

**Лариса Макарук**

Доктор філологічних наук, професор  
Національний університет «Острозька академія»  
Острог, Україна  
<https://orcid.org/0000-0002-8988-2753>  
[larysa.makaruk@oa.edu.ua](mailto:larysa.makaruk@oa.edu.ua)

## МУЛЬТИМОДАЛЬНІ ТЕКСТИ МАЛОЇ ФОРМИ: СТРУКТУРА, СЕМАНТИКА, ПРАГМАТИКА

Статтю присвячено дослідженню текстів малої форми, які функціують у сучасному англomовному масмедійному комунікативному просторі та висвітлюють тематику парасолькового страхування. Матеріалом дослідження слугувало 30 англomовних мультимодальних інфографічних текстів малої форми на тематику парасолькового страхування. Мета роботи полягає в аналізі означених текстів з метою виявлення їх типів, диференційних ознак, структурно-семантичних та комунікативно-прагматичних параметрів. Для розв'язання поставлених завдань у розвідці використано метод суцільної вибірки, методи індукції, дедукції, аналізу й синтезу; застосовано описовий та порівняльний методи, дистрибутивний аналіз та прийом графічної композиції. На підставі корпусу ілюстративного матеріалу виявлено, що трапляються тексти без вербальних відповідників та ті, яким притаманний симбіоз вербальних та невербальних засобів. Встановлено, що до структури таких текстів переважно входять: заголовок, підзаголовок та набори графічних маркерів у вигляді окремих блоків, локативність яких варіюється. Продемонстровано, що ключову роль у таких текстах покладено на підзаголовки, від яких в подальшому залежить наповнення усього тексту та його зміст. Ідентифіковано, що за метою висловлювання підзаголовки можуть бути розповідними та питальними. Описано можливі стратегії прочитання тексту, шляхом вибіркості першочергових та другорядних блоків. Висловлено припущення, що кількості блоків може відповідати кількість абзаців в типовому вербальному тексті. Особливе місце у таких текстах відводять піктограмам, які мають як однаковий, так і відмінний плани вираження та плани змісту. Піктограми мають низку графічних синонімів та є найчастотнішими візуальними конститuentами англomовних інфографічних текстів малої форми на тематику парасолькового страхування.

**Ключові слова:** вербальні та невербальні складники; мультимодальний текст; парасолькове страхування; структурні параметри; декодування значення.

### 1 ВСТУП

**Постановка проблеми.** В останнє десятиліття сучасний англomовний масмедійний комунікативний простір набуває усе виразніших ознак мультимодальності, завдяки появі та функціонуванню на його теренах різножанрових текстів різних за об'ємом та інтересами цільових аудиторій. Співіснування вербальних, невербальних та паравербальних конститuent в одній площині породжує закономірну потребу в їх всебічному аналізі, генеруючи нові потенційні грані дослідження для лінгвістів. Значний сегмент англomовного простору становлять інфографічні тексти малої форми, які набувають все більшого поширення у зв'язку з можливістю передати максимум контенту, використовуючи при цьому мінімум вербальних проте максимум візуальних складових, на які покладено ключове смислове навантаження. У цій роботі звернемо увагу на інфографічні тексти малої форми, що висвітлюють різні аспекти концепції парасолькового страхування. Частину ілюстративного матеріалу такого типу створено з інформаційною метою. Інша ж, є рекламним продуктом страхових компаній, спродукованого для привернення уваги потенційних клієнтів, яких можуть зацікавити запропоновані пакети послуг.

Зауважимо, що корпус ілюстративного матеріалу складають мультимодальні тексти, яким характерне поєднання вербальних та невербальних складників, лімітованих 500 знаків,

як вербальної, так невербальної природи. Переважною мірою вони різняться за структурою та наповненням проте пропонують однакові або частково схожі послуги, кількість яких варіюється залежно від пакету. Окремі з них надають коротке пояснення особливостей парасолькового страхування задля прийняття рішення реципієнтами щодо доцільності чи недоцільності купівлі пропонованих послуг.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У сучасних студіях спостерігаємо все більший інтерес вітчизняних та зарубіжних учених до дослідження мультимодальності, яка тривалий час залишалася поза фокусом лінгвістів, оскільки увагу науковців привертала виключно вербальні складники. На початку XXI століття у своїх розвідках учені стали дедалі частіше фокусуватися на складниках невербальної природи, що слугувало підставами для розвою мультимодальних парадигм (Jewitt, C., Bezemer, J., & O'Halloran, 2016), (Kress, 2023).

Специфіка XXI століття зумовила появу численної кількості невеликих за розміром текстів, зокрема інфографічних. Їх кількість постійно зростає, як і розвідок, присвячених окремим аспектам, зокрема дослідники звертають увагу на інфографічні тексти малої форми, присвячені англійській мові як іноземній (Cárcamo, R., & Pino R., C, 2025), англійській для академічних цілей (Li, M., Gibbons, J., & Pham, Q. N., 2023), вищій освіті (Unsworth, 2021). Однак вичерпних робіт присвячених дослідженню англійськомовних інфографічних текстів малої форми на тематику парасолькового страхування на сьогодні ще недостатньо, що й зумовлює актуальність обраної проблематики.

**Мета роботи** полягає в аналізі мультимодальних інфографічних текстів малої форми на тематику парасолькового страхування задля виявлення їх типів, структурно-семантичних та комунікативно-прагматичних параметрів.

## 2 МЕТОДИ

Дослідження інфографічних текстів малої форми на тематику парасолькового страхування, які функціують у сучасному англійськомовному масмедійному комунікативному просторі здійснено на підставі низки методів та прийомів. Зокрема, метод суцільної вибірки уможливив укладання корпусу ілюстративного матеріалу, а у подальшому інвентаризацію вербальних та невербальних складників з метою їх систематизації. Спираючись на описовий метод та методи індукції, дедукції, аналізу й синтезу встановлено спільні та відмінні ознаки аналізованих засобів. Застосування дистрибутивного аналізу, уможливило виявлення локальних варіацій та можливих способів сполучуваності різних складників задля продукування цілісного текстового продукту.

Порівняльний аналіз дав змогу ідентифікувати спільні та відмінні параметри вербальних та невербальних конститuentів з метою дешифрування істинної семантики. Прийом графічної композиції сприяв виявленню найоптимальнішої стратегії прочитання тексту з урахуванням концепції мультимодальної грамотності.

## 3 РЕЗУЛЬТАТИ Й ОБГОВОРЕННЯ

Сфокусуємося спершу на тексті, якому притаманний вербальний «мінімалізм» та невербальний «максималізм» (рис. 1). Наголошуючи на видах діяльності, репрезентованих графічно (авто, житло, спорт, відпочинок тощо), до складу тексту інтегровано лише одне речення-заголовок (*Your activities can increase your risk*), яке й власне узагальнює спектр можливих активностей та рівень ризику. Парасолька, виконуючи первинну функцію захисту від дощу, уособлює десять протекційних пакетів, якими, за умови купівлі, можуть скористатися клієнти у випадку настання страхового випадку. Рівень покриття можливих витрат залежить від вибору, уподобань та фінансових можливостей потенційного клієнта. На підставі такого зразка та низки інших, схожих до цього, що входять до корпусу ілюстративного матеріалу можемо зробити висновок про існування групи текстів, у яких значною мірою переважає графічна складова, яка, власне, розкриває зміст повідомлюваного без вербального супроводу. В основі таких типів текстів лежать візуальні складники у формі знаків, які

потребують відповідного трактування, яке залежить від фонових знань реципієнтів. Ураховуючи графічні облонки таких текстів, висловимо думку про те, що частину з них можна об'єднати в певні групи та підставі спільних тематик. Наприклад, заняття різними видами спорту. Вочевидь, вони несуть як спільні, так і відмінні ризики, як і окремі аспекти на рис. 10.

Тексти на рис. 2 та 3 актуалізують розширене (додаткове) страхування відповідальності. З огляду на те, що тексту на рис. 1 характерний вербальний «мінімалізм» та невербальний «максималізм» про особливості можливого/неможливого розширеного (додаткового) страхування відповідальності доводиться здогадуватися чи, за потреби, уточнювати. До певної міри, це свідчить про недоліки такого типу текстів, оскільки, закономірно, що у реципієнтів можуть виникнути питання, що потребуватимуть відповідей. Як бачимо, не зважаючи на значні переваги візуалізованого контенту, зокрема швидкості його засвоєння, це може мати й негативні сторони.

На відміну від рис. 1, рис. 2 та 3 містять кілька піктограм з вербальними відповідниками, що сприяє конкретизації інформації, виключає поліваріантність декодування змісту. Вважаємо це позитивною стратегією текстотворення. Крім цього, такі зразки текстів, на нашу думку, є прикладами змістовно збалансованих і графічно неперевантажених зразків текстів. Рис. 2 репрезентує чотири аспекти страхування відповідальності, як за допомогою піктограм, так і їх вербальних відповідників (*auto liability; home liability; boat liability; motorcycle liability*). Такий варіант репрезентації інформації видається найоптимальнішим, оскільки виключає потребу щось додумувати чи про щось здогадуватися. Однак зауважимо, що такі тексти не завжди належно збалансовані. Існують різні варіації, і трактування їх змісту може залежати від різних чинників, у т. ч. й від фонових знань реципієнтів.



Рис. 1 (Heritage Financial, 2025)

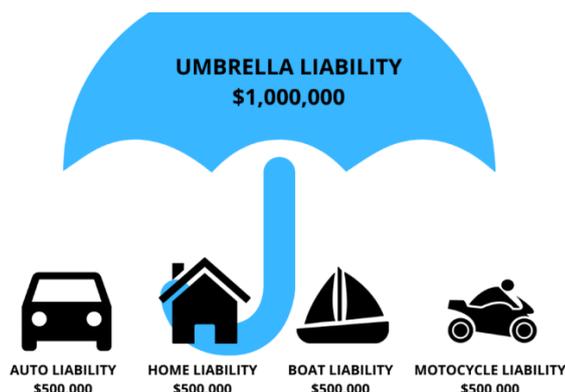


Рис. 2 (JBLB Insurance, 2025)

За структурою та змістовим наповненням текст на рис. 3 близький до попереднього (рис. 2). Його заголовок-питання (*What's an Umbrella Insurance Policy*) можна вважати зачином, який далі слугує поштовхом для розвою змісту тексту. Питанню слідує дві відповіді, одна з яких пояснює специфіку полісу комплексного страхування (*A type of personal liability insurance that can cover claims in excess of the limits of your regular insurance policy*), а інша його мету та позитивні сторони (*Covers policyholder and members of their family and household*). Ця інформація представлена у двох блоках, локативно розміщених праворуч та ліворуч над парасолькою відповідно. Під парасолькою бачимо сім запропонованих опцій-можливостей страхування: *significant savings; owner of a dog; rental property landlord; swimming pool on property; young driver in household; future wages; trampoline on property*. Отже, маємо текст, який є ширшим контекстуально завдяки тому, що містить фрагменти-пояснення. Крім того, як і в попередньому, піктограми подано з поясненнями, що спрощує розуміння. Набори піктограм в таких текстах не є фіксованими та варіюються від тексту до тексту. Одні з них дублюються, як в плані вираження, так і в плані змісту, інші – ж аспектуально різняться, як графічно, так і за змістом (рис. 2 і 3). Ідентичному зображенню будинку надають різних значень-пояснень: *home liability; rental property landlord*. Такі випадки свідчать про поліфонічність можливостей закладання змісту й варіативність значення графічного складника.

## What's an Umbrella Insurance Policy?

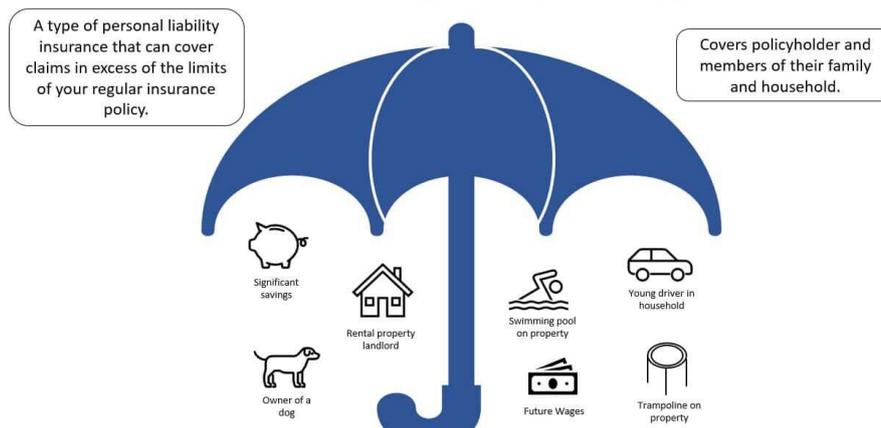


Рис. 3 (Asset Planning Corporation, 2025)

Текст на рис. 4 має заголовок “*Umbrella insurance*”, який відповідає структурі простого непоширеного речення та у цьому випадку є розповідним за метою висловлювання. Крім того, він містить підзаголовок *When do you need Umbrella Insurance?*, який в конкретному випадку тісно пов’язаний зі змістом тексту, оскільки його суть розкривають за посередництвом шести блоків у формі кілець, кожне з яких містить вербальне пояснення, зокрема: ● *Significant savings and assets*. ● *Owner of a dog*. ● *Rental property landlord*. ● *Swimming pool on property*. ● *Teenage driver in household*. ● *Trampoline on property*. Наголосимо на тому, що запропоновані аспекти страхування великою мірою збігаються з попереднім текстом (рис. 3), проте у двох випадках дещо відмінним є їх формулювання, наприклад: *Significant savings and assets* (рис. 4) vs *Significant savings* (рис.3); *Teenage driver in household* (рис. 4) vs *Young driver in household* (рис. 3).

Вартою уваги є й кольорова гама, у якій репрезентовано ці тексти (рис. 4 – 7). Це уніфікована стратегія самопрезентації пропонованих страхових послуг з використанням переважно чотирьох або шести кольорів. Вербальна складова – невід’ємна частина цього тексту, оскільки він не містить піктограм чи будь-яких інших елементів зображального характеру, які поза вербальним складником сприяли б дешифруванню змісту. Кожен можливий вид страхування є відповіддю на підзаголовок, що дає реципієнту можливість зрозуміти у яких випадках парасолькове страхування не лише можливе, а й потрібне.

Текст на рис. 5 під аналогічною назвою “*Umbrella Insurance*” також містить підзаголовок *Umbrella Policy Provides Excess Limits over all Policies* іншого змісту (Поліс парасолькового страхування забезпечує підвищені ліміти покриття понад усі інші поліси; Страхування за парасольковим полісом забезпечує ліміти франшизи понад усі поліси). Вдаючись до тонкощів страхування зазначимо, що йдеться про такі чотири аспекти:

- *Commercial General Liability* – загальна комерційна відповідальність.
- *Commercial Auto Liability* – комерційна автоцивільна відповідальність.
- *Employers Liability* – відповідальність роботодавця.
- *Commercial Watercraft Liability* – комерційна відповідальність за водний транспорт.

Зауважимо, що аналізований текст містить піктограми, ключове призначення яких доступно передати інформацію. Однак, у цьому тексті вони не відповідають таким критеріям та без вербального супроводу правильність їх дешифрування ймовірно зводилася б до мінімуму.

**UMBRELLA INSURANCE**

When do you need Umbrella Insurance?

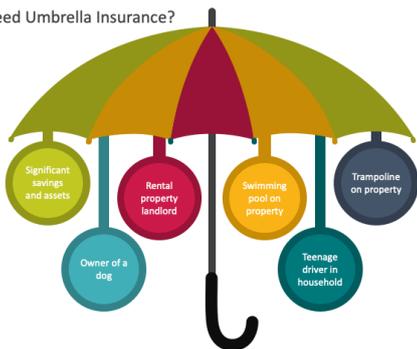


Рис. 4 (Collidu, 2025)

**UMBRELLA INSURANCE**

Umbrella Policy Provides Excess Limits over all Policies



Рис. 5 (Collidu, 2025)

Текст на рис. 6 має заголовок аналогічний текстам 4, 5 та 7, однак відмінний підзаголовок (*Unsure if you Need Umbrella Liability Insurance*), який спонукає реципієнтів замислитися над необхідністю страхування. У порівнянні з попередніми структурами маємо справу з чотирма гіпотетичними питаннями у чотирьох блоках, об'єднаних однією парасолькою:

- A – *What if you hit a cyclist at a busy intersection?*
- B – *What if you're named in a personal lawsuit?*
- C – *What if you cause an accident & the damages exceed your auto coverage?*
- D – *What if someone is injured on your property?*

Не зважаючи на те, що ситуації, змальовані в такому типі питань, можуть ніколи не трапитися, усе ж вони спонукають замислитися над можливими наслідками, якщо змальовані події матимуть місце. Актуалізуючись за допомогою структури *What if*, такі конструкції здатні впливати на прийняття позитивних рішень щодо придбання пропонованих пакетів страхування завдяки сумнівам, які з'являються, коли реципієнти моделюють означені ситуації, уявляючи себе на чиемусь місці у вкрай небажаних обставинах. Припускаємо, що у цих питаннях змальовано одні з найчастотніших кейсів, які трапляються. Як результат, страх, невпевненість та сумніви спонукають придбати аналізований поліс.

**UMBRELLA INSURANCE**

Unsure if you Need Umbrella Liability insurance?

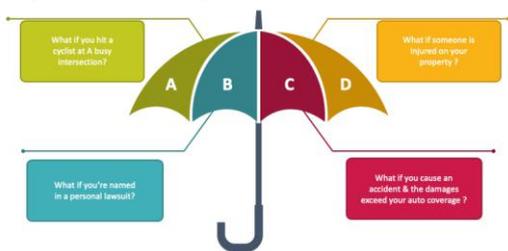


Рис. 6 (Collidu, 2025)

**UMBRELLA INSURANCE**

What is & isn't Covered by Umbrella Insurance?



Рис. 7 (Collidu, 2025)

Останній текст цієї ж компанії у цій роботі має відмінну структуру від попередніх, хоча той же заголовок та інший підзаголовок (*What is & isn't Covered by Umbrella Insurance*), останній з яких власне й визначає графічне оформлення й змістове наповнення. Умовно, підзаголовок можемо поділити на дві частини (*What is & isn't Covered by Umbrella Insurance. What is & isn't Covered by Umbrella Insurance.*). Упускаючи першу виділену частину, за замовчуванням розуміємо, що відповідями на це питання будуть саме ті текстові фрагменти, які представлено з позначкою “v”: *Judgements from defamation. v Lawsuit settlements from accidents occurring in your home or in your yard/pool. v Damages you make to someone else's property, like car or home. v Medical expenses or damages if a visitor is injured at your home.*

Залишаючи поза увагою другу частину, позначка “x” дає змогу зрозуміти, що парасолькове страхування не покриває такі аспекти: x *Contract disputes. x Business losses. x Personal belongings. x Criminal or intentional acts.* Обрана стратегія уможливіє чітку

диференціацію векторів, на які поширюється та не поширюється таке страхування. Ключову роль у цьому тексті відіграють позначки  $\vee$  та  $\times$ , які актуалізують можливі та неможливі кейси покриття почасти непередбачуваних ситуацій, які виникають як на приватному, так і корпоративному ґрунті. У випадку відсутності таких позначок розуміння тексту у цьому форматі було б неможливим. Маємо підстави стверджувати, що саме вони відіграють ключову роль та сприяють пошуку відповіді та питання-підзаголовок. Така тенденція свідчить про залучення оптимальних графічних інструментів, які сприяють мінімізації використаних ресурсів задля репрезентації максимальної кількості бажаного контенту.

Як бачимо, ключову роль у текстах на рис. 4–7 відіграють підзаголовки, як у формі питальних, так і розповідних речень. Використовуючи уніфіковану стратегію подачі матеріалу, продуценти намагаються варіювати візуальними графічними складовими, пропонуючи різні локативні стратегії, у тому числі й завдяки кольоровій палітрі, увиразнюючи у такий спосіб зміст, конкретизуючи аспекти, задекларовані у підзаголовку-питанні при цьому використовують одну і ту ж саму парасольку, частково видозмінюючи її. Означені тексти мають чітку та логічну структуру, легкі для сприйняття, оскільки їх зміст поділено на кілька блоків, які можна вважати окремими абзацами, що лаконічно резюмують закладену думку.

Якщо у попередніх прикладах уся інформація акумулювалася під парасолькою, створюючи текстову єдність, то трапляються й зворотні випадки, коли випадки можливого страхового покриття «спрямовані на парасольку» (рис. 8). Належачи до тестів з вербальним мінімалізмом, бачимо лише дев'ять лексем та чотири аспекти можливого покриття: • *Personal injury*. • *Property damage*. • *Personal liability*. • *Lawsuits*. На відміну від попередніх текстів, заголовок (*Umbrella Coverage*) розміщено під парасолькою. На кожній із стрілок, розмішених донизу натрапляємо на піктограму, яка, як і у попередніх текстах, відповідає аспекту страхування. Загалом тексту характерний як вербальний, так і невербальний мінімалізм. Цей зразок є свідченням того, що кілька елементні тексти мають право на існування й здатні функціонувати в комунікативному просторі, оскільки не зважаючи на досить обмежений інвентар, відповідають загальним концепціям текстів та смислотворення, а головне – зрозумілі для реципієнтів.

Звернемо увагу на те, що у сучасних англійських медіа серед текстів, присвячених обраній проблематиці, трапляються ті, які не містять парасольки, але успішно висвітлюють зміст цієї тематики за допомогою піктограм. Заголовок “WHAT IS TYPICALLY COVERED BY AN UMBRELLA INSURANCE POLICY?”, друга частина якого виділена й власне акцентує увагу на тому, що це парасолькове страхування, слідує піктограми з вербальними відповідниками: • *Personal injury*. • *Bodily injury*. • *Landlord liability*. • *Property damage*. • *Injury to reputation*. • *Court costs*. Така стратегія подачі матеріалу відрізняється від попередніх тим, що не репрезентує парасольки, хоча й актуалізована вербально в руслі цієї ж тематики. Привертає увагу простота, чіткість, зрозумілість, лаконічність викладу, а також візуальна кольорова складова, яка обмежується голубим та білими кольорами й їх відтінками.



Рис. 8 (Yurconic Agency, 2025)



Рис. 9 (Insurance Center, 2025)

Останній зразок у цій роботі найбільший за розміром, завдяки блочній побудові. Його заголовок (*Umbrella insurance is often purchased by individuals who:*) слугує водночас

поясненням, у яких випадках необхідне парасолькове страхування. У восьми окремих блоках крім піктограм, знаходимо їх дешифрування та відповіді яким саме особам це актуально: • *Have significant savings or other assets.* • *Want to protect the potential loss of future income.* • *Own a business.* • *Coach youth sports.* • *Ski, surf, or hunt.* • *Own a swimming pool or trampoline.* • *Own property, especially investment property.* • *Own certain breeds of dogs.*

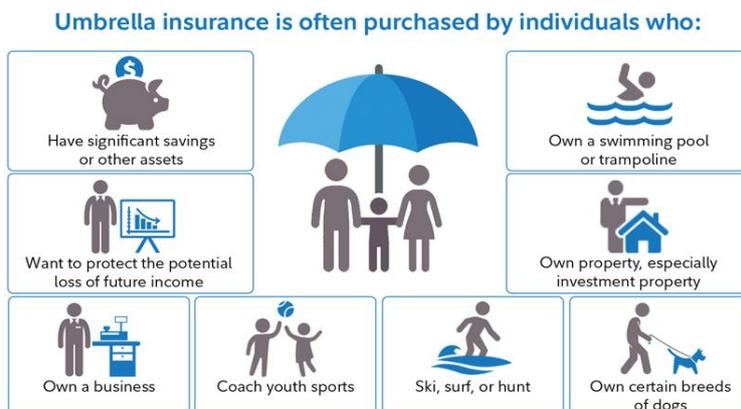


Рис. 10 (Fidelity Investments, 2025)

Така структура тексту сприяє тому, що він – легко читабельний. Водночас, його трансформація у вербальний текст могла б призвести до появи принаймні восьми абзаців, в кожному з яких докладніше йшлося про один з аспектів страхування, що позбавило б його стислого викладу та виходу за межі компактної репрезентації інформації. Зауважимо, що окремі обрані піктограми, які уособлюють аспекти страхування, є ідентичними до використаних в текстах вище, інші ж відрізняються планом вираження, або ж репрезентують аспекти, невідображені в жодному з текстів вище. Аналогічно й вербальні відповідники, які або збігаються, або різняться. Наведемо приклади:

- *Significant savings* (рис. 3) – *Significant savings and assets* (рис. 4) – *Have significant savings or other assets* (рис. 10).
- *Rental property landlord* (рис. 3, 4) – *Landlord liability* (рис. 8) – *Own property, especially investment property* (рис. 10).

#### 4 ВИСНОВКИ І НАПРЯМИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Проаналізовані інфографічні тексти малої форми на тематику страхування – невід’ємна частина сучасного англomовного масмедійного комунікативного простору. Маючи споріднену тематику, вони різняться аспектуальністю висвітлення, локативністю складників, структурними параметрами. Більшості з них притаманне використання піктограм, які сприяють кращому розумінню змісту. Водночас, виявлено функціонування зразків текстів з заголовками, але без вербальних відповідників піктограм, які все ж таки зрозумілі потенційним реципієнтам. Інтегральним складником більшості текстів є підзаголовок, на який покладено функцію зачину. Саме він нього залежить як в подальшому розкривається зміст.

Парасолькове страхування включає низку аспектів, кількість яких в рамках кожного тексту варіюється від чотирьох до десяти. Такі стратегії надають цим текстам індивідуальності та корпоративної самобутності. Особливими маркерами у текстах на тематику парасолькового страхування є кольори, мета яких не лише слугувати частиною бренду компанії, але й унаочнювати інформації, привертаючи увагу реципієнтів до ключових аспектів. Вербальні складники представлено у формі коротких речень та словосполук, почасти з упусканням службових частин мови, що відповідає тенденціям творення інформаційних продуктів сфери медіа.

Перспективними вважаємо подальші розвідки спрямовані на дослідження симбіозу вербальних та невербальних засобів, характерних для інфографічних текстів малої форми на тематику парасолькового страхування. Поруч з цим видається слушним сфокусуватися на

когезії та когерентності, а також функційних особливостях симбіотичних анклавів, які посідають чільне місце в англомовному середовищі.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

- Cárcamo, R., & Pino R., C. (2025). Developing EFL students' multimodal literacy with the use of infographics. *Studies in Foreign Language Education*.
- Jewitt, C., Bezemer, J., & O'Halloran, K. (2016). *Introducing multimodality*. Routledge.
- Kress, G. (2023). Multimodal discourse analysis. In M. Handford & J. P. Gee (Eds.), *The Routledge Handbook of Discourse Analysis* (pp. 35–52). Routledge.
- Li, M., Gibbons, J., & Pham, Q. N. (2023). Re-exploring writer–reader interaction: Analyzing metadiscourse in EAP students' infographics. *Journal of English for Academic Purposes*, 62, 101303.
- Unsworth, L. (2021). High school science infographics: Multimodal meaning complexes in composite image-language ensembles. *Pensamiento Educativo*, 58(2), 1–18.

## ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

- Umbrella Insurance Could Make or Break Your Financial Plan.* (2025). *Heritage Financial*. <https://heritagefinancial.net/umbrella-insurance-could-make-or-break-your-financial-plan/>
- Personal Liability Umbrella Insurance.* (2025). *JBLB Insurance*. <https://www.jblbinsurance.com/personal-liability-umbrella/>
- Umbrella Coverage Explained.* (2025). *Asset Planning Corporation*. <https://assetplanningcorp.com/umbrella/>
- Umbrella Insurance Presentation Materials.* (2025). *Collidu*. <https://www.collidu.com/presentation-umbrella-insurance>
- Be Prepared for Bad Weather with Umbrella Insurance.* (2025). *Yurconic Agency*. <https://www.yurconic.com/blog/be-prepared-for-bad-weather-with-umbrella-insurance/>
- Umbrella Insurance.* (2025). *Insurance Center*. <https://www.insurancecentermo.com/resources/blog/umbrella-insurance/>
- Do You Need Umbrella Insurance?* (2025). *Fidelity Investments*. <https://www.fidelity.com/viewpoints/wealth-management/do-you-need-umbrella-insurance>

**Larysa Makaruk. Multimodal Small-Form Texts: Structure, Semantics, Pragmatics.** This article focuses on the analysis of short texts that function in the contemporary English-language mass media communication space, with a specific emphasis on the topic of umbrella insurance. The research material consisted of 30 English-language multimodal infographic short texts on the topic of umbrella insurance. The aim of the paper is to analyse these texts to identify their types, distinctive features, structural, semantic, communicative and pragmatic parameters. To solve the set tasks, the study employs the method of continuous sampling, as well as methods of induction, deduction, analysis, and synthesis. Descriptive and comparative methods, distributive analysis, and graphic composition techniques are applied. Based on the corpus of illustrative material, it was found that there are texts without verbal equivalents and those that feature a symbiosis of verbal and non-verbal means. It has been established that the structure of such texts mainly includes: a title, a subtitle, and sets of graphic markers in the form of separate blocks, the location of which varies. It has been demonstrated that subtitles play a crucial role in such texts, on which the content and meaning of the entire text depend. It has been identified that, depending on the purpose of the statement, subheadings can be declarative or interrogative. Possible strategies for reading the text are described, based on the selectivity of primary and secondary blocks. We assume that the number of blocks may correspond to the number of paragraphs in a typical verbal text. A special place in such texts is given to pictograms, which have both similar and different planes of expression and planes of content. Pictograms have several graphic synonyms and are the most frequent visual elements of small-form English-language infographic texts on the subject of umbrella insurance.

**Keywords:** verbal and non-verbal components; multimodal text; umbrella insurance; structural parameters; decoding meaning.

Received: November 29, 2025

Accepted: December 5, 2025