

УДК 316.77:811.161.2'27'38:[004.774.6: 94(477)]

DOI <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2024-209-45>

ТЕКСТОВІ ЗАСОБИ ВЗАЄМОДІЇ З АВДИТОРІЄЮ В ОСВІТНІХ ВІДЕО НА ІСТОРИЧНУ ТЕМАТИКУ (НА МАТЕРІАЛІ ЮТУБ-КАНАЛУ «ІМЕНІ Т. Г. ШЕВЧЕНКА»)

TEXTUAL MEANS OF INTERACTION WITH THE AUDIENCE IN EDUCATIONAL VIDEOS ON HISTORICAL TOPICS (BASED ON THE MATERIAL OF THE YOUTUBE CHANNEL "NAMED AFTER T. G. SHEVCHENKO")

Проценко О. В.,*orcid.org/0000-0002-0029-5078**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри мови та стилістики**Навчально-наукового інституту журналістики**Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

Статтю присвячено питанню ефективної мовної взаємодії сучасних просвітницьких медіа з інтернет-авдиторією. В умовах повномасштабного російського вторгнення боротьба українців відбувається не тільки на полі бою, а й в інформаційному просторі. Актуальним завданням сьогодні є формування суспільної думки, збереження історичної пам'яті, зростання національної свідомості через популярні комунікаційні майданчики. У статті проаналізовано текстові засоби взаємодії з цільовою аудиторією у відеотворах соціальних мереж на прикладі ютуб-каналу «імені Т.Г. Шевченка» відомих громадських діячів, письменників, видавців братів Капранових. За рівнями мови класифіковано мовні засоби впливу авторів каналу на суспільну думку. Окреслено три умови, які забезпечують успішну інтернет-комунікацію освітнього спрямування на історичну тематику. По-перше, це оживлення історичного матеріалу шляхом мовного й емоційного наближення далеких у часі й/або просторі подій до слухача. Такому оживленню сприяє сучасна, зрозуміла лексика, «репортажний» стиль у вживанні часових форм, паралелізми, а також оцінне й емоційно-експресивне забарвлення мовлення, гумор. По-друге, це широка залученість аудиторії до співтворчості через спонукальні конструкції, зворотний зв'язок, вставні слова для привернення уваги, діалогічність мовлення, стилістичні засоби, що потребують активного сприйняття й осмислення. По-третє, яскрава індивідуалізація мовлення. В умовах необмеженої інформаційної конкуренції, коли предметний зміст можна легко й швидко отримати з різних джерел, перемагає той автор, який цікавий аудиторії. Сучасники вибирають не тільки інформацію, а й інформатора. Яскравий, багатий авторський стиль надає конкурентної переваги, дозволяє досягти комунікативної мети. Виявлені тенденції можна застосувати до будь-якої сучасної комунікації, націленої на формування суспільної думки в соціально значущій темі.

Ключові слова: освітня комунікація, ютуб, брати Капранови, ідіостиль, мовні засоби впливу, історична тематика.

The article is devoted to the issue of effective language interaction between modern educational media and Internet audiences. In the context of full-scale Russian aggression, the struggle of Ukrainians is taking place not only on the battlefield but also in the information space. The most important task today is the formation of public opinion, the preservation of historical memory, and the growth of national consciousness through popular communication platforms. The textual means of interaction with the target audience in the video content of social networks on the example of the YouTube channel "named after T.G. Shevchenko" of well-known public figures, writers, and publishers, the Kapranov brothers are analyzed. According to the levels of language, the linguistic means of influencing the public opinion of the authors of the channel are classified. Three conditions that ensure successful Internet communication of educational direction on historical topics are outlined. Firstly, it is the revival of historical material through the linguistic and emotional approximation of events distant in time and/or space to the listener. Such revival is facilitated by modern, understandable vocabulary, reportage style in the use of temporal forms, parallelisms, evaluative and emotionally expressive colouring of speech, in particular humour. Secondly, it is the broad involvement of the audience in co-creation through incentive constructions, feedback, interjections to attract

attention, dialogic speech, and stylistic means that require active perception and understanding. Thirdly, bright individualization of speech. In conditions of unlimited information competition, when subject content can be easily and quickly obtained from different sources, the author who is interesting to the audience prevails. Contemporaries choose not only information but also the informant. A bright, rich author's style gives a competitive advantage and enables the achievement of the communicative goal. The identified trends can be extended to any modern communication aimed at shaping public opinion on a socially significant topic.

Key words: educational communication, YouTube, Kapranov brothers, idiolect style, linguistic means of influence, historical themes.

Постановка проблеми. Україна зараз переживає екзистенційні випробування, тож особливо гостро стоїть питання національної стійкості, вагомим джерелом якої є історична пам'ять і національна свідомість. У сучасному інформаційному світі громадську думку формують мас-медіа, зокрема інтернет-комунікації та соціальні мережі. Тому важливо вивчати досвід впливу на цільову аудиторію популярних просвітницьких інтернет-каналів.

Матеріалом дослідження стали відео на історичну тематику з ютуб-каналу «імені Т.Г. Шевченка» (ведучі – українські письменники, видавці, публіцисти, громадські діячі брати Капранови). Цей проєкт можна вважати суспільно значущим, зважаючи на мету (популяризувати українську історію як джерело націєтворення) і розуміння ролі комунікації (слова) як зброї, що особливо актуально в умовах повномасштабної війни: *Поки наші героїчні захисники роблять це силою зброї, ми з вами повинні тримати оборону на інформаційному фронті. Бо стріляє не зброя. Стріляють люди. А люди беруться до зброї через переконання* [1].

Про комунікативну успішність аналізованого медійного проєкту дозволяють говорити метрики і схвальні коментарі глядачів. За чотири з половиною роки опубліковано 245 відео, канал має 933 тисячі підписників, близько 106,5 мільйонів переглядів. Коментатори відмічають важливу ідейну складову, громадянську позицію авторів і просвітницьку місію проєкту, а також легку і цікаву форму викладу. Про вагому роль досліджуваного медійного продукту в культурному житті України свідчить скорботна реакція українців на смерть Дмитра Капранова 16 квітня 2024 року.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Текстові засоби впливу на аудиторію належать до традиційних питань ораторського мистецтва. Риторичні науково-популярних текстів присвячено дослідження Н. Зелінської, Н. Непийводи, П. Селігея, Л. Струганець та інших. Проте в сучасних інтернет-комунікаціях класичний ораторський інструментарій вимагає нових підходів з огляду на технічні умови. З'являється навіть окрема дисципліна – інтернет-лінгвістика [2; 3]. Реальною практикою новітньої інтернет-риторики освітнього спрямування стає ідіостиль конкретного творця соціального контенту. Різні аспекти літературної творчості братів Капранових досліджували Д. Лук'яненко, І. Береза, Т. Крупеньова, С. Гузенко. Проте науково-популярна медійно-освітня діяльність братів Капранових на ютубі лишається без належної філологічної оцінки. **Актуальність** дослідження зумовлена потребою визначити дієві мовні засоби, за допомогою яких сучасні комунікатори впливають на широку аудиторію.

Мета пропонованої розвідки – проаналізувати текстові засоби взаємодії з цільовою аудиторією у відеотворах соціальних мереж на прикладі ютуб-каналу «імені Т.Г. Шевченка».

Всього проаналізовано десять відео, опублікованих у січні-березні 2024 року. Загальна тривалість дослідженого відеоматеріалу – понад шість годин (368 хвилин). Методом суцільної вибірки було відібрано й класифіковано мовні одиниці взаємодії авторів з цільовою аудиторією. Наукова і практична цінність такого аналізу полягає в тому, що описано ефективні текстові засоби впливу на суспільну думку, цікаві методи освітньої комунікації, мовностилістичні засоби сучасного медійного продукту, формування ідіостилю в соцмережах.

Виклад основного матеріалу. Автори ютуб-каналу «імені Т.Г. Шевченка» широко використовують візуальні засоби взаємодії з аудиторією: оповідь у відео завжди персоналізована (оповідач є наскрізною фігурою), на екрані демонструють змінні карти, ілюстрації, схеми, цитати,

власні назви, складні слова, меми. На рівні композиції застосовано часову і просторову дво-плановість: з одного боку, проведено паралелі між історичними й сучасними подіями, з іншого боку – між предметом розповіді й синхронними подіями української історії. Усі ці засоби допомагають наблизити далекий у часі предмет оповіді до сучасників, актуалізувати історичну подію, подати глибокий зміст через цікаву й зрозумілу форму. Ці ж функції виконують і різноманітні текстові засоби. Наблизитися до адресата допомагають одиниці різних мовних рівнів.

Сильним текстовим засобом мовного впливу на аудиторію є **звукові засоби мови**. Інтонація аналізованих текстів дуже багата (використано смислові наголоси, гучність мовлення, павзи, темп мовлення, тембр), виразна (звуковий малюнок суголосний емоційно-смислового), персоналізована (як елемент ідіостилію, впізнаваність голосу оповідача). Ось короткий фрагмент тексту, де використано павзу-інтригу, оцінну окличність (здивування, насміхання), виділення силою голосу і протяжне чітке промовляння ключового слова: *Це стало стартом для реалізації плану захоплення Росією виходу до теплого Жовтого моря і Світового океану, який отримав назву ... Жовторосія! От так! От чули ми з вами про Новоросію, Малоросію, Білоросію, а тут і головна карта слов'янської єдності підкотила – Жовторосія!* [1].

На **лексичному** рівні наблизитися до адресата допомагають осучаснені лексеми (про давнину оповідають зрозумілими, близькими сучаснику словами), та стилістично забарвлена лексика, що створює відчуття невимушеної бесіди, надає фізично «далекому» чуттєвої образності, експресивності. Так, оповідач, уявляючи себе на місці середньовічного купця (що саме по собі вже осучаснює минуле), вживає **сучасні найменування замість архаїзмів**, підкреслено унікаючи останніх: *Якби я вів човна з товаром з Києва до Новгороду, то, потрапивши до великої судноплавної Західної Двіни, я б не став шукати сумнівних волоків у болотах Великих Луків ... а натомість спокійно спустився би у море. А там ... потрапив би до Ладози. Щоправда, там пороги, зате жвавий рух, а значить – сервіс, перевалка, заправка, мотелі, автосервіси чи як воно тоді називалося* [4]. Інші приклади найменування давніх явищ сучасними термінами: *Хмельницький, проголосивши Гетьманщину, одразу скасував всі податки...* *Щоправда згодом цей офшор зіграв злий жарт з економікою* [5]; *Московія у відповідь заборонила будь-які зносини із запорожцями, в тому числі торгівлю та, як би це зараз назвали, малий прикордонний рух* [5]; *Саме там традиційно стояв сторожовий пункт – а по-нашому блокпост* [6]; *У теперішньому маркетингу це називається «пробник»*. «Русалка Дністровая» – як *пробник української мови* [6]; *Так, Китай і тоді був головним центром виробництва гаджетів для Європи* [1]; *Народила чоловікові чотирьох синів, від яких пішли всі патентовані нащадки* [7].

Стилістично забарвлена лексика представлена такими групами: 1) розмовна лексика (долає часовий, а разом з ним і психологічний бар'єр): *Попри спільне кельтське походження гуцули з бойками не марнують жодної можливості одне з одного попащекувати* [6]; *Російський генерал-губернатор Східного Сибіру наплював на кордони, закріплені Керченським договором* [1]; *Почувши таке, Джучі затопив братові в пику* [7]; *Як торочать московські пропагандисти* [8]; 2) сленгізми (відіграють роль соціальних ідентифікаторів у розмові «на рівних»; через сучасний колорит психологічно наближують далекі події): *Зовсім поруч – Констанца, колишній давньоримський порт, місце заслання римського поета Овідія, яке у греків віджали болгари* [4]; *Династії більше не рулять світом, тому міряться походженням можна хіба для забави* [9]; *Уявляєте, півтора десятка років переховуватися в Аргентині, розповідати всім нову легенду свого життя і спалитися на тому, що вітаєш дружину в той самий день, коли було весілля Айхманів. А з іншого боку, зацініть кваліфікацію ізраїльських агентів, які це помітили та витлумачили* [10]; *Поки вони на вітрі і сонці стоптують собі ноги, стоячи на трибуні по кілька годин, Сталін кайфує у власних покоях* [8]; 3) просторічна лексика (як оцінне називання): *Ну хоча Путіну тут, без сумнівів, можна зарезервувати місце у «Книзі рекордів Гіннеса», бо в нього їх [двійників] просто на кожен день тижня, як труси-недільки* [8]; *В 90-му році, коли захитався Радянський Союз, у Туві почалися зіткнення між тувинцями*

та понаєхавшими [11]; 4) вульгаризми (грубі слова, через які автори дають оцінку предметові оповіді або створюють фамільярний тон спілкування): *Із повним комфортом спуститися у Західну Двіну, відпочити у Вітебську, побухати у Полоцьку* [4]; *Солдати цього народу в російській армії користуються репутацією відморозків і конкурують в цьому вимірі з кадірівцями* [11]; *Офіційно Сталін здох у березні 53-го* [8]; 5) діалектизми (як засіб максимального територіального наближення до адресата, лексеми з найближчого мовного оточення, слова зі статусом «свої»): *У вождя трапився удар – тобто по-нашому грець або шляк* [8]; *Файна версія! Можете і собі використовувати, якщо що* [8]. Тож наближення до адресата відбувається через скорочення відстані просторової (діалектизми й соціолектизми) і часової (сучасні відповідники до застарілих слів) з експресивно-оцінним насаженням.

Як елемент образності використовують **семантику слів**. Наприклад, синоніми-перифрази як називання нового через відоме (*Єврейського Джеймса Бонда* [Коена] засудили до страти [10]) або ж як розширення знань про відоме (*У результаті потенційна східноєвропейська Швейцарія* [Україна] в кривих московських руках перетворювалася на глухий кут [4]). Передати загальне поняття через чуттєвий образ допомагають метафори: *Монголів підтримала російська імперія, яка давно вже взялася обципувати ослаблену опіумними війнами імперію Цін* [11]; *І тут легко впізнається почерк більшовиків* [11]; *На початку 70-х світ охопила епідемія тероризму* [10].

Схожу функцію виконують **фразеологізми**, з-поміж яких можна виокремити такі стилістичні групи: 1) фразеологізми розмовного характеру (зокрема виробничо-професійного, побутового, сленгового) з виразним емоційно-експресивним забарвленням: *В результаті Китай впіймав облизня* [1]; *Владу хана скинули – і монголи вийшли з гри* [11]; *Московитам довелося скинути оберти і шукати переговорів* [1]; *Принижений поразкою, Пекін заковтнув наживку* [1]; *І тут Росії знову прийшли козири* [1]; *Перемігши Мамая, Тохтомиши, як кажуть спортсмени, упіймав зірочку* [7]; *Підтримувати градус ненависті до колективного Заходу* [8]; *Отримавши блок на Кавказі, Тохтамиши вирішив піти в обхід* [7]; *Чому саме Башкирія стала точкою кипіння?* [12]; 2) фразеологізми книжного характеру (за потреби з коментуванням): *Усі погодилися, що це фігури міфічні, поставили пам'ятники та не стали ламати списів* [9]; *Невже наші розвідники провели власний дамоклів меч?* [10]; *Великобританія не знехтувала цим шикарним казусом беллі і почала війну, яку назвали другою опіумною* [1].

Стилістично різні фразеологізми можуть поєднуватися в одному мікротексті, засвідчуючи схильність авторів до образного називання. Це своєрідне живописання, яке залучає аудиторію до співтворення (слухач має не тільки почути, а й побачити, уявити): *Щоб не допустити повторення подібних прикростей, Китай вирішив створити власну ядерну зброю і в 1954 році звернувся по допомогу до СРСР. Але у відповідь отримав лише обіцянку прикрити ядерною парасолькою, якщо раптом той во. Це вже було просто неподобство: спочатку тебе використовують як гарматне м'ясо у Кореї, потім лишують сам на сам зі Штатами біля Тайваню і в результаті посилають подалі у ядерних питаннях* [1].

Нетрансформовані фразеологізми виконують номінативну функцію з посиленою образністю, оцінністю. У випадку ж трансформації фразеологізми слугують ще й засобом мовної гри, творення підтексту, у такий спосіб активізуючи сприйняття інформації, посилюючи залученість аудиторії.

Привернути увагу слухачів і збагатити зміст твору допомагають такі видозміни фразеологізмів: 1) зміна семантики сталого вислову через зіставлення фразеологічного і вільного значення (як засіб комічного): *Після цього Рюрик помер, заздалегідь віддавши свого малого сина Ігоря на руки Олегові, як пишуть, зі свого роду. І вже Олег із Ігорем на руках та вірним військом під рукою взяв Смоленськ* [9]; *Українські Карпати є найбільшим природним торговим хабом Східної Європи. І тому «розумний в гору не піде» – це не про них. В наші Карпати розумний побіжить аж бігом* [6]; 2) поширення фразеологізму, зазвичай словами з основної

теми: *Віддає пальму історичної першості шведам* [9]; *Рекомендуємо подивитися наше відео про гру престолів по-київськи* [7]; *Тимур розігрував імперську карту* завдяки званню зятя [7]; 3) усічення фразеологізму шляхом відкидання загальновідомої або недотичної до теми частини: *Слово диктатора не горобець. І якщо двійник здуру або з п'яну дасть публічно якесь розпорядження, є ризик без втрат не вибабратися* [8]; *Ми часто чуємо від істориків думки, що розумний в гору не піде. Тому гори заселялися лише в крайньому випадку, коли на рівнині ставало по-справжньому небезпечно* [6]; 4) накладання фразеологічних одиниць: *Знайдені печатки означають, що довга рука київських князів дотягувалася і до лемківської столиці* [6] (мати довгі руки + дотягтися рукою); 5) переосмислення значення фразеологізму: *Ну а в сорок четвертому році, як то кажуть, стосунки вирішили оформити: малий хурал Тувинської народної республіки ухвалив декларацію про входження до складу Радянського Союзу* [11] (*оформити стосунки* – як цивільний акт між громадянами → як політичний акт між державними утвореннями); 6) заміна компонента сталого вислову на тематично конкретнішу одиницю: *І тут ми вже маємо елементи мелодрами, а не героїчного епосу. Проте, як кажуть в народі, з «Тяємної історії монголів» слова не викинеш* [7].

Сталі вислови через легку впізнаваність і точну прогнозованість дозволяють залучити адресата до співтворчості: слухач вгадує, домислює чує, а значить пропускає інформацію крізь себе, більше довіряє їй, краще запам'ятовує.

Лексичні й фразеологічні засоби оцінності й експресивності настільки притаманні ідіотилію аналізованих відео, що творять суцільні потоки: *Москва втратила в очах Пекіна статус рівного гравця, особливо після воєнного фіаско в Україні* [1].

Важливим засобом наближення до цільової аудиторії є стилістичне використання етимології. Походження слова виконує інформативну функцію: *Слово «моссад» у перекладі з івриту означає просто відомство. Це перше слово з його повної назви: Відомство розвідки та спеціальних задач* [10]; *Отже, слово башкорт або башкурт науковці трактують як складене з двох: баш – головний, курт – вовк* [12]. Етимологічна довідка запобігає спотворенню змісту повідомленого через когнітивне зміщення в бік відомого: *Зауважу, що попри схожість назви, Голландські висоти не мають стосунку до Голландії, а називаються на честь біблійного міста Голланд* [10]. Пояснення значення слова через схоже походження може бути як аргумент: *Існує також неоковирна думка, що ім'я Синеус походить від того, що брат Рюрика мав сині вуса. Її можна було б висміювати, якби відомий всім нам пристрій блютуз не був названий на честь данського конунга Гаральда Синьозубого. А від синіх зубів до синіх вусів зовсім недалеко* [9]. Етимологія допомагає слухачам розпізнати передтексти в основній темі: *Ця операція отримала в пресі назву «Дамоклів меч» на честь відомого мему. Давньогрецький цар Діонісій колись дозволив своєму заздрісному придворному Дамоклу на один день сісти на його престол, але підвісив над ним на волосинці гострий меч, який щомиті міг проітрикнути голову. В результаті Дамокл заявив, що краще бути страченим негайно, ніж жити, відчуючи над собою постійну небезпеку* [10]. На походженні слова вибудовуються паралелі між явищами світової та української історії з пізнавальною метою, для ефекту психологічної близькості (розмова про «своє»): *Очолити похід новий каган доручив молодшому братові Хулагу, якого також звать Гулаком. Так, це схоже на прізвище українського поета Гулака Артемовського. Козацькі прізвища часто мають тюркське походження* [7]; *Тамерлан – перекручене Тимур кульгавий, образливе прізвище цього правителя, адже він і справді був кульгавим. Наш Ярослав Мудрий, до речі, теж кульгав, і його, відповідно, звали ковінкою чи кульгавцем* [7]. Етимологія дозволяє провести паралелі між чужим і своїм (українським) досвідом задля оцінності, престижності «свого»: *Цікаво, що імператорські чиновники все-таки передали казаку Івану Петліну грамоту від імператора Вань Пінг. Цю грамоту, написану тодішніми китайськими ієрогліфами, посол-невдаха відправив до Москви, де не знайшлося охочих розбиратися зі змістом. Тому артефакт отримав назву «китайська грамота» і на сотні років став мемом на позна-*

чення речі незрозумілої і непотрібної. Треба враховувати, що водночас Китай мав досить давні зв'язки з Європою. При імператорському дворі Китаю існувала місія єзуїтів, у якій працював, до речі, львів'янин Михайло Боїн. Так от, Боїн також повернувся тоді з Китаю, але з кардинально іншим результатом: власною науковою працею «Флора Китаю», роботами з китайської медицини і фармакології, які зробили справжню революцію в європейській медицині (наприклад, навчили лікарів міряти пульс), а також з географічним атласом Китаю з 18 кольорових мап. Відчуйте, як то кажуть, різницю [1].

Як бачимо, етимологія слова допомагає підлаштувати повідомлення під цільову аудиторію, збагатити реципієнтський зміст, психологічно наблизити далекі в просторі й часі об'єкти через паралелі з українським культурним досвідом, сформувані ціннісну картину історичної й теперішньої дійсності.

На **граматичному** рівні осучаснити історичну розповідь допомагає вживання дієслів у переносному граматичному значенні – так званий теперішній історичний час, що створює ефект репортажу, присутності адресата в події. Наприклад, історію шляху «з варягів у греки» оповідач починає замальовкою: *Могутні вікінги пливуть по безкраїх водах, зустрічаючи на своєму шляху таємничі землі і відважних людей* [4], – повертаючись до цього стилістичного прийому й далі: *Але ми з вами повертаємося до шляху з варяг у греки і ... вирушаємо на південь до Чорного моря* [4].

Засобом взаємодії з адресатом є вживання дієслів у наказовому способі. Імперативні форми не стільки виражають авторську настанову, як забезпечують інтерактивність, тобто спонукають комуніката до «відповіді»: *До речі, напишіть в коментарях вашу думку з приводу того, чи потрібна українцям подібна служба. А поки ви пишете, ми почнемо* [10]; *Якщо ви не знаєте, хто такі мішарі, а ви не знаєте, то перегляньте наше відео про татар* [12]. Заклики коментувати, переглядати інші відео на каналі мають, з одного боку, прагматичне завдання – просувати продукт на ютубі. З іншого боку, це притаманна соціальним комунікаціям настанова на співтворчість. Через наказову форму дієслова автори організують зворотний зв'язок, залучають до умовного або й реального, просто розірваного в часі спілкування, вводять предмет розповіді в ширший контекст.

Залученості адресата сприяє також переносне вживання особових форм дієслова, наприклад, форму першої особи множини вживають у значенні другої особи множини («ми разом щось робимо» замість «ви щось робите»): *Тут ми маємо глянути на карту, щоб оцінити територіальні претензії башкирської автономії* [12]; *Ну а ми з вами розуміємо, що саме могли писати про імператора найбільшої імперії світу нащадки* [7]. Так з'являється відчуття спільної дії, спільного досвіду.

Оживлювати взаємодію з цільовою аудиторією, долаючи часову і просторову розірваність ютуб-комунікації, допомагають **удавані діалоги** зі слухачами. Такі уявні розмови синтаксично можуть бути оформлені як здогадна пряма мова: *Однак, я бачу, що настав вже час відповісти на питання, яке вже зависло на кінчиках пальців та кнопках ваших клавіатур: «Брате Капронов, годі ходити кругами! Кажі, як було насправді!» – Кажу* [9]. Ще один спосіб – питальні речення як повторення уявної репліки співбесідника: *А тому розпочнемо ми з Палемона. Як? Ви не знаєте, хто такий Палемон?! Ну тоді слухайте* [9]; *Бойки – цим словом і досі називають представників української народності, яка живе в Карпатах. Де саме? Високо в горах, якраз обабіч пішохідних перевалів та головного карпатського вододілу* [6]; *Торгівля – це кров економіки. Зрозуміти це можна на простому прикладі: цього літа у всіх вродили кабачки. І у вас теж? Чудово!* [4]. Подеколи ланку перепитування опускають, одразу відповідаючи співрозмовникові (*Третього [двійника] підірвали разом із каретою. Так, так, вибухівка під машиною – це не вигадка шалених дев'яностих* [8]), зокрема виправляючи його помилкове вгадування: *Саме цей розквіт, який втілюється у козацькі походи на Річ Посполиту, призвів до того, що проти козаків вона вислала спеціальну військову ... ні, не операцію – експедицію* [5].

Через таку діалогізацію оповідач активізує увагу слухача, буквально наділяючи його статусом активного співрозмовника, а не пасивного сприймача інформації. А ще такий прийом допомагає мовцеві скерувати мовленнєву, а значить і мисленнєву діяльність аудиторії, забезпечує прогнозовану реципієнтську відповідь, формує потрібну суспільну думку.

Уявну співтворчість підтримує також широке використання **риторичних питань**. Це можуть бути вступні питання до теми, питання-проблеми: *Козак – це етнічна група, професія чи соціальний стан? Козаки тутешні чи бігли, захисники чи грабіжники? Козацтво – лицарський орден, державне утворення чи велика банда?* [5]. Трапляються питання-ствердження як замітники живого діалогу: *Гарна історія? І це не моя вигадка. Вона оповідається у хроніці Великого князівства Литовського* [9]. А також питання-напрямні, які підводять до авторської відповіді: *Що би ви робили у такому випадку? Які запропонуєте варіанти? І варіант тут лише один: якщо неможливо переконати владу змінити закони, треба просто порушувати ці закони за допомогою перемитництва* [1]; *Знайомий почерк, чи не так? Під машкарою захисту знедолених щось у когось забрати* [12].

З-поміж інструментів взаємодії з аудиторією трапляються навіть інтерактиви у формі своєрідного майстер-класу. Так, розповідаючи про тувинське повстання шістдесяти богатирів, автор пояснює походження числівника *шістдесят* у назві від винайденої шумерами шістдесяткової системи числення, а потім, ніби реагуючи на питання-прохання слухачів, буквально на пальцях вчить так рахувати: *Якщо цікаво, покажу, як це робити* [далі йде «майстер-клас» зі шістдесяткової системи числення – і повернення до основної теми]. *Ну а щоб стратити сорока трьох найактивніших повстанців, цілком вистачило і десяти пальців* [11].

Привернути увагу співрозмовника допомагають **вставні слова**: *Ви не повірите, навіть у цьому питанні історики не дійшли згоди* [5]; *Як бачите, він активно використовував тактику монголів: домовлятися зі слабшими, щоб потім разом підкорити сильніших* [12]; *Указ велів відписати у землевласників їхні володіння на користь царя для – увага! – захисту кріпаків-християн, яких ті утискають* [12]. Крім активізації уваги слухача, вставні слова виражають авторське ставлення до предмета оповіді.

Широко вживаним прийомом наблизити історичний зміст до сучасників слугує **паралелізм**, тобто уподібнення різночасових і різнопросторових подій на основі спільних ознак. Паралелізм може стосуватися будь-коли набутого досвіду реципієнта, головне вибудувати емоційний і чуттєвий зв'язок з предметом розповіді: *Головна баширська річка Агідель (старше покоління пам'ятає радянську електробритву з такою назвою)* [12]; *За площею Тува випереджає більшість європейських країн: вона більша за Болгарію чи Грецію. Але на цій велетенській території живе населення середнього українського обласного центру – трохи більше за 300 000* [11]. Паралелізм також надає цілісності світовому історичному процесові: *Більшовики заманили керівників протестів на перемовини, де одразу заарештували. Фірмова тактика більшовиків. Яку застосовували зокрема і при боротьбі з холоднорськими повстанцями, про яких ми зняли відео. Результатом придушення повстання став масовий голод 21-22. Це теж знайоме українцям* [12]. Проте зазвичай використовують аналогію до теперішніх подій. З одного боку, актуальний досвід слухачів допомагає зрозуміти логіку й природу історичних явищ: *Це типова практика Росії. Приблизно так вона зробила і з нашим Донбасом: спочатку оголосила, що буде захищати його, а потім поглинула. Щоправда, без нашої згоди* [11]; *Територіальний конфлікт із Китаєм не був вигідним Москві, тому вирішили проголосити незалежність Туви. «Нас там нет» – знайома технологія* [11]. З іншого боку, в сучасних паралелях нерідко логічний наголос зміщено саме на теперішнє, історичний факт виступає помічним для глибшого розуміння причин, природи і наслідків подій сучасних: *Що ж до діяльності наших спецслужб, усі ми пам'ятаємо, як торік російський пілот пригнав нам гелікоптер МІ-8. То тепер знатимемо, що прообразом цього стала операція Моссад, відома під назвою «Діамант»* [10]; *Саме тут Тимуджин вигадав трюк, який ще довго забезпечував його переможний поступ: налітаючи*

на сусідів, він обов'язково знищував верхівку племені, а решті пропонував перейти до себе у піддані. Тобто точнісінько оце саме «Скидайте Зеленського та приєднуйтеся до нас», що ми чули від Путіна у день оголошення великої війни. Але Путін забувся, що такий прийом працює лише з кочовиками [7].

Оскільки автори аналізованого ютуб-каналу розглядають історію як зброю в сучасній боротьбі, то часовий паралелізм може набувати й прямого спонукання сучасників до дії: У кінці XIX століття гуцули отримали власного міжнародного промоутера – англійку Менні Мюріел Дові. ... Висновок молода мандрівниця зробила однозначний: Певно, що Галичина має майбуття. А раз так, то Британії варто було б послати туди свій експедиційний корпус. Ріші Сунак, введи війська! [6]. Часова аналогія може бути інструментом авторської оцінності, спрямованої на формування суспільної думки: Цікаво, що інтервенцію силою зброї підтримали і залишки російських монархістів, які знайшли прихисток у Китаї. Вони, не вагаючись, воювали за інтереси імперії пліч-о-пліч зі своїми класовими ворогами-комуністами. І це яскрава ілюстрація до міфу про існування «хороших русскіх», які точно проти Путіна [1].

Різновидом художнього паралелізму можна вважати **інтертекстуальність** – пошук аналогій в передтекстах: Офіційно Сталін здох у березні 53-го [8] (натяк на сучасну фразу Путін здох); Це карколомна історія в душі фільмів про Джеймса Бонда, тільки на відміну від пригод 007, вона є правдивою [10]; І це не казки про штандартенфюрера Штірліца, а цілком реальна історія. До речі, зі Штірліцем Коен таки мав децю спільне ... [10]; Тува знаходиться у так званій Тувинській котловині, яка відокремлена від решти світу високими горами Алтайсько-Саянської гірської агломерації... Подібне розташування описано в романі Артура Конана Дойла «Загублений світ». За думкою автора, в таких умовах цілком могли зберегтися динозаври – про що, власне, і розповідається у творі. Отже тувинцям, попри малу чисельність, вдалося зберегти ідентичність саме завдяки гірській ізоляції [11]. Інтертекстуальність може бути й перевернутою, тобто саме описані історичні події виступають передтекстом для інших творів мистецтва: Про життя єврейського бонда у 2019 французи зняли мінісеріал «Шпигун», де Коена зіграв теж Коен, тіко інший – Саша Барон [10]; За мотивами цих подій у 2019 було знято шпигунський трилер «Курорт для пірнальників на Червоному морі», який можна подивитися на Нетфліксі. А фільм під назвою «Іди і живи», знятий французьким режисером Раду Михайляну про операцію «Мойсей», отримав три призи Берлінського кінофестивалю [10]. Такі реально-віртуальні асоціації показують цілісність культурно-історичного процесу і водночас додають мотивації пізнавати історію: те, що якась історична подія стала об'єктом зображення в мистецтві, вже надає їй суспільної цінності, а на додачу ще й з'являється вибір познайомитися з відповідною історичною темою через розважальний формат.

Якщо у випадку паралелізму історичні асоціації виникають між схожими явищами, то прийом **антитези** протиставляє синхронні події, надаючи яскравій оцінності й експресії: Уявіть собі, що з Америки до Іспанії йшли каравели, наповнені сріблом і золотом. А в Москві вулицями їздили опричники із прив'язаними до сидел собачими головами [1]. Прикладом розгорнутої оцінної антитези є раніше наведений фрагмент про етимологію вислову «китайська грамота».

Передтексти можуть виступати **засобом комічного**. Наприклад, жартівливою антитезою до невдалого історичного досвіду боротьби з опіумом наведено текст на сучасних тютюнових виробках: Борці з опіумом займалися просвітництвом, читали лекції і навіть ставили спектаклі про його шкоду для здоров'я. Єдине, до чого вони не додумалися, – це маркувати упаковки із зіллям наліпками на кшталт «Опіум убиває». Можливо, саме тому боротьба не дала ефекту [1]. На передтексті може будуватися такий засіб комічного, як парадокс (Друга світова війна настільки змінила геополітичну ситуацію, що на таку дрібницю, як приєднання Туви до СРСР ніхто уваги не звернув. Але завдяки цьому Тува так і не вийшла зі стану війни з Німеччиною після поразки останньої. Так що тувинські солдати єдині в теперішній російській армії мають підстави заявляти, що воюють з НАТО. Хоча НАТО, як ми знаємо, ще не приїхало [11])

або іронія (*У травні 1905 [росіяни] отримали не менш «героїчну», ніж «Варяг», поразку на морі біля Цусіми. В результаті довелося зробити жест доброї волі – передати Японії права на оренду китайського порту [1].*

Засоби комічного взагалі є наскрізною і текстотвірною ознакою авторського стилю ютуб-каналу «імені Т.Г. Шевченка». Найчастіше автори вдаються до гумору, іронії та парадоксу.

Гумористичний ефект творить гра слів, основана, наприклад, на багатозначності слова: *Борджигіни були давнім родом, який вів себе від легендарного степового богатира, молодшого сина праматері монголів Алангоа. Після смерті свого чоловіка Алангоа народила трьох синів від посланця неба, який щоночі приходив до неї через отвір для диму у верхівці юрти. Словом, ви вже зрозуміли, це й справді легендарний рід [7]* – прикметник легендарний тут прочитується як синонім до незвичайний і вигаданий одночасно. Інший приклад показує гру омофонами: *Я збережу ваші вуха від назв монгольських та тюркських племен, які брали участь у цих подіях, все-одно ви не запам'ятаєте, чим меркити відрізнялися від керейтів, а ті, у свою чергу, від найманів. Та воно і не потрібно. [...] Великий хан усіх монголів взяв із собою чотирьох старших синів та особисто очолив військо, яке для початку захопило державу Сі Ся, яка лежала на дорозі. Сі Ся. Гадаю, що ця (!) назву ви запам'ятаєте легко. Але дарма: вона не має для нас жодного значення. [...] Одужавши, Чингізхан знову пішов походом на державу Сі Ся, назву якої ви точно запам'ятали [7].* Гумористичний ефект створює стилістично вжита спеціальна лексика, як от професіоналізми й трансформовані термінологічні фразеологізми: *Науковці почали підшукувати інших Рюриків ... Шукали, шукали, аж поки знайшли – данський конунг Рорік Ютландський, який прославився своїми піратськими нападами на Англію та імперію каролінгів, зник з радарів у 870-их роках, тобто приблизно в той самий час, коли Рюрик з братами пішов на Ладогу. І на цій підставі обидві постаті ототожнили. Певно, тут спрацював закон збереження Рюриків: якщо в одному місці їх поменшало, значить в іншому мало побільшати [9].*

Іронія (як замаскована під зовнішньою нейтральністю насмішка) виявляється у вживанні слів у контекстуально протилежному значенні: *Плацдармом для цього слугував острог Албазін, який для цієї потреби хутко прийняли – яка несподіванка! – до складу Московії, утворивши там окреме Албазінське воєводство [1]; Щодо зміни у підпису Гітлера. Останній аргумент особливо зворушує. Уявляєте, дати право двійнику підписувати державні документи! [8].* Іронічний ефект може досягатися через прийом замовчування: *Відомий специфічним гумором Йосиф Весаріонович одного разу розіграв, а чи то випробував за допомогою Геловані власну охорону. Він вийшов із загримованим актором із різних під'їздів будівлі уряду і спостерігав, кого кинуться оберігати розгублені охоронці. Про подальшу долю тих, хто помилився, автор нічого не повідомляє [8].*

Текстовими засобами творення парадоксу є 1) неоднозначні причинно-наслідкові зв'язки між історичними явищами: *Чагатай для компенсації моральних збитків став хранителем батькового закону – яси. Судячи з того, що цей документ не дійшов до нас, Чагатай не впорався зі своєю задачею. А може, навпаки, впорався і велика яса досі лежить недоторканою у якісь глибокій печері [7]; 2) нелогічна висновкова частина зі судження: *Угедей одужав, а Тулуй помер та був похований поруч із батьком Чингізханом. Де саме? Достеменно невідомо. Могили Чингізхана досі не виявили, адже, як твердили венеційський купець Марко Поло та персидський історик Рашид Адін, поховальний ескорт убивав усіх зустрічних. Рабів, які копали могилу, стратили, а воїнів, які страчували, стратили теж. Тіко не питайте, як при цьому могли поховати сина поруч із батьком [7]; 3) судження, яке суперечить здоровому глузду: *І встановив [Олег] данину усім містам, якими володів колись Рюрик, як пише літописець, ради миру. Тобто, платіть мені данину або миру ... не буде [9]; 4) трактування слів у протилежному до звичного значенні: *Росіяни ганебно програли той бій, але, як завжди, поразку оголосили героїчною перемогою! Політтехнології з тих часів не дуже змінилися [1]; 5) невідповідність****

дійсного і вербального (підміна денотата): *У Сполучених Штатах ентузіасти регулярно проводять фестивалі двійників Чарлі Чапліна. Кажуть, навіть що сам актор свого часу також брав участь у фестивалі своїх двійників, але виявився недостатньо схожим сам на себе і до фіналу не дістався* [8].

Засоби комічного виконують у тексті важливу комунікативну роль: інформаційну (прямо чи опосередковано розкривають тему), виражальну (насажують текст оцінністю й виразністю), риторичну (є засобом творення ідіостилю), контактну (привертають й утримують увагу аудиторії, залучають слухачів до співтворчості через впізнавання й реагування на комічне).

Різні текстові засоби тісно переплітаються, формуючи неповторний авторський стиль, багатий на виражальні засоби й оцінки, з часовими паралелями, з вишуканою грою слів, серйозний і жартівливий водночас. Наприклад: *Навіть Путін у своєму інтерв'ю американському блогеру Карлсону* [часовий паралелізм] *почав розповідати про Рюрика, щоб пояснити причини свого нападу на Україну. Так що тема виявилася зовсім не застарілою. Мало того, вона і сьогодні залишається вибухонебезпечною* [на екрані зображено кадри вибухів, руйнувань – звідси гра слів!] *І не лише тому, що триває агресія проти нас, а ще й тому, що тут легко можна потрапити під вогонь* [фразеологізм водночас прочитується як вільне сполучення слів] *не лише російських ракет, але й противників норманської теорії та водночас під вогонь її прихильників* [9].

Висновки. Проведене дослідження дозволяє окреслити три умови, які забезпечують успішну інтернет-комунікацію освітнього спрямування на історичну тематику. По-перше, це оживлення історичного матеріалу шляхом мовного й емоційного наближення далеких у часі й/або просторі подій до слухача. Такому оживленню сприяє сучасна, зрозуміла лексика, «репортажний» стиль у вживанні часових форм, паралелізми, а також оцінне й емоційно-експресивне забарвлення мовних одиниць, гумор. По-друге, це широка залученість аудиторії до співтворчості через спонукальні конструкції, зворотний зв'язок, вставні слова для привернення уваги, діалогічність мовлення, стилістичні засоби, що потребують активного сприйняття й осмислення. По-третє, яскрава індивідуалізація мовлення. В умовах необмеженої інформаційної конкуренції, коли предметний зміст можна легко й швидко отримати з різних джерел, перемагає той автор, який цікавий аудиторії. Сучасники вибирають не лише інформацію, а й інформатора. Яскравий, багатий авторський стиль надає конкурентної переваги, забезпечує стале спілкування, дозволяє досягти комунікативної мети. Виявлені тенденції можуть бути поширені на будь-яку сучасну комунікацію, націлену на формування суспільної думки в соціально значущій темі.

Перспективу дальших досліджень становить ширше вивчення успішного досвіду сучасної мовної взаємодії й збагачення на цій основі інструментарію мовного впливу, зокрема й методику освітніх комунікацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Історія України від «імені Т.Г. Шевченка». Коли Китай поглине Росію? URL:<https://www.youtube.com/watch?v=y0ZcGbDR5VI> (дата звернення: 14.01.24).
2. Crystal D. *Internet Linguistics*. London, 2011. 192 p. <https://doi.org/10.4324/9780203830901>
3. Marx K., Weidacher G. *Internetlinguistik. Ein Lehr-und Arbeitsbuch*. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag, 2020. 278 p.
4. Історія України від «імені Т.Г. Шевченка». Велика таємниця шляху з варяг у греки. URL:<https://www.youtube.com/watch?v=4zc-6oxAvFk> (дата звернення: 28.01.24).
5. Історія України від «імені Т.Г. Шевченка». Навіщо козакам січ? URL:<https://www.youtube.com/watch?v=OSXQjfp5vfk> (дата звернення: 04.02.24).
6. Історія України від «імені Т.Г. Шевченка». Хто насправді живе в Карпатах? URL:https://www.youtube.com/watch?v=_W7TcR9aOwM (дата звернення: 17.03.24).
7. Історія України від «імені Т.Г. Шевченка». Таємниця Чингізхана та його імперії. URL:<https://www.youtube.com/watch?v=4JMjMGUXHL8> (дата звернення: 18.02.24).

8. Історія України від «імені Т.Г. Шевченка». Чому диктатори обманюють людей? URL:<https://www.youtube.com/watch?v=Vc4oGQvxPvY> (дата звернення: 11.02.24).
9. Історія України від «імені Т.Г. Шевченка». Звідки на Русі князі? Історія Рюриковичів. URL:<https://www.youtube.com/watch?v=zHYStnmbcaY> (дата звернення: 24.03.24).
10. Історія України від «імені Т.Г. Шевченка». Чому Україні потрібен МОССАД? URL:<https://www.youtube.com/watch?v=qOxFkVxRZSY> (дата звернення: 25.02.24).
11. Історія України від «імені Т.Г. Шевченка». Таємний регіон, який може розвалити імперію? URL:<https://www.youtube.com/watch?v=YZXpeE17NNE> (дата звернення: 07.01.24).
12. Історія України від «імені Т.Г. Шевченка». Заборонена історія Росії. URL:<https://www.youtube.com/watch?v=q1SuOdK6GHY> (дата звернення: 03.03.24).