному повідомленні [2, с. 24]. До таких модусів належать вербальний, візуальний, аудіальний, просторовий тощо. У контексті вебкомунікації мультимодальність проявляється через інтеграцію текстів, зображень, графіки, навігаційних елементів, шрифтів, кольорів і звуків. Попри домінування візуальної складової, саме вербальний модус зберігає провідну роль у створенні смислової наповненості веб-текстів. Його значення особливо важливе для спеціальностей, пов'язаних із перекладом, локалізацією та створенням адаптивного контенту для багатомовної аудиторії [1, с. 24].

Об'єктом нашого дослідження став офіційний сайт британської організації **National Trust** – платформи, присвяченої збереженню культурної та природної спадщини Великої Британії.

Вербальний модус тісно пов'язаний із візуальними й символічними ресурсами. Наприклад, напис «Protect special places forever, for everyone» на тлі пейзажу викликає сильний емоційний ефект через поєднання тексту та візуального образу. Колористика підсилює відчуття природності та надійності, а шрифтові акценти спрямовують увагу на ключові слова.

У дизайні сайту застосовуються дейктичні елементи – вказівники (стрілки, розташування блоків, заклики типу Learn more, See all), що виконують невербальну комунікативну функцію.

Структура та мовні особливості статті «How the National Trust is supporting urban heritage and parks» сприяють ефективному сприйняттю інформації користувачами. Стаття має чітку та логічну структуру: вступ, основні розділи та висновки. Кожен розділ починається з заголовка, який відображає основну тему абзацу, що полегшує навігацію та розуміння змісту.

Тексти сайтів характеризуються такими лінгвальними особливостями [3, с. 11]:

- використання інклюзивної мови (we, our) створює відчуття спільної відповідальності та залученості читача до діяльності організації;
- емоційно забарвлена лексика (supporting urban heritage, providing access to green spaces, connecting communities) викликає позитивні емоції та підкреслює соціальну значущість ініціатив;
- використання дієслів в активному стані (we are working, we support, we aim) робить текст динамічним та сприяє сприйняттю організації як активного учасника змін;
- простота та доступність мови; лексика і синтаксис текстів сайту прості та зрозумілі, що робить їх легкими для сприйняття широкою аудиторією, включаючи носіїв англійської як другої мови.

Здійснений аналіз текстів на сайті **National Trust** дає змогу дійти висновку, що вербальний модус виступає головним засобом комунікації, навколо якого вибудовується взаємодія всіх інших компонентів мультимодального повідомлення. Саме мова виконує інформаційну, емоційну та прагматичну функції: через добір лексики, синтаксичні конструкції, інтонаційно-прагматичні маркери організація досягає активного залучення користувача до діалогу, формує у нього довіру та стимулює до дії.

Однак ефективність цього впливу значною мірою зумовлена гармонійною взаємодією вербальних і немовних засобів. Структура тексту,

палітра, типографіка, зображення та візуальні акценти – усе це не лише супроводжує мовний контент, але й підсилює його зміст, допомагає орієнтуватися на сторінці, робить інформацію зручною для сприйняття. Такий синтез дозволяє вербальному модусу не просто передавати зміст, а й створювати цілісний досвід взаємодії з користувачем, де кожне слово підкреслене візуальною або просторовою логікою.

У результаті, мова на сайті виступає не ізольованим інструментом, а ядром мультимодальної конструкції, навколо якого будуються всі інші модуси [4, с. 56]. Це забезпечує гнучку, ефективну, інтуїтивно зрозумілу комунікацію та сприяє глибшому емоційному зв'язку з аудиторією.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гливінська Л. К. Об'єкт неолінгвістики – мультимодальність: завдання і рішення [Текст] / Л. К. Гливінська // *Science and Education a New Dimension. Philology.* – 2018. – VI (52), Issue 177. – С. 23–26.
2. Гудзь Н. О. Мультимодальність як визначальна риса веб-комунікації [Текст] / Н. О. Гудзь // *Науковий вісник ЖДУ ім. І. Франка.* – 2014. – Вип. 3 (75). – С. 24–27.
3. Гумовська І. М. Лінгвістичні аспекти інтернет-комунікації. Методичні рекомендації [Текст] / І. М. Гумовська. – Тернопіль : ЗУНУ, 2022. – 15 с.
4. Kress van Leeuwen G. *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication* [Text] / G. Kress van Leeuwen. – London: Arnold, 2001. – 142 p.

Додаток И
Публікації за темою роботи

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

ТИЖДЕНЬ НАУКИ-2025
Гуманітарний факультет

Збірник тез доповідей щорічної
науково-практичної конференції серед студентів, викладачів, науковців,
молодих учених і аспірантів
14–18 квітня 2025 року

Електронне видання на DVD-ROM

Запоріжжя • НУ «Запорізька політехніка» • 2025

<i>Костенко Г. М., Галушка Н. М.</i>	
Основи побудови науково-популярного дискурсу: вербальні та невербальні складові	103
<i>Лут К. А., Малшиєва А. Г.</i>	
Використання нейролінгвістичного програмування в англомовному медійному дискурсі	105
<i>Куц Е. О., Духновський К. О.</i>	
Лінгвальний статус реалії	107
<i>Куц Е. О., Житнікова А. А.</i>	
Лінгвальний статус псевдоніма	108
<i>Хомяк Л. В., Бондарєва А. І.</i>	
Запозичення англійських термінів у німецьку науково-технічну літературу	109
<i>Лещенко Г. А., Руденко В. О.</i>	
Емоційно-експресивна функція пісенного дискурсу	111
<i>Лещенко Г. А., Литвинова В. М.</i>	
Локалізація відеоігор як ключовий елемент їхньої глобальної популярності	112
<i>Хавкіна О. М., Кара А. М.</i>	
Мультимодальність як провідна риса вебсайтів: лінгвальні аспекти ..	114

СЕКЦІЯ «МІЖКУЛЬТУРНА ТА ПРОФЕСІЙНА КОМУНІКАЦІЯ ІНОЗЕМНИМИ МОВАМИ»

<i>Василенко Г. В.</i>	
The use of drama elements in foreign language teaching	116
<i>Брутман А. Б., Башлій А. Г.</i>	
Language of resistance: the gender roles in war-related propaganda and their media coverage	118

УДК 811.111'42'221

Хавкіна О. М.¹, Кара А. М.²

¹ канд. філол. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

² студ. гр. ГФ-314м НУ «Запорізька політехніка»

МУЛЬТИМОДАЛЬНІСТЬ ЯК ПРОВІДНА РИСА ВЕБСАЙТІВ: ЛІНГВАЛЬНІ АСПЕКТИ

Сучасне цифрове середовище стимулює появу нових форм комунікації, серед яких особливої уваги заслуговує мультимодальність – явище, що передбачає поєднання кількох модусів (або каналів) передачі інформації в одному повідомленні [2, с. 24]. До таких модусів належать вербальний, візуальний, аудіальний, просторовий тощо. У контексті вебкомунікації мультимодальність проявляється через інтеграцію текстів, зображень, графіки, навігаційних елементів, шрифтів, кольорів і звуків. Попри домінування візуальної складової, саме вербальний модус зберігає провідну роль у створенні смислової наповненості веб-текстів. Його значення особливо важливе для спеціальностей, пов'язаних із перекладом, локалізацією та створенням адаптивного контенту для багатомовної аудиторії [1, с. 24].

Об'єктом нашого дослідження став офіційний сайт британської організації **National Trust** – платформи, присвяченої збереженню культурної та природної спадщини Великої Британії.

Вербальний модус тісно пов'язаний із візуальними й символічними ресурсами. Наприклад, напис «*Protect special places forever, for everyone*» на тлі пейзажу викликає сильний емоційний ефект через поєднання тексту та візуального образу. Колористика підсилює відчуття природності та надійності, а шрифтові акценти спрямовують увагу на ключові слова.

У дизайні сайту застосовуються дійктичні елементи – вказівники (стрілки, розташування блоків, заклики типу *Learn more, See all*), що виконують невербальну комунікативну функцію.

Структура та мовні особливості статті «*How the National Trust is supporting urban heritage and parks*» сприяють ефективному сприйняттю інформації користувачами. Стаття має чітку та логічну структуру: вступ, основні розділи та висновки. Кожен розділ починається з заголовка, який відображає основну тему абзацу, що полегшує навігацію та розуміння змісту.

Тексти сайтів характеризуються такими лінгвальними особливостями [3, с. 11]:

- використання інклюзивної мови (*we, our*) створює відчуття спільної відповідальності та залученості читача до діяльності організації;
- емоційно забарвлена лексика (*supporting urban heritage, providing access to green spaces, connecting communities*) викликає позитивні емоції та підкреслює соціальну значущість ініціатив;

- використання дієслів в активному стані (*we are working, we support, we aim*) робить текст динамічним та сприяє сприйняттю організації як активного учасника змін;

- простота та доступність мови; лексика і синтаксис текстів сайту прості та зрозумілі, що робить їх легкими для сприйняття широкою аудиторією, включаючи носіїв англійської як другої мови.

Здійснений аналіз текстів на сайті **National Trust** дає змогу дійти висновку, що вербальний модус виступає головним засобом комунікації, навколо якого вибудовується взаємодія всіх інших компонентів мультимодального повідомлення. Саме мова виконує інформаційну, емоційну та прагматичну функції: через добір лексики, синтаксичні конструкції, інтонаційно-прагматичні маркери організація досягає активного залучення користувача до діалогу, формує у нього довіру та стимулює до дії.

Однак ефективність цього впливу значною мірою зумовлена гармонійною взаємодією вербальних і немовних засобів. Структура тексту, кольорова палітра, типографіка, зображення та візуальні акценти – усе це не лише супроводжує мовний контент, але й підсилює його зміст, допомагає орієнтуватися на сторінці, робить інформацію зручною для сприйняття. Такий синтез дозволяє вербальному модусу не просто передавати зміст, а й створювати цілісний досвід взаємодії з користувачем, де кожне слово підкреслене візуальною або просторовою логікою.

У результаті, мова на сайті виступає не ізольованим інструментом, а ядром мультимодальної конструкції, навколо якого будуються всі інші модуси [4, с. 56]. Це забезпечує гнучку, ефективну, інтуїтивно зрозумілу комунікацію та сприяє глибшому емоційному зв'язку з аудиторією.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гливінська Л. К. Об'єкт неолінгвістики – мультимодальність: завдання і рішення [Текст] / Л. К. Гливінська // *Science and Education a New Dimension. Philology.* – 2018. – VI (52), Issue 177. – С. 23–26.

2. Гудзь Н. О. Мультимодальність як визначальна риса веб-комунікації [Текст] / Н. О. Гудзь // *Науковий вісник ЖДУ ім. І. Франка.* – 2014. – Вип. 3 (75). – С. 24–27.

3. Гумовська І. М. Лінгвістичні аспекти інтернет-комунікації. Методичні рекомендації [Текст] / І. М. Гумовська. – Тернопіль : ЗУНУ, 2022. – 15 с.

4. Kress van Leeuwen G. *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication* [Text] / G. Kress van Leeuwen. – London: Arnold, 2001. – 142 p.