

2. Українська мова. Енциклопедія. Редкол.: Русанівський В. М., Тараненко О.О. (співголови), М. П. Зяблюк та ін. Київ: «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2000. 752 с. с. 327.
3. Електронні ресурси
4. Публічне мовлення – мовленнєва комунікація. URL: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.** (дата звернення: 11.03.2023).
5. Педагогіка. Навчальні матеріали. URL: https://pidru4niki.com/pedagogika/u_chomusutnis_troyasnen_pyametodu_navchannya (дата звернення: 15.03.2023).
6. Міні-лекція. URL: <https://readbookz.net/book/220/8558.html> (дата звернення: 12.03.2023).
7. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki> (дата звернення: 16.03.2023).
8. Фрагменти уроків з використанням стратегій «Джигсоу – 1», «Джигсоу – 2». URL: <https://vseosvita.ua/library/fragmenti-urokiv-z-vikoristnnam-strategij-dzigsou-1-dzigsou-2-80816.html> (дата звернення: 12.03.2023).
9. Сучасні методи навчання. URL: <https://naurok.com.ua/post/suchasni-metodi-navchannya-dosvid-zakordonnih-pedagogiv> (дата звернення: 10.03.2023).
10. Комунікативні вправи. URL: http://www.irbis-nbu.gov.ua/irbis_nbu/cgiirbis_64 (дата звернення: 12.03.2023).
11. Вправи та їх класифікація. URL: <https://studfile.net/preview/5118416/page/8/> (дата звернення: 14.03.2023).

*Панченко Тетяна
Науковий керівник – доц. Біла Наталія*

СПЕЦИФІКА ЖАНРУ ІНТЕРВ'Ю В ОНЛАЙН-МЕДІА ПРО КУЛЬТУРУ

Інтерв'ю є одним із найпоширеніших інформаційних жанрів. Загалом, першими видами ЗМІ, в яких почали публікувати інтерв'ю були газети та журнали, але технології не стоять на місці, тому інтерв'ю став одним з улюблених жанрів і онлайн-видань. Його місце та роль в загальній системі інформаційних жанрів досліджували такі науковці: О. Чекмишев, М. Джаггі, В. Здоровега, І. Аньєс, О. Нестеренко та інші. У своїх працях вони дослідили етапи підготовки та проведення інтерв'ю, розвиток жанру в світовому журналістикознавстві, охарактеризували його різновиди.

Інтерв'ю в сучасних українських медіа тяжіє до класичного різновиду – інтерв'ю-діалог, коли журналіст ставить запитання, а інтерв'юваний на нього відповідає. Матеріали цього жанру здебільшого мають пізнавально-інформаційний характер, містять соціально важливі відомості та є одночасно відповіддю на читацький інтерес і запити аудиторії отримувати інформацію з перших вуст. На сьогодні жанр інтерв'ю знайшов публіцистичну прихильність, якоюсь мірою став «проблемним» жанром, жанром глибоких роздумів, який вимагає розвиненої журналістської майстерності.

Мета статті – дослідити особливості жанру інтерв'ю з діячами культури у трьох українських медіа: «slukh.media», «LiRoom», «Ukraine Forever». Завдання: виокремити види інтерв'ю, з'ясувати роль мультимедійних елементів, проаналізувати перспективи розвитку жанру інтерв'ю в культурній журналістиці. Для досягнення мети дослідження та вирішення поставлених завдань використовували методи спостереження, порівняльний аналіз, контент-аналіз та узагальнення. Хронологічні межі – з липня 2022 по листопад 2022 (п'ять місяців).

З початком повномасштабної війни до України прикута увага всього світу, безпосередньо до її культурного життя. Діячі, які сьогодні творять культурні події, є трансляторами того, як нас бачитиме світ після перемоги. За допомогою жанру інтерв'ю журналіст інформує про важливі проблеми в суспільстві, популяризує творчість культурних діячів. Останнім часом в Україні почала активно розвиватися «культурна журналістика». Даний різновид охоплює всі ЗМІ: газети, журнали, телебачення та інтернет-видання. З початком повномасштабної війни їх кількість тільки зростає. «Першочергове завдання культурної журналістики пов'язане з мистецтвом і творчістю, а також з окремими особами, установами та політиками, які пов'язані з питаннями мистецтва та творчості або сприяють їхньому розвитку. Зазвичай під мистецтвом розуміють літературу, образотворче мистецтво, музику, кіно, театр, танець, фотографію, архітектуру і дизайн» [2], – зауважує Майя Джаггі, британська культурна журналістка та критикиня.

Дослідник О. Чекмишев визначає такі різновиди інтерв'ю: думки, інтерв'ю з очевидцями та свідками, інтерв'ю-конфронтація, інтерв'ю-пресконференція, власне інтерв'ю з ключовою особою, інтерв'ю-діалог, інтерв'ю-монолог, інтерв'ю-бесіда, інтерв'ю-полілог, інтерв'ю-бесіда за круглим столом, інтерв'ю-переказ [11]. У проаналізованих нами медіа зустрічаються лише три типи інтерв'ю: інтерв'ю-монолог (сторітелінг, коли свої запитання журналіст уникнув під час оформлення, а залишив суто слова інтерв'ююваного), інтерв'ю-діалог (запитання-відповідь) та інтерв'ю-полілог (з декількома героями). Незважаючи на різноманітність типів інтерв'ю, його структурно-композиційні особливості залишаються досить стабільними: зачин – основна частина – кінцівка [1]. Можна вважати, що слова журналіста на початку та вкінці – це є художнє оформлення тексту та його інтонаційне наповнення.

Видання «slukh.media» (Слух) – це медіа про музику й культуру України та світу. «Все, що на слуху сьогодні й завтра» [6], – зазначено на сайті ЗМІ. Креативна команда «Слуху»: головний редактор – Максим Сердюк; випусковий редактор – Максим Комлев; артдиректорка – Сніжана Гончаренко; літературна редакторка – Анастасія Копівська; автори – Олена Побочій, Максим Чухліб, Валерій Лавровський, Дмитро Салтиков; менеджерка спеціальних проєктів – Катерина Демченко-Завловська. На сайті «slukh.media» є 5 рубрик. Жанр інтерв'ю розташований в розділі «Тексти». На наш погляд, аудиторії видання важко виокремити його, тому варто було б «Тексти» поділити на кілька рубрик. Головною перевагою інтерв'ю в цьому медіа є мультимедійність. Героя презентують не лише словесно та фотографіями, подають вирізки з його голосом, піснею або ж, навіть, відео, графікою, музикою та рухомими стікерами. За допомогою контент-аналізу журналістських матеріалів видання «Слух» за п'ять місяців ми виокремили такі інтерв'ю: «Я – клятий мрійник-раціоналіст»: інтерв'ю з drimandr – новим героєм української дію-сцени; «Тату-майстер Саша Луцишин про відродження української автентики. Інтерв'ю»; «Україна і Америка – частини мене»: Надія Шпаченко про «Греммі», еміграцію та Україну; «Війна для мене – це джерело знань»: інтерв'ю з Дмитром Кумаром, фронтменом гурту «1914»; Стати фронтменом на війні: інтерв'ю з музикантом Олександром Ремезом; Євген Кібець організував концерти, а тепер відкрив притулок для котів. Інтерв'ю; Роман Вінтонів (Майкл Щур): про службу в ЗСУ, дозвілля під час війни та трек «Відбитком пальця».

Видання «LiRoom» – це медіа про нову українську культуру, а саме музику, кіно й літературу [12]. До креативної команди медіа належать: головний редактор – Олексій Бондаренко; журналістка та випускова редакторка – Лера Зданевич; редакторка стрічки новин – Яна Ільків; автор та оглядач – Артем Рісукін; авторка та дописувачка – Лера Пірус. Сайт відзначається зручністю логістики: масштабні зображення та текст одразу впадають у вічі під час перегляду. На «LiRoom» є шість основних рубрик, одна з яких «Інтерв'ю». Контент-аналіз даного медіа за п'ять місяців показав, що за цей період опубліковано такі інтерв'ю: «Поезія також може бути засобом протидії пропаганді», – поет Остап Сливинський про «Словник війни», волонтерство й іноземців; «Біенале ніхто не скасовував»: ist publishing про роботу під час повномасштабної війни; «Поспав, проснувся і далі йбошить» – Аміл і Раміл Насірови про волонтерство, творчість в часи великої війни й любов до Харкова; «Війна із цюсчайфівською шароварщиною триває і на фронті», – Андрій Жолоб, військовослужбовець, лідер панк-гурту Бетон. У виданні дотримано тенденцію щодо однотипності подання заголовків – цитата-герой-зайнятість. Вважаємо, що медіа претендує на індивідуальний стиль. Однак, порівняно з «slukh.media» в цьому медіа менше мультимедійних елементів, адже є лише фото. Український культурний мовник «Ukraine Forever» – цифровий портал, спрямований на консолідацію нового українського культурного середовища, шляхом висвітлення культурних подій та створення актуального медіаконтенту культурного спрямування [10]. До креативної команди «Ukraine Forever» належать: генеральні продюсери – Сергій Корзаченко, Андрій Мазепа; режисери та оператори – Максим Мельник, Юрко Комаров, Павло Полійчук, Дмитро Мороз; журналістка та SMM-менеджерка – Тетяна Панченко; дизайнерка – Ірина Джмелик.

На головній сторінці медіа представлений увесь доробок команди та складається з чотирьох основних рубрики. Інтерв'ю зібрані під назвою – «Speaker». Галерея з розмовами має власний стиль оформленням зображень, які зроблені безпосередньо під час розмови, або виступу. З липня по листопад 2022 року (5 місяців) вийшли такі інтерв'ю: Співак Сергій Асафатов: «Господи, невже я дожив до того моменту, коли звідусіль лунає українська музика?!» несподіваний та глибокий у спеціальному інтерв'ю для UF; Музикант Дмитро

Шуров, більше знаний як Ріанобой: «Моя мотивація – це наші незламні люди» у спеціальному інтерв'ю для UF; «Ми змушені додати зброю до інструментів. нас хочуть знищити, знищити нашу Україну, ми ж хочемо жити та квітнути» лідери гурту “ТНМК” у спеціальному репортажі UF; Співачка Злата Огнєвич: «Організувати такі концерти – це наш обов'язок, наш вклад в перемогу!»; Ремко та Лена: «long live and prosper!» організатори музичного фестивалю «Тарнополь Гігз»; Фронтвумен гурту «Крихітка» Саша Кольцова: «Просто зробимо те, що має робити українська рок-група!»; Антон Слепаков: «Давай робити, що вміємо, от згодом це отримало назву вагнякання»; Вадим Красноокій: «Кожен концерт дуже особливий, він сповнений відчуттями важливості, тепла та світла, що живе в кожному українці»; Мазера: «Не дивлячись на складнощі сьогодення, ми обираємо говорити про можливості!».

У всіх інтерв'ю «Ukraine Forever» є один формат – запитання/відповідь. Над інтерв'ю працює лише один автор – Тетяна Панченко. Саме в цьому медіа вийшло найбільша кількість інтерв'ю за обраний відтинок часу. Структуру інтерв'ю можна поділити на: особисте (переживання, натхнення, труднощі); робоче (новинки, процес створення, команда); творче (Україна, культура, майбутнє). На відміну від двох попередніх медіа в «Ukraine Forever» є інтерв'ю-полілог. До прикладу, «Ми змушені додати зброю до інструментів. нас хочуть знищити, знищити нашу Україну, ми ж хочемо жити та квітнути» лідери гурту “ТНМК” у спеціальному репортажі UF; «Ремко та Лена: «long live and prosper!» організатори музичного фестивалю «Тарнополь Гігз»» та «MAZERA: «Не дивлячись на складнощі сьогодення, ми обираємо говорити про можливості!»».

Щодо аналізу аудиторії, найкраще демонструє кількість підписники соцмереж: «slukh.media» (instagram – 45 700 та facebook – 25 621 слідкувачів) [8]; «LiRoom» (instagram – 4 076 та facebook – 9 700 слідкувачів) [7]; «Ukraine Forever» (instagram – 1 523 та facebook – 858 слідкувачів) [9]. За останніми статистичними відомостями видання «СУК» [4] «slukh.media» займає 2 місце серед найкращих медіа України та 1 місце серед медіа про культуру.

Дослідник О. Нестеренко [5] виокремив найпоширеніші мультимедійні елементи, які доповнюють жанр інтерв'ю: статична ілюстрація – класична ілюстрація мультимедійної історії; фоторепортажі, фотогалереї – розповідь про подію за допомогою фотографій; подкаст – звуковий файл, передача, кінцевий сюжет; аудіоілюстрація – фрагмент аудіозапису, що належить частині тексту; відеосюжет – закінчене відеозвернення, що має свою зав'язку, кульмінацію та розв'язку; потокове відео з місця подій. В аналізованих медіа використовують добірки світлин за класичним каноном фоторепортажу – послідовний розвиток подій. Така деталь мультимедійності характерна для медіа «slukh.media». Його часто застосовують під інтерв'ю з музичними виконавцями та зірками шоу-бізнесу. У матеріалах, окрім тексту, використано фотоілюстрації із зображенням учасників гурту та аудіоілюстрації, що є музичним продуктом гурту. Відеодоповнення до інтерв'ю в культурних медіа трапляється досить часто: з музичними виконавцями (музичні відеокліпи), з письменниками (звернення до громади), а також до інтерв'ю на актуальну, суспільно значущу тему (соціальні відеоролики). Потокове відео з місця подій дає змогу пропонувати користувачам декілька прямих етерів одночасно та організувати «ток-шоу». Його часто використовують в поєднанні жанру інтерв'ю з репортажем та під час стрім-трансляцій (представлено у виданні «Ukraine Forever»).

Висновки. Дослідивши особливості інтерв'ю з діячами культури у трьох українських медіа («slukh.media», «LiRoom» та «Ukraine Forever») ми можемо зробити висновок про те, що саме цей жанр є одним з найпопулярніших в культурній журналістиці. Варто зауважити, що в проаналізованих ЗМІ серед трьох видів інтерв'ю (інтерв'ю-монолог, інтерв'ю-діалог, інтерв'ю-полілог) домінує інтерв'ю-діалог. Дані культурні медіа мають свій індивідуальний стиль та доповнюють матеріали мультимедійних елементами, що робить публікації більш наповненими та оперативними, адже в цьому й полягає перевага інтернет-видання порівняно з традиційними ЗМІ. Ми переконані, що розвиток жанру інтерв'ю в культурній журналістиці має великі перспективи для розвитку саме в онлайн-медіа.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аньєс І. Підручник із журналістики: підручник. К.: ВД «Києво-Могилянська академія», 2013. 544 с.
2. Джаггі М. Що таке культурна журналістика? URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/cultural-journalism-course/lecture-13-1>
3. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. Л. : ПАІС, 2008. 246 с.

4. Кращі українські медіа: топ 100. СУК. URL: <https://www.cyk.today/media>
5. Нестеренко О. Технологія створення сторителінгу // Перспективні напрямки дослідження українського медійного контенту: фундаментальні та прикладні аспекти: матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конференції; наук. ред. В. Різун; упоряд. Т. Скотникова, А. Волубуєва. Київ: Ін-т журналістики, 2016. С. 46-51.
6. Слух. URL: <https://slukh.media/news/>
7. Соцмережі LiRoom URL: <https://www.instagram.com/liroomcomua/>,
<https://www.facebook.com/liroom>
8. Соцмережі Slukh.media. URL: <https://www.instagram.com/slukh.media/>,
<https://www.facebook.com/slukh.media/>
9. Соцмережі Ukraine Forever. URL: <https://www.instagram.com/ukraine forever.media/?hl=ru> ,
<https://www.facebook.com/ukraine forever.media>
10. Український культурний мовник Ukraine Forever. URL: <https://ukraine forever.com.ua/>
11. Чекмишев О. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики. К.: ВПЦ “Київський університет”, 2004. 129 с.
12. LiRoom. URL: <https://liroom.com.ua/>

Рудик Світлана

Науковий керівник – доц. Вербова Оксана

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПРІЗВИЩ ЖИТЕЛІВ СЕЛА БАРИШ ЧОРТКІВСЬКОГО РАЙОНУ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ, УТВОРЕНИХ ВІД ХРИСТІЯНСЬКИХ ІМЕН

Особові назви як невід’ємна складова загальної системи власних найменувань формують широкий діапазон лексики у мові кожного народу і є об’єктом наукового інтересу антропоніміки. Власні назви людей, виникнення яких зумовлене потребою індивідуалізації особистості та виділення її серед інших, утвердились як засіб ідентифікації індивіда в суспільстві.

На противагу особовим іменам і прізвищам, що своїм корінням сягають сивої давнини, відносно новим класом людських найменувань в українському мовному просторі вважають прізвища – «оформлена офіційними документами родова назва, приєднана до імені людини, яку вона одержує при народженні або в шлюбі і передає своїм нащадкам» [2, с. 6].

Прізвища як цінний лінгвокультурний та історичний матеріал з кінця XIX ст. потрапили у поле наукових зацікавлень багатьох дослідників, тому сьогодні антропоніміка вже має багату наукову базу, представлену монографічними працями, дисертаціями та науковими статтями. Детальному дослідженню прізвищевих систем окремих історико-етнографічних регіонів присвячено мовознавчі розвідки Ю. Бабій, Г. Бачинської, Ю. Блажчук, Б. Близнюк, Н. Булави, Г. Бучко, В. Горпинича, І. Корнієнка, І. Ільченко, Т. Космакової, Л. Кравченко, Л. Лісової, Т. Марталогі, С. Панцьо, Г. Панчук, Н. Рувольової, Л. Тарновецької, І. Фаріон, О. Хвищука, П. Чучки, С. Шеремети, Л. Ящук та ін.

Незважаючи на вагомий внесок цих праць у розвиток антропоніміки, мовний простір окремих невеликих населених пунктів проаналізовано недостатньо або й зовсім залишено поза увагою дослідників. Не були предметом спеціального наукового розгляду й прізвища жителів села Баріш.

Актуальність роботи зумовлена необхідністю здійснення повного лінгвістичного аналізу прізвищ мешканців обраного населеного пункту, що є важливим компонентом ефективного вивчення специфіки регіонального антропонімікону та національної ономастики загалом.

Метою статті є характеристика прізвищ жителів села Баріш Чортківського району, утворених від християнських імен, з погляду їхніх лексико-семантичних особливостей.

Виклад основного матеріалу. В антропоніміконі села Баріш численною є група прізвищ відіменного походження, основи яких репрезентують співвідносні з різними структурними типами християнські імена: повні канонічні форми або їхні модифіковані словотвірні варіанти. Творення таких одиниць відбувалось внаслідок усічення, суфіксальним та усічено-суфіксальним способами.

Прізвища, в основі яких відображені повні християнські чоловічі імена. Офіційних родинних назв, тотожних повним й структурно не деформованим церковно-християнським