

## **МУЛЬТИМОДАЛЬНИЙ ДИСКУРС: ВЗАЄМОДІЯ ТЕКСТУ, ЕМОДЗІ ТА ЗОБРАЖЕНЬ У НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ЦИФРОВОМУ СПІЛКУВАННІ**

У сучасному німецькомовному цифровому спілкуванні значення більше не конструюється винятково вербальним кодом. Комунікація в месенджерах і соціальних мережах дедалі виразніше набуває мультимодального характеру: текст, емодзі, фотографії, скріншоти, меми, голосові повідомлення та візуальна композиція повідомлення взаємодіють як єдина семіотична система. Саме тому аналіз цифрового дискурсу вже не може обмежуватися лише лексикою чи синтаксисом: він має враховувати координацію різних модусів, які разом формують смисл, емоційний тон і прагматичний ефект повідомлення. У сучасній німецькій медіалінгвістиці WhatsApp-групи прямо описуються як **мультимодальні** комунікативні простори, де текстові, голосові та візуальні пости утворюють безперервний дискурс, а значення розподіляється між кількома каналами одночасно (König, 2019, pp. 30–32, 40–41).

Актуальність теми зумовлена тим, що емодзі та зображення в цифровому спілкуванні вже не є факультативною “прикраскою” тексту. Дослідження на матеріалі автентичної приватної WhatsApp-комунікації німецькою мовою показує, що емодзі **не збіднюють мову** і не витісняють її, а натомість допомагають забезпечувати взаєморозуміння, організовувати міжособистісні стосунки й виконують функцію **мультимодального ресурсу** в комунікативній взаємодії (Weißwenger & Rappert, 2023, pp. 159–161). Автори наголошують: аби емодзі справді “замінювали мову”, вони мали б інтерпретуватися однозначно й незалежно від контексту, чого в реальному спілкуванні не відбувається, адже їхня інтерпретація принципово залежить від співтексту, ситуації та стосунків між учасниками комунікації (Weißwenger & Rappert, 2023, pp. 160–161).

Метою цього дослідження є з’ясування того, як саме в німецькомовному цифровому спілкуванні взаємодіють текст, емодзі та зображення; які функції виконує кожен модус; які типові структурні моделі їхнього поєднання; а також як ця взаємодія впливає на інтерпретацію повідомлення адресатом. Матеріалом слугують сучасні корпусні та прагмалінгвістичні праці про німецькі WhatsApp-повідомлення, Instagram-комунікацію та мультимодальні наративи в групових чатах. Методологічно дослідження поєднує мультимодальний дискурс-аналіз, прагмалінгвістичну інтерпретацію, контекстуальний аналіз і елементи корпусного підходу.

Перший ключовий результат полягає в тому, що **емодзі в німецькому цифровому спілкуванні найчастіше функціонують не як лексичні замітники, а як дискурсивні маркери**. У великому дослідженні німецьких WhatsApp-повідомлень Heike Wiese та Annika Labrenz проаналізували корпус обсягом **121 998 токенів від 193 мовців** і показали, що емодзі в цій комунікації мають насамперед **суб’єктивні та інтерсуб’єктивні значення**, тобто або виражають позицію, емоцію, оцінку самого мовця, або регулюють ставлення до адресата, ввічливість, солідарність і спільне тло взаємодії (Wiese & Labrenz, 2021, pp. 277–280). Автори

також встановили, що дискурсивно релевантні емодзі в їхньому матеріалі з'являлися **переважно в правій периферії повідомлення**, тобто наприкінці репліки, де вони модулюють силу висловлення, його тон і прагматичне прочитання (Wiese & Labrenz, 2021, pp. 289–296).

Практично це означає, що одне й те саме речення в німецькому чаті може набувати різного значення залежно від емодзі в кінці. Наприклад, репліка „**Das war ja toll.**“ без емодзі може сприйматися нейтрально або іронічно лише з огляду на контекст. Якщо ж вона набуває форми „**Das war ja toll 😊**“, емодзі знижує потенційну різкість і спрямовує інтерпретацію в бік м'якої, дружньої оцінки. Натомість „**Das war ja toll 😏**“ уже сигналізує роздратування, дистанцію або саркастичне переосмислення сказаного. Аналогічно, вислів „**Du kommst auch spät.**“ у поєднанні з 😊 може означати доброзичливе жартування, тоді як той самий текст із 😏 посилює докір. Такі приклади добре ілюструють висновок Wiese і Labrenz про те, що емодзі не додають фактичного змісту, а працюють на рівні **дискурсивної організації й інтерпретаційного кадру** (Wiese & Labrenz, 2021, pp. 296–300).

Другий важливий висновок стосується того, що емодзі в німецькомовному цифровому спілкуванні активно беруть участь у **керуванні соціальними стосунками**. Дослідження міжкультурної WhatsApp-комунікації тих, хто вивчає німецьку мову, показало, що емодзі використовуються для вираження реакцій, модифікації тверджень, оформлення відкриття та закриття розмови, маркування неформальності та сигналізації соціальних прав і обов'язків між учасниками взаємодії (Concu & Raffo, 2024, pp. 621–624, 639–641). Іншими словами, емодзі допомагають не тільки показати емоцію, а й визначити, яким саме є комунікативний режим: дружнім, дистанційним, жартівливим, фатичним чи ритуально-ввічливим.

Це можна побачити на типових моделях на кшталт „**Danke dir 🙏**“, „**Bis morgen 🍀**“, „**Alles gut 😊**“, „**Komm gut nach Hause 🌙**“. У таких конструкціях вербальний компонент передає основну пропозицію, а емодзі уточнює її прагматичний формат: вдячність, дружню турботу, зняття напруги, закриття взаємодії. Особливо показовими є формули завершення діалогу: „**Gute Nacht 🌙**“, „**Bis später 😊**“, „**Meld dich 🍀**“. Тут емодзі маркує кордон епізоду спілкування й водночас пом'якшує його завершення. У цифровому середовищі, де відсутні інтонація, міміка та жести, саме ця мультимодальна надбудова часто бере на себе функцію тонкого соціального налаштування висловлення (Concu & Raffo, 2024, pp. 639–641).

Третій результат стосується взаємодії **тексту і зображення**. У німецькомовних WhatsApp-групах, за спостереженнями Katharina König, дискурс часто розгортається не в межах одного модусу, а як **трансмодальна послідовність**, де текстові повідомлення, голосові пости й зображення взаємно пояснюють і продовжують одне одного. Її корпус складався з **28 німецьких WhatsApp-груп**, у яких було проаналізовано **585 текстових повідомлень, 98 голосових повідомлень і 17 зображень**; авторка підкреслює, що саме така комбінація модусів дає змогу учасникам спільно конструювати наратив, коментувати події та вибудовувати “напівпублічні” форми спільного досвіду (König, 2019, pp. 30–32, 40–41, 47–48).

У практичному вимірі це означає, що зображення рідко є автономним знаком. Наприклад, фото розбитої чашки, супроводжене коротким текстом „**Montag.**“, читається інакше, ніж те саме фото з підписом „**So fängt die Woche an** 😊“. У першому випадку зображення й текст формують лаконічну асоціативну модель, у другому — додається емодзі, який чітко задає емоційний ключ: виснаження, фрустрацію, іронічне самопредставлення. Подібно працює і зв'язка “фото + репліка + реакційний емодзі” в групових чатах: наприклад, фотографія затору з текстом „**Seit 40 Minuten hier fest**“ і завершальним 🙄 не лише інформує, а й запрошує до співпереживання, коментарів, емпатійних відповідей. Смісл тут народжується не в окремому елементі, а в **координації модусів**.

Ще виразніше ця логіка проявляється на **image-centric** платформах, насамперед в Instagram. Christina Margrit Siever і Torsten Siever показують, що в Instagram-комунікації емодзі можуть брати на себе функції від заміщення окремих синтаксичних або семантичних елементів до виконання ролі **графостилістичних, когезійних, деїктичних, ілокутивно-структурувальних** засобів, а іноді навіть хештегів чи маркерів тематичного фокусу (Siever & Siever, 2020). У такому середовищі емодзі взаємодіє вже не лише з текстом, а й із самим зображенням як центральним елементом повідомлення.

Практичні приклади тут особливо промовисті. Підпис „**Berlin im Regen** ☁️🌧️“ до фотографії мокрої вулиці не просто дублює зображення, а компактно кодує атмосферу, настрій і тематичний фокус поста. Репліка „**Neues Semester, neues Chaos** 🎒🤔“ у поєднанні з фото заваленого конспектами столу поєднує три шари значення: текст називає ситуацію, зображення конкретизує її, а емодзі переводить повідомлення в режим самоіронії, зменшуючи потенційну негативність. Аналогічно, у пості з фотографією протесту підпис „**So sieht Verantwortung aus** 🤝“ з емодзі руки не лише описує, а й маркує позицію мовця. Тут емодзі виконує вже не емоційну, а **ідеологічно-прагматичну** функцію, підсилюючи інтерпретаційний вектор зображення.

Окремо слід підкреслити, що сучасні дослідження німецькомовної цифрової комунікації послідовно заперечують спрощене уявлення про емодзі як “нову мову”. Michael Weißwenger і Steffen Rappert переконливо показують, що емодзі функціонують лише в межах складніших комунікативних структур і залежать від текстового, ситуаційного та міжособистісного контексту (Weißwenger & Rappert, 2023, pp. 160–161). Вони не замінюють мову, а розширюють репертуар ресурсів, за допомогою яких мовець може кодувати ставлення, інтенцію, близькість, іронію або оцінку. Це особливо важливо для аналізу німецькомовного цифрового дискурсу, оскільки дозволяє розглядати мультимодальність не як периферійну властивість, а як одну з його базових структурних ознак.

Отже, проведений аналіз дає підстави виокремити три основні функціональні зони взаємодії тексту, емодзі та зображень у німецькомовному цифровому спілкуванні. По-перше, це **інтерпретаційна функція**: емодзі задають тон, емоційний ключ і ступінь серйозності тексту. По-друге, це **реляційно-прагматична функція**: емодзі й зображення допомагають регулювати близькість, ввічливість, відкриття й завершення контакту. По-третє, це **когезійно-мультимодальна функція**: текст і візуальні елементи взаємно доповнюють одне одного, створюючи смисл, який не редукується до жодного окремого компонента.

У цьому сенсі німецькомовне цифрове спілкування слід описувати як інтегровану мультимодальну систему, а не як текст, до якого іноді додаються візуальні “додатки” (Wiese & Labrenz, 2021, pp. 277–300; König, 2019, pp. 30–32; Siever, 2020; Siever & Siever, 2020).

Мультимодальний дискурс у німецькомовному цифровому спілкуванні є системним явищем, у якому текст, емодзі та зображення не функціонують ізольовано. Емодзі найчастіше виконують роль дискурсивних маркерів і соціально-прагматичних регуляторів; зображення слугують не лише ілюстрацією, а й повноцінним смислотворчим елементом; текст забезпечує каркас висловлення, але його інтерпретація суттєво залежить від супровідних візуальних знаків. Саме тому аналіз сучасного німецькомовного цифрового мовлення потребує мультимодальної оптики, яка враховує позицію емодзі в повідомленні, взаємодію тексту з візуальним матеріалом, послідовність модусів у чаті та їхню спільну прагматичну функціоналізацію.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Beißwenger, M., & Pappert, S. (2023). *Language decline due to emojis?* IMAGE: Journal of Interdisciplinary Image Science, 38(2).
2. Concu, V., & Raffo, C. (2024). Exploring emoji usage in intercultural CMC: Insights from Colombian and Argentinian learners of German. *Intercultural Pragmatics*, 21(5), 621–645.
3. König, K. (2019). Narratives 2.0: A multi-dimensional approach to semi-public storytelling in WhatsApp voice messages. *Journal für Medienlinguistik*, 2(2), 30–59.
4. Siever, C. M. (2020). Iconographic communication in digital media: Emoji in WhatsApp, Twitter, Instagram, Facebook—from a linguistic perspective. In E. Giannoulis & L. R. A. Wilde (Eds.), *Emoticons, kaomoji, and emoji: The transformation of communication in the digital age*. Routledge.
5. Siever, C. M., & Siever, T. (2020). Emoji-text relations on Instagram: Empirical corpus studies on multimodal uses of the iconographic mode. In *Shifts toward image-centricity in contemporary multimodal practices*. Routledge.
6. Wiese, H., & Labrenz, A. (2021). Emoji as graphic discourse markers: Functional and positional associations in German WhatsApp® messages. In D. Van Olmen & J. Šinkūnienė (Eds.), *Pragmatic markers and peripheries* (pp. 277–300). John Benjamins.