помічається якихось відхилень чи послаблень тієї або іншої категорії. Єдине, що виявляється трохи специфічним, - це вираження дієприкметниками жіночого роду при іменниках чоловічого роду назв професій, посад, звань, які можуть стосуватися жінок» [2, с. 104], семантична структура класу дієприкметників досить складна. Але певної ідентичності між семантичними сферами дієслів і дієприкметників немає. Значення дієприкметників співвідноситься не з усіма значеннями дієслів: у дієсловах є значення відсутні або й неможливі в дієприкметниках, в останніх розвиваються деякі зовсім нові, невідомі в дієсловах значення. У дієприкметниках розвиваються також образні й переносні значення на основі семантики дієприкметників, а не дієслів. Властивість дієприкметників набувати додаткових семантичних відтінків у мові художньої літератури, уживатися в переносному, часто метафоричному значенні тощо зближує дієприкметники і з прикметниками.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Божко Ю. О. Особливості дієприкметника в сучасній українській мові. Лінгвістика. 2013. № 2. С. 11-16.
2. Гнатюк Г. М. Дієприкметник у сучасній українській літературній мові. Київ: Наукова думка, 1982. 248 с.
3. 3. Горпинич В. О. Морфологія української мови: підручник. Київ: ВЦ «Академія», 2004. 336 с.
4. Матіос М. Солодка Даруся. Львів: ЛА «ПІРАМІДА», 2007. 188 с.

Муквич Мирослава
Науковий керівник – канд. наук із соц. комунікацій Драган-Іванець Наталія

ОСОБЛИВОСТІ ПОРТРЕТНОГО ІНТЕРВ'Ю НА ПЛАТФОРМІ YOUTUBE

Журналістське інтерв'ю є об'єктом низки теоретичних досліджень. Його місце та роль в загальній системі інформаційних жанрів досліджували такі науковці: О. Чекмишев, М. Василенко, І. Михайлин, М. Кім, О. Тертичний, М. Лукіна, З. Вайшенберг, Б. Пфейфер, В. Ворошилов та інші. У своїх працях вони ґрунтовно висвітлили методологію підготовки та проведення інтерв'ю, розвиток жанру у світовому журналістикознавстві, охарактеризували його різновиди. Проте дослідники недостатньо приділили уваги природі та характеру виникнення нових модифікацій жанру, що є актуальним в епоху розвитку сучасних технологій.

Мета дослідження – вивчити новітній формат інтерв'ю, що транслюється на платформі YouTube та виявити його відмінності від класичного телевізійного інтерв'ю. YouTube-інтерв'ю складає велику конкуренцію традиційним телевізійним інтерв'ю через відсутність цензури та можливість монетизації каналу. Саме тому дослідження цього формату інтерв'ю актуальне в контексті інформаційного прогресу.

Дослідник В. Сиченков визначив основні складові частини портретного інтерв'ю: герой – формат – ЗМІ – періодичність – документальна основа – автопортрет – драматизм [8]. Останній компонент є ледь не найголовнішим для сучасного українського телебачення. Науковець А. Соколов трактує драматургію в сучасній екранній творчості як віртуальний монтаж, маючи на увазі неможливість її фіксації в матеріальному втіленні. Дослідник відзначає надзвичайну важливість драматургії, адже їй підпорядковані усі виражальні засоби екранного твору [7]. Часто, щоб досягнути бажаного драматизму під час інтерв'ю, журналісти соціальних ток-шоу вдаються до грубих методів, нехтують усіма моральними та етичними законами.

Драматизація в YouTube – це добровільний акт з метою отримання більшої популярності. Це явище отримало назву «хайп». У медійному просторі поняття «хайп» вперше зустрічається в книжці «Медиавирус!» американського теоретика Д. Рашкоффа [6, с. 123]. За його визначенням «хайп» – це процес створення штучної сенсаційності, нав'язливого рекламування, створення галасу й ажіотажу навколо конкретного явища або персони. Наприклад, в хайпі нещодавно звинуватили зіркову пару Наталію Корольову та її чоловіка Тарзана. Мовляв, вони штучно вигадали історію зі зрадою Тарзана задля збільшення своїх рейтингів. Щоб ця ситуація розповсюдилася, пара обрала YouTube як метод висвітлення інформації. Російська телеведуча Ксенія Собчак організувала інтерв'ю з ними в себе на YouTube-каналі «Обережно, Собчак» [2].

За своєю метою портретне YouTube-інтерв'ю не відрізняється від телевізійного. Завдання інтерв'юера – розкрити образ співрозмовника. Через свою специфіку, телебачення надає респондентам вужчий майданчик для відвертості, де не лише журналісти, але й самі інтерв'юйовані поводяться дуже стримано, намагаючись дотримуватися телевізійного етикету. Перевага ж інтерв'ю в YouTube – це ширший простір для обидвох сторін комунікації.

Для аналізу ми обрали канал відомої української телеведучої Марії Єфросиніної, яка сьогодні впроваджує свої професійні журналістські навички на платформі YouTube. Зокрема, її авторський проєкт під назвою «Екзамен». Формат передбачає відвертість обидвох сторін комунікації: як інтерв'юйованого, так й інтерв'юера.

Феномен щирості інтерв'юйованих на YouTube полягає в тому, що під час комунікації спікер навряд чи почує зауваження щодо відвертої пози, невідповідного вбрання чи ненормативної лексики. YouTube, як і більшість соціальних мереж, став важливим інструментом для реалізації права на свободу слова, оскільки платформа створює умови для безперешкодного вираження своїх поглядів і переконань максимальній кількості користувачів.

Телебачення – це здебільшого підготовлений режисерами сценарій. Про це розповів сучасний український філософ Сергій Дацюк у своїй доповіді на тему «Свобода слова в умовах безпекових викликів: чому не можна її обмежувати» під час ІІІ Громадянського лекторію. «Виявляється, що ви можете піти на телеканал, але ваша свобода слова буде обмежена рамками теми, рамками того, що буде запитувати журналіст, і вам не дадуть відхилитися. Цей момент є надзвичайно критичним для сучасних медіа», – вважає філософ [5].

YouTube навпаки гарантує свободу слова і самовираження. Єфросиніна в одному із випусків проекту «STORIES» розповіла, що саме YouTube дозволив їй відкритися для глядача і стати справжньою. Мовляв, телебачення вимагало від неї конкретного телевізійного образу, який вподобала її аудиторія, і від якого їй важко було відмовитися [4].

Дуже показовим компонентом, що дозволяє Марії Єфросиніній бути собою в YouTube просторі, можна вважати ненормативну лексику та вульгаризми, якими наповнені більшість випусків «Екзамену». Під час інтерв'ю з Григорієм Решетніком Марія Єфросиніна розповіла про своє ставлення до ненормативної лексики в YouTube: «Я за свободу, за самовираження, люблю іноді матюкатися. Мої глядачі 15 років мені виносили мізки через те, що я в телевізорі була такою ідеальною. А тепер, коли я – це я, мені телефонує Притула і каже, що його мама не задоволена тим, що в інтерв'ю з ним я часто матюкаюся» [1].

Варто зазначити, що YouTube не такий демократичний у ставленні до своїх користувачів, як може здатися на перший погляд. На цій платформі багато обмежень. Що стосується саме ненормативної лексики, то YouTube трактує це обмеження так: «Контент може бути непридатним для показу реклами, якщо в ньому часто використовується груба нецензурна лексика чи вульгарні висловлювання впродовж усього відео» [10].

Що стосується пози в кадрі, то можна говорити про розкутість Єфросиніної, якої в неї не було на телебаченні. Вона може сісти в позу лотоса на дивані, як це зробила в інтерв'ю із Сергієм Притулою. Інтерв'юйованому ця розкутість з боку інтерв'юера сигналізує про своєрідну психологічну захищеність. Пригадайте, вдома, де ми почуваємося в безпеці, нам дозволено сидіти, лежати, стояти, як комфортно. Саме цю атмосферу домашнього затишку транслюють своєю розкутістю YouTube-інтерв'юери.

Зовнішній вигляд для інтерв'юерів також важливий. Якщо на телебаченні вони змушені відповідати образу, то в YouTube можна бути самим собою, без будь-якого дрес-коду. Над зовнішнім виглядом Єфросиніної працюють її стилісти та візажисти, що дослухаються до всіх побажань інтерв'юерки. Відповідно вона почувається під час комунікації набагато впевненіше, що впливає на успішність та ефективність YouTube-інтерв'ю.

Специфіка YouTube полягає в тому, що заробіток до контентмейкера надходить через рекламу та монетизацію. На каналі у Марії Єфросиніної реклама з'явилася відносно недавно, в середині 2020 року. Інтерв'юерка рекламує мережу медичних лабораторій та школу англійської мови. Вона відмовляється рекламувати алкогольні напої та сигарети на своєму каналі в YouTube. Про це інтерв'юерка розповіла колезі Раміні Есхакзай, авторці проекту «Ходять чутки» в YouTube [3].

Щоб з'ясувати затребуваність жанру інтерв'ю на платформі YouTube, ми провели опитування серед громадян Тернопільської області. До голосування долучилося 200

респондентів. З них 85,3% опитуваних активно переглядають інтерв'ю на платформі YouTube. Щодо віку YouTube-аудиторії, то можна зробити такі висновки: найактивнішими користувачами платформи є люди, віком від 19 до 25 років (45,1%), на другому місці серед споживачів YouTube-продукту знаходяться громадяни, віком від 26 до 35 років (27,8%), на третьому місці – люди до 18 років (10,5), віковий діапазон користувачів платформи від 36 до 50 належить 13,5 % опитуваних, 3% респондентів – це аудиторія віком від 50 і більше [9].

Сьогодні YouTube-інтерв'ю – це своєрідна еволюція жанру та новітня тенденція розвитку журналістської творчості. Внаслідок трансформації традиційного телевізійного інтерв'ю дослідники виокремили новітній жанр – YouTube-інтерв'ю. Зумовили його ґенезу суспільний прогрес, розвиток медіаіндустрії та технічна революція. Портретне YouTube-інтерв'ю відрізняється більшою свободою самовираження для обидвох сторін комунікації, що позитивно впливає на ефективність кінцевого продукту інтерв'ю. Важливою для YouTube-інтерв'юера є особиста репутація. Він може дуже легко зіпсувати її, «годуючи» аудиторію другосортною рекламою. YouTube-інтерв'ю – це достойна конкуренція традиційному телевізійному інтерв'ю, через відсутність цензури та можливість монетизації каналу. Сьогодні портретне YouTube-інтерв'ю заслуговує на пильну увагу з боку дослідників задля аналізу якісного інформаційного контенту.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Архів випусків програми «Екзамен» на YouTube-каналі Марії Єфросиніної. URL: https://www.youtube.com/watch?v=SFw7n0Cp6_M
1. 2.Архів випусків програми «Осторожно, Собчак» на YouTube-каналі Ксенії Собчак. URL: https://www.youtube.com/watch?v=mBVwlmwPYhc
2. 3.Архів випусків програми «Ходят слухи» на YouTube-каналі Раміни Есхакзай. URL: https://www.youtube.com/watch?v=q-NLrnyiNBw
3. 4.Архів випусків програми «STORIES» на YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=EOVyQNR88_s
4. Дацюк С. Сучасна свобода слова. URL: https://blogs.pravda.com.ua/authors/datsuk/5d2489c93323c/
5. Рашкофф Д. Медиавирус! Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / Пер. с англ. Д. Борисова. — М.: Ультра.Культура, 2003. — 368 с.
6. 7.Соколов И. Киносценарий. Теория и техника. Москва: Кинопечать, 1986. 89 с.
7. 8.Сыченков В.В. Интервью-портрет как тип коммуникации. Казань, 2007. 19 с.
8. 9.Google Форма. Особливості портретного інтерв'ю на платформі YouTube URL: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd75uvJAR1eAnHirPCKtf39gQE9TQAZfwQpAFoihbaVIZmQDQ/viewform?usp=sf_link
9. 10.YouTube Довідка. Правила щодо контенту, який можна монетизувати. URL: https://support.google.com/youtube/answer/6162278?hl=uk

Павелко Ярина
Науковий керівник – доц. Ткачук Олександр

ФУНКЦІЇ МОВЛЕННЯ ПЕРСОНАЖА В НАРАТИВІ НОВЕЛ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА

Оповідна манера Василя Стефаника привертала увагу дослідників, адже письменник відомий як майстер короткої новели, в якій виступив майстром психологічного аналізу. Ідейно-естетична структура прози письменника стала об'єктом численних праць. Якщо, у монографії В.Лесина про творчість В.Стефаника, опублікованій у 1965 році, про поетику творів згадувалось побіжно, то в його ж дослідженні «Василь Стефаник. Нарис життя і творчості» 1981 року містився окремий розділ «Стиль Стефаника»[5]. Наступного року з'явилася монографія М.Грицюти, в якій також приділено увагу своєрідності стильової системи[1]. Новий етап дослідження питання розповідної поетики Стефаника пов'язаний з сучасним українським літературознавством, яке після відмови від радянських ідеологічних доктрин, по-новому оцінило модернізм творчості Стефаника. Останнім часом з'являються публікації, які розкривають все нові грані новелістики Стефаника, в аспекті психологізму [4], поетики[6], наративу[3].