

3. Ma, T., & Lucietto, A. M. (2024). Cross-cultural communication across STEM disciplines. *Frontiers in Education*, 9, 1373558. <https://doi.org/10.3389/feduc.2024.1373558>
4. Pham, T. (2022). Individualism and collectivism in advertising – An overview. *Journal of English Language Teaching and Applied Linguistics*, 4(1), 30–36. <https://doi.org/10.32996/jeltal.2022.4.1.3>
5. Ugwuoju, E. C. (2025). *Brand localization versus globalization: A comparative analysis of adaptation strategies in diverse markets*. IntechOpen. <https://www.intechopen.com/online-first/1236927>
6. Wei, N., & Yin, M. (2024). The impact of graphic design on brand identity and consumer perception. *Design Insights*, 1(2). <https://doi.org/10.70088/bjmdxv23>

Пилячик Н. Є.

*Карпатський національний університет імені Василя Стефаника
(Івано-Франківськ, Україна)*

Бронза О. О.

*Карпатський національний університет імені Василя Стефаника
(Івано-Франківськ, Україна)*

ПОЄДНАННЯ ВЕРБАЛЬНИХ ТА ВІЗУАЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ЕФЕКТУ ЗАЛУЧЕННЯ (НА МАТЕРІАЛІ КАНАЛІВ BABISH CULINARY UNIVERSE ТА JAMIE OLIVER)

Сучасні медіа стають не лише джерелом інформації, а й сильним засобом впливу на аудиторію. Відеоблоги про їжу, які сьогодні набувають великої популярності серед різних вікових груп, є прикладом інтеграції вербальних і візуальних засобів комунікації для формування певного сприйняття у глядача. В сучасних лінгвістичних і медіазнавчих студіях недостатньо уваги приділяється комплексному аналізу вербально-візуальних стратегій у відеоблогах саме гастрономічної тематики, хоча цей жанр має значний вплив на культурне та соціальне сприйняття їжі, харчових звичок і стилю життя.

Мета статті полягає у виявленні особливостей поєднання вербально-візуальних стратегій впливу, що застосовуються в англійськомовних відеоблогах про їжу для залучення глядачів.

Вербально-візуальні стратегії у сучасних медіа стають ключовим інструментом впливу на аудиторію, оскільки поєднують мовні та образні засоби,

формуючи комплексне сприйняття інформації. Використання кольору, композиції кадру, жестової мови та міміки в поєднанні з лексикою та інтонацією дозволяє досягати високого рівня емоційного залучення користувачів.

Візуальні елементи у відеоблогах виконують не лише естетичну функцію – вони є когнітивним інструментом, що допомагає глядачам швидко сприймати та інтерпретувати інформацію. Різноманітні графічні позначення, колірні акценти та монтажні прийоми створюють контекст для розуміння вербальних повідомлень і підсилюють їхню переконливість.

Вербальні засоби впливу включають широкий спектр мовних стратегій: експресивну лексику, фразеологічні конструкції, риторичні питання, звернення до глядача та інтонаційні моделі. Їхнє поєднання з візуальною складовою створює ефект присутності та емоційного залучення. Навіть короткі відеофрагменти мають продуману композицію та вербальні підписи, що формують у глядача відчуття довіри та близькості до автора.

Візуальні засоби впливу в сучасних медіа є невід’ємним елементом формування ефективної комунікації та залучення аудиторії, особливо у відеоблогах про кулінарію. Монтаж, кольорова палітра та графічні елементи створюють у глядача цілісне сприйняття контенту і підсилюють вербальні повідомлення, дозволяючи автору передати не лише інформацію про процес приготування, а й емоційний стан, атмосферу та естетичне задоволення (Мусієнко, 2025).

Монтаж відео виступає основним інструментом динамічного подання інформації. Завдяки швидким або ритмічним нарізкам, переходам між планами та зміні кутів зйомки автори відеоблогів утримують увагу глядача. Кольорова палітра відіграє не меншу роль у формуванні сприйняття. Використання яскравих та насичених кольорів підкреслює свіжість продуктів, апетитність страв і привабливість контенту. Графічні елементи, такі як підписи, анотації, піктограми та анімаційні вставки, виконують інформаційно-

пояснювальну функцію, полегшуючи сприйняття складних інструкцій або тимчасових параметрів приготування. Вони також дозволяють автору підкреслити важливі деталі, створити логічні зв'язки між етапами процесу та посилити комунікативний ефект. Поєднання вербальних і візуальних стратегій у англомовних кулінарних відеоблогах створює ефект залучення, що не обмежується лише передачею рецепту, а формує справжнє мультимодальне сприйняття контенту

На каналі Babish Culinary Universe це поєднання виражається через коментарі автора й монтаж, який органічно підкреслює те, що говориться голосом і тим, що показується на екрані. Наприклад, у відео Babish, де він готує велику вечерю з кількох страв (серія зі святковим меню), можна знайти сцену, де голос водночас розповідає про техніку обсмажування певного інгредієнта, а монтаж показує крупні плани дій рук і зміну положення продуктів на сковороді. Такий прийом дозволяє глядачу синхронно сприймати усну інструкцію й процес приготування, що посилює увагу та розуміння дій, а не лише пасивне слухання. Динамічний монтаж у Babish створює ритм відео, який відповідає ритму голосового наратора: короткі нарізки швидко переходять від одного кроку до іншого після того, як автор згадує про технічні нюанси, що допомагає утримувати інтерес і підсилює візуальну присутність у рецепті.

У відео Jamie Oliver (наприклад, у форматах «Quick & Easy» або «Keep Cooking & Carry On») поєднання також помітне у об'ємних крупних планах продуктів і м'якому характерному голосі автора. Коли Джеймі описує, як і чому він нарізає овочі певним чином, камера одночасно фіксує крупний план ножа, що рухається по дошці, а потім загальний план сковороди, де овочі обсмажуються. Крім того, поєднання кольорових акцентів та іронічного чи дружнього тону диктора також створює сильний ефект залучення. Насичені кольори продуктів, якими рясніє кухня Oliver чи Babish, привертають увагу на

екрані тим самим моментально передають інформацію про свіжість та апетитність страви в синхроні з тим, як автор вербально звертає увагу на ці елементи. Ще один важливий аспект – ритм і паузи у мовленні автора, що підсилюється монтажними переходами й частими крупними планами (Шліхтенко, 2024).

Таким чином, поєднання візуальних прийомів – тонкі зміни ракурсів, крупні плани, кольорові контрасти – із вербальним компонентом створюють ефект залучення, який підтримує інтерес і робить процес перегляду не лише інформативним, а й інтерактивним, практичним і емоційно насиченим.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Воробйова, А. В. (2022). Навчання візуальної риторики на заняттях англійської мови у вищих навчальних закладах. *Педагогіка формування творчої особистості*, (81), 142–146.
2. Мусієнко, О. В. (2025). Візуальні та комунікаційні стратегії у створенні іміджевих reels про Україну: порівняльний аналіз офіційного та аматорського контенту. *Культура України*, (88), 82–89. <https://doi.org/10.31516/2410-5325.088.08>
3. Шліхтенко, Ю., Михальчук, О., & Комар, Р. (2024). Стилiстичнi та вiзуальнi стратегiї формування аудиторної iдентичностi в британських lifestyle блогах. *Молодий вчений*, 6.1(130.1), 20–30.
4. Babish Culinary Universe. (n.d.). *YouTube channel*. <https://www.youtube.com/@babishculinaryuniverse>
5. Jamie Oliver. (n.d.). *YouTube channel*. <https://www.youtube.com/@JamieOliver>
6. Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design*. Routledge.