

Чорноморський національний університет імені Петра Могили
факультет політичних наук
кафедра журналістики та політології

«Допущено до захисту»
Завідувач кафедри журналістики та
політології

_____ Тетяна СИДОРЕНКО
(підпис)

“ _____ ” _____ 2026 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

за освітньо-професійною програмою «Журналістика»
зі спеціальності 061 Журналістика

ІНТЕРВ'Ю ЯК ЖАНР НОВИХ МЕДІА

Виконала:
здобувачка IV курсу, групи 448
Прокопчук Вікторія Миколаївна

(підпис)

Науковий керівник:
старший викладач кафедри журналістики та політології
Шкірчак Сергій Іванович

(підпис)

Рецензент:
кандидат політичних наук, доцент кафедри
міжнародних відносин та зовнішньої політики
Тихоненко Ірина Вікторівна

(підпис)

Засвідчую, що в цій кваліфікаційній
роботі немає запозичень із праць
інших авторів без відповідних посилань

Здобувач _____

Миколаїв – 2026 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРВ'Ю ЯК ЖАНРУ	
НОВИХ МЕДІА	6
1.1 Поняття інтерв'ю у контексті журналістики та комунікації	6
1.2 Особливості нових медіа у сучасному інформаційному просторі.....	10
1.3 Еволюція жанрових форм інтерв'ю в умовах цифровізації	20
РОЗДІЛ 2	
ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРВ'Ю У КОНТЕКСТІ НОВИХ МЕДІА	30
2.1. Характеристики інтерв'ю у соціальних мережах та веб-платформах.....	30
2.2. Роль аудиторії й комунікаційних практик у створенні та поширенні контенту	40
2.3. Інтерактивність як ключова характеристика інтерв'ю у цифровому середовищі	45
РОЗДІЛ 3	
ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА: АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ЖАНРУ	
ІНТЕРВ'Ю У НОВИХ МЕДІА	50
3.1. Огляд та порівняльний аналіз прикладів інтерв'ю.....	50
3.2 Практичний кейс створення інтерв'ю та рекомендації щодо вдосконалення жанру у нових медіа.....	55
ВИСНОВКИ	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	66

ВСТУП

В даній бакалаврській роботі розглядається інтерв'ю як один із ключових жанрів нових медіа, що активно розвивається у сучасному інформаційному просторі. З огляду на швидке технічне зростання та глобальну цифровізацію, нові медіа стали невід'ємною складовою комунікаційної системи суспільства. Інтерв'ю, у свою чергу, еволюціонує в умовах нових форм контенту, інтерактивності та багатоплатформенності, стаючи не лише способом передачі інформації, але й засобом впливу на аудиторію та інструментом соціальних змін. У дослідженні приділяється увага структурним особливостям інтерв'ю у контексті нових медіа, принципам його організації, методикам проведення, а також технологіям подання інформації. Головна мета роботи полягає у глибокому аналізі специфіки жанру інтерв'ю в сучасному медіа-середовищі, визначенні його ролі у формуванні суспільної думки та оцінці перспектив його подальшого розвитку.

Актуальність теми зумовлена зростаючим значенням якісного медійного контенту в умовах інформаційного перенасичення, а також необхідністю адаптації класичних журналістських жанрів до вимог цифрової доби. У рамках дослідження буде проведено аналіз теоретичних засад жанру інтерв'ю, зроблено порівняння його традиційних і сучасних форм, а також висвітлено практичні аспекти його реалізації у нових медіа. Таким чином, робота спрямована на виявлення специфічних рис інтерв'ю як жанру нових медіа та розкриття його впливу на комунікативні процеси сучасного суспільства.

Об'єктом дослідження є нові медіа у сучасному інформаційному просторі.

Предметом дослідження – є трансформація та функціонування жанру інтерв'ю в сучасному цифровому медіапросторі.

Мета дослідження полягає у всебічному аналізі інтерв'ю як жанру нових медіа, розгляді його специфіки, функцій та трансформацій під впливом цифрової епохи.

Завдання дослідження охоплюють:

- 1) визначити сутність та еволюцію поняття «інтерв'ю» в традиційній журналістиці та теорії комунікації;
- 2) схарактеризувати ключові особливості функціонування нових медіа в сучасному інформаційному просторі;
- 3) дослідження впливу цифрових платформ на структуру та зміст жанру інтерв'ю;
- 4) визначити специфічні формати та характеристики інтерв'ю на сучасних вебплатформах та в соціальних мережах;
- 5) окреслити роль і характер залученості аудиторії у процеси створення та дистрибуції інтерв'ю-контенту;
- 6) розкрити інтерактивність як визначальну ознаку жанру інтерв'ю в цифровому середовищі;
- 7) здійснити порівняльний аналіз сучасних прикладів інтерв'ю;
- 8) розробити власний практичний кейс створення інтерв'ю та сформулювати рекомендації щодо оптимізації та підвищення ефективності цього жанру в нових медіа.

Методологічна база роботи включає використання комплексу методів: системного аналізу, порівняльного аналізу, контент-аналізу, спостереження та моделювання, що дозволяють здійснити ґрунтовне дослідження заявленої теми.

Практичне значення дослідження полягає в можливості використання його результатів під час підготовки журналістських матеріалів, зокрема інтерв'ю. Практична частина роботи також передбачає створення авторського медіапродукту, що демонструє застосування теоретичних положень у реальному журналістському процесі.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що вперше на рівні студентського дослідження було комплексно проаналізовано жанр інтерв'ю як складника нових медіа, а також у висвітленні зміни сприйняття ролі журналіста й аудиторії в процесі комунікації.

Апробація результатів. Окремі положення та висновки дослідження знайшли відображення у висвітленні обраної тематики та публікації тез доповіді «Інтерв'ю як жанр нових медіа» на XXIII Міжнародній науковій конференції «Ольвійський форум – 2026: стратегії країн Причорноморського регіону в геополітичному просторі», яка відбудеться 29 червня – 4 липня 2026 р. на базі Чорноморського національного університету імені Петра Могили у м. Миколаїв та с. Мигія.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота, відповідно до поставлених завдань, складається зі вступу, трьох розділів, які містять в собі 8 підрозділів, висновку, списку використаних джерел та літератури. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 71 сторінка (з них основного тексту – 63 сторінки). Список використаних джерел і літератури складає 52 найменування.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРВ'Ю ЯК ЖАНРУ НОВИХ МЕДІА

1.1 Поняття інтерв'ю у контексті журналістики та комунікації

Інтерв'ю в журналістиці та комунікаційних дослідженнях представляє собою метод комунікації між журналістом і респондентом, спрямований на отримання інформації, поглядів, коментарів або вражень, які мають суспільну значущість і призначені для подальшої публікації чи трансляції. Цей жанр відіграє ключову роль у процесі інформування, аналізу подій та висвітлення різноманітних точок зору, забезпечуючи багатовимірний підхід до суспільних питань [1]. У контексті журналістики інтерв'ю виконує кілька функціональних завдань:

1. Інформаційний жанр: його основним завданням є забезпечення аудиторії актуальною та достовірною інформацією, що нерідко отримується безпосередньо від компетентних джерел.
2. Інструмент створення образів та формування думок: завдяки інтерв'ю журналісти сприяють формуванню суспільного уявлення про особистості, явища чи проблеми, висвітлюючи їх багатогранність.
3. Дослідницький метод: цей формат дозволяє поглиблено вивчити обрану тему, зібрати точки зору суб'єктів різного соціального чи професійного спектра.
4. Аналітичний механізм: інтерв'ю сприяє розумінню причинно-наслідкових зв'язків подій та оцінюванню позицій чи реакцій різних учасників.
5. Комунікативний формат: воно забезпечує діалог, як між журналістом і респондентом, так і між респондентом і громадськістю.

У комунікації інтерв'ю набуває особливого значення як:

1. Ефективний засіб обміну інформацією: воно сприяє передачі знань, висловленню позицій і встановленню контакту між учасниками діалогу.
2. Механізм формування соціального зв'язку: завдяки цьому виду спілкування журналісти можуть розширювати власну аудиторію та налагоджувати контакт із різними верствами населення.
3. Інструмент впливу на громадську думку: через висвітлення певних аспектів найважливіших суспільних проблем інтерв'ю впливає на формування масових переконань.
4. Частина піар-стратегій: у випадку залучення відомих осіб інтерв'ю може бути використано для популяризації брендів, проектів чи продуктів.

Особливості жанрової структури інтерв'ю включають:

1. Використання питання-відповіді як основного методу взаємодії: це найбільш характерна форма організації змісту інтерв'ю, яка забезпечує логічний обмін інформацією.
2. Багатоваріантність типологічних форм: серед поширених видів інтерв'ю вирізняються портретне, проблемне, фактологічне тощо.
3. Різноманітність каналів подачі контенту: інтерв'ю може бути опубліковане в друкованих медіа, транслюватись у теле- чи радіоформаті або поширюватись через цифрові платформи.

Загалом інтерв'ю являє собою універсальний та багатофункціональний інструмент як у сфері журналістики, так і у професійній комунікації, адже воно сприяє не лише передачі інформації, але й формуванню суспільного дискурсу і впливу на соціальні процеси. Інструментами для створення телевізійного журналістського контенту можна назвати слово, зображення, шум і звук. Застосовуючи різні комбінації цих елементів, професіонал прагне сформувати матеріал із довершеною композицією, що в подальшому буде представлений широкій аудиторії. Функція журналіста не полягає в тому, аби самостійно вигадувати зміст інформаційного матеріалу – факти, необхідні для створення контенту, збираються з перевірених джерел [14]. Академічний тлумачний словник української мови визначає поняття «інтерв'ю», як розмову журналіста з

політичним, громадським або іншим діячем, призначену для опублікування в пресі чи трансляції через медіа. Водночас у практичному посібнику Олександра Голуба «Медіакомпас: путівник професійного журналіста» це поняття трактується в більш вузькому сенсі як журналістський матеріал, що передбачає опитування конкретної особи задля отримання інформації, пояснень чи позиції, які мають сенс лише тоді, коли вони повідомляться саме цією людиною. Отримані дані надалі передаються аудиторії у форматі «запитання-відповідь». Важливість інформації, яку можна здобути тільки від певної особи, наголошується в зазначеному підході. Однак слід зазначити, що процес створення інтерв'ю не обмежується лише розмовою з героєм – після зустрічі журналіст займається вдосконаленням отриманої інформації, застосовуючи творчий підхід та дотримуючись етичних норм [49]. У науковій сфері термін «інтерв'ю» можна трактувати як у жанровому аспекті, так і в методичному сенсі. Дослідниця Ольга Глазова акцентує увагу на тому, що інтерв'ю як жанр журналістики являє собою суспільно значущу розмову у формі відповідей особи на запитання журналіста. Вона наголошує на різниці між інтерв'ю та бесідою: у форматі бесіди відбувається обмін інформацією між сторонами, тоді як інтерв'ю орієнтоване на одностороннє запитування і отримання даних.

У науковій статті «До поняття формату жанру інтерв'ю у журналістиці» Ю. Казімова акцентує увагу на специфіці інтерв'ю як жанру медійної комунікації, зазначаючи, що інтерв'ю не слід плутати зі звичайною бесідою, організованою за певним планом [25]. Авторка визначає інтерв'ю як процес безпосереднього або опосередкованого опитування респондента журналістом. У цьому контексті дослідниця наголошує, що в рамках діалогу вільні запитання можуть ставити як журналіст, так і співрозмовник, тоді як в інтерв'ю право на формулювання питань належить виключно журналісту [48]. Зазначена особливість методології збору інформації переходить із методологічного рівня на жанрову структуру інтерв'ю. Серед ключових ознак, які принципово відрізняють журналістське інтерв'ю від звичайної розмови, є контроль над напрямком діалогу, який здійснює саме інтерв'юер [18]. Журналіст має можливість коригувати перебіг розповіді

співрозмовника, змінювати тон бесіди, зупиняти його чи ставити уточнюючі питання для перенесення комунікації на нову тему. С. Сербін підкреслює, що важливим елементом маніпуляції в інтерв'ю є мовленнєві засоби впливу, які журналіст застосовує для того, щоб направити співрозмовника до висловлення потрібної думки. Інтерв'юер фактично бере на себе роль співавтора відповідей респондента. Аналізуючи динаміку взаємодії комунікантів у різних форматах цього жанру, А. Заблоцька зазначає домінуючу позицію журналіста у взаємодії. На її погляд, хоча інтерв'ю є діалогічною формою комунікації, провідну роль тут відіграє саме журналіст, який організовує бесіду та задає її напрямок. Однією з основоположних функцій журналіста є вибір тематики для майбутньої розмови та самостійна підготовка запитань [16]. Саме публіка є ключовим адресатом матеріалу, а її задоволення інформаційною якістю є невід'ємною складовою успіху. Цю точку зору підтверджує теза дослідниці Х. Дяків, яка акцентує увагу на ролі учасників інтерв'ю крізь призму його інформативної мети. Вона зазначає, що інтерв'юер керує діалогом і формулює питання, респондент надає відповіді, проте головним реципієнтом залишається аудиторія [16]. Згідно української дослідниці В. Галудзіни-Горобець, особистість респондента здатна доповнити авторську концепцію інтерв'ю, зробивши його ще більш привабливим для аудиторії. Інтерв'ю є значущою платформою для наукових досліджень завдяки своїй варіативності та багатогранності. Дослідник Хізер Стакі наголошує, що стилістичні форми цього жанру можуть суттєво відрізнятися, але всі вони базуються на використанні питань для виявлення думок, переживань та переконань людей. Саме вид інтерв'ю визначає прийоми роботи журналіста та його методику взаємодії з респондентом [6].

У сучасній науковій сфері існує велике розмаїття класифікацій інтерв'ю як жанру журналістики. Наприклад, українська дослідниця Наталія Гапотченко, зосереджуючись на структурних і жанрово-стилістичних аспектах цього жанру, виділила такі його типи: інформативне, аналітичне, інформативно-аналітичне, інформативно-художнє та аналітично-художнє [15]. Вона зазначила, що кожен із цих видів має власний підхід до подачі інформації, який залежить від обраного

ракурсу висвітлення події чи явища, форми оцінки та способів представлення отриманих даних. Володимир Полторак та Ірина Тараненко пропонують розмежовувати інтерв'ю за технікою організації процесу опитування, включаючи такі його типи: особисте, телефонне та глибинне. Вони також акцентують увагу на специфіці глибинного інтерв'ю, в якому роль інтерв'юера є здебільшого пасивною [47]. Він не спрямовує розмову і не проявляє емоцій, але водночас стимулює співрозмовника до висловлювань, демонструючи емпатію. Ця характеристика видається суперечливою, оскільки процес заохочення свідчить про активну роль журналіста, який прагне перевести бесіду в більш відкритий формат і вивести гостя за межі запланованих відповідей [13]. Олена Голік у своїй роботі «Жанрова система друкованих ЗМІ: новітні підходи до класифікації та перспективи розвитку» виділяє широкий спектр підходів до типології інтерв'ю [22]. Вона зазначає, що така детальна класифікація є наслідком багатогранності тематичного охоплення (наприклад, біографічне портретне інтерв'ю), функціонального призначення (інтерв'ю у формі «потoku свідомості»), особливостей збору та опрацювання інформації (анкета-інтерв'ю чи фокусоване інтерв'ю), а також міжжанрових взаємозв'язків і обсягу тексту. Михайло Василенко доповнює класифікацію ще одним цікавим типом – гумористичним інтерв'ю. Отже, інтерв'ю є багатоплановим і надзвичайно складним жанром журналістики, який залежить від безлічі чинників. Це може бути особистість співрозмовника, вибраний підхід до запитань чи навіть загальна тематика бесіди. Завдяки своїй гнучкості цей жанр дозволяє журналістам адаптуватися до різних контекстів та досягати поставлених цілей комунікації [12].

1.2 Особливості нових медіа у сучасному інформаційному просторі

Особливості нових медіа у сучасному інформаційному просторі є одним із ключових аспектів дослідження в контексті розвитку інформаційних технологій та комунікації. Нові медіа стали невід'ємною складовою глобальної медійної культури, впливаючи на всі сфери людського життя – від соціальних взаємодій до

політичних і економічних процесів. Головною особливістю нових медіа є інтерактивність, яка дозволяє користувачам не лише отримувати інформацію, а й активно брати участь у її створенні та поширенні [11].

Соціальні мережі, блоги та інші платформи відкривають ширший доступ до контенту, перетворюючи кожного користувача на потенційного автора. Це суттєво змінює традиційний підхід до комунікації, оскільки межа між споживачем і творцем інформації поступово розмивається. Друга важлива характеристика нових медіа – мультимедійність. Ця властивість передбачає інтеграцію тексту, аудіо, відео, графіки та інших елементів у єдину платформу, що значно підвищує здатність медіа впливати на сприйняття аудиторії. Завдяки цьому інформація стає більш доступною, зручною для використання і водночас залучаючою [28]. Суттєвий вплив на сучасний інформаційний простір також здійснює персоналізація нових медіа. Алгоритми, що використовуються платформами, можуть адаптувати контент відповідно до інтересів конкретного користувача [45]. Це створює ефект «інформаційної бульбашки», сприяючи формуванню індивідуальних інформаційних середовищ, але водночас обмежуючи доступ до альтернативних точок зору. Ще однією значущою рисою нових медіа є їхня глобальна доступність. Раніше процес поширення інформації був географічно обмежений, тоді як нові медіа долають ці бар'єри, забезпечуючи миттєвий обмін даними по всьому світу. Це сприяє появі нових можливостей для міжнародного співробітництва, але водночас породжує виклики, пов'язані з регулюванням і безпекою [10]. Сучасний інформаційний простір, сформований під впливом нових медіа, характеризується складністю, динамічністю і високим рівнем залежності від технологічних інновацій. Вивчення цих особливостей необхідне для розуміння того, які перспективи та ризики вони несуть як для суспільства загалом, так і для індивідуумів окремо, адже нові медіа не лише трансформують комунікацію, але й формують спосіб осмислення реальності [30]. У сучасному суспільстві журналіст є ключовою фігурою впливу на свідомість аудиторії, і саме його діяльність сприяє формуванню громадської думки. Журналіст одночасно виконує роль служителя суспільства та інструменту управління соціальною взаємодією, використовуючи

слово як свій основний засіб вираження. Враховуючи індивідуальні особливості кожного журналістського твору, зрозуміло, що результати його роботи завжди виявляються унікальними, а така унікальність є суттєвим проявом творчої складової [6]. На думку Олександра і Дмитра Титаренків, у жанрі інтерв'ю творчість журналіста може знаходити своє відображення як у процесі самої бесіди, так і після її завершення. Вони наголошують на тому, що здатність інтерв'юера впливати на результат значною мірою залежить від його індивідуальних здібностей та творчого потенціалу [46]. Особиста компетентність і здатність до креативного підходу є тією рисою, яка ставить журналіста вище за його колег, які виконують роботу в межах усталених правил. Відсутність творчої ініціативи та байдужість до інноваційних ідей стають одними з ключових викликів для сучасного розвитку журналістики. Така пасивність шкодить здатності ЗМІ виконувати свою основну функцію – впливати на соціальну динаміку через нові концепти [7]. Ігор Михайлин, один із провідних українських дослідників журналістики, пропонує три основні аспекти аналізу творчості сучасного журналіста. Він наголошує на важливості таких підходів:

- Семантичний аспект спрямований на вивчення змісту твору: які епізоди з зображеної реальності були відібрані для показу, який сюжет конструйовано та які проблеми порушено.
- Синтаксичний аспект зосереджує увагу на структурі тексту: композиції матеріалу, гармонії між художньо-образними та науково-аналітичними елементами, майстерності формування заголовків і лідів, а також пропорційному розподілі вступної та завершальної частин.
- Прагматичний аспект підкреслює важливість вивчення взаємодії між текстом і аудиторією: як текст сприймається читачами, які відгуки надходять каналами зворотного зв'язку, що саме викликало найбільший резонанс.

Останній критерій, на думку Михайлина, має особливе значення для жанру інтерв'ю, оскільки він передбачає врахування людського фактору – потреб, цінностей та специфіки соціального сегменту аудиторії. Таким чином, для журналіста важливо не лише дотримуватися правил композиції чи змістового

наповнення, але й орієнтуватися на комунікаційний ефект тексту, тобто його здатність впливати на окремих осіб і спільноту загалом. Еволюція сучасного суспільства нерозривно пов'язана із розвитком журналістики як ключового каналу інтеграції інформації у соціум. Методика і стиль роботи журналіста значною мірою визначають те, яким буде сприйняття його матеріалу аудиторією.

Серед особистісних характеристик працівника медіа важливими залишаються широка обізнаність та універсальність. Як зазначає Володимир Здоровега, журналіст має знаходити зв'язки між різними явищами, швидко схоплювати їхню глибинну сутність і подавати інформацію у найбільш доступній формі для сприйняття [44]. Крім того, якість журналістського матеріалу має бути пріоритетним завданням щоденної діяльності працівника медіа. Високий професійний рівень є не лише запорукою успішної кар'єри журналіста, але й стимулом для створення контенту [8]. Помилковою є думка, що творчі здібності – це винятковий дар, доступний лише обраним. Насправді кожна людина народжується з потенціалом до творчості. У своїй статті «Творчий потенціал особистості як наукова категорія» О. Гопка зазначає, що творчий потенціал особистості водночас виступає передумовою і результатом творчого процесу. Чим більше особистість використовує свої ресурси у житті, тим багатшим стає її творчий потенціал, і формується стиль життя, орієнтований на життєтворчість [39]. Журналістську творчість можна розглядати як об'єктивне явище – оцінку стану журналістики, її прогресу чи регресу, а також як суб'єктивне – прояви творчості конкретного фахівця, його персональні здібності та досягнення. З огляду на це, можна зробити висновок, що творчість у засобах масової інформації не просто складова діяльності, а й критерій успішності роботи медіа. В. Здоровега наголошує: головною особливістю творчості є новизна та руйнування стереотипів. У журналістиці це проявляється через нові ідеї, оригінальні погляди на явища, створення образів у досконалій формі. Інтерв'юери постійно перебувають у процесі творення. Їхня діяльність охоплює дві площини – розумову (генерація ідей) та фізичну (реалізація цих ідей). Творчий процес журналіста, зокрема інтерв'юера, є складним і вимагає залучення всіх

професійних навичок. Підхід до роботи у сфері журналістики завжди індивідуальний. Кожен митець медіа спирається на власний досвід і професійність для створення якісного продукту. Саме тому творчість журналіста є ключовим елементом професіоналізму в ЗМІ. Без таланту й майстерності журналістика перетворилася би на механічне створення контенту [9]. С. Бутнік-Сіверський наголошує, що творчий характер інтерв'ю полягає не лише у зборі інформації, а й у живому спілкуванні, що дозволяє дізнатися думки, оцінки подій або причини певних вчинків [38]. Інтерв'ю не має перетворюватися на просте відтворення відповідей; воно повинно бути комунікативним актом і джерелом інтелектуального обміну. Кожна людина має унікальні фізичні й психологічні риси, але фахівці у певній галузі проявляють характеристики, притаманні саме їхній сфері діяльності. Інтерв'юери не виняток. В останні роки жанр інтерв'ю став надзвичайно популярним, що чітко видно на платформі YouTube. М. Недопитанський у своєму дослідженні сучасних практик журналістського інтерв'ю визначив, чому цей жанр набув популярності. Він зазначає, що особливо часто його вибирають початківці через видиму простоту: поставив питання – отримав відповідь, виклав текст чи змонтував сюжет. Проте реальність набагато складніша: для успішної роботи в цьому форматі необхідно розуміти комунікативну природу жанру й володіти майстерністю постановки питань [10]. І. Михайлин зазначає, що сучасна газета, журнал, радіопрограма чи телепередача є результатом колективних зусиль [37]. Водночас талант і творча індивідуальність залишаються ключовими в журналістській діяльності. Справжня особистість, наділена глибокими знаннями, здатністю доступно й зрозуміло подавати інформацію, володінням гарною мовою та притаманною загальнолюдською привабливістю, є необхідною для будь-якої галузі журналістики [5]. Відтак, професійний інтерв'юер мусить віртуозно володіти словом, через яке він передає не тільки суть матеріалу, але й виражає власний образ, демонструючи аудиторії свій творчий потенціал та рівень компетентності. А. Москаленко поділяє схожий погляд, наголошуючи на важливості вміння називати речі своїми іменами, виокремлювати суть подій чи явищ та розкривати їх справжній зміст у слові.

Точність мовлення, на його думку, є основою наукового мислення. Він підкреслює необхідність критичного ставлення до слова і застерігає від таких небезпек, як поверховість, туманність, двозначність чи самовпевненість, які є справжніми ворогами журналіста. Інтерв'юер постійно працює над вдосконаленням своїх знань та навичок. Поєднання теоретичних знань із практичним досвідом та здатністю застосовувати це у своїй діяльності демонструє рівень його інтелекту [17]. Журналістика як фах функціонує у парадигмі розуміння чужих текстів і створення власних, адже без усвідомлення чужих ідей неможливо перейти до формування власного стилю. Попри важливість лінгвістичних знань та загальної освіченості, цього недостатньо для повної характеристики фаховості інтерв'юера [35]. Творча особистість активно залучає свої волюві, фізичні, інтелектуальні та емоційні ресурси. Емоції завжди супроводжують журналіста так само, як будь-яку іншу людину [18]. Емоційна складова є унікальною для кожного професіонала, проте її вплив на реакції людини, особливо у стресових ситуаціях, нерідко непередбачуваний. Утім, у межах професійної діяльності інтерв'юер має залишатися нейтральним до власних переживань і не дозволяти їм впливати на його роботу [3]. Дослідниця Лариса Овсієнко наголошує, що однією з ключових якостей професійного журналіста є емоційна зрілість [36]. Майбутнім журналістам надзвичайно важливо вміти керувати своїми емоціями, залишаючись дорослими в цьому аспекті. Справжній професіонал прагне своєї роботи, долаючи труднощі та невдачі, адже відданий фахівець завжди має мету і докладає всіх сил, щоб її реалізувати. Настрій, поведінка та дії журналіста можуть серйозно впливати на аудиторію, і тому професіонал у жанрі інтерв'ю мусить бути морально підготовленим до різноманітних життєвих ситуацій. Це дозволяє йому виражати власні емоції без шкоди для себе чи інших людей. Серед головних професійних і моральних обов'язків інтерв'юера, як і будь-якого журналіста, варто виокремити боротьбу за справедливість та толерантність [19]. Саме ці якості стають основою його відданості суспільству і водночас собі. Байдужість не є прийнятною для медійного працівника, оскільки його інтереси тісно переплітаються із загальними потребами соціуму. Діяльність журналіста спрямована на досягнення спільної

мети, але в її основі завжди лежить його внутрішній поклик. Інтерв'юер працює відчайдушно й самовіддано, ставлячи суспільні інтереси на перше місце. Це демонструє його професійну та творчу особистість, адже творчість у роботі медійника часто пов'язана із самопожертвою. У сфері жанру «інтерв'ю» немає місця страхам, сумнівам чи сором'язливості – ця діяльність передбачає здатність до комунікації з найрізноманітнішими людьми. Професійний інтерв'юер уміє вести бесіду так, щоб отримати необхідну інформацію, ініціювати потрібну реакцію й створити атмосферу взаєморозуміння. За словами Ірини Горбової, вони мають бути змістовними, нестандартними, уникати статичності у спілкуванні й викликати інтерес за рахунок прихованого підтексту. Інтригуючі запитання дозволяють забезпечити живий і динамічний обмін думками [1]. Дослідники часто оцінюють етичну складову навичок інтерв'юерів у формулюванні запитань. Катерина Гавриловська зазначає, що завдання інтерв'юера полягає в максимально неупередженій та об'єктивній реєстрації відповідей респондента на заплановані питання. Важливо ставити запитання тактовно, із винахідливістю, швидкою реакцією та здатністю моделювати різні варіанти поведінки співрозмовників [48]. Проте надмірна тактовність не завжди сприяє ефективності [33]. Журналіст має бути чемним, водночас не боятися ставити незручні питання. Олена Кузьменко зазначає, що провокативні запитання можуть бути потужним інструментом для встановлення істини у важливих суспільних темах. Через непередбачуваний характер перебігу інтерв'ю, питання часто не можуть будуватися за чіткою заздалегідь визначеною схемою. У таких випадках інтерв'юеру доводиться оперативно реагувати на репліки співрозмовника і формулювати наступне запитання так, щоб бесіда набувала логічної цілісності. Дослідження у сфері журналістики вказують на різноманітні методологічні підходи до формулювання запитань, які використовуються в процесі інтерв'ю. Зокрема, В. Михайленко рекомендує інтерв'юерам дотримуватись низки важливих правил, які оптимізують сприйняття запитань співрозмовниками та сприяють одержанню якісних відповідей [2]. По-перше, кожне запитання має охоплювати лише один аспект проблематики. Надміру довгі запитання, збагачені авторськими

коментарями, ускладнюють їх розуміння для респондента та можуть породжувати неконкретні відповіді.

Наступним ключовим моментом є максимальне використання запитальних сполучників, таких як «як?», «чому?», «навіщо?», які стимулюють виклад конкретної інформації співрозмовником. Окрім цього, варто уникати постановки запитань, що передбачають надмірно лаконічні відповіді, оскільки головною метою інтерв'ю є глибше розкриття суті питання чи події. У випадках, коли респондент обмежується короткими відповідями типу «так» або «ні», журналісту слід повторно формулювати запитання в модифікованій формі для отримання більш детальної інформації. Не менш важливим інструментом у роботі інтерв'юера є контрзапитання, які забезпечують емоційне насичення діалогу [32]. Такого роду запитання впливають із відповіді на попереднє і уточнюють позицію респондента, додаючи розмові нових фактів. Це підсилює увагу аудиторії, пробуджуючи її інтерес до деталей, що підкреслює вагомість застосування цього підходу в професійній діяльності журналіста. Водночас А. Болотнікова у своєму дослідженні «Роль категорії ввічливості в текстах засобів масової інформації» наголошує на важливості лінгвістичних тактик у комунікації з респондентами [47]. Авторка звертає увагу на ризики морального відчуження співрозмовника через провокаційні запитання. Для уникнення таких ситуацій журналістам рекомендовано використовувати пом'якшувальні засоби мовленнєвого спілкування, такі як мітигатори, що знижують категоричність висловлювань. Водночас уникати складних запитань зовсім неможливо для професійного інтерв'юера, оскільки саме вони часто спонукають до прояву справжнього ставлення респондента до тематики дискусії. Професіоналізм інтерв'юера також передбачає усвідомлення неможливості передбачити всі відповіді співрозмовника. Журналістська діяльність характеризується багатовимірністю та елементами хаосу, що вимагає гнучкості й здатності адаптуватися до непередбачуваних обставин. О. Косяк наголошує, що хаотичність комунікації особливо відчутна у процесі самого інтерв'ю, оскільки жоден питальник не здатен врахувати всі можливі сценарії розвитку бесіди. Ключову роль при цьому

відіграють так звані переломні запитання, що постають під час інтерв'ю і суттєво змінюють його хід та тему, додаючи діалогу нової динаміки [19]. Окреслені засади проведення інтерв'ю, як і більшість правил масової комунікації, зазнали значних змін у контексті війни в Україні, набуваючи нових акцентів і пріоритетів. У період бойових дій інформація стала стратегічно важливим ресурсом, здатним впливати на хід подій та громадську свідомість. Олена Марків ще у 2018 році вказувала на вирішальну роль медійного простору в умовах гібридної війни, наголошуючи на тотальному використанні засобів масової інформації як інструменту впливу на суспільство. З її точки зору, контроль над інформаційним простором дозволяє агресорам формувати маніпулятивні наративи, а також отримувати доступ до широких мас, чим вони активно користуються [29]. Паралельно з трансформацією загальних принципів взаємодії в медійному просторі чергових змін зазнали пріоритети інтерв'юерів як учасників комунікаційного процесу. Дослідники Валерій Жугай і Віктор Тарасюк у своїй науковій роботі зазначають розрив у стандартній практиці між російськими медійниками, які активно застосовують пропаганду, психологічний тиск та маніпуляції, і українськими журналістами, котрі прагнуть працювати відповідно до принципів етичної журналістики. Українські ЗМІ орієнтуються на об'єктивність, збалансованість, правдивість та використання розвінчувальної журналістики як профільного інструменту в інформаційній боротьбі. Не менш суттєвою зміною стала безпека працівників медіа, яка сьогодні є ключовим фактором діяльності журналістів під час війни [20]. Незважаючи на зростання ризиків, журналісти продовжують турбуватися про якість матеріалів, що продукуються ними в критичних умовах. Так, керівниця Інституту масової інформації Оксана Романюк висловила несподіване спостереження під час інтерв'ю для «Детектор медіа». За її словами, складні умови змусили журналістів приділяти більше уваги стандартам якості контенту, навіть тих медійників, які раніше нехтували етичними нормами, сьогодні мотивує пошук професійних консультацій і прагнення до вдосконалення. Думка про те, що людське життя переважає будь-які професійні цілі, стала домінантою нової етики працівників ЗМІ.

Пріоритетом журналістів стало забезпечення безпеки не лише членів команди чи учасників інтерв'ю, а й усіх сторін комунікаційного процесу. Це розуміння дозволило спокійніше ставитися до невдалих інтерв'ю чи неочікуваних перешкод у роботі. Проте психологічний вплив воєнних реалій залишається вагомим конкретно для журналістської спільноти: опитування Інституту масової інформації 2024 року засвідчило високий рівень стресових симптомів серед медійників – 97% респондентів відзначили прояви емоційного напруження, що вказує на значний ризик депресивних розладів. Усе ж виклики, з якими стикаються працівники медіа в умовах військового конфлікту, посприяли еволюції інтерв'ю як жанру та процесу міжособистісного спілкування. Водночас війна не стала фактором застою для української журналістики, узалежнення професії від таких форс-мажорних умов сприяло стрімкому осмисленню її нових потенціалів. Як справедливо зазначає Анжеліка Кострубіцька, саме незалежна журналістика сьогодні є вагомим джерелом точного осмислення реалій війни. Робота журналістів часто супроводжується значними фізичними та моральними ризиками, однак їхня відданість [21]. Нові медіа в умовах сучасного інформаційного середовища вирізняються такими характеристиками, як інтерактивність, персоналізація, адаптивність і потокова природа. Відмінністю від традиційних медіа є залучення користувачів до створення та редагування контенту, а також забезпечення двостороннього спілкування за моделлю «багато до багатьох» [30]. Розглянемо детальніше ключові аспекти нових медіа. Інтерактивність. Новітні медіа дають змогу користувачам активно взаємодіяти з контентом, включно з можливістю коментувати, поширювати інформацію та створювати власний матеріал. Персоналізація. Контент у межах нових медіа ефективно адаптується до особистих уподобань і потреб окремого користувача, забезпечуючи індивідуальний підхід до споживання інформації. Адаптивність. Гнучкість нових медіа полягає у швидкому змінюванні їх оформлення, змістовного наповнення та способів представлення на платформі. Потоковість. Цифровий контент поширюється з високою швидкістю, тоді як його обсяг практично необмежений. Користувацький внесок. Ключовим елементом нових

медіа є активна участь аудиторії в розробці та редагуванні контенту, що сприяє формуванню відкритого інформаційного простору. Двостороння комунікація. На противагу односторонній моделі «один до багатьох», нові медіа підтримують багатовекторне спілкування за принципом «багато до багатьох», що демаркує межі між виробниками контенту та споживачами. Цифрові технології [22].

Основою функціонування нових медіа є використання цифрових інструментів для розповсюдження інформації через глобальну мережу Інтернет. Доступність. Завдяки інтеграції нових медіа з електронними пристроями, що мають доступ до Інтернету, інформація стає доступною практично з будь-якого місця. Мультимедійність. Новітні платформи об'єднують різні формати контенту, включно з текстами, графічними елементами, відео- та аудіоматеріалами, що розширює можливості сприйняття інформації. Перераховані особливості утверджують нові медіа як потужний інструмент впливу на суспільну думку, забезпечення ефективної комунікації та створення широкого спектра розважального контенту в сучасному світі [25].

1.3 Еволюція жанрових форм інтерв'ю в умовах цифровізації

Інтерв'ю, як один із ключових жанрів журналістики, завжди відігравало важливу роль в комунікації між медіа та суспільством. Однак стрімкий розвиток цифрових технологій докорінно змінив традиційні форми цього жанру, адаптуючи його до нових викликів і потреб. На початковому етапі своєї історії інтерв'ю мало чітко виражені рамки: воно проводилося у форматі живого діалогу, здебільшого текстового, фіксованого на папері або озвученого через радіо чи телебачення. З розвитком мультимедійних платформ жанр почав інтегруватися у нові формати. З'явилася можливість створювати відеоінтерв'ю для онлайн-платформ, подкасти для аудиторії, яка віддає перевагу аудіоконтенту, або навіть інтерактивні інтерв'ю, де глядачі можуть ставити запитання в реальному часі. Цифровізація вплинула не лише на технічні аспекти проведення інтерв'ю, а й на його змістовну складову. В умовах сучасних інформаційних потоків інтерв'ю стало більш динамічним і

адаптивним до очікувань аудиторії. Соціальні медіа та платформи, що займаються дистрибуцією контенту, сприяли формуванню коротших та більш візуально орієнтованих матеріалів, що впливають на стиль і подачу інформації. Значну роль також відіграє алгоритмізація контенту: багато платформ визначають, який формат інтерв'ю буде найбільш популярним або вірусним, що змушує журналістів та авторів адаптуватися до таких вимог. Це перетворило інтерв'ю на більш масово-орієнтований продукт, з акцентом на емоційність, інтерактивність та швидкість подачі матеріалу. Ще одним важливим аспектом є використання штучного інтелекту для аналізу даних або автоматичної генерації питань в контексті інтерв'ю. Це дозволяє значно оптимізувати процес підготовки та проведення заходу, зберігаючи якість контенту. Проте виникають також етичні питання щодо автентичності людської взаємодії та зміщення акценту з «живої» комунікації на автоматизовані алгоритми [24]. Загалом цифровізація стала рушійною силою трансформації жанрових форм інтерв'ю, відкривши нові можливості для взаємодії з аудиторією та розширивши межі традиційного формату. Водночас вона висуває нові виклики перед журналістами та комунікаційниками, змушуючи їх шукати баланс між технологічними інноваціями та збереженням автентичності змісту та форми. Журналістика передусім зосереджується на зборі зовнішньої інформації, яка стає основою для формування внутрішньої концепції подій та створення авторського бачення ситуації. Збір даних є обов'язковим і невід'ємним компонентом професійної діяльності журналіста. Водночас підхід до формування та передання інформації може змінюватися залежно від завдань, жанру, характеру матеріалу та особистих уподобань автора [25].

Інтерв'ю як жанр вирізняється своєю багатогранністю та різновидами, серед яких бесіда, міркування, повідомлення тощо. Наприклад, бесіда передбачає інтерактивне обговорення з коментуванням відповідей респондента та оцінкою подій. Інтерв'ю-міркування є більш аналітичним жанром, де ключову роль відіграють не лише виклад фактів, а й роздуми учасника діалогу. Сучасному журналісту необхідно володіти мистецтвом формулювання запитань – вони

мають бути глибокими та нетривіальними, уникати шаблонного підходу і водночас інтригувати співбесідника. Основною метою такого жанру залишається розкриття особистості, створення її образу чи фахового портрету, висвітлення деяких аспектів приватного життя. Варто зазначити, що жанру інтерв'ю властива еволюція: з часом він дедалі більше виходить за рамки суто інформаційного жанру і набуває аналітичних та проблемних характеристик. Виникають портретні і навіть штучно створені форми даного стилю. Із кінця 1980-х – початку 1990-х років мас-медіа зазнають значних змін, набувають самостійності та демонструють авторське «Я» [26].

Зміни у структурі жанру спричиняються тематичною різноманітністю (наприклад, біографічне портретне інтерв'ю), функціональними аспектами (інтерв'ю-фіксація «потoku свідомості»), специфікою аналізу (фокусоване чи анкетне інтерв'ю), міжжанровими поєднаннями або кількісними параметрами тексту. Окрім традиційних типів жанру інтерв'ю, у сучасній українській та зарубіжній журналістиці спостерігається виникнення нестандартних форм подання матеріалу, організованих за принципом «запитання – відповідь». Ці модифікації моделі суттєво варіюються та можуть бути віднесені до різних груп жанрів залежно від того, чи супроводжуються вони аналізом фактів, подій, ситуацій та інших аспектів інформації [27]. Система журналістських жанрів вирізняється високою динамічністю, яка є наслідком своєї внутрішньої еволюційної співвідносності. Значний внесок у дослідження жанрової системи засобів масової інформації здійснив науковець М. Кім, який розглядає як внутрішні, так і зовнішні зв'язки між її елементами. Внутрішня взаємодія між жанрами визначається публіцистичною природою творчості, тоді як зовнішній зв'язок обумовлений здатністю кожного жанру журналістики відповідати актуальним потребам сучасного суспільства і впливати на формування громадської думки. Соціально-політичні процеси в Україні наприкінці ХХ – на початку ХХІ століття спричинили істотну трансформацію ролі журналістики, що супроводжувалось актуалізацією і популяризацією нових журналістських жанрів, а також переосмисленням та вдосконаленням існуючих [28]. Основними

чинниками цих змін стали глобалізаційні процеси, які вплинули на потреби та преференції аудиторії. Інтерв'ю посідає провідне місце серед жанрів журналістики завдяки своїй відкритій структурі та здатності до комунікації з різноманітними респондентами. Значного поширення набувають такі варіації жанру, як аналітичне інтерв'ю, «потік свідомості», портретне інтерв'ю, бесіда тощо. Ці форми не лише передають інформацію про особистість, подію чи ситуацію, а й органічно інтегрують елементи аналітичного підходу і художньо-публіцистичного стилю, забезпечуючи багатовимірність змісту. Аналітичний огляд наукових праць дозволяє стверджувати, що у рамках теорії журналістики відсутнє єдине визначення поняття «інтерв'ю». Така ситуація може бути зумовлена його жанровою багатоваріантністю, активним використанням у засобах масової інформації, а також еволюцією цього жанру під впливом змін у медіасередовищі. У довідковій літературі термін «інтерв'ю» описується як мовленнєва форма спілкування, побудована у форматі питань та відповідей, із залученням певної особистості для обговорення важливих питань, що призначені для розповсюдження через медійні платформи. Крім того, інтерв'ю трактується як діалог, який реалізує закономірності спонтанного публічного мовлення [46].

Сучасні дослідники описують інтерв'ю як специфічний жанр новинної журналістики, який включає різні типи: інтерв'ю з очевидцями або свідками, конфронтаційне інтерв'ю, прес-конференційне інтерв'ю, персоналізоване інтерв'ю з ключовою особою, інтерв'ю-діалог, монологічне інтерв'ю, розмова (полілог), дискусійний круглий стіл і навіть інтерв'ю-переклад. Наприклад, М. Василенко класифікує інтерв'ю як інформаційний жанр і виділяє його форми, зокрема колективне обговорення (круглі столи або прес-конференції), монологічні формати (зокрема офіційно протокольні), звітні, портретні (у вигляді нарису), а також гумористичні версії. У контексті української лексикографії термін «інтерв'ю» визначається як форма комунікації журналіста із політичними, громадськими або іншими діячами для подальшої публікації у пресі чи трансляції на телебаченні і радіо; це також може стосуватися тексту або програми, яка відображає результати такого спілкування. Як метод і жанр інтерв'ю

характеризував В. Здоровега. Дослідження теоретичних аспектів функціонування жанру інтерв'ю у системі сучасних медіа дозволяє виділити його ключову особливість – діалог між двома учасниками: журналістом та респондентом. Формат «питання-відповідь» є його структурною основою [45].

Жанрові особливості включають глибину висвітлення тематики, виразність сюжетного викладу, а також всебічне розкриття інформації через особу респондента. При цьому ці характеристики можуть змінюватися залежно від типу інтерв'ю. Жанр інтерв'ю зазнає трансформацій, що зумовлено загальними тенденціями розвитку засобів масової інформації. Одним із проявів трансформації є зміна способу подачі матеріалу: якщо в традиційному форматі текст інтерв'ю викладається повністю, то в репортажах-розслідуваннях він може подаватися лише частково – у вигляді цитування або фрагментарних включень. Такі елементи слугують базою для журналістських аналітичних висновків та узагальнень щодо презентованої проблематики. Інтерв'ю як жанр журналістики може органічно поєднуватися із традиційним репортажем, створюючи жанрову модифікацію медійного тексту. У такому симбіозі структура матеріалу зазвичай починається у форматі класичного репортажу, поступово перетікаючи у форму діалогу. Такий підхід доцільний за умов резонансності події, її суспільної значущості й наявності центрального персонажа, який служить джерелом інформаційного приводу для медіа. Однак цей новий жанровий різновид має певний недолік: змішування різних жанрів може призводити до втрати специфічності матеріалу і плутанини для читача, який часто не здатний чітко зрозуміти, чи перед ним інтерв'ю, чи репортаж. Тому застосовувати подібну трансформацію варто лише за умови її обґрунтованої необхідності. У контексті теорії журналістики варто зазначити, що поняття «інтерв'ю» не має єдиного загальноприйнятого визначення. Причини цього лежать у багатогранності жанру, значній частоті його застосування в мас-медіа, а також постійних процесах модифікації. Інтерв'ю як форма діалогу характеризується такими ознаками: двостороння комунікація, тематична цілісність, фокусування на персонажі бесіди та можливість інтеграції цього жанру з іншими формами журналістських текстів. Сукупність зазначених властивостей

робить інтерв'ю об'єктом особливого дослідження для науковців, що знаходить своє відображення в практичній діяльності журналістів. Сьогодні інтерв'ю міцно увійшло в усі види засобів масової комунікації, проте найбільшого поширення цей жанр набуває у друкованих та онлайн-виданнях. Особливість останніх полягає у їхній конвергентності, спричиненій глобалізаційними процесами. Яскравим прикладом такого конвергентного медіа є інтернет-видання «Українська правда». Це суспільно-політичне ЗМІ було засноване у квітні 2000 року журналістом Георгієм Гонгадзе, одразу як онлайн-ресурс, тому за своєю природою інтегрує всі характерні риси сучасної цифрової журналістики. «Українська правда» має стабільну популярність серед аудиторії завдяки своїй незаангажованості, актуальності та злободенній тематичності матеріалів. Особливу увагу видання приділяє жанру інтерв'ю, під який відведено окрему рубрику. Завдяки цьому українські читачі отримують можливість обирати контент відповідно до своїх інтересів та уподобань. Варто також зазначити високу професійність роботи редакції «Української правди» [44].

У 2015–2023 роках Інститут масової інформації визнав це медіа одним із найбільш професійних українських онлайн-видань завдяки дотриманню стандартів журналістики. Результати моніторингу за 2023 рік показали низький рівень порушень професійної етики у виданні, що дозволило додати його до так званого «білого» списку українських ЗМІ. Такий статус підтверджує репутацію «Української правди» як одного з найбільш якісних та відповідальних джерел інформації для українського суспільства. Відповідно до структури онлайн-сторінок інформаційного ресурсу можна ознайомитися з інтерв'ю, що вирізняється довільною композицією. Його головною особливістю є можливість ставити запитання в необмеженій формі.

Інтерв'ю має стандартну структуру: заголовок (у цьому випадку використано довгу назву або цитату, що притаманно журналістам зазначеного інтернет-видання); лід, який задає контекст ситуації та дозволяє читачеві ознайомитися з темою ще до основної частини матеріалу; запитання з певною послідовністю і логікою викладу. Часом довільна композиція створює атмосферу

імпровізованої бесіди. Незважаючи на заздалегідь підготовлений список запитань, діалог може несподівано змінити напрямок. Це особливо актуально для гострих суспільно-політичних тем, які викликають зацікавлення у певних груп населення. Журналіст, зацікавлюючись певними моментами розмови, може переключитися на новий аспект тематики, і подальший діалог піде в іншому руслі. Тематика, що була первісно визначена редакцією, таким чином може набути інших акцентів, що також відображає концепцію довільної композиції інтерв'ю. Окрім журналіста, внесення елементів імпровізації може здійснювати сам респондент – його вільна манера висловлювання дозволяє зробити розмову менш формальною і не вимагає надмірної підготовки зі сторони інтерв'юера. Одним із важливих форматів у системі медійного контенту є портретне інтерв'ю. Воно зосереджується на людях як ключових учасниках суспільних процесів, а також на їхній ролі у житті країни чи значенні для конкретної соціальної групи. На думку В. Здоровеги, портретне інтерв'ю – це розмова журналіста з особою, яка володіє знаннями у певній сфері або має суспільну важливість. Основна мета такого формату – оприлюднення розмови у вигляді запитань-відповідей. За стандартами BBC портретне інтерв'ю займає значне місце серед жанрів журналістики. Тут наводиться визначення такого формату як спосіб проникнути в особисте життя людини та висвітлити те, що невідоме аудиторії. Його завдання полягає у розкритті характеру респондента, адже саме особистісні особливості часто є рушійною силою професійної діяльності, яка привертає увагу журналістів [43]. Окрім створення образу героя в очах читачів, важливо показати взаємозв'язок між його професійною і особистісною складовими. Характерні особливості портретного інтерв'ю включають: зосередженість на одному центральному герої; публічний характер спілкування; активність комунікації між журналістом та респондентом; акцент на життєвому і професійному досвіді співрозмовника; можливість ставити питання особистісного характеру (що залежить від політики видання). За своєю структурою портретне інтерв'ю майже не відрізняється від традиційного. Його особливість полягає у наявності інтригуючих моментів, таких як тематичні повороти та підйоми, котрі привертають увагу читача й стимулюють його до

прочитання. Онлайн-видання дедалі частіше пропонують експертні інтерв'ю, головною ознакою яких є авторитетність думок. У таких випадках респондентами стають професіонали з певної галузі, які компетентно розкривають конкретну тему відповідно до запиту журналістського матеріалу. Жанрові особливості експертного інтерв'ю виражаються у таких аспектах: професійне обговорення теми; подання фактів та статистичних даних; формулювання думки експерта на основі аналізу подій або ситуацій. Експертів можна умовно поділити на групи: політичні, економічні, мистецькі, психологічні. Часом у ролі експертів виступають високопосадовці чи політичні діячі, особливо якщо тема стосується суспільних чи політичних процесів, якими вони займаються. Водночас рівень довіри аудиторії до таких осіб часто залежить від загального ставлення до уряду країни. Зазвичай читачі надають перевагу незалежним експертам, які вирізняються більшою об'єктивністю в аналізі. Найпоширенішими типами експертів у суспільно-політичних виданнях є саме незалежні аналітики, тоді як до спеціалістів вузькопрофільних галузей звертаються журналісти спеціалізованих ресурсів. Експертні інтерв'ю часто мають аналітичний та дискусійний характер [42]. У запитаннях журналістів нерідко відчувається загострення теми, детальний розгляд її нюансів та можливих аспектів. Такий формат сприяє глибшому розумінню та вдосконаленню аналізу проблемного питання. Значним інтересом користуються інтерв'ю із закордонними представниками різних сфер, адже їхній погляд «зі сторони» часто допомагає краще усвідомити ситуацію. Особливо це стосується чутливих тем, таких як релігія. Вона має важливе місце у житті українців, які належать до однієї з найбільш релігійних націй світу, дотримуються церковних свят та регулярно відвідують храми. Після детального аналізу експертних інтерв'ю можна дійти висновку, що їх основним призначенням є подання авторитетної думки щодо певної події або явища. Співрозмовник у таких матеріалах завжди є професіоналом у відповідній тематиці, володіє власним баченням і оперує виключно достовірними фактами. Такі бесіди мають єдиний фокус уваги і покликані максимально глибоко розкрити визначену тему. Крім того, експертні інтерв'ю містять аналіз конкретних фактів та відповідають на

ключові питання: чому це сталося, як відбувалося і чим це важливо. Таким чином, вони набувають ознак аналітичного матеріалу. Важливим аспектом є висока інформативність і компетентність не тільки експерта, але й журналіста. Для суспільно-політичних онлайн-видань, таких як, характерними є інтерв'ю з аналітичним ухилом, оскільки вони глибоко висвітлюють важливі теми та сприяють формуванню експертних дискусій у сфері медіа. Під час дослідження матеріалів таких видань були виокремлені жанрові особливості інтерв'ю. Наприклад, важливою рисою інтерв'ю вільної композиції є можливість журналіста змінювати порядок запитань без втрати загального сенсу тексту. Цей тип часто поєднується з імпровізованими інтерв'ю, які передбачають зміну напрямку розмови із залученням нових тем. Експертне інтерв'ю вирізняється авторитетністю думок співрозмовника, акцентом на його достовірні цифри і факти, а також рекомендаціями, які свідчать про професійний рівень спеціаліста. Окреме місце займає портретне інтерв'ю, де центральною фігурою є особистість співрозмовника. У ньому журналіст приділяє увагу не лише біографії героя, а й його емоціям, майстерно поєднуючи розповідь про особисте життя з конкретною тематикою. Журналістське інтерв'ю є важливою складовою жанрової системи онлайн-видань. Різноманіття форм цього жанру дозволяє журналістам створювати нові та цікаві матеріали для аудиторії. Кожен різновид інтерв'ю має свою специфіку та унікальну цінність для читачів. Розуміння жанрових особливостей інтерв'ю в онлайн-виданнях має практичне значення, адже допомагає створювати професійні матеріали з правдивим висвітленням фактів, які привертають увагу аудиторії та задовольняють інформаційні потреби ЗМІ [43].

Висновки до розділу 1. У першому розділі бакалаврської роботи було розглянуто теоретичні засади дослідження інтерв'ю як жанру нових медіа. Аналіз дозволив визначити, що інтерв'ю є одним із ключових жанрів журналістики та комунікації, який адаптується до сучасних викликів цифрової епохи.

Розглядаючи поняття інтерв'ю, було встановлено, що воно виконує не лише інформаційну, але й комунікативну функцію, забезпечуючи взаємодію між

журналістом і респондентом, а також між медіа та аудиторією. У контексті нових медіа інтерв'ю набуває нових форм, зокрема інтерактивних, що сприяє залученню аудиторії до процесу створення контенту. Особливості нових медіа, такі як швидкість поширення інформації, мультимедійність, інтерактивність та доступність, значно впливають на структуру та подачу інтерв'ю. Цифрові платформи дозволяють експериментувати з форматом жанру, додаючи візуальний та аудіальний контент, що робить інтерв'ю більш динамічним і привабливим для сучасного споживача інформації. Окрему увагу було приділено еволюції жанрових форм інтерв'ю в умовах цифровізації. Зокрема, відзначено, що традиційні текстові інтерв'ю поступово поступаються місцем відео- та подкаст-інтерв'ю, які краще відповідають потребам аудиторії в умовах глобальної діджиталізації. Така трансформація сприяє не лише розширенню можливостей для журналістів, але й змінює взаємодію між медіа та споживачами контенту.

Таким чином, аналіз теоретичних аспектів інтерв'ю як жанру нових медіа дозволяє зробити висновок про його динамічний розвиток та адаптацію до сучасного інформаційного середовища. Розуміння цих процесів є ключовим для подальшого дослідження практичних аспектів використання інтерв'ю у цифрових медіа.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРВ'ЄЮ У КОНТЕКСТІ НОВИХ МЕДІА

2.1. Характеристики інтерв'ю у соціальних мережах та веб-платформах

Сьогодні соціальні мережі та веб-платформи стали невід'ємною частиною суспільної комунікації, відкриваючи нові можливості для організації інтерв'ю в різних сферах дослідження. Цей розділ аналізує ключові характеристики процесу інтерв'ювання в онлайн-середовищі, а також розглядає переваги й виклики методології, пов'язаної з використанням цифрових платформ. Перш за все, особливості проведення інтерв'ю в соціальних мережах і на веб-платформах визначаються надзвичайною доступністю та масштабністю аудиторії. Завдяки глобальній мережі інтернет, дослідник має можливість охопити респондентів у будь-якому регіоні світу, незалежно від географічного розташування. Це значно спрощує процес формування вибірки та дозволяє включати до дослідження учасників із різноманітними точками зору. Іншою важливою характеристикою є гнучкість формату проведення інтерв'ю.

На цифрових платформах можна використовувати текстові чати, голосові дзвінки або навіть відеоконференції, налаштовуючи технічний формат відповідно до потреб дослідження. Це не лише оптимізує часові ресурси обох сторін, але й створює комфортні умови для респондентів, які можуть відповідати на запитання у зручному для себе середовищі. Варто врахувати також аспект конфіденційності та безпеки даних. Соціальні мережі та веб-платформи нерідко містять ризики витоку інформації або недобросовісного зберігання персональних даних респондентів. Тому досліднику важливо ретельно обирати технічні інструменти та забезпечувати належний рівень захисту інформації в процесі роботи. Додатковою перевагою інтерв'ю через онлайн-платформи є автоматизація збору та аналізу даних. Багато платформ мають вбудовані функції для структуризації відповідей, що полегшує подальшу систематизацію інформації та її використання

для досягнення цілей дослідження. Це особливо корисно при роботі з великою кількістю респондентів, де ручна обробка даних може зайняти надто багато часу і ресурсів [42]. Проте виклик, характерний для даного способу проведення інтерв'ю, полягає у відсутності прямого контакту з респондентами. Цей фактор може вплинути на якість комунікації, обмежуючи можливість «читання» невербальних сигналів або створення атмосфери довіри, яка часто відіграє значущу роль у традиційних офлайн-інтерв'ю. Підсумовуючи, соціальні мережі та веб-платформи надають широкі можливості для організації та проведення інтерв'ю, але водночас вимагають уважного врахування специфічних ризиків і обмежень такого формату. Глибоке розуміння функціоналу платформ, правильний вибір методів комунікації та забезпечення безпеки даних дозволять досягти максимальної ефективності в процесі збору інформації на базі сучасних цифрових рішень.

Аналізуючи явище варіативності та трансформації інтерв'ю як особливого жанру журналістики, слід зазначити, що існує множина трактувань цього поняття, як у контексті жанрової приналежності, так і методології збору інформації. Західна наукова традиція нерідко акцентує увагу на тому, що інтерв'ю є оптимальним засобом донесення інформації до аудиторії. Зокрема, німецький дослідник Зігфрід Вайшенберг лаконічно характеризує цей жанр як спосіб фіксації висловлювань конкретних осіб з приводу певних тем, а також як джерело інформації про самих респондентів [49].

Інший підхід демонструє український фахівець Олександр Чекмишев, який визначає інтерв'ю як жанр інформаційної журналістики, спрямований на передачу позиції, оцінок та коментарів ключових осіб щодо певних подій або проблем. За його спостереженнями, формат і тривалість інтерв'ю визначаються специфікою видання, а ключова особа має бути найбільш компетентною в темі обговорення. Інтерв'ю функціонує як жанровий формат завдяки своїй здатності розкривати суспільну й політичну значущість фактів через комунікацію з компетентними співрозмовниками. Методи прямої мови забезпечують відчуття достовірності інформації, що підвищує її цінність для читацької аудиторії.

Примітно, що попри існування численних визначень жанру, жодне з них не може претендувати на абсолютну істинність, оскільки кожне охоплює лише окремі аспекти специфіки та функціоналу інтерв'ю. Українська преса традиційно зберігає діалогічний характер інтерв'ю, незважаючи на певні трансформації цього жанру. Цей формат залишається ефективним для оперативного отримання інформації, хоча водночас він характеризується суб'єктивністю через природну людську схильність до індивідуальних оцінок та світоглядного впливу. Стандартне українське газетне інтерв'ю складається приблизно з п'яти тисяч друкованих знаків і супроводжується фотографією респондента. Однак фотоматеріали нерідко мають застарілий характер через суб'єктивні обставини їх вибору, оскільки вони надаються респондентами або добираються редакцією за допомогою доступних ресурсів. Розміщення інтерв'ю в газеті формату А3 зазвичай займає цілу шпальту й доповнюється різними елементами: інформаційними замітками, короткими анонсами або редакційними коментарями. Останні часто мають інтерактивний характер, спонукаючи читачів до продовження дискусії або залучення до обговорення теми через електронну пошту. Формулювання першого запитання в традиційних інтерв'ю зазвичай відповідає принципу «Що сталося?», друге – «Які дії були вжиті?», а головне третє – «Ваше ставлення до вирішення проблеми?». Хоча ці запитання мають усталений характер, їхня стилістична адаптація є змінною залежно від контексту розмови. Респондент може розпочати діалог із власного бачення проблеми, змушуючи журналіста модифікувати порядок і структуру запитань. Ефективність такого процесу залежить від професійних навичок журналіста та психоемоційного стану респондента [40].

Класична форма діалогічного інтерв'ю в українській журналістиці вироблялася десятиліттями практичної роботи, утвердившись як традиція, до якої редакції часто ставляться консервативно. Дотримуючись усталених методів, багато редакторів свідомо відмовляються від експериментів із новими форматами опитування, посиляючись на ефективність уже перевірених підходів. Проте, як зазначає дослідник М. Василенко, існують більш «артистичні» варіанти інтернет-

медіа практики, що вдало комбінують інтерв'ю з елементами репортажу та суб'єктивного коментаря. Деякі журналісти, щоб зробити гарний репортаж на мить стають «іншими» людьми.

Розглядаючи вплив інтерв'ю на читача, можна виділити три основні способи подання інформації: розкриття маловідомих аспектів дійсності, що спонукають до зміни ставлення до них. Донесення нових деталей про вже відомі теми, які допомагають глибше їх зрозуміти й усвідомити. Зміна способу подання знайомої інформації без додавання фактичних нововведень.

Однак сучасна практика дозволяє інтегрувати ще один формат інтерв'ю: ситуацію, де журналіст провокує респондента обстоювати певну думку або суперечити їй, створюючи несподівані повороти у розмові. У таких випадках логічне завершення матеріалу часто переходить у авторський коментар, а сама стилістика бесіди формується під впливом характеру респондента. Втім, ключовим моментом тут залишається дотримання етичних норм, залежних як від журналіста, так і від редакційної політики [39].

Особливо доцільно в таких випадках виділяти окреме місце для коментаря, підбір якого має враховувати обсяг тексту, кількість ілюстрацій тощо, адже візуальні елементи здатні сходу привернути увагу читача. З моменту здобуття незалежності України модель подання інформації в медіа зазнала суттєвих змін. Жорсткий вердикт у стилі комунікації тоталітарних часів поступився місцем поважному аналізу кожної відповіді. Журналісти дедалі більше надають респондентам можливість уточнити висловлену думку, повернутися до попередніх тверджень і відкоригувати свої сили. Такий підхід сприяє розширенню функцій інтерв'ю як жанру та його подальшому розвитку у сучасному медійному просторі.

Трансформація жанру інтерв'ю у сучасній українській журналістиці характеризується зміною не лише форми, але й змісту під час його реалізації. Зокрема, запитання, які були підготовлені заздалегідь, можуть коригуватися або доповнюватися в процесі розмови в залежності від динаміки бесіди. Респонденти, які почуваються впевнено й невимушено, зокрема суспільні діячі, політики та

молодіжні лідери, часто імпровізують у своїх відповідях. Це змушує журналіста оперативно адаптуватися до змін стилю спілкування. Таким чином, традиційні відповіді на прості запитання поступово втрачають актуальність, натомість перевага надається складним синтаксичним конструкціям, що дозволяють респонденту детально пояснити проблематику. У цьому контексті інтерв'ю стає інструментом глибшого аналізу явищ через подання нової деталізованої інформації про вже відомі теми, сприяючи більш повному осмисленню й розумінню предмета розмови. На сьогодні класичне інтерв'ю дедалі більше тяжіє до формату діалогічного спілкування, де обидві сторони – журналіст і респондент – взаємодіють на рівних умовах. Такий підхід дозволяє журналісту детально формулювати свої запитання й, у разі потреби, уточнювати їх або звертатися до респондента повторно. Водночас, підготовка до такого формату інтерв'ю вимагає від журналіста глибокого занурення в проблему, ретельного дослідження її деталей і нюансів, що забезпечує його компетентність на рівні співрозмовника. У межах діалогу коментарі можуть бути виключені з тексту як зайві, проте форма діалогічного інтерв'ю часто допускає включення додаткових інформаційних компонентів, таких як довідки, посилання чи історичні екскурси. Такі елементи можуть суттєво розширити контекст матеріалу [38].

Однак питання про використання додаткових текстових компонентів в інтерв'ю залишається дискусійним. Такий підхід може слугувати інструментом вираження позиції журналіста чи редакції, якщо ці елементи представлені окремо від відповідей респондента. Водночас вони можуть бути інтегровані безпосередньо в розмову як інформаційні вставки. Необхідно дотримуватися балансу: інформаційні компоненти не повинні уповільнювати динаміку інтерв'ю чи відволікати респондента і, відповідно, читача від головної проблематики. Існує питання про те, чи доцільно завчасно ознайомлювати респондента з такими вставками; це рішення напряду залежить від редакторської політики, оскільки будь-яке втручання може бути сприйняте як втручання у цілісність авторської відповіді. Таке доповнення здатне вплинути на загальний зміст бесіди, змінити її медійний ефект та вплинути на сприйняття тексту читачами.

Коли текст інтерв'ю зазнає стилістичних змін без узгодження з автором, це може призвести до серйозних наслідків, таких як юридичні позови до редакції. Причина полягає в тому, що респондент відповідає лише за ті слова, які були зафіксовані журналістом, і не несе відповідальності за додаткові матеріали – довідкові вставки, історичні екскурси чи інші розширення змісту. Використання таких прийомів із провокативною метою може вплинути на читацьку аудиторію, створюючи певний психологічний ефект, але це порушує етичні принципи журналістики. Згідно з професійними стандартами, журналіст повинен завчасно ознайомити автора не лише з текстом самого інтерв'ю, але й із усіма додатковими матеріалами, що будуть опубліковані під одним заголовком. Водночас творчий процес у жанрі інтерв'ю часто передбачає різноманітні форми реакції журналіста на сказане респондентом. Під час бесіди можуть виникати нові ідеї, що включають оригінальні порівняння, історичні паралелі чи соціально-економічні довідки, і ці елементи додаються до тексту вже після того, як інтерв'ю було схвалене до друку. Такі випадки створюють прецеденти: журналіст має самостійно вирішити, чи вносити ці зміни до матеріалу, керуючись принципами об'єктивності та поваги як до автора, так і до читача. Жанр інтерв'ю є потужним засобом для читача, щоб зрозуміти причини та сутність події крізь призму світогляду свідків або учасників. Традиційна форма інтерв'ю – діалог – залишається незмінною з часів платонівських розмов, де запитання ставив автор, а відповідав співрозмовник. Хоча сучасне інтерв'ю і філософський текст мають різні теми, підходи до проблем і завдання, діалогічна форма вимагає творчого підходу для забезпечення максимального розуміння читачем. Особливо це важливо для масових громадсько-політичних видань, де простота та доступність для широкого загалу є ключовими [37].

Інтерв'ю є одним із найуніверсальніших і багатогранних жанрів журналістики, що має численні визначення, сформовані в процесі розвитку цього творчого інструменту. Згідно з дослідником Ігорем Михайлином, основне завдання інтерв'ю полягає в донесенні новин до аудиторії та впливі на суспільну думку. Унікальність жанру полягає в його персоніфікації: новини та інформація

подаються через особистість респондента, чия думка є значущою для читачів. Журналіст, в свою чергу, своєю активною участю у формулюванні запитань сприяє виникненню дискусійних тем, роблячи інтерв'ю цікавим для широкого загалу. У «Словнику журналіста» зазначається, що термін «інтерв'ю» походить із англійського «interview», що буквально означає зустріч або бесіда. Це розмова журналіста з відомою особою чи експертом з певної тематики, яка зазвичай має значення для суспільства і призначена для публікації в масових медіа або трансляції через радіо і телебачення. З часом підхід до трактування поняття «інтерв'ю» еволюціонував під впливом розвитку жанру та низки інших факторів, як-от лінгвістичних чи екстралінгвістичних умов. Серед основних типів інтерв'ю за тематикою виділяють інформаційне, проблемне, тематичне, протокольне та портретне [36].

Науковиця Наталія Костенко звертає увагу на те, як форму запитання-відповідь модернізують у сучасній журналістиці. Залежно від наявності аналітичного складника щодо фактів та подій, такі модифікації можуть належати до різних груп жанрів. Інтерв'ю також визначається як ефективний спосіб фіксації журналістських пошуків авторських відомостей про дійсність через діалог із респондентами. Для сучасних електронних ЗМІ важливою є функція мультимедійної візуалізації, яка посилює вплив інтерв'ю на аудиторію. Аналізуючи роль Інтернету у розвитку жанру, Олександр Рутковський зазначає, що хоча цю глобальну мережу можна розглядати як один з найбільших засобів масової інформації, її хаотична структура та труднощі в пошуку даних обмежують використання Інтернету як цілісного медіаресурсу. Дослідник Микола Чабаненко виокремлює кілька ключових ознак Інтернет-ЗМІ: наявність професійної редакції, орієнтованість матеріалів на соціально значущі теми, переважання авторських текстів над передруками, використання різноманітних жанрів журналістики та підтримка партнерських зв'язків із іншими веб-ресурсами. Крім того, регулярність оновлення контенту (не рідше ніж раз на тиждень), оптимізація для широкої аудиторії і турбота про залучення нового трафіку є визначальними рисами успішних онлайн-медіаресурсів [35].

Розглядаючи особливості функціонування інтерв'ю в Інтернет-ЗМІ, варто звернути увагу на ключові аспекти, які визначають ефективність цього жанру та його здатність привертати увагу аудиторії. Ганна Козловська зазначає, що основна стратегія при створенні матеріалу полягає у представленні інтерв'ю на сторінках мережових видань. Така стратегія має на меті зацікавити читачів і реалізується як через діяльність редакції, так і автора матеріалу. Для цього використовуються як вербальні, так і невербальні методи. Серед них важливу роль виконують постійні рубрики – наприклад, «Діалоги», «Інтерв'ю», «Пряма мова» або «Ексклюзив». Характерними є також початкові мовні шаблони, такі як «Розмова з...», доповнені фотографіями респондента, графічно виділеними цитатами чи іншими семіотичними елементами, такими як кольорові акценти, особливий шрифт або ілюстрації. Зінаїда Вайшенберг акцентує увагу на ролі заголовка як головного елемента композиції, який стимулює зацікавлення читача. Заголовок повинен бути неординарним, а номінація респондента у ньому є однією з поширених сучасних стратегій. Олександр Лаврик наголошує на тому, що інтерв'ю є одним із найбільш динамічних жанрів інтернет-журналістики. Цей формат вирізняється живою та автентичною подачею матеріалів, які завжди підкреслюють свіжість та особливість інформаційного контенту. Однак створення якісного інтерв'ю – процес складний та трудомісткий, що вимагає значних зусиль та часу. На відміну від друкованих видань, в Інтернет-ЗМІ інтерв'ю часто доповнюється мультимедійним контентом. Аудіовізуальні елементи, такі як відео, фото, таймлайни чи інфографіка, створюють більш глибоке занурення читача у матеріал. Мультимедійність робить інтерв'ю комплекснішою формою подачі інформації, дозволяючи одночасно сприймати її текстово, візуально та аудіально. Такий підхід не лише збільшує читачку залученість, а й значно збагачує контент мережевої журналістики [34].

На новинному порталі «IPnews» жанр інтерв'ю часто доповнюється фотографічними елементами, які акцентують увагу на головному герої у динаміці або емоційно насиченому стані. Такий підхід сприяє підвищенню інтерактивності матеріалу, забезпечуючи ширшу та глибшу інтерпретацію його теми й основної

ідеї. Г. Назаренко у своїх працях звертає увагу на те, що комбінація різних форм представлення інформації на одному носії сприяє формуванню нового поняття – «мультимедійне інтерв'ю». Інноваційні технологічні можливості Інтернету, його необмеженість у обсязі контенту, а також використання фото-, відео- і аудіоматеріалів, доступність глобального масштабу створюють особливе середовище для онлайн-ресурсів, збільшуючи їх привабливість для аудиторії [32]. Інтерв'ю в рамках Інтернет-видань часто демонструє інтеграцію різноманітного контенту. Відповідно до аналізу, проведеного О. Рудковським, поширеними формами мультимедійного супроводу інтерв'ю є:

1. Статична ілюстрація – класичний елемент мультимедійної історії, що виконує функції звичайної фотоілюстрації в традиційних медіа: доповнення змісту, побудова візуального ряду та розширення інформаційних меж. Запорізькі портали «Пороги» та «IPnews» стабільно включають фотоілюстрації до кожного інтерв'ю.

2. Фоторепортажі та фотогалереї – організовані добірки фотографій, що послідовно відображають хроніку подій. Попри популярність класичних фоторепортажів, мережеві видання, такі як «Пороги» і «IPnews», рідко використовують фотогалереї в межах жанру інтерв'ю.

3. Подкасти – аудіофайли чи фрагменти радіопрограм, що часто стають основою текстових матеріалів. Молодіжний портал «Пороги» активно застосовує цей формат; у розділі «Статті» містяться численні матеріали на основі подкастів, створених початківцями-журналістами.

4. Аудіоілюстрації – звукові компоненти, що додаються до певних частин тексту як додатковий контент. Інтернет-видання «Пороги» регулярно включає такі елементи до інтерв'ю із музикантами або знаменитостями шоу-бізнесу. Наприклад, у матеріалі А. Ковтуна про музичний гурт «Skystation», крім текстових описів і фотоучасників, наведені аудіофрагменти дебютного альбому гурту.

5. Відеосюжети – завершені відеофрагменти з окремими структурними елементами (зав'язка, кульмінація та розв'язка), що доповнюють текстові

матеріали. Цей формат активно використовується для висвітлення інтерв'ю з музикантами, політичними діячами або у рамках суспільно важливих тем.

Потокове відео з місця подій набуває дедалі більшого значення, особливо в діяльності Інтернет-ЗМІ, які можуть одночасно пропонувати користувачам кілька прямих трансляцій. Завдяки такому формату стало можливим організовувати ток-шоу наживо, де часто поєднуються жанри інтерв'ю та репортажу. Сучасні технології, комп'ютеризація й соціальні мережі значно спрощують роботу журналістів у пошуку та зборі інформації. Зокрема, багато інтерв'ю нині проводиться дистанційно, що економить час і ресурси. Процес взаємодії журналіста з джерелом починається з пошуку потрібної особи у соціальних мережах, перевірки достовірності її профілю, після чого можна зв'язатися через приватні повідомлення або електронну пошту – якщо контактні дані зазначені на сторінці [31]. Соціальні мережі надають широкий спектр можливостей для співпраці: узгодження особистої зустрічі, телефонної розмови чи отримання відповідей текстом у форматі особистих повідомлень або електронної переписки. Отримані матеріали можуть бути представлені у різних формах: записані під час інтерв'ю наживо, за допомогою диктофона під час телефонної розмови чи у письмовому вигляді через електронні сервіси. Такий підхід є зручним для журналістів, адже потребує мінімальної підготовки та оптимізує процес збору інформації. В українських онлайн-виданнях інтерв'ю стає одним із найпоширеніших жанрів незалежно від специфіки ресурсу чи частоти публікацій. Такий формат дозволяє читачам «особисто зустрічатися» зі співрозмовником, дізнаватися інформацію безпосередньо від учасників подій чи очевидців [32]. Н. Костенко наголошує, що ключ до успішного інтерв'ю для Інтернет-видань полягає у ретельній підготовці журналіста. Він має глибоко розбиратися у темі розмови, володіючи знаннями на рівні об'єкта інтерв'ю. Структура бесіди повинна бути добре опрацьована: від її початку та розвитку до завершення, дотримуючись принципів драматургії. Отримана інформація стає основою для створення тексту, після чого можна перейти до мультимедійного оформлення матеріалу. Особливого значення набуває дизайн сторінки, який включає

розташування тексту, вставку фото або відеоматеріалів. Мультимедійні технології є перспективним напрямком в інформатизації, орієнтованим на залучення читацької аудиторії онлайн-видань. Завдяки інтеграції мультимедіа та гіпермедіа створюється середовище, що сприяє розвитку ключових компетентностей, таких як інформаційна та комунікативна. Використання інтерактивних елементів в інтерв'ю дозволяє ефективно систематизувати й візуалізувати інформацію, що посилює сприйняття читачем. Такий підхід активізує увагу та пізнавальну діяльність як на свідомому рівні, так і на підсвідомості.

2.2. Роль аудиторії й комунікаційних практик у створенні та поширенні контенту

Аудиторія відіграє ключову роль у створенні та популяризації контенту в сучасному інформаційному середовищі. Її участь є невід'ємною складовою успішної комунікації, адже саме споживачі контенту визначають його актуальність і потенційний вплив. Завдяки зростанню інтерактивності платформ і можливості зворотного зв'язку аудиторія перестала бути пасивним елементом інформаційного процесу. Сьогодні вона виконує двоєдину функцію: з одного боку, виступає реципієнтом, споживаючи контент; з іншого боку – активним учасником його формування, адаптації та поширення. Зворотний зв'язок від аудиторії сприяє оперативному коригуванню змісту, тематики чи формату, забезпечуючи більшу релевантність матеріалу для цільової групи [30].

Соціальні мережі й інші діджитальні платформи стали майданчиком, де кожен користувач має змогу не лише коментувати й оцінювати контент, але й виступати медіатором, ділитися ним із власним колом знайомих або навіть створювати авторські матеріали. Таким чином, аудиторія здатна переосмислювати й перепаковувати отриману інформацію, додаючи власні інтерпретації або модифікації. Ключовим елементом цієї взаємодії є механізм користувацького контенту (user-generated content – UGC), що перетворює аудиторію на співтворців контенту, стимулюючи їх до активної участі в створенні

інформаційного продукту [31]. Це сприяє залученості та формуванню особливої довіри між контентотворцем і аудиторією. Водночас роль аудиторії в процесі поширення контенту є фундаментальною для забезпечення його вірусного ефекту або стрімкого охоплення великих груп людей. Саме динаміка лайків, репостів і обговорень визначає масштаб популярності матеріалу в цифровому просторі. Ефективність передачі інформації залежить від психологічних, соціальних та культурних характеристик аудиторії, її інтересів і вподобань. Таким чином, аудиторія є не лише споживачем контенту, але й важливим партнером у його створенні та розповсюдженні, формуючи сучасну екосистему цифрової комунікації. Її активна участь сприяє більшій інтеграції процесів творення інформації із реальними потребами суспільства, а також підвищує якість і значущість контенту в умовах конкурентного інформаційного середовища [29].

Аудиторія виступає ключовим елементом у процесі створення та поширення контенту, одночасно виконуючи роль споживача та активного учасника. Глибоке розуміння її потреб і пріоритетів дозволяє розробляти релевантний матеріал, а зворотний зв'язок допомагає удосконалювати його якість та досягати більшої ефективності. Крім того, аудиторія часто взаємодіє зі створеним контентом: обговорює його, ділиться ним з іншими та сприяє його популяризації. Вагомий вплив аудиторії на створення контенту можна розділити на кілька аспектів: зворотний зв'язок: Аудиторія виступає джерелом цінної інформації, яка допомагає контент-мейкерам зрозуміти сильні та слабкі сторони свого продукту, визначаючи, що слід змінити або оновити. Генерація ідей. Інтереси, потреби та реакції аудиторії часто стають джерелом натхнення для нових проєктів і тем. Аналіз коментарів чи обговорень може забезпечити свіжий погляд на створення контенту. Співтворчість Аудиторія активно долучається до процесу через механізми, такі як конкурси, голосування чи спільну роботу над конкретними проєктами. Персоналізація. Ретельне дослідження цільової групи дає можливість створювати контент високого ступеня персоналізації, який точно відповідає очікуванням і перевагам своєї аудиторії. Окрім створення контенту, аудиторія відіграє центральну роль у його розповсюдженні. Активність у

соціальних мережах: Завдяки функціям «поділитися» або «репост», користувачі безпосередньо впливають на охоплення контенту в цифровому просторі. Усне поширення. Рекомендації від однієї особи іншій значно сприяють формуванню позитивного іміджу та зростанню популярності матеріалів поза інтернетом. Вплив на рішення. Контент може стимулювати аудиторію до конкретних дій, наприклад, вибору товарів, послуг або підтримки певних ідей. Створення трендів. Висока активність аудиторії навколо окремих постів чи відео може закладати основи нових культурних чи медійних феноменів.

Наприклад, туристичний блогер може використовувати коментарі від своєї аудиторії як джерело ідей для наступних відео, розробляти матеріал відповідно до запитів підписників і поширювати його через свою платформу. Аудиторія, своєю чергою, буде взаємодіяти з контентом, демонструючи його своїм друзям або заявляючи про свою підтримку у коментарях, тим самим допомагаючи збільшити охоплення. Отже, роль аудиторії в процесі створення й поширення контенту складно переоцінити. Її активність є рушійною силою успіху будь-якого контент-проєкту, роблячи взаємодію між творцями й споживачами центральним аспектом сучасної медійної екосистеми [28].

Сучасне інтерв'ю як комунікативний жанр переживає значні зміни, що зумовлені динамікою цифрової епохи, розвитком медійного простору та змінними потребами суспільства. У цьому контексті особливого значення набувають комунікативні стратегії, які визначають структуру та зміст взаємодії між інтерв'юером і респондентом. Важливо зазначити, що традиційні підходи до проведення інтерв'ю, де основною метою була лише передача інформації чи отримання відповідей на поставлені запитання, поступово поступаються місцем складнішим формам комунікації. Зараз інтерв'ю, окрім інформативної функції, виконує розважальну, емоційну і навіть тактичну роль, спрямовану на створення певних вражень у аудиторії.

Одною з ключових змін є адаптація до нових форматів медіакомунікації, зокрема врахування швидкості споживання контенту та необхідності утримання уваги глядачів. Такі аспекти вимагають від журналістів та ведучих створювати

динамічні та інтерактивні сценарії, що сприяють залученню аудиторії через елемент інтриги, емоційну залученість чи використання нестандартних прийомів. Крім того, акцент зміщується на суб'єктивність і приватність: респонденти часто виступають не тільки як джерело інформації, але й як особистість із унікальним досвідом і поглядами. Це підриває традиційний принцип односторонньої передачі даних і перетворює інтерв'ю на діалогічну форму спілкування з можливістю імпровізації та підтримки живої бесіди. Таким чином, у сучасному інтерв'ю чітко прослідковуються нові тенденції, що відзначаються більшою демократизацією комунікації, орієнтацією на емоційний контакт із аудиторією та інтенсифікацією взаємодії між учасниками процесу. Зміна цих стратегій формує новий обрис жанру, який стає відображенням соціальних і технологічних трансформацій нашого часу [27]. Будь-який текст, особливо журналістський, виконує функцію, яку можна окреслити як «слово для справи» – термін, запропонований В. Різуном. Основна мета такого тексту полягає у здійсненні впливу, що зазвичай спрямований на масову аудиторію, так звану «невизначену множину». У випадку інтерв'ю, специфіка текстового формату передбачає залучення щонайменше двох учасників процесу – респондента та інтерв'юера. Інтерв'ю функціонує як платформа для їхньої комунікації, де респондент виступає ключовим носієм інформації, тоді як інтерв'юер відіграє стратегічну роль, визначаючи якість, повноту і ступінь інформативності створеного матеріалу.

Першочерговою стратегією інтерв'ю є його репрезентація, спрямована на привернення уваги читачів. Ця стратегія реалізується на рівні редакції та автора шляхом використання як вербальних, так і невербальних прийомів. Інформативно-пошукова функція тексту оформлюється через постійні тематичні рубрики (наприклад: Діалоги; Діалоги про вічне; Інтерв'ю «Поступу»; Десь на дивані; Пряма мова; Зустрічі; Інтерв'ю; Актуальне інтерв'ю; Ексклюзив тощо), а також початкові стереотипні мовні структури (наприклад: Розмова з ...). Значущими є заголовки, що номінально акцентують увагу на респондента.

Увагу читача додатково привертають фотографія або серія фото респондента, графічно виділені вислови з бесіди, а також використання

додаткових семіотичних способів організації тексту: кольори, шрифти, малюнки та інші візуальні елементи. Одним із ключових композиційних компонентів, котрий стимулює зацікавлення до матеріалу, на нашу думку, є оригінальний заголовок. При цьому фотографія як візуальний елемент теж займає важливе місце у структурі інтерв'ю. Практика зазначення респондента у заголовку є однією з сучасних та ефективних форм подання журналістських матеріалів у друкованих засобах масової інформації. Проте сама по собі стратегія привернення уваги виходить за межі використання лише власного імені респондента та включає багатогранний набір творчих і редакційних прийомів.

У сучасному інтерв'ю для забезпечення якісної комунікації використовуються різноманітні стратегії та тактики. Стратегія являє собою загальний план задля досягнення цілей, тоді як тактика зосереджується на конкретних мовленнєвих діях для їх реалізації. Ефективність такого спілкування залежить від чітко визначеної мети, мінімізації бар'єрів та взаємного розуміння мовленнєвих аспектів. Нижче наведено кілька ключових комунікативних стратегій, що найбільш поширені в сучасній практиці проведення інтерв'ю:

Стратегія встановлення контакту. Привітання та представлення: Початок з ввічливого вітання та представлення обох сторін сприяє формуванню атмосфери довіри. Невербальне спілкування. Акцент на мові тіла, зоровому контакті та виразах обличчя для демонстрації щирої поваги до співрозмовника. Неформальна бесіда. Розпочинання розмови з легких загальних запитань допомагає створити розслаблену атмосферу перед переходом до головних тем.

Стратегія активного слухання. Демонстрація уваги: Використовуйте невербальні сигнали, як-от кивання головою і підтримка візуального контакту, а також прості вербальні реакції на кшталт «Так», «Я вас розумію». Перефразування та узагальнення. Перефразуйте відповіді співрозмовника для уточнення деталей і узагальнюйте основні аспекти. Уточнюючі запитання. Ставте додаткові запитання для поглиблення розуміння та прояву справжньої зацікавленості. Стратегія управління комунікацією. Послідовність запитань: завчасно підготуйте список запитань, забезпечуючи логічну структуру інтерв'ю.

Чіткість у формулюваннях. Уникайте складних формулювань – запитання мають бути короткими і зрозумілими. Уникнення нав'язування думок. Утримуйтеся від висловлення власної позиції, якщо це не передбачено форматом розмови.

Ефективний розподіл часу. Грамотно плануйте тривалість кожного питання, щоб охопити всі важливі аспекти. Стратегія зворотного зв'язку. Підсумовування ключових моментів. Наприкінці розмови узагальніть основні тези, аби переконатися у правильному розумінні позиції співрозмовника. Запит додаткової інформації. Запропонуйте співрозмовнику доповнити або уточнити окремі аспекти своїх відповідей. Подяка за участь. Висловіть вдячність за наданий час і корисну інформацію. Стратегія адаптації. Аналіз аудиторії: Попереднє ознайомлення з характеристиками аудиторії дозволить краще адаптувати формат спілкування і вибір питань. Спрощення мовлення: Спілкуйтеся доступною мовою, уникаючи надмірної технічності чи жаргонізмів, коли це необхідно. Гнучкість у спілкуванні. Проявляйте готовність коригувати план розмови у відповідь на несподівані ситуації. Комплексне використання зазначених стратегій і тактик сприятиме успішному проведенню інтерв'ю, досягненню поставлених цілей і формуванню позитивного враження про вас як комунікатора [26].

2.3. Інтерактивність як ключова характеристика інтерв'ю у цифровому середовищі

Інтерактивність виступає важливим елементом сучасного інтерв'ю, особливо в умовах швидкого розвитку цифрового середовища. Вона забезпечує прямий зв'язок між учасниками комунікації, створюючи простір для динамічного обміну інформацією, що сприяє глибшому розумінню теми та формуванню довірчих відносин. Цифрові платформи з їх багатофункціональними можливостями дозволяють не лише ставити запитання й отримувати відповіді, але й активно залучати аудиторію до процесу спілкування. Розвиток інтерактивних технологій сприяв появі нових форматів інтерв'ю, де учасники не обмежуються

стандартними формами діалогу. Завдяки таким інструментам, як онлайн-чати, відеоконференції та інтерактивні трансляції, комунікація стає багатовимірною і охоплює ширшу аудиторію. Наприклад, інтерактивність дозволяє глядачам коментувати хід інтерв'ю в реальному часі, ставити запитання, які модератор може включити до дискусії, або навіть брати участь у голосуваннях, що впливають на розвиток теми розмови. Особливо значущою інтерактивність є в діяльності засобів масової інформації, які оптимізують свої матеріали для цифрових платформ. Інтерв'ю стало доступним через соціальні мережі [8].

Слід також зазначити, що інтерактивність змінює традиційні ролі інтерв'юера та респондента. Межі між ними поступово розмиваються, адже аудиторія стає суб'єктом комунікації, що напряду впливає на зміст бесіди. Такий модернізований підхід не тільки змінює формат інтерв'ю, але й вимагає нових навичок від журналістів та медіафахівців, які працюють у цифровій сфері. Таким чином, інтерактивність у цифровому середовищі є не просто характеристикою, а ключовою складовою сучасного інтерв'ю. Вона сприяє посиленню взаємодії між учасниками комунікаційного процесу, створюючи платформу для більш глибокого осмислення теми й формування взаємозв'язку між різними зацікавленими сторонами [25]. Існує кілька різновидів цифрових інтерв'ю, кожен з яких передбачає застосування сучасних технологій для оптимізації процесу відбору кандидатів. Зокрема, можна виділити наступні типи. Відеоінтерв'ю в режимі реального часу. Даний формат передбачає проведення онлайн-інтерв'ю у прямому ефірі, що найбільше нагадує традиційну особисту співбесіду. Учасники взаємодіють у режимі реального часу, створюючи атмосферу, схожу до фізичної зустрічі. Одностороннє відеоінтерв'ю. У цьому випадку кандидат записує свої відповіді на попередньо підготовлені запитання за допомогою спеціального відеосервісу. Інтерв'юер переглядає ці записи у зручний для нього час, що забезпечує гнучкість для обох сторін [7]. Асинхронне інтерв'ю. Цей формат передбачає обмін запитаннями та відповідями через інтегровані онлайн-платформи або сервіси для обміну повідомленнями. Інтерв'юер надсилає список запитань, а кандидат відповідає у встановлені часові рамки, що дозволяє уникати

необхідності синхронізації часових поясів. Панельне інтерв'ю з кількома інтерв'юерами. Тут мова йде про відеоінтерв'ю у режимі реального часу, яке включає участь кількох представників компанії. Такий формат дозволяє групі інтерв'юерів одночасно оцінювати кандидата, забезпечуючи різносторонній погляд на його компетенції. Інтерв'ю у форматі віртуальної реальності. Використання технології віртуальної реальності дозволяє відтворити атмосферу особистої зустрічі, надаючи можливість компанії оцінювати поведінку кандидата в ситуаціях, близьких до реальних робочих умов. Автоматизоване цифрове інтерв'ю. У цьому випадку процес співбесіди здійснюється за допомогою спеціалізованих програмних засобів, які ставлять стандартні запитання і збирають відповідні відповіді. Це прискорює процес відбору найкваліфікованіших кандидатів, одночасно знижуючи витрати часу. Кожен із зазначених типів цифрових інтерв'ю має свої сильні та слабкі сторони, які необхідно враховувати залежно від конкретних потреб організації та специфіки вакансії. Ефективність їх застосування залежить від контексту і чіткого розуміння цілей відбору [24].

Інтерв'ю у цифровому середовищі набули значної популярності завдяки швидкому розвитку технологій. Цей метод комунікації дозволяє ефективно проводити дослідження, спілкування чи відбір кандидатів на роботу, навіть перебуваючи на значній відстані один від одного. Водночас цифровий формат має свої ключові переваги та слабкі сторони, які варто враховувати залежно від мети використання. Перше, на що звертається увага серед переваг, – це зручність. Завдяки цифровим платформам, таким як Zoom, Microsoft Teams або Google Meet, інтерв'ю можна організувати без необхідності фізичної присутності, що економить час та ресурси. Це особливо актуально для міжнародних компаній або дослідників, які працюють з респондентами з різних географічних регіонів. Другою важливою перевагою є можливість запису.

Учасники можуть заздалегідь погодити запис розмови, що дозволить в подальшому детально проаналізувати зміст, уникнувши помилок на етапі інтерпретації інформації. Однак цифровий формат має і свої недоліки. Одним із найбільш критичних є технічні проблеми, такі як нестабільне інтернет-з'єднання

чи проблеми з програмним забезпеченням. Вони можуть не лише переривати інтерв'ю, але й впливати на якість спілкування між сторонами. Підсумовуючи, інтерв'ю у цифровому середовищі є універсальним інструментом, який поєднує сучасні технології та швидкість комунікації. Проте для максимальної ефективності цього методу необхідно враховувати як його переваги, так і можливі обмеження, адаптуючи формат роботи до конкретних умов і потреб.

Висновки до розділу 2. У другому розділі бакалаврської роботи було проаналізовано особливості інтерв'ю в контексті нових медіа, зокрема у соціальних мережах та на веб-платформах. Проведене дослідження дозволяє зробити такі висновки:

1. Характеристики інтерв'ю у цифрових середовищах. Соціальні мережі та веб-платформи докорінно змінили формат і спосіб проведення інтерв'ю. Основними рисами сучасного інтерв'ю є швидкість створення контенту, доступність для широкої аудиторії та можливість використання мультимедійних елементів. Це дозволяє зробити спілкування більш динамічним та інтерактивним.

2. Роль аудиторії та зміна комунікативних стратегій. У цифровому середовищі аудиторія перестала бути лише пасивним споживачем інформації. Вона активно впливає на створення, поширення та навіть зміст інтерв'ю через коментарі, вподобання, репости та інші форми взаємодії. Це суттєво змінює традиційні моделі комунікації між журналістом і респондентом. Нові медіа диктують необхідність адаптації комунікативних стратегій. Інтерв'юери дедалі частіше використовують неформальний тон, короткі формати запитань та відповіді, а також інтерактивні елементи, щоб залучити аудиторію і підтримувати її увагу.

3. Інтерактивність як ключовий елемент. Однією з найважливіших характеристик інтерв'ю у цифровому середовищі є інтерактивність. Завдяки сучасним технологіям з'являється можливість миттєвого зворотного зв'язку, що дає змогу оперативно реагувати на запити аудиторії та коригувати напрямок бесіди.

Таким чином, нові медіа суттєво трансформували як форму, так і зміст інтерв'ю, зробивши його більш доступним, динамічним та орієнтованим на взаємодію з аудиторією. Ці зміни відкривають нові можливості для журналістів, але водночас ставлять перед ними виклики щодо збереження якості контенту та етичних стандартів у цифрову епоху.

РОЗДІЛ 3

ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА: АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ЖАНРУ ІНТЕРВ'Ю У НОВИХ МЕДІА

3.1. Огляд та порівняльний аналіз прикладів інтерв'ю

Після вибору інтерв'ю варто виділити кілька ключових аспектів для аналізу та порівняння:

1. Структура інтерв'ю. Чи є воно чітко структурованим? Як побудовані питання — чи вони логічно пов'язані між собою?
2. Стиль ведення розмови. Чи домінує формальний або неформальний тон? Як ведучий взаємодіє зі співрозмовником — через відкриті запитання чи більше керує розмовою?
2. Зміст питань. Чи охоплюють питання глибокі аспекти теми? Наскільки вони сприяють розкриттю особистості співрозмовника?
3. Емоційний аспект. Чи створюється комфортна атмосфера для гостя? Як це впливає на щирість відповідей?
4. Аудиторія. Як враховується цільова аудиторія? Чи адаптується стиль під її потреби та інтереси?

Порівняльний аналіз дозволить побачити відмінності у підходах до інтерв'ю на українських та міжнародних платформах. Наприклад, в українських інтерв'ю часто більше уваги приділяється соціально-політичним темам, тоді як міжнародні платформи можуть робити акцент на особистісних історіях або глобальних проблемах.

Для проведення якісного аналізу інтерв'ю з відомими діячами української культури, такими як Ірма Вітовська та Ада Роговцева, варто звернути увагу на кілька важливих аспектів. Кожне з цих інтерв'ю може стати джерелом цінної інформації, яка допоможе краще зрозуміти їхній творчий шлях, життєві принципи

та підходи до роботи. Ось як можна структуровано підійти до аналізу таких інтерв'ю.

Ірма Вітовська давно зарекомендувала себе не лише як талановита акторка театру та кіно, але й як активна громадська діячка. В її інтерв'ю часто звучать теми культури, мови, національної ідентичності та соціальної відповідальності.

Ключові аспекти для аналізу.

- Соціальна позиція. Як Ірма висловлює свої думки щодо важливих суспільних питань? Які приклади вона наводить зі свого життя чи професійної діяльності?

- Творчий підхід. Що для неї означає мистецтво? Як вона обирає ролі та проєкти, в яких бере участь?

- Особисті цінності. Які принципи формують її життєву філософію? Як це відображається в її роботі?

Ірма Вітовська – це приклад митця, який використовує свою популярність для поширення важливих ідей. Її слова часто надихають до дій і змушують задуматися над тим, що кожен із нас може зробити для суспільства.

Ада Роговцева: легенда українського театру та кіно. Ада Роговцева – це ім'я, яке асоціюється з високим мистецтвом і бездоганною майстерністю. Її інтерв'ю – це завжди джерело мудрості, життєвого досвіду та натхнення.

Ключові аспекти для аналізу.

- Життєвий досвід. Як її багаторічний шлях у мистецтві вплинув на її світогляд? Які уроки життя вона вважає найважливішими?

- Професійна етика. Що для неї означає бути актрисою? Як вона ставиться до викликів у професії?

- Погляд на молоде покоління. Як Ада Роговцева оцінює сучасний стан українського мистецтва? Які поради вона дає молодим акторам?

Інтерв'ю з Адою Роговцевою – це завжди можливість доторкнутися до глибини української культури. Її слова надихають на те, щоб берегти свої корені та розвивати мистецтво в гармонії з традиціями.

Для всіх респондентів важливо звернути увагу на:

1. Теми й ідеї: Які основні меседжі транслиують герої?
2. Особистісний аспект: Що ми дізнаємося про їхній характер, цінності та життєві пріоритети?
3. Вплив на суспільство: Як їхні слова можуть вплинути на аудиторію?

Проведення такого аналізу дозволить не лише краще зрозуміти цих видатних особистостей, але й глибше зануритися в сучасний культурний контекст України. Такий підхід допоможе не лише краще зрозуміти специфіку інтерв'ю в різних культурах, але й стане корисним інструментом для тих, хто прагне вдосконалити свої навички у цій сфері.

Для проведення аналізу українських подкастів, присвячених культурним та мистецьким тематикам, було обрано кілька популярних проєктів, які висвітлюють життя і творчість відомих діячів культури. Серед них: «Культура в деталях», «Інтерв'ю з легендою», «Сцена і за лаштунками», а також «Голоси сучасного мистецтва». Кожен із цих подкастів має унікальний підхід до подачі матеріалу, що робить їх цікавими для різних сегментів аудиторії.

Першим розглянемо подкаст «Культура в деталях». Це авторський проєкт журналістки Олени Мельник, яка детально розбирає культурні феномени України – від народної творчості до сучасного мистецтва. Подкаст зареєстрований у 2019 році та має понад 8 тисяч підписників на YouTube. У ньому можна знайти інтерв'ю з відомими акторами, музикантами, письменниками та художниками. Наприклад, один із найпопулярніших випусків – розмова з письменницею Оксаною Забужко про роль літератури в сучасному світі. Випуск зібрав понад 12 тисяч переглядів.

Подкаст вирізняється своєю глибиною та аналітичним підходом до обговорення тем. Ведуча задає гостям незручні, але важливі запитання, які спонукають до роздумів. Особливої уваги заслуговує формат подкасту: кожен епізод супроводжується візуальними матеріалами – фотографіями, архівними відео та цитатами.

Наступний подкаст – «Інтерв'ю з легендою». Це серія бесід із видатними діячами української культури, такими як Ада Роговцева, Богдан Ступка та Іван

Малкович. Проект створений культурним фондом «Український Ренесанс» у 2020 році. На сьогодні він має понад 15 тисяч підписників на популярних стримінгових платформах, таких як Spotify та Apple Podcasts.



Рис. 3.1. Актриса Ада Роговцева

Особливістю цього подкасту є те, що він фокусується на життєвих історіях гостей: їхніх викликах, перемогах і навіть поразках. Наприклад, в одному з епізодів Ада Роговцева розповідає про те, як театр змінив її життя і чому вона вважає культуру основою національної ідентичності. Цей випуск став найпопулярнішим у серії, зібравши понад 25 тисяч прослуховувань.

Третій подкаст – «За лаштунками». Це проект театрального критика Андрія Савченка, який дає змогу слухачам зазирнути у закулісся театрального життя. Ведучий запрошує до розмови режисерів, акторів та драматургів, щоб обговорити їхній творчий процес та виклики. Подкаст був створений у 2021 році й уже має понад 5 тисяч підписників на YouTube [48].

Один із найцікавіших випусків – інтерв'ю з Ірмою Вітовською про її роль у виставі «Сталкери» та значення соціального театру в Україні. Глибокі роздуми акторки про взаємозв'язок мистецтва та суспільства викликали значний інтерес серед слухачів і зібрали понад 8 тисяч переглядів [52].



Рис. 3.2. Актриса Ірма Вітовська

Останнім у нашому аналізі є подкаст «Голоси сучасного мистецтва». Цей проєкт створений молодими кураторами галерейного мистецтва, які прагнуть популяризувати українське сучасне мистецтво. Подкаст зареєстрований у 2022 році й за короткий час здобув популярність серед молоді. Його слухають понад 3 тисячі підписників на платформах Google Podcasts та SoundCloud [23].

Кожен епізод присвячений окремій темі або митцю. Наприклад, один із випусків розповідає про творчість Олександра Ройтбурда та його вплив на сучасне українське мистецтво. Подкаст також часто порушує питання фінансування культури, ролі меценатів і впливу міжнародних трендів на українських художників [24].

Загалом усі чотири подкасти є цінними джерелами інформації для тих, хто цікавиться українською культурою та мистецтвом. Вони не лише висвітлюють творчий шлях відомих українських діячів, але й допомагають глибше зрозуміти їхній світогляд, мотивацію та внесок у розвиток культури країни [50].

3.2 Практичний кейс створення інтерв'ю та рекомендації щодо вдосконалення жанру у нових медіа

Марія Єременко – талановита акторка, яка вже здобула визнання у світі театру та кіно. Її ролі вирізняються глибиною, щирістю та емоційністю. Сьогодні ми маємо нагоду дізнатися більше про її творчий шлях, джерела натхнення та плани на майбутнє. Знялася та озвучила наступні ролі в фільмах, мультфільмах, серіалах: Плеймейкерка, роль: Алі, Барбі, м/с «Барбі. Нас дві», Відьмак, роль: Єннефер, одного разу в Голлівуді, роль: «Хіппі Кицька» Marvel, роль: віртуальна помічниця Тоні Старка - П'ятниця Альфачі, роль: Еліф Вулиця Сезам на Нетфлікс, Зої серіал Чорний список, всі жіночі ролі.

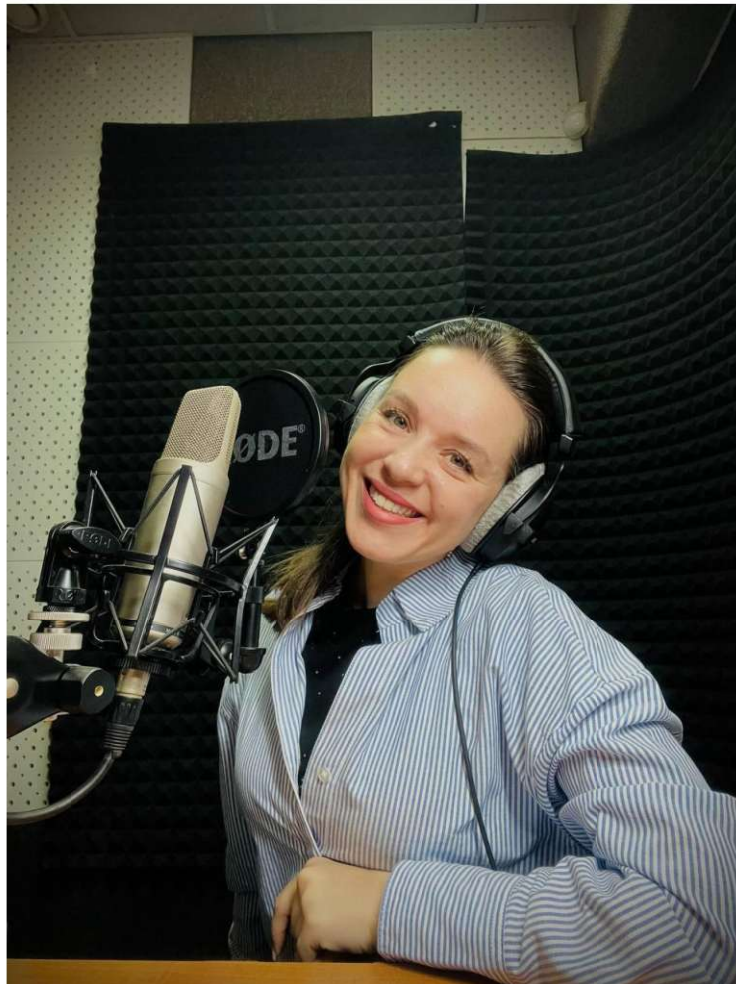


Рис. 3.3. Марія Єременко

Одна з найвідоміших українських голосів у сфері дубляжу. Її голосом говорять герої голлівудських блокбастерів, популярних серіалів та улюблених мультфільмів. Ми мали нагоду поспілкуватися з Марією про її творчий шлях, виклики професії, улюблені ролі та секрети успіху. Про що вона нам далі і розповіла.

Як почалася ваша історія в акторській професії? Чи пам'ятаєте момент, коли зрозуміли, що хочете стати акторкою?

– Мій шлях до творчості почався ще в дитинстві. Я завжди любила увагу, співала пісні в транспорті, магазинах та навіть у чергах. У п'ять років батьки віддали мене до народного ансамблю «Світанок», де я співала в хорі та вела концерти як ведуча. Постійні виступи на сцені під час музичних фестивалів в Україні та за кордоном допомогли мені зрозуміти, що моє покликання – це творчість. Тому я вирішила вступати до КНУТКІТ ім. Карпенка-Карого. Цікаво, що я навіть не пробувала вступати на акторський факультет, а одразу обрала спеціальність «диктор, ведуча програм телебачення». Проте під час навчання у нас було багато практичних занять з акторської майстерності, і я змогла спробувати себе в різних ролях – як ведуча, журналістка, режисерка та акторка.

Які виклики ви зустрічали на початку своєї кар'єри? Як ви їх долали?

– Виклики є в кожній професії, і акторська – не виняток. Найважче на початку – знайти своє місце серед сотень талановитих людей. Але головне – зрозуміти, що саме тобі найбільше подобається: бути в кадрі, писати тексти, брати інтерв'ю чи виступати на сцені. Я пробувала себе в різних напрямках: журналістиці, зйомках кіно, реклами, театру, дубляжу. Це був довгий шлях пошуку себе. Найскладніше – це отримати перші ролі. Тобі часто відмовляють, але це нормально. Треба працювати над собою, заявляти про себе і не боятися питати поради у досвідчених колег. Головне – не опускати рук і пам'ятати: успіх приходить до тих, хто наполегливо йде до своєї мрії.

Розкажіть про вашу улюблену роботу в озвучуванні або дубляжі. Що зробило її особливою?

– Однією з найулюбленіших моїх робіт є роль Єннефер з серіалу «Відьмак». Це був справжній виклик! Її історія – від звичайної дівчини до могутньої чаклунки – вимагала величезної емоційної віддачі та глибокого занурення в образ. Працюючи над цією роллю, я буквально відключалася від реальності біля мікрофону. Це був неймовірний досвід! З нетерпінням чекаю на п'ятий сезон.

Чи були моменти сумнівів у виборі професії? Як ви знаходили мотивацію рухатися далі?

– Звісно, були моменти, коли я сумнівалася у своєму виборі. Акторська професія не дає стабільності – немає фіксованої зарплати чи гарантій. Скільки проєктів вдалося знайти – стільки й заробив. Іноді я думала: «Може, варто було обрати щось більш стабільне або значуще, як-от медицина?» Але щоразу розуміла: моя робота мене надихає та заряджає енергією. Це те, що я вмію робити добре і що приносить мені задоволення.

Як ви готуєтесь до ролей? Чи маєте якісь особливі ритуали?

– Для мене головне – це знати текст. Коли ти добре орієнтуєшся в матеріалі, ти можеш додавати емоції та підтексти. Але якщо текст «тримає», все інше може зруйнуватися. Наприклад, одна з моїх останніх ролей перед декретною відпусткою була дуже емоційно складною: моя героїня опиняється в підвалі, прикута кайданами, і намагається вирватися на свободу. Це було взимку, в холодному приміщенні, і я мала кричати від страху й грати наповну. Хоч мені дійсно було страшно через атмосферу на зйомках, я вже знала про свою вагітність і попросила режисера уникнути фізично небезпечних сцен.

Як ви потрапили у сферу озвучування та дубляжу?

– Це трапилося ще на першому курсі університету. Моя викладачка сценічної мови Тетяна Бура запропонувала мене на кастинг дубляжу для фільму «Діти шпигунів-3». Хоч я тоді кастинг не пройшла через брак досвіду, мене залишили в базі голосової студії LeDoyen і згодом почали запрошувати на роботу. Але справжній дубляж я почала робити лише через три роки після того першого кастингу.

Що вам більше до вподоби – дубляж чи озвучування? Чим вони відрізняються?

– Кожен із цих напрямків має свої особливості та переваги. Дубляж – це командна робота з режисером, який знає весь сюжет і допомагає акторам краще зрозуміти персонажів. Ми не бачимо фільм чи серіал заздалегідь – усе відбувається безпосередньо під час запису. Це справжнє мистецтво – одразу потрапити в характер персонажа чи інтонацію оригінального актора.

Озвучування ж дає більше свободи: одна людина може озвучувати кількох персонажів різного віку чи навіть статі. Наприклад, я можу озвучувати і 3-річного хлопчика, і мультяшну собаку або грибок! У дубляжі ж враховують вік актора та персонажа: наприклад, я можу дублювати героїнь віком від 20 до 35 років.

Чи є роль або персонаж вашої мрії? Що вам найбільше цікаво як акторці?

– Мені подобаються ролі складних і багатогранних персонажів, за чийм розвитком цікаво спостерігати протягом усього сюжету. Наприклад, Єннефер із «Відьмака» стала для мене такою героїнею. Також мені дуже близька Алі з серіалу «Плеймейкерки» – вона емоційна, цілеспрямована і працьовита. Щодо мультфільмів – люблю озвучувати Барбі за її жіночність і Зої з «Вулиці Сезам» за її чарівність.

Ви працювали з багатьма відомими артистами. Розкажіть про цей досвід.

– Мені пощастило працювати з такими професіоналами дубляжу, як Володимир Терещук (голос багатьох фільмів на Новому каналі), Павло Лі (голос Фродо із «Хоббіта»), Катерина Брайковська (голос Марго Роббі), Павло Скороходько (голос Деніела Редкліффа) та іншими талановитими колегами. У кіно я співпрацювала з такими акторами, як Анастасія Карпенко, Євген Яновський, Олексій Нагрудний та Анна Кошмал.

Також я мала честь працювати зі співачкою Наталією Валецькою та брати інтерв'ю у таких зірок українського шоу-бізнесу та кіноіндустрії, як Тіна Кароль, Надя Дорофєєва, Ахтем Сеїтаблаєв та Ольга Сумська.

Як ви справляєтеся з публічністю? Чи важко залишатися собою поза сценою?

– Не вважаю себе знаменитістю. Так, певна публічність є завдяки моєму блогу в Instagram, але вона мінімальна. Найбільше мені не подобається фамільярність незнайомців – коли люди звертаються до мене так, ніби ми давні друзі. Проте я намагаюся залишатися собою завжди – і на сцені, і поза нею. Ми всі рівні й маємо поважати одне одного.



Рис. 3.4. Марія Єременко

Що б ви порадили молодим людям, які мріють стати акторами? Які якості важливі для успіху?

– Найголовніше – залишатися собою й розвивати свої здібності. Не намагайтеся імітувати когось іншого – шукайте свій унікальний стиль. Багато навчайтеся поза навчальними закладами: відвідуйте воркшопи й майстер-класи. Це може бути недешево, але цінність отриманих знань того варта.

Оточіть себе людьми, які вірять у вас і підтримують ваш розвиток. Водночас будьте чесними із собою та іншими – це дуже важливо для побудови кар'єри. І пам'ятайте: невдачі – це частина шляху до успіху. Вони допомагають нам ставати кращими й сильнішими. Головне – ніколи не здаватися і йти до своєї мети!

Марія Єременко – це приклад того, як віра у себе й наполеглива праця, ідеї та натхнення допомагають подолати всі перешкоди на шляху до мрії. Її історія надихає, мотивує й нагадує нам про те, що кожен має право слідувати своєму покликанню та знаходити щастя у тому, що любить робити найбільше!

Рекомендації щодо вдосконалення жанру у нових медіа. У межах дослідження окреслено необхідність удосконалення жанру в контексті нових медіа з огляду на їхню специфічну динаміку та адаптивний характер. Нові медіа, як багатовимірна платформа для генерації та поширення інформації, вимагають ґрунтовного перегляду традиційних жанрових підходів з урахуванням інтерактивності, мультимедійності та швидкості комунікації. За результатами аналізу запропоновано наступні рекомендації щодо поліпшення жанрового аспекту в сучасних медіаплатформах. Активне використання гібридних жанрових форм. У контексті нових медіа доцільно поєднувати традиційні жанри з інноваційними підходами, зокрема інтерактивними елементами, відеоконтентом, візуалізацією даних та використанням алгоритмів персоналізації. Адаптація жанру до особливостей платформи. Кожна соціальна мережа чи цифровий ресурс має специфічні вимоги та аудиторію; відтак необхідно адаптувати жанровий стиль відповідно до функціональних можливостей платформи. Забезпечення динамічності та варіативності контенту. Медіа повинні оперативно реагувати на зміни суспільних настроїв та вподобань аудиторії, інтегруючи нові тренди в межах жанрового виконання. Впровадження аналітично-осмисленого підходу до формування контенту. Медіа-жанри мають враховувати потребу не лише в інформаційній насиченості, але й у глибині аналізу й коректності подачі фактів. Посилення етичної складової жанру. Ураховуючи доступність і швидкість

поширення інформації в нових медіа, важливо забезпечити дотримання принципів достовірності та відповідальності за створений контент.

Реалізація зазначених рекомендацій сприятиме формуванню якісного, конкурентоспроможного контенту, здатного задовольнити потреби сучасного суспільства та ефективно інтегруватися в інформаційний простір нових медіа. Розвиток жанрів в нових медіа відбувається через інтеграцію в мультимедійне середовище, використання інтерактивних можливостей і активну участь аудиторії. Це створює нові виклики для журналістів, які повинні освоювати сучасні інструменти, такі як відео, подкасти, інфографіку, і розробляти контент, що ефективно залучає користувачів. Серед основних аспектів впливу на еволюцію жанрів у нових медіа варто виділити: Мультимедійність Завдяки новим технологіям журналістика отримує можливість комбінувати текст, зображення, відео, аудіо та інтерактивні елементи в одному матеріалі. Це робить контент більш захоплюючим і наочним [48]. Наприклад, новинний матеріал може містити відеорепортажі, інфографіку, інтерактивні карти чи коментарі читачів. Інтерактивність Зворотний зв'язок з аудиторією став однією з ключових характеристик сучасної цифрової журналістики. Доступ до коментарів, опитувань, вікторин, онлайн-чатів і соціальних мереж дозволяє залучати користувачів у процес спілкування та збирати їх думки. Персоналізація Завдяки застосуванню алгоритмів обробки даних та аналітики контент можна адаптувати до уподобань конкретної аудиторії [41].

Журналісти отримують можливість створювати персоналізовані новини, тематичні рекомендації і спеціальні пропозиції для читачів. Швидкість і оперативність Нові медіа суттєво прискорюють поширення інформації. Журналісти повинні бути готовими швидко реагувати на актуальні події, перевіряти достовірність даних і представляти контент у зручному форматі. Адаптація мови та стилю Сучасний медійний простір диктує потребу у зміні стилю подачі матеріалу. Тексти стають коротшими, більш акцентованими на суть і пристосованими до швидкого читання. Онлайн-спілкування також впливає на мовні тенденції – активно використовуються сленг, емоджі та інші неформальні

елементи. Етичні виклики Розвиток нових медіа породжує низку етичних проблем, як-от поширення фейкових новин, дезінформація, мова ворожнечі та недостовірний контент [51]. Журналісти несуть відповідальність за дотримання високих стандартів професійної етики і боротьбу із негативними явищами. Експерименти з жанрами Новітні технології відкривають шлях до появи нових форм журналістики – від відеоблогів і подкастів до інтерактивних історій та віртуальних турів. Ці формати дозволяють творчо переосмислювати традиційні методи взаємодії з аудиторією [49]. Таким чином, еволюція жанрів у нових медіа вимагає від журналістів постійної гнучкості і здатності знаходити баланс між інноваціями та традиціями. Важливо належно освоювати сучасні технології, створювати контент із мультимедійною складовою, залучати аудиторію до активної участі та підтримувати високий рівень професійної етики.

Висновки до розділу 3. У третьому розділі кваліфікаційної роботи було проведено аналіз сучасного стану жанру інтерв'ю у нових медіа, що дозволило виявити основні тенденції, переваги та недоліки цього виду контенту. На основі огляду та порівняльного аналізу прикладів інтерв'ю з українських та міжнародних платформ було зроблено висновок, що жанр інтерв'ю активно адаптується до вимог цифрової епохи, проте стикається з низкою викликів.

Проведений аналіз продемонстрував, що українські медіа активно переймають міжнародний досвід, зокрема у використанні інтерактивних форматів, мультимедійних елементів та персоналізованого підходу до аудиторії. Водночас було виявлено, що якість підготовки та подачі матеріалів у деяких випадках поступається через недостатню увагу до деталізації, контексту та глибини розкриття теми. Практичний кейс створення інтерв'ю дозволив на практиці перевірити ефективність сучасних підходів до підготовки матеріалів у цьому жанрі. Зокрема, використання мультимедійних інструментів, таких як відео- та аудіоформати, а також інтерактивні елементи, значно підвищує зацікавленість аудиторії. Однак важливим залишається дотримання балансу між технологічними інноваціями та якісним змістом. На основі проведеного

дослідження були сформульовані рекомендації щодо вдосконалення жанру інтерв'ю у нових медіа. Зокрема, акцент зроблено на важливості ретельної підготовки до інтерв'ю, поглибленій роботі з експертами, створенні емоційно насичених історій та використанні сучасних технологій для залучення ширшої аудиторії. Це дозволить українським медіа не лише відповідати світовим стандартам, але й створювати унікальний контент, здатний конкурувати на міжнародній арені. Таким чином, результати аналізу підтвердили актуальність теми дослідження та відкрили перспективи для подальшого вдосконалення жанру інтерв'ю у нових медіа.

ВИСНОВКИ

Робота, присвячена дослідженню інтерв'ю як жанру нових медіа, дозволяє глибше зрозуміти сучасний стан та особливості цього формату комунікації в умовах цифровізації та стрімкого розвитку інформаційних технологій. У межах бакалаврської роботи було проаналізовано теоретичні аспекти, практичні приклади й окреслено перспективні напрями удосконалення жанру.

Перший розділ висвітлив основні поняття та теоретичні засади, зокрема визначення інтерв'ю у журналістському контексті, характеристики нових медіа, а також еволюцію жанру в умовах цифрового середовища. Це дозволило зрозуміти, як трансформації інформаційного простору вплинули на форму та зміст подачі матеріалів.

У другому розділі було детально розглянуто особливості інтерв'ю у нових медіа. Зокрема, проведено аналіз формату інтерв'ю на соціальних мережах та веб-платформах, де активно задіяна аудиторія у створенні та поширенні контенту. Також було вивчено зміну комунікативних стратегій в умовах інтерактивності та технічного прогресу.

Практична частина дослідження включала аналіз сучасного стану жанру за прикладами українських і міжнародних платформ, а також мультимедійних елементів, що використовуються для збагачення контенту. На конкретному прикладі інтерв'ю з Марією Єременко було показано роль інтеграції відео, графічних і текстових компонентів у створенні повноцінного медійного матеріалу. На основі проведеного порівняльного аналізу були виділені основні тренди розвитку жанру інтерв'ю та запропоновано рекомендації щодо його вдосконалення: це акцент на інтерактивності, персоналізації контенту, активному залученні аудиторії через інтеграцію соцмереж та мультимедійних форматів.

Таким чином, цілі роботи успішно досягнуті: було досліджено основні етапи еволюції жанру інтерв'ю в контексті нових медіа та визначено практичні

шляхи його розвитку. Результати можуть бути корисними як для журналістів, так і для медійних платформ, що шукають вдалі стратегії адаптації свого контенту до вимог сучасної цифрової аудиторії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Артамонова І. М. Жанри онлайнової журналістики. *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальна комунікація»*. 2008. №1. С. 302–309.
2. Аньєнс І. Підручник із журналістики. Київ : Вид. дім Києво-Могилян. акад., 2013. 544 с.
3. Афанасьєва К. Інтерв'ю як об'єкт співавторства: веб-сайт. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1517> (дата звернення 09.06.2026)
4. Басовська А. Поняття контенту та його критерії якості. Інтернетжурналістика як нова форма універсального мультмедіа : зб. тез наук.-практ. конф. Миколаїв, 2019. С. 23–28.
5. Бідзіля Ю. Словник журналіста : терміни, мас-медіа, постаті. Ужгород : Закарпаття, 2007. 224 с
6. Білан 2011 – Білан Н.І. Інтернет як простір різних видів соціальних комунікацій. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2011. Вип. 103. Ч. І. С. 46–50.
7. Безугла Л.Р. Діалог, діалогічний текст та діалогічний дискурс. *Вісник Харківського національного університету ім.В.Н.Каразіна. Серія: «Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов»*. 2009. №60. С. 6-11.
8. Березій Н. М. Перспективи розвитку жанру портретного інтерв'ю в мережі інтернет (на прикладі програми «3Е Інтерв'юер» А. Ящечка). *Наукові записки Інституту журналістики*. 2019. №71. С. 64- 71
9. Бобошко Т. М. Діалогічне мовлення як предмет лінгвістичних досліджень. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2012. №62. С. 191-194
10. Василенко М. До. Принцип «дзеркала» як заповідь професійного журналіста. *Актуальні питання масової комунікації*. 2000. Вип. 1. С. 27–29.

11. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія. К. : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. 238 с.
12. Владимиров В. Журналістика, особа, суспільство: проблема розуміння : монографія. Київ: Київський національний університет ім. Тараса Шевченка, 2003. 220 с.
13. Галич В. Олесь Гончар – журналіст, публіцист, редактор: еволюція творчої майстерності : Монографія. Київ: Наукова думка, 2004. 816 с.
14. Галудзіна-Горобець В. І. Трансформаційні процеси жанру телевізійного інтерв'ю в сучасному медіапросторі. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2021. №2. С. 95–102
15. Гапотченко Н. Є. Структурні та жанрово-стилістичні особливості текстів інтерв'ю в сучасній французькій пресі (комунікативнопрагматичний аспект). [дис. канд. філол. наук]. Київський національний лінгвістичний університет. Київ, 2005. 206 с.
16. Гарачковська О. О. Жанрові особливості інтерв'ю в сучасному інформаційному просторі. *Український інформаційний простір*. 2021. №1(7). С. 86-93.
17. Дмитрук О.В. Маніпулятивні прийоми у сучасних ЗМІ. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2002. №13. С. 143-150.
18. Єлісєнко Ю., Полісученко А. Інтеграція новітніх ЗМІ та пошук нових форм спілкування. *Теле- та радіожурналістика*. 2011. №10. С. 158–162.
19. Журналістика та медіа: [довідник] / З. Вайшенберг, Г. Й. Кляйнштойбер, Б. Пьорксен / Перекл. з нім. П. Демешко та К.Макєєв; за загал. ред. В.Ф. Іванова, О.В. Волошенюк. Київ: Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011, 529 с.
20. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: Міністерство освіти і науки України; Львівський національний університет імені І. Франка. 2-е вид., перероб. і доп. Львів: ПАІС, 2004. 268 с

21. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. 2-ге вид., переробл. і допов. Львів: ПАІС, 2004. 268 с
22. Іващук А. А. Трансформація жанрів і проблема їхньої ідентифікації в теорії та журналістській практиці. *Гуманітарна освіта у технічних вищих навчальних закладах*. 2013. №27. С. 375-391
23. Ірма Вітовська. Фраза поза політикою. URL: <https://theukrainians.org/irma-vitovska/> (дата звернення 09.06.2026)
24. Ірма Вітовська. *Шпальта*. URL: <https://shpalta.media/2022/06/29/vi-ne-stanete-patriotom-velikoi-kraini-yakshho-vi-ne-patriot-svogo-krayu-intervyu-z-aktorkoyu-irmoyu-vitovskoyu/> (дата звернення 09.06.2026)
25. Казімова Ю. Р. До поняття формату жанру інтерв'ю у журналістиці. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: «Журналістські науки». 2018. №896. С. 59–62.
26. Калита О.П. Жанрові особливості Інтерв'ю на сторінках українських виданнях. Київ., 2023 р., 309-315 с.
27. Калита О.П. Павлова А.К. Особливості самопрезентації в журналістиці: амбівалентність ідентичностей. Соціальні комунікації: інструменти, технологія і практика. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Запоріжжя, 26–27 лютого 2021 р. Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2021. С. 78–81
28. Кислова О. Нові медіа як комунікативні технології ХХІ століття: наслідки мережевізації та інтелектуалізації комунікацій. Соціальні технології: заради чого? Яким чином? З яким результатом? : монографія / Колектив авторів, наук. ред. В. І. Подшивалкіна. Одеса: Одеський національний університет імені І. І. Мечнікова, 2015. С. 277–288.
29. Косюк О. М. Допит та інтерв'ю : компаративний аспект. Сучасний рух науки : тези доп. VII міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 6-7 червня 2019 р. Дніпро, 2019. С. 847–852.

30. Комунікативні стратегії інтерв'ю. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2048> (дата звернення 05.09.2026)

31. Михайленко В. М. Регулятивна функція запитань у текстах інтерв'ю. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*. 2012. Вип. 22. С. 185–193.

32. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підручник. Вид. 5-те, перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 496 с.

33. Михайлин І. Нарис з історіографії історії української журналістики: Методологічні уроки Івана Франка. *Українська періодика: історія та сучасність*: Дод. та повід. Сьомої Всеукр. наук.-теорет. конф., Львів, 17–18 травня 2002 р. – Л., 2002.

34. Михайлин І. Основи журналістики: веб-сайт. URL: <https://westudents.com.ua/glavy/26445-slovnímolodogo-jurnalsta.html> (дата звернення 09.05.2026)

35. Назаренко Г. Інформаційні жанри журналістики: Навчальний посібник. Частина 2 – К.: НАУ, – 2010. – 64 с.

36. Провали в українському кіно. Ірма Вітовська. URL: <https://rozmova.wordpress.com/category/%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BE%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0-%D1%96%D1%80%D0%BC%D0%B0/> (дата звернення 09.06.2026)

37. Різун В. В., Скотникова Т. В. Методи наукових досліджень у журналістичнознавстві : навч. посіб. / 2-е вид., переробл. і доп. Київ : Преса України, 2008. 144 с

38. Розенберг С. Блоги як високе мистецтво відвертості. URL: <http://osvita.mediasapiens.kiev.ua/material/2306>

39. Салига П. Г. Інтернет як засіб масової комунікації : конспект лекцій. Київ : Жовта стріла, 2007. 24 с

40. Сербін С. Рольові функції маніпулятора в прямоефірних інтерв'ю. *Медіапростір: збірник наукових статей із соціальних комунікацій*. Тернопіль :ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2015. Вип. 7. С. 32–41
41. Симоніна Н. В. Класифікація сучасного телевізійного інтерв'ю. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: «Філологія. Соціальні комунікації»*. 2012. №27. С. 180-184.
42. Скишляк І. І. Прийоми інтерв'ювання у різних медіаформатах (на прикладі творчого проекту «Крафтова журналістика»). Львів : Український католицький університет, 2020. 93 с
43. Сущук М. Як медіа можуть використовувати YouTube в своїй роботі. URL: <http://surl.li/atshom> (дата звернення 09.05.2026)
44. Титаренко Д., Титаренко О. Дослідницьке інтерв'ю : методичні рекомендації з організації та проведення дослідження. Київ : ТОВ «Праймдрук», 2012. 40 с.
45. Техніка інтерв'ю. Електронний ресурс. Режим доступу. <https://journalistic-space.webnode.com.ua/l/magiya-zatishnogo-krisla/> (дата звернення 09.06.2026)
46. Чабаненко М. В. Інтернет-ЗМІ як складова система засобів масової інформації України : монографія. Запоріжжя : ЗНУ, 2011. 97 с
47. Чічановський А., Старіш О. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем : підручник. Київ : Грамота, 2010. 567 с.
48. Чекмишев О. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2004. 129 с.
49. Чуприна Л. Соціальні мережі як інструмент реалізації громадських ініціатив. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2015. Вип. 41. С. 55–63.
50. Яремчук О. Особливості газетного інтерв'ю як різновиду тексту та дискурсу. *Studia Methodologica*. Тернопіль : Тернопільський нац. пед. ун-т ім. В. Гнатюка, 2014. № 38. С. 221–225.

51. Яремчук В. Поняття, функції та особливості соціальних Інтернетмереж.
URL: <http://naub.oa.edu.ua/2015/>
52. Zuckerberg M. One of our big focus areas for 2018 is making sure the time we all spend on Facebook is time well spent, 2018. URL: <https://www.facebook.com/zuck/posts/10104413015393571>