

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»**

**Кафедра журналістики
Спеціальність 061 «Журналістика»**

Кваліфікаційна бакалаврська робота

на тему:

« Практика створення інтерв'ю в сучасних ЗМК »

Студентка 4 курсу,
Групи « Жур-21-дист»

Ведула Дарина Тарасівна

Науковий керівник :
Кандидат філологічних наук
Доцент

Момот Неля Миколаївна

Попередній захист:

(Висновок: «До захисту в Екзаменаційній комісії»)

Завідувач кафедри

Момот Н.М.

(Підпис)

(Прізвище, ініціали)

(Дата)

Київ — 2025 рік

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНТЕРВ'Ю ЯК ЖАНРУ ЖУРНАЛІСТИКИ.....	6
1.1. Поняття та особливості інтерв'ю в журналістиці.....	6
1.2. Типологія інтерв'ю: критерії та класифікація	13
1.3. Етичні та правові аспекти роботи журналіста під час створення інтерв'ю	19
РОЗДІЛ 2. ТЕХНОЛОГІЯ СТВОРЕННЯ ІНТЕРВ'Ю В СУЧАСНИХ ЗМК.....	27
2.1. Особливості підготовки інтерв'ю: вибір теми, героя, розробка запитань.....	27
2.2. Методика проведення інтерв'ю: стилі спілкування, технічні засоби, способи запису	33
2.3. Використання цифрових технологій у створенні та поширенні інтерв'ю	39
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ІНТЕРВ'Ю У ЗМК.....	46
3.1. Жанрові особливості та інноваційні формати інтерв'ю в епоху діджиталізації (подкасти, стріми, соціальні мережі).....	46
3.2. Перспективи розвитку жанру інтерв'ю	53
ВИСНОВКИ.....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	64

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сучасні медіа зазнають системних трансформацій, пов'язаних із діджиталізацією комунікацій, розвитком інтерактивних платформ та зміною комунікативних практик. Інтерв'ю як жанр журналістики зберігає свою популярність, водночас видозмінюючись за формою, способом подачі та технікою створення. Суттєвий вплив на еволюцію інтерв'ю справляють цифрові інструменти, мобільна журналістика, зростання ролі персоналізованих медіа. Незважаючи на тривалу традицію існування жанру, у науковому полі спостерігається потреба у систематизації сучасної практики його реалізації, класифікації форматів та вивченні етичних і правових викликів, зумовлених зміною комунікативного середовища.

Мета роботи – дослідити сучасну практику створення інтерв'ю в ЗМК, зосередивши увагу на теоретичному підґрунті жанру, технології підготовки та реалізації, інноваційних форматах подачі в умовах діджиталізованого медіапростору.

Завдання дослідження:

- з'ясувати специфіку інтерв'ю як жанру журналістики, його структуру, функції, типи;
- проаналізувати типологічні підходи до класифікації інтерв'ю;
- охарактеризувати етичні та правові обмеження, пов'язані з роботою журналіста під час створення інтерв'ю;
- дослідити алгоритм підготовки інтерв'ю: від вибору теми до формулювання запитань;
- вивчити стилі ведення інтерв'ю та технічні способи його фіксації;
- охарактеризувати особливості редагування інтерв'ю у текстовому, аудіо– та відеоформатах;
- дослідити використання цифрових технологій у створенні та поширенні інтерв'ю;
- здійснити контент–аналіз сучасних інтерв'ю у ЗМК;

- визначити інноваційні формати інтерв'ю в умовах цифрової епохи.

Об'єкт дослідження – інтерв'ю як комунікативна одиниця журналістики.

Предмет дослідження – сучасні технології створення, подачі та поширення інтерв'ю в ЗМК.

Методи дослідження:

- теоретичний аналіз наукових джерел із жанрології та медіазнавства;
- метод класифікації типів інтерв'ю;
- контент–аналіз інтерв'ю в сучасних ЗМК;
- метод телевізійного, радіо та програмного дискурсу;
- тематичний аналіз тексту;
- метод узагальнення;
- спостереження за практикою створення інтерв'ю на конкретному телеканалі (в межах практики).

Наукова новизна полягає у комплексному підході до аналізу інтерв'ю як сучасного трансформованого жанру журналістики в цифрову епоху, узагальненні інноваційних форматів, а також запропонуванні алгоритму створення інтерв'ю із залученням цифрових інструментів.

Практична значимість полягає у можливості використання результатів дослідження в навчальному процесі для підготовки майбутніх журналістів, при створенні дидактичних матеріалів та у професійній діяльності журналістів–практиків.

Інформаційна база дослідження: наукові праці з теорії журналістики, збірники фахових статей, публікації в наукових журналах, інтерв'ю в аудіо–та відеоформаті, розміщені на офіційних платформах телеканалів, YouTube, подкаст–сервісах, а також електронні ресурси.

Практична база дослідження формувалась шляхом аналізу медіаконтенту інтерв'ю в електронних ЗМІ, зокрема подкаст-платформ, YouTube-каналів і новинних сайтів. Об'єктами аналізу стали інтерв'ю

журналістів із представниками громадськості, експертами, митцями та політиками, що були оприлюднені у відкритому доступі у 2023–2024 роках.

Структура роботи: робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг – 71 сторінка.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНТЕРВ'Ю ЯК ЖАНРУ ЖУРНАЛІСТИКИ

1.1. Поняття та особливості інтерв'ю в журналістиці

Інтерв'ю в журналістиці посідає унікальне місце як форма публічного діалогу, що поєднує особистісну комунікацію з об'єктивізованим поданням фактів, суджень, оцінок та емоцій. З одного боку, інтерв'ю функціонує як спосіб отримання інформації від джерела, а з іншого – як жанрова структура, яка втілює логіку оповіді, структурованої за принципами публіцистичної драматургії. Цей жанр характеризується гнучкістю, адже дозволяє реалізовувати як інформаційні, так і аналітичні та художньо–документальні цілі. Журналіст в інтерв'ю виконує не лише функцію передавача інформації, а й модератора, провокатора дискусії, інтерпретатора смислів. Через це інтерв'ю не зводиться до простого відтворення бесіди, а трансформується в текст, що несе комунікативне навантаження, має композиційну завершеність і спрямований на конкретну аудиторію [13, с. 18].

В журналістиці інтерв'ю розглядається не просто як розмова, а як мовленнєва подія, яка породжує текстову реальність з вираженим авторським баченням, драматургією та риторикою. Його можна подати у вигляді прямої мови респондента, як виклад відповідей із коментарями журналіста, або у формі монологічного оповідання, що все одно зберігає ознаки діалогічного походження. Інтерв'ю завжди передбачає наявність двох комунікаторів: журналіста, який ініціює контакт, керує його перебігом і відповідає за остаточне оформлення матеріалу, і респондента, який надає змістовний контент, що є предметом журналістського аналізу, відбору та структурування. Відтак, інтерв'ю як жанр об'єднує інтенції обох учасників комунікації, перетворюючи їхню взаємодію на змістовний продукт журналістики, де істотне значення мають не тільки відповіді, а й спосіб постановки питань, характер реплік, ритм і логіка розгортання дискурсу. Ця жанрова форма не підлягає суворим нормативним обмеженням, а радше визначається за

функціональними ознаками, такими як мета комунікації, рівень участі журналіста, тип респондента, інтенсивність інформаційного навантаження.

Комунікативна природа інтерв'ю ґрунтується на діалогічності, яка реалізується через вербальну взаємодію журналіста й респондента. На відміну від монологічних жанрів, у яких автор повністю контролює інформаційний простір, інтерв'ю передбачає взаємовплив суб'єктів мовлення. Такий підхід зумовлює необхідність імпровізації, емоційної чутливості, стратегічного мислення з боку журналіста. Питання не лише відкривають теми, а й задають тональність комунікації, впливають на ритм і зміст відповідей. Діалогічна структура дозволяє розкривати неочевидні смисли, провокувати думки, які в інших жанрових формах залишилися би за межами тексту [17, с. 26].

За комунікативною логікою інтерв'ю виконує функції актуалізації інформації, її ускладнення через рефлексії респондента, а також формування нових смислів унаслідок синергетичної взаємодії між сторонами. Важливо, що журналіст не завжди грає роль нейтрального ретранслятора. Навпаки, він виконує функцію смислового фільтра, оскільки добирає цитати, репліки, фрази, які підсилюють основну інтенцію матеріалу. Комунікативна структура інтерв'ю також передбачає наявність вербальних і невербальних компонентів, які можуть бути зафіксовані в тексті за допомогою ремарок, описів, інтонаційних маркерів. В умовах нових медіа ця діалогічність доповнюється візуальними й звуковими кодами, які зміщують акценти, додають експресії та трансформують сприйняття інформації.

Жанрова природа інтерв'ю постає як сукупність структурних, стилістичних і прагматичних характеристик, що реалізуються у вигляді публікації з певною композицією. Вона передбачає наявність вступу, де журналіст окреслює тему, мотивує вибір респондента й визначає загальний напрям розмови, основної частини з питально-відповідною логікою або монологічним викладом і завершення, що містить підсумки, висновки або відкритий фінал, який стимулює подальші роздуми читача. Внутрішня драматургія інтерв'ю часто побудована за принципами конфлікту, антиномій,

зіткнення точок зору або розкриття особистих мотивів. Це додає текстові емоційної напруги та викликає зацікавлення аудиторії. Важливою рисою жанру є гнучкість, яка дозволяє трансформувати інтерв'ю під потреби конкретного медіа: від жорсткої фактографії в новинній журналістиці до літературного опрацювання в авторських програмах чи документальних фільмах. Усі ці форми зберігають основний принцип – взаємодію з іншим голосом, іншим досвідом, іншим баченням світу. У цьому сенсі інтерв'ю виконує ще й функцію соціального інтерфейсу, який поєднує масову аудиторію з конкретною постаттю, її біографією, переконаннями, стилем мислення [8, с. 25].

Методологічно інтерв'ю не зводиться лише до жанру, а виступає як спосіб отримання інформації, що застосовується на всіх етапах журналістської діяльності – від збору матеріалу до його аналізу. У практичній площині журналіст здійснює підготовку до інтерв'ю через дослідження особистості респондента, аналіз теми, вибір концептуальної рамки. Важливо збудувати стратегічну схему питань, яка дозволить перейти від загальних формулювань до конкретних тем, і водночас залишити простір для непередбачених відповідей. Така методика передбачає багаторівневу організацію комунікації – з одного боку, планування логіки інтерв'ю, а з іншого – готовність до імпровізації. У журналістській практиці використовуються різні типи інтерв'ю – інформаційне, аналітичне, портретне, експертне, проблемне, провокаційне, емоційне [16, с. 11].

Кожен із них має свої параметри і визначається залежно від мети, аудиторії, платформи та медійної стратегії. Усі ці різновиди функціонують у межах спільного комунікативного коду, де журналіст і респондент взаємодіють у межах чітко визначеної інформаційної ситуації. У сучасній журналістиці з розвитком цифрових форматів інтерв'ю може існувати як текст, подкаст, відео, стрим або інтерактивний контент. Це зумовлює трансформацію формату: з'являються нові вимоги до візуального супроводу, монтажу, інтерактивності, а також нові жанрові гібриди, у яких інтерв'ю

поєднується з документалістикою, художніми елементами, соціальними мережами. Цифрова журналістика сприяє підвищенню швидкості обігу інформації, що вимагає від журналіста більшої оперативності й адаптивності. У цих умовах інтерв'ю перестає бути лінійною формою комунікації, натомість перетворюється на медіаподію, що має візуальну, звукову, текстову структуру, і може транслюватися через різні канали одночасно.

Журналістська етика в інтерв'ю визначає межі допустимої поведінки у процесі комунікації. Це стосується не лише дотримання балансу думок чи перевірки фактів, а й делікатності у формулюванні питань, поваги до приватності респондента, дотримання домовленостей. Журналіст повинен зберігати професійну дистанцію, не втручатися у біографічний чи емоційний простір респондента без підстав, утримуватись від маніпуляцій, монтажних перекручень чи виривання фраз з контексту. Особливо це стосується публічних персон, політиків, жертв насильства, учасників воєн, внутрішньо переміщених осіб або людей із травматичним досвідом. Порушення етичних засад може призвести до дискредитації матеріалу, втрати довіри аудиторії, а в окремих випадках – до юридичних наслідків. Водночас журналіст має право захищати суспільний інтерес, виявляючи факти, які приховуються або є суспільно значущими. Саме баланс між журналістською відповідальністю та професійною автономією формує довіру до інтерв'ю як до надійного джерела інформації [19, с. 8].

Інтерв'ю як форма журналістського тексту має багатовимірну функціональність, що дозволяє одночасно реалізовувати комунікативні, соціокультурні, пізнавальні та інтерпретативні завдання. Воно виконує функцію отримання, фіксації, структурування та публічного оприлюднення вербальної інформації, яка має суспільне значення. При цьому інтерв'ю не обмежується лише механічним відображенням висловлювань респондента, а трансформується в авторське бачення ситуації, поданої крізь призму розмови. Через діалог журналіст створює наратив, що відповідає вимогам конкретного медіа–продукту, з урахуванням аудиторних запитів, редакційної політики,

тематичного спрямування. У публічному дискурсі інтерв'ю стає інструментом репрезентації різних соціальних голосів – експертів, очевидців, публічних осіб, активістів, митців, політичних діячів. Завдяки цьому воно стає механізмом включення персонального досвіду в простір масової комунікації. У цьому процесі значущою є не лише інформація, яку повідомляє респондент, а й модус подачі – інтонації, емоції, контекстуальні натяки, риторичні стратегії. Все це дозволяє формувати багатосаровий смисловий простір, де кожна репліка набуває додаткового виміру через спосіб її формулювання, попередній контекст, позицію журналіста, характер публікації. Інтерв'ю активізує когнітивну взаємодію читача, слухача чи глядача, стимулює критичне осмислення інформації, сприяє формуванню власних оцінок, а отже, виконує функцію комунікативного посередництва між джерелом знання та масовою аудиторією [2, с. 24].

Інтерв'ю в журналістиці виконує низку функцій, що виходять за межі простої інформаційної передачі. Однією з таких функцій є соціальна – інтерв'ю формує образи героїв сучасності, репрезентує їхні позиції, цінності, досвід. Це створює поле ідентифікації для аудиторії, дозволяє налагодити зв'язок між публічним і приватним, інституційним і особистим, буденним і винятковим. Через публічне інтерв'ю суспільство отримує змогу долучитися до рефлексії над подіями, явищами, конфліктами, що відбуваються в реальному часі. Ще однією функцією є пізнавальна – інтерв'ю розкриває не лише фактичну інформацію, а й логіку мислення респондента, стиль його аргументації, контури його картини світу [3, с. 11].

Це дозволяє не просто дізнатися щось нове, а й навчитися бачити ситуацію з іншої перспективи, оцінити різні точки зору, побудувати власну позицію. Крім того, інтерв'ю сприяє формуванню емоційного фону подачі матеріалу. Емоції, які зчитуються з відповідей, манери мовлення, реакцій, створюють атмосферу довіри або, навпаки, відчуження, підсилюють або послаблюють ефект впливу. Завдяки цьому інтерв'ю стає не лише способом передавання інформації, а й формою впливу на громадську думку, оскільки

здатне акцентувати увагу на певних темах, спрямовувати інтерпретаційні вектори, формувати колективну рефлексію. У журналістському полі це виявляється у способі постановки питань, стилі мови, виборі тематики, монтажі відповідей, акцентах, які встановлюються в заголовках, підзаголовках, візуальному супроводі.

Функціональна ефективність інтерв'ю значною мірою залежить від здатності журналіста будувати комунікацію відповідно до комунікативної ситуації. Це передбачає володіння методами соціальної перцепції, здатність до аналітичного слухання, стратегічне мислення в процесі формування лінії бесіди. Структура інтерв'ю повинна бути логічно впорядкованою, з урахуванням жанрового різновиду, тематики, типу респондента. Наприклад, у портретному інтерв'ю доречно використовувати психологічно глибокі питання, що розкривають особистість героя, тоді як у проблемному чи експертному інтерв'ю акцент зміщується на аналітичний зміст, факти, прогнози, оцінки. Усі ці варіації передбачають адаптацію стратегії спілкування до ситуаційних параметрів – соціального статусу респондента, рівня підготовленості аудиторії, формату медіа. У контексті сучасного медіаполя з його полікодовістю та багатоформатністю інтерв'ю адаптується до різних платформ – телебачення, радіо, друкованих і онлайн-видань, соцмереж, подкастів, YouTube-каналів. Це впливає на структуру матеріалу, його ритм, тривалість, візуальні та звукові акценти. Наприклад, у форматі відеоінтерв'ю значущими стають невербальні елементи – міміка, жести, тембр голосу, паузи. У подкастах – інтонаційна структура, темп мовлення, емоційні акценти. В текстових форматах – точність формулювань, стилістична виразність, композиційна завершеність [14, с. 5].

Гнучкість жанрової форми інтерв'ю дозволяє інтегрувати його в різні типи журналістських продуктів – від новинного повідомлення до розслідування, від аналітичного матеріалу до художньо-документального нарису. Воно здатне виконувати як самостійну функцію, будучи окремою одиницею публікації, так і бути включеним у більшу композиційну структуру

– репортаж, статтю, цикл матеріалів. Залежно від цього змінюється функціональне навантаження інтерв'ю: в одному випадку воно може бути центральним змістовим блоком, в іншому – ілюстрацією, коментарем, доповненням. Жанрова гнучкість виявляється також у можливості трансформації структури матеріалу: від класичного формату з чітким чергуванням запитань і відповідей – до адаптованих форм, у яких зберігається лише фрагментарність діалогу або й повністю переосмислюється логіка комунікації. В таких випадках журналіст організовує текст як аналітичний виклад думок респондента, часто з елементами інтерпретації, аналітики, стилістичного монтажу. У межах цього підходу інтерв'ю не є статичним жанром, а стає динамічною формою взаємодії між журналістом, респондентом та аудиторією, де кожен з учасників впливає на результат – змістовий, формальний, емоційний [7, с. 283].

Інтерв'ю як журналістська форма постійно перебуває у процесі трансформації під впливом медіатехнологій, соціальних запитів, політичних і культурних контекстів. У XXI столітті воно зазнало значних змін, пов'язаних із діджиталізацією, гібридизацією жанрів, зростанням ролі особистісного контенту. Поява нових медіа зруйнувала традиційні межі між формальним і неформальним, офіційним і приватним, масовим і нішевим. Сучасні інтерв'ю дедалі частіше реалізуються у форматі «живої розмови», де журналіст не просто ставить питання, а активно включається в діалог, деколи навіть у формі рівноправного співрозмовника або опонента. Це змінює динаміку матеріалу, робить його менш формалізованим, більш емоційним і відкритим до експромтів. Водночас така гнучкість не заперечує вимог до професійної підготовки журналіста – навпаки, вона її ускладнює. У нових форматах зростає значення навичок фасилітації, модерації, глибокої предметної обізнаності, комунікативної гнучкості. Журналіст повинен не лише вміти слухати, а й створювати умови для розкриття співрозмовника, налагоджувати довіру, утримувати логіку розмови, керувати ритмом і напрямком діалогу. У цьому

полягає сутність інтерв'ю як інтелектуальної форми журналістики, що вимагає високого рівня компетенції, етики, емпатії та соціальної відповідальності.

Таким чином, інтерв'ю у журналістиці – це не лише техніка збору інформації, а глибоко рефлексивна форма медіа–комунікації, що дозволяє поєднувати факт і оцінку, персональне і суспільне, раціональне й емоційне. Його функціональне призначення полягає у створенні простору для діалогу, в якому формується публічний дискурс, відображається соціальна динаміка, конструюється образ реальності. Завдяки жанровій гнучкості, інтерв'ю пристосовується до змін у медіа–ландшафті, зберігаючи при цьому свою ідентичність як засобу пізнання, комунікації та інтерпретації. Його особливість полягає у здатності бути не лише джерелом інформації, а й формою соціального досвіду, який передається через мову, контекст, наратив, риторику. Це перетворює інтерв'ю на унікальний жанровий інструмент сучасної журналістики, здатний задовольнити інформаційні, емоційні та когнітивні потреби масової аудиторії у складних умовах сучасного світу.

1.2. Типологія інтерв'ю: критерії та класифікація

Типологізація інтерв'ю в журналістиці передбачає виокремлення низки структурно–функціональних класифікаційних груп, кожна з яких ґрунтується на специфічних критеріях змістовного, формального або прагматичного характеру. Найпоширенішою є класифікація за змістом, яка дозволяє впорядкувати інтерв'ю залежно від характеру тематики, цільової спрямованості матеріалу, інтенцій комунікації, рівня емоційного залучення сторін та способу подачі інформації. На підставі тематичного навантаження інтерв'ю поділяють на інформаційні, проблемні, портретні, іміджеві та розважальні. Кожен із цих різновидів реалізує окрему модель комунікації між журналістом і респондентом, відрізняється за стилістикою, структурною організацією, типом аргументації та форматом подачі. Інформаційні інтерв'ю мають на меті отримання нових фактів, уточнення даних, роз'яснення поточних подій, їх відрізняє оперативність, лаконізм, нейтральний тон,

орієнтація на максимально чітку подачу змісту. У них журналіст фіксує відповідь на конкретне запитання без додаткового контексту або емоційного забарвлення. Це може бути коментар експерта, оцінка події очевидцем, пояснення офіційної позиції представником інституції. У таких інтерв'ю переважає пряме цитування, а респондент виступає джерелом первинної інформації, яка доповнює або поглиблює новинний матеріал [20, с. 13].

Проблемне інтерв'ю орієнтоване на виявлення причин, аналіз наслідків, виявлення тенденцій або суперечностей у межах конкретного питання. Його особливість полягає у фокусі на глибокому розкритті певної теми, що передбачає не тільки перелік фактів, а й інтерпретацію, порівняння, моделювання можливих сценаріїв. У таких інтерв'ю респондент зазвичай є фахівцем у певній галузі або учасником подій, що надає його судженням ознак експертності. Журналіст у цій формі виконує функцію аналітичного модератора, який послідовно вибудовує лінію запитань, логіку комунікації, створює умови для розгортання змісту через уточнення, порівняння, уточнення позицій. Це інтерв'ю відрізняється складною структурою, високою щільністю інформаційного наповнення, поєднанням фактажу й аналітики. Портретне інтерв'ю, своєю чергою, концентрується на особистості респондента, розкриває його біографічний, психологічний, етичний, естетичний вимір. У цьому випадку основною метою є не передача фактів, а створення цілісного образу людини, її поглядів, переконань, життєвих колізій. Таке інтерв'ю вимагає від журналіста високого рівня емпатії, уважності до нюансів мовлення, здатності побудувати розмову у формі довірливої, але не фамільярної бесіди. Особливу увагу тут приділяють деталям, які розкривають індивідуальність співрозмовника: стилю мислення, міміці, жестам, реакціям на запитання, інтонаціям. У результаті утворюється не лише текст, а й нарративна структура, яка презентує особистість респондента в певному контексті – соціальному, культурному, професійному [12, с. 95].

Іміджеве інтерв'ю покликане сформувати або підтримати позитивне враження про респондента. Воно активно використовується у публічній

комунікації, політичному медіапросторі, рекламно–просувальній діяльності. Основна мета такої форми – не лише інформувати, а й конструювати бажане уявлення про респондента як успішного, компетентного, харизматичного або привабливого суб'єкта. Структура інтерв'ю вибудовується таким чином, щоб підкреслити позитивні риси, обійти гострі теми або подати їх у сприятливому світлі. При цьому журналіст часто діє в межах заздалегідь погодженого сценарію, запитання узгоджуються з героєм або його представниками, у тексті допускаються стилістичні ретуші, компліментарні ремарки. Попри свою публіцистичну форму, іміджеве інтерв'ю має багато спільного з піар–технологіями та брендуванням. Розважальні інтерв'ю зорієнтовані на створення легкої, динамічної, емоційно забарвленої комунікації, мета якої – утримати увагу аудиторії, розважити, викликати позитивне враження. Вони часто використовуються в лайфстайл–журналістиці, телевізійних шоу, інтернет–блогах. Стилiстика таких інтерв'ю відзначається неформальністю, дотепністю, використанням метафор, гри слів, жартів. У центрі комунікації – не проблема або подія, а особистісне спілкування, враження, курйозні ситуації, емоційні реакції. Жанрові межі тут часто розмиті, допускається імпровізація, асоціативне мислення, несподівані повороти теми. Респондент і журналіст функціонують як співтворці медіа–продукту, у якому інформація поступається місцем враженню, а логіка розповіді визначається не зовнішніми подіями, а внутрішнім ритмом розмови [5, с. 18].

Іншою важливою основою для типологізації інтерв'ю є форма його проведення, яка визначається способом фіксації інформації, характером комунікації, наявністю або відсутністю фізичного контакту між журналістом і респондентом. Залежно від цього виокремлюють очні (прямі), дистанційні (опосередковані), текстові та відеоінтерв'ю. Очні інтерв'ю передбачають безпосередню присутність журналіста та респондента в одному просторі, що дозволяє використовувати як вербальні, так і невербальні засоби комунікації. Така форма дає змогу глибше розкрити психологічні нюанси взаємодії, підвищити ступінь довіри, оперативно реагувати на репліки співрозмовника,

коригувати хід бесіди відповідно до інтонацій, реакцій, емоційного стану. Очне інтерв'ю характеризується високим рівнем спонтанності, динамічності, відкритості, що особливо актуально при створенні портретних, аналітичних чи глибинних розмов. Наявність зорового контакту створює умови для підвищеного емоційного залучення, що позитивно впливає на глибину й щирість відповідей. Дистанційне інтерв'ю відбувається за допомогою засобів зв'язку – телефон, електронна пошта, месенджери, відеозв'язок. Його перевага полягає в доступності та економії часу, особливо коли респондент перебуває в іншому місті чи країні, або з інших причин не може бути присутнім особисто. Проте така форма має обмеження в плані невербальної комунікації, емоційного обміну, можливості гнучко модифікувати структуру розмови. У телефонних інтерв'ю зберігається інтонаційна складова, але втрачається зоровий контакт; в електронних – навіть інтонація відсутня, і вся взаємодія відбувається на рівні тексту [10, с. 11].

Текстові інтерв'ю передбачають письмову форму фіксації інформації – через обмін листами, повідомленнями, формалізованими анкетами. Така форма зручна для точного цитування, дозволяє респонденту зважено формулювати відповіді, редагувати текст, уникати двозначностей. Однак вона позбавлена елементів живої розмови, знижує динамізм, емоційну виразність, створює ефект дистанції. Часто така форма використовується при взаємодії з офіційними особами, науковцями, міжнародними партнерами, які віддають перевагу письмовим комунікаціям з огляду на точність і контроль над інформацією. Відеоінтерв'ю реалізується у форматі відеозапису або стримінгу. Його характерною рисою є поєднання вербальної й невербальної складової, візуальна привабливість, можливість формування іміджу як респондента, так і журналіста. Відеоінтерв'ю активно використовується на телебаченні, YouTube-платформах, у стрим-сервісах. Вони вимагають особливої підготовки – технічної, логістичної, стилістичної. При цьому важливу функцію відіграє монтаж, режисура, музичний супровід, візуальні ефекти. Такий тип інтерв'ю дозволяє залучити ширшу аудиторію, оскільки

поєднує інформаційність і видовищність, однак водночас підвищує ризик маніпуляцій, виривання фраз із контексту, спотворення змісту через візуальне кодування [4, с. 30].

Типологічна диференціація журналістського інтерв'ю за критерієм комунікативної мети дозволяє глибше осягнути внутрішню структуру цього жанру як складної форми публічного діалогу, що функціонує не лише як інформаційний інструмент, а й як механізм конструювання смислів, репрезентацій і нарративних моделей реальності. Розуміння інтерв'ю в контексті цілеспрямованої комунікації передбачає врахування того, що кожна журналістська взаємодія з респондентом є результатом стратегічного вибору мети, яка формує логіку запитань, стиль мовлення, спосіб фіксації інформації, метод подачі матеріалу та рівень взаємодії з аудиторією [6, с. 17].

Класифікація інтерв'ю за комунікативною метою передбачає розрізнення кількох типів: інформаційне інтерв'ю, спрямоване на отримання актуальних новин або фактологічних уточнень; іміджеве інтерв'ю, сконцентроване на конструюванні позитивного або привабливого публічного образу; документальне або свідченнєве інтерв'ю, що фіксує унікальний досвід, мемуарні реконструкції або трагічні події; аналітичне або експертне інтерв'ю, що прагне до осмислення складних суспільних процесів через авторитетне тлумачення. Такий поділ заснований не на формальних чи жанрових відмінностях, а на функціональній моделі комунікації між журналістом, респондентом та аудиторією. У цьому сенсі кожен тип виконує окреме завдання в структурі масової інформації, водночас зберігаючи базові ознаки інтерв'ю як діалогічної форми.

Інформаційне інтерв'ю є найбільш поширеним у щоденній журналістиці й зорієнтоване на швидке отримання і передачу новинної інформації. У цьому форматі журналіст прагне зафіксувати коментар до події, уточнення позиції, пояснення певної дії чи реакції. Комунікативна мета полягає в максимальній лаконічності, чіткості, відсутності інтерпретацій. Інформація подається у стислій формі, без зайвих уточнень, стилістичних прикрас чи глибоких

роздумів. Респондент у цьому типі функціонує як носій конкретного знання або позиції, що потребує фіксації. Інтерв'ю реалізується у формі коротких реплік, які легко інтегруються в новинний текст або сюжет. У цьому контексті журналіст виконує функцію ретранслятора, але при цьому контролює якість інформації, її точність, відповідність редакційним стандартам. Цей формат часто застосовується у кризових, надзвичайних, політичних, економічних ситуаціях, коли кожна репліка має значення, а будь-яке тлумачення чи суб'єктивізм можуть бути сприйняті як втручання або маніпуляція. Водночас така комунікація вимагає високої професійної реакції, вміння ставити точні й доречні питання у найкоротші терміни, правильно обрати спікера, забезпечити технічну фіксацію розмови. З цієї причини інформаційне інтерв'ю потребує великого рівня мобільності журналіста, його здатності діяти в умовах високої невизначеності та оперативно адаптуватися до змін обставин.

Іміджеве інтерв'ю має іншу цільову орієнтацію – воно не зосереджується на конкретних подіях або новинах, а прагне створити або підтримати певний публічний образ респондента. Його комунікативна мета полягає у формуванні впливу на уявлення аудиторії про особу, її риси, стиль життя, професійну діяльність, соціальну позицію. У цьому типі інтерв'ю журналіст виступає не лише як запитувач, а як режисер комунікації, що ретельно обирає тему, формулювання, емоційний фон, порядок запитань. Такий текст часто доповнюється елементами візуалізації – фото, відео, описами інтер'єру, стилю одягу, манери поведінки. Іміджеве інтерв'ю функціонує як частина публічної презентації, воно тісно пов'язане з технологіями публік рілейшнз, бренд-комунікації, медіастратегії. У межах цього формату респондент не просто відповідає на запитання, а виконує функцію оповідача власної історії, учасника діалогу зі своєю аудиторією. При цьому журналіст забезпечує збалансовану побудову наративу, уникаючи гострих тем або подаючи їх у прийнятному світлі, підтримує позитивну тональність і прагне до гармонізації враження. Такий тип інтерв'ю часто використовують політики, митці, спортсмени, підприємці, тобто особи, які

активно працюють із публічним образом. Іміджеве інтерв'ю створює довготривалий емоційний ефект, зміцнює лояльність аудиторії, формує символічний капітал респондента. Водночас його ефективність залежить від щирості, природності, емоційної відкритості, уміння працювати з репутаційними ризиками та адаптуватися до запитів соціального контексту.

Документальне або свідченнєве інтерв'ю має цілком іншу комунікативну мету – зафіксувати певний досвід, реконструювати минулі події, зберегти свідчення для суспільної пам'яті. Такий тип особливо актуальний у роботі з травматичними подіями – війнами, геноцидом, катастрофами, репресіями, масовими порушеннями прав людини. Інтерв'ю тут виступає не лише журналістським жанром, а й інструментом історіографії, документалістики, антропології, правозахисної діяльності. Його структура відрізняється гнучкістю, розширеною хронологією, доповненнями у вигляді ремарок, описів, фрагментів архівних даних [11, с. 6].

Журналіст у цьому контексті виступає як фасилітатор розповіді, що не тільки ставить питання, а й створює безпечне середовище для розгортання спогадів. Комунікативна мета полягає не в інформуванні, а в збереженні досвіду, його легітимізації, етичному оформленні. Такі інтерв'ю часто мають глибоку емоційну насиченість, вимагають високого рівня довіри між учасниками комунікації, дотримання етичних протоколів, забезпечення згоди на публікацію. Респондент постає не лише джерелом інформації, а суб'єктом, що пережив і осмислив подію, і тепер виконує функцію носія історичної правди. Такі інтерв'ю мають тривалий резонанс, використовуються в меморіальних практиках, документальному кіно, судових процесах, академічних дослідженнях.

1.3. Етичні та правові аспекти роботи журналіста під час створення інтерв'ю

Етичні та правові норми, що регламентують діяльність журналіста під час створення інтерв'ю, становлять складну систему взаємопов'язаних

положень, сформовану на перетині міжнародних правозахисних стандартів, національного медіа–законодавства, журналістської деонтології, практики судових рішень і професійних кодексів. У сучасному інформаційному суспільстві, яке характеризується високим рівнем чутливості до тем приватності, маніпуляції, дискримінації, знеособлення та вторгнення в особистий простір, журналістська етика перестає бути факультативним елементом фахової підготовки і трансформується у конститутивний базис, на якому базується суспільна довіра до медіа [9, с. 11].

В сфері інтерв'ю особливо актуалізується принцип добровільної, свідомої та поінформованої згоди респондента на участь у публічному акті комунікації, з фіксацією та подальшою публікацією його висловлювань. Цей принцип реалізується у вигляді процедур письмового або усного погодження, і у випадках, коли розмова проводиться із соціально вразливими категоріями населення (діти, особи похилого віку, люди з психічними чи фізичними порушеннями, біженці, потерпілі від насильства або травм), надання згоди повинне супроводжуватися додатковими юридичними гарантіями та психоемоційною обізнаністю учасника розмови про наслідки такої участі. У журналістській практиці усталеною є вимога чіткого інформування респондента про мету інтерв'ю, можливість монтажу, контекст публікації, формат видання, аудиторний сегмент, потенційні інтерпретаційні ризики.

Порушення принципу інформованої згоди може кваліфікуватися як професійна недбалість, порушення етичного кодексу або навіть як правопорушення відповідно до статті 182 Кримінального кодексу України, що передбачає відповідальність за порушення недоторканності приватного життя. Правовий режим захисту персональних даних респондента під час інтерв'ю базується на положеннях Закону України «Про захист персональних даних» (2010), який передбачає необхідність отримання згоди на обробку, збереження, поширення персональної інформації, що дозволяє ідентифікувати особу. У європейській практиці, зокрема згідно з Загальним регламентом про захист даних (GDPR, 2016/679), подібні положення набувають

зобов'язального характеру в усіх сферах комунікації, включно з журналістською діяльністю. І хоча журналістика, відповідно до GDPR, має певні винятки в рамках захисту свободи слова, це не звільняє її від обов'язку забезпечення етичної прозорості та гарантування, що особа, яка надає інформацію, робить це усвідомлено, без тиску, шантажу, підміни цілей або мовного насильства. Суттєвим елементом добровільної згоди є можливість респондента відмовитися від інтерв'ю або переглянути свою участь у публікації, якщо контекст змінився, інформація стала чутливою або виникла загроза його безпеці [18, с. 16].

У межах журналістської етики одним із визначальних постулатів є дотримання прав людини в широкому спектрі їх проявів – від права на приватність, захист честі й гідності до права на саморепрезентацію, обмеження вторгнення в інтимну сферу, заборони дискримінаційної риторики та навішування ярликів. У практиці інтерв'ювання це реалізується через принципи недискримінації, толерантності, поваги до особистісної автономії, уникнення упереджених суджень і стереотипних уявлень. Недопустимими вважаються навідні питання, що містять оціночні судження, сарказм, елементи пасивної агресії або ретрансляцію суспільних упереджень щодо статі, раси, сексуальної орієнтації, релігії, національності. Журналіст повинен уникати запитань, що мають дискримінаційне або провокативне навантаження, якщо вони не мають безпосереднього інформаційного сенсу для теми публікації. Універсальні кодекси журналістської етики, зокрема Декларація принципів Міжнародної федерації журналістів (1954, оновлена 1986), Кодекс етики українського журналіста (Незалежна медіа–профспілка, 2002), стандарти Ради Європи, наголошують на необхідності дотримання прав людини як базового критерію оцінки будь-якої журналістської дії, включно зі створенням інтерв'ю.

У роботі з особами, які пережили травматичні події або перебувають у стані підвищеного емоційного напруження (жертви катастроф, переселенці, військовослужбовці після бойових дій, постраждалі від насильства), журналіст

зобов'язаний дотримуватися протоколів етичної взаємодії, розроблених міжнародними гуманітарними організаціями. Наприклад, стандарт DART Center for Journalism and Trauma передбачає чіткий алгоритм запобігання ретравматизації, уникнення повторного проживання болісного досвіду під час розмови, неприпустимість тиску на респондента у спробах витягнути драматичні деталі, зобов'язання попереджати про ймовірність публікації чутливих епізодів. Практика вимагає, аби журналіст попередньо інформував респондента про можливі наслідки публікації, включаючи доступність у відкритих джерелах, реакцію соціального середовища, можливість цифрового переслідування. Це особливо актуально у роботі з дітьми, представниками меншин, біженцями, правозахисниками, а також жінками, які зазнали насильства. Наявність інформованої згоди в таких випадках повинна фіксуватися документально або через запис, у форматі, який чітко свідчить про розуміння співрозмовником характеру й обсягу майбутньої публікації.

Етична проблема маніпуляцій виникає тоді, коли журналіст застосовує приховані техніки впливу з метою спотворення смислу сказаного, монтажу, що змінює логіку висловлювання, виривання фраз із контексту або вибірково публікацію фрагментів, що викривлюють загальне враження. У технічному плані це може виглядати як скорочення інтерв'ю без погодження з респондентом, редагування без перевірки фактажу, використання заголовків, які не відповідають суті сказаного, додавання візуальних чи текстових коментарів, що формують хибні асоціації. Такі практики порушують етичний стандарт точності, чесності та доброчесності, які зафіксовані у професійних кодексах. Багато редакцій сучасних медіа запровадили внутрішні протоколи верифікації інтерв'ю, які передбачають обов'язкову перевірку цитат, погодження спірних фрагментів, обговорення чутливих питань перед публікацією. Це дозволяє зменшити ризики судових позовів, втрати репутації, втручання у персональне життя. В умовах демократичного суспільства право на свободу слова не є абсолютним – воно балансується з правами інших осіб на приватність, гідність, репутацію, безпеку. Саме тому журналістська

діяльність повинна базуватись на принципах пропорційності, мінімізації шкоди, редакційної відповідальності [15, с. 9].

Особливе місце в етичному дискурсі займає питання згоди на фіксацію розмови – аудіо чи відеозапис. У деяких юрисдикціях (наприклад, Німеччина, Франція) фіксація розмови без згоди сторін вважається правопорушенням, навіть якщо ця інформація є суспільно значущою. В Україні правовий статус таких дій регулюється статтями 31 і 32 Конституції України, а також положеннями Цивільного кодексу, де йдеться про необхідність отримання дозволу на запис особистої інформації. Практика передбачає, що навіть якщо запис є технічно можливим, публікація отриманих у такий спосіб даних без згоди респондента суперечить не лише правовим нормам, а й принципам етичної комунікації. Журналіст повинен попередньо заявити про запис і отримати погодження, яке, у разі потреби, має бути задокументоване. Особливо це стосується ситуацій, коли в ході розмови порушуються делікатні теми, зачіпаються інші особи, які не давали згоди на згадку, або створюються ризики розкриття приватної інформації, пов'язаної з сімейним життям, здоров'ям, віруваннями, кримінальним минулим.

Питання балансу між публічним інтересом і персональною інформацією під час підготовки та публікації інтерв'ю є одним із найбільш дискусійних у сфері медіаетики. Воно ґрунтується на складній взаємодії журналістських функцій інформування та верифікації з фундаментальними правами особистості на недоторканність приватного життя, репутацію, гідність, безпеку. У центрі цієї проблематики перебуває поняття «суспільно значуща інформація», яке водночас виконує функцію виправдання публічного доступу до конфіденційних або чутливих даних і водночас створює загрозу їх надмірного використання або спотворення. У правовій та етичній площині межа між суспільною потребою в інформації та обмеженням втручання у приватне визначається через принципи пропорційності, мінімізації шкоди, добросовісності та неупередженості. Журналіст при підготовці інтерв'ю повинен чітко усвідомлювати не тільки мету публікації, а й потенційні

наслідки розголошення тих чи інших фактів із життя респондента, особливо коли йдеться про теми, пов'язані з родинними відносинами, здоров'ям, ментальним станом, релігійними переконаннями, сексуальністю, історією переслідувань або іншими елементами ідентичності, які можуть бути використані для стигматизації, дискримінації чи цифрового насильства [1, с. 7].

Поняття публічного інтересу в міжнародному праві та етичних кодексах журналістики трактується як потреба суспільства знати інформацію, яка впливає на ухвалення рішень, функціонування державних інституцій, захист колективної безпеки або реалізацію прав громадян. Це включає розслідування корупції, конфлікту інтересів у владних структурах, загроз для здоров'я та довкілля, зловживання владою, системні порушення прав людини, маніпуляції з публічними ресурсами. Однак публічний інтерес не є тотожним до громадської цікавості. Факт, що певна інформація викликає резонанс у медіа, не означає її об'єктивної значущості для суспільного добробуту. Межа проходить там, де розкриття особистих даних не є необхідним для розуміння теми, а має радше сенсаційний або експлуатаційний характер. У професійній журналістиці діє правило, згідно з яким доступ до особистої інформації виправданий лише за наявності прямого зв'язку з публічною діяльністю респондента або за умови, що сама особа ініціює відкритість щодо певних тем. Це означає, що журналіст не має права самостійно вирішувати, які частини приватного життя можуть бути розкриті в інтерв'ю без попереднього погодження, навіть якщо така інформація перебуває у відкритому доступі або була предметом попередніх публікацій.

Етична дилема постає особливо гостро у випадках інтерв'ю з публічними особами – політиками, чиновниками, митцями, громадськими діячами, які, перебуваючи у відкритому просторі, формально втрачають частину прав на приватність. У таких випадках журналістська практика допускає глибше проникнення в особисті обставини, якщо вони безпосередньо впливають на публічні рішення чи демонструють суперечність між

заявленими позиціями та реальними діями. Проте навіть у таких ситуаціях журналіст зобов'язаний дотримуватися стандарту професійної відповідальності, зважувати, чи дійсно згадка про ті чи інші подробиці життя необхідна для інтерпретації теми, і чи не створює вона штучний ефект сенсаційності. Публікація інформації, яка не має прямого стосунку до змісту публічного дискурсу, може трактуватися як зловживання статусом журналіста, порушення статті 7 Кодексу етики українського журналіста, яка забороняє приниження гідності, втручання в особисте життя та дискримінаційну риторику. Етична межа тут полягає не лише у змісті інформації, а й у способі її подачі, використаній лексиці, інтонаційному малюнку, візуальному оформленні матеріалу.

У контексті сучасного медіаполя, де інформація стрімко поширюється через соціальні платформи, алгоритми персоналізованої подачі контенту, цифрові архіви та механізми інфлюенсингу, проблема балансу між публічним інтересом і приватною інформацією ускладнюється ризиком тривалого цифрового сліду, що залишається після публікації інтерв'ю. Будь-яка згадка про інтимні, драматичні або конфліктні епізоди може бути вирвана з контексту, збережена в кешах, репостах, скриншотах і згодом використана для тиску, маніпуляцій, дезінформації. У цьому зв'язку журналіст повинен брати до уваги не лише миттєвий ефект публікації, а й її довгострокові наслідки для особистості респондента, зокрема у випадках, коли йдеться про молодих осіб, осіб без досвіду публічних виступів або тих, хто перебуває в кризовому стані. Практика відповідального інтерв'ювання передбачає повторне погодження з респондентом чутливих фрагментів, надання йому права внести зміни або вилучити певні елементи до моменту публікації, використання узгоджених формулювань, що знижують ризик репутаційного або психоемоційного тиску. В окремих редакціях існують внутрішні протоколи супроводу інтерв'ю з представниками вразливих груп – з обов'язковим консультуванням психологів, юристів, правозахисників, оцінкою медіа-наслідків [20, с. 13].

Феномен медіатравматизації, який пов'язується з некоректною роботою журналіста під час висвітлення приватних тем, став об'єктом численних досліджень у сфері психології комунікації, медіаправа, соціальної антропології. У таких випадках інтерв'ю, яке мало на меті донести певний досвід до аудиторії, перетворюється на інструмент повторного болісного переживання, втрати контролю над особистою інформацією, приниження чи публічного осуду. Це особливо актуально для тих матеріалів, які стосуються травматичних подій – насильства, втрати рідних, переслідувань, політичних репресій, катастроф. У таких умовах журналіст повинен діяти відповідно до стандартів емпатичного інтерв'ювання, що передбачає побудову безпечного простору для висловлювань, відмову від тиску, уникнення нав'язування тем, заздалегідь сформульованих висновків, навідних запитань.

Професійна відповідальність журналіста в контексті розкриття приватного життя не є питанням особистих симпатій чи творчого підходу – це системно врегульована етична практика, яка базується на міжнародно визнаних стандартах і практиках. Окреме значення має той факт, що порушення балансу між публічним інтересом і приватною інформацією часто не викликає миттєвої реакції, однак призводить до довгострокових наслідків – втрати довіри до ЗМІ, зниження статусу професії, юридичних позовів, репутаційних ризиків. Саме тому журналісти, які працюють із інтерв'ю, повинні бути навчені не лише техніці запису, структурування та редагування матеріалу, а й методам етичної оцінки контенту, вмінню аналізувати межі припустимості, інтерпретативної легітимності, згоди, репрезентаційної чутливості. Високий рівень фаховості у цій сфері виявляється у вмінні створити текст, який водночас не порушує прав людини, є змістовним, емоційно виразним, інформативним і соціально необхідним. Це вимагає багаторівневої підготовки, інтелектуальної гнучкості.

РОЗДІЛ 2. ТЕХНОЛОГІЯ СТВОРЕННЯ ІНТЕРВ'Ю В СУЧАСНИХ ЗМК

2.1. Особливості підготовки інтерв'ю: вибір теми, героя, розробка запитань

У сучасній медіакомунікаційній практиці інтерв'ю виконує функцію не лише інформаційного посередника між публікою та спікером, а й стає технологічною формою діалогу, яка ґрунтується на складному алгоритмі відбору, структурування та смислового спрямування комунікативних модулів. Підготовка до інтерв'ю – це не спонтанний процес постановки запитань, а глибока попередня аналітика, що охоплює вивчення поточного суспільного запиту, стратегічного розміщення теми в комунікативному полі, динаміки інтересів цільової аудиторії та інтерпретаційної логіки потенційного героя. У першочерговій площині знаходиться етап тематизації – тобто окреслення проблемного поля, яке має публічну релевантність і забезпечує високий ступінь інформаційного залучення [26, с. 11].

Тут задіюються методи краудсорсингового моніторингу соціальних мереж, контент-аналіз медіаплатформ, індексація запитів у пошукових системах, які дозволяють верифікувати не лише актуальність теми, а й тональність її суспільного обговорення. Коли йдеться про журналістику даних або експертні жанри, – тематизація передбачає залучення статистичних джерел, а в разі соціогуманітарної чи культурної орієнтації – вивчення нарративних трендів, які формують уявлення про значущість певного феномена. У межах цифрового середовища інтерв'ю стало не тільки реактивною, а й проактивною технологією – редакції можуть не чекати формування запиту, а самі його ініціювати через побудову смислової рамки та просування героїв, чия експертиза ще не стала мейнстрімом, але має потенціал стати точкою суспільної полеміки.

Після того, як тема окреслена, починається етап героєзації – відбору спікера, чия участь забезпечує не лише релевантність, а й структурну

відповідність наративній формі обраної теми. Тут працюють такі критерії, як репутаційна впізнаваність, професійна легітимність, ступінь емоційної залученості до предмету розмови та наявність комунікативного впливу, що може бути і лінійним (через експертизу), і асоціативним (через символічну фігуру, інфлюенсерський статус, публічний етос). Наприклад, для аналітичного інтерв'ю в діловому сегменті актуальними будуть представники інституційного середовища: керівники компаній, експерти галузі, аудиторі, економісти з академічним бекграундом. У політичній журналістиці функцію героя частіше виконують публічні лідери, депутати, громадські активісти з репрезентативною функцією. Коли йдеться про культурний чи соціальний сегмент – можлива робота з неінституціоналізованими, але значущими фігурами: волонтерами, митцями, носіями унікального досвіду. До вибору спікера підходять з урахуванням комунікативного профайлу: ретроспективно аналізується його публічна поведінка, стилістика висловлювань, конфліктогенність, наявність репутаційних ризиків. У роботі з контroversійними фігурами розрахунок ведеться на рівні стратегічного балансу – важливо розуміти, який ефект спровокує інтерв'ю: поглиблену аналітику чи резонанс, який може девальвувати зміст [51, с. 11].

Далі – структурно найінтенсивніший блок: проектування запитань. Тут не працює механіка «просто поставити те, що цікавить журналіста». Запитання – це інструментна рамка, що формує траєкторію інтерпретації. Вони конструюються на основі попереднього аналізу теми, контексту спікера, тональності його попередніх висловлювань і бажаної моделі комунікативної взаємодії. Запитання можуть бути відкритими – для збирання смислових обсягів; закритими – для фіксації фактів чи заяв; провокативними – для стимулювання щирої відповіді або руйнування шаблонів. Залежно від жанру, обирається сценарій постановки: у репортажному інтерв'ю переважають ситуативні, в аналітичному – послідовно–структуровані, у портретному – емоційно–занурені, з елементами психолінгвістичного моделювання. У процесі створення запитань застосовуються методи критичного аналізу

дискурсу, техніки фреймінгу, семіотичне зондування меседжів, що можуть бути озвучені або приховані в межах відповіді. Особливої уваги потребує динаміка запитань – від простих до складніших, від інформаційних до аналітичних. Це дає змогу не просто «витягти» інформацію, а й побудувати сюжетну арку, де інтерв'юер виступає як комунікативний архітектор, який готує ґрунт для прозорого самовираження героя [52, с. 9].

У сучасному медіаполі розробка інтерв'ю – це також процес, що технологічно інтегрується в мультимодальні формати. Враховується спосіб подачі – друкована версія, відео, подкаст або Instagram–інтерв'ю. Кожен із форматів потребує різного ступеня сценаризації. Для відео – вкрай необхідне розуміння темпоритму, невербальних елементів, динаміки кадру. У подкастах – домінує аудіальна чіткість, тембр, інтонаційна насиченість. У друкованій версії – акцент на структурованості, логічній послідовності, точності формулювань. Це означає, що підготовка до інтерв'ю в кожному разі має мультирівневу природу: від верифікації змісту до обробки форми. Тому вже на етапі вибору теми та спікера журналіст працює з уявною структурною моделлю – наскільки тема відповідає платформі, як буде подано відповіді, чи потребують вони редагування, чи дозволяють форматні обмеження зробити повну репрезентацію позиції героя. Усе це вимагає від інтерв'юера функцій контент–продюсера, сценариста, редактора, аналітика – й саме так інтерв'ю стає не просто розмовою, а складним комунікативним продуктом.

В аналітичному сегменті медіа актуальності набирають такі підходи, як реконструкція інформаційного профілю героя – аналіз його активностей, заяв, конфліктів, публічних взаємодій. Це дозволяє формувати запитання не на рівні «загального інтересу», а на рівні глибинного розуміння ситуації, в якій перебуває спікер. У такому разі журналіст виконує функцію метаінтерпретатора – він не лише ставить запитання, а й конструює ситуацію, у якій відповідь здатна змінити інформаційне поле. Прикладом є кейси, де після інтерв'ю виникають суспільні дискусії, перегляд позицій політичних інституцій або навіть трансформації в публічній стратегії самого героя. Такі

ефекти досягаються завдяки складній технології попередньої підготовки: робота з інфопрофілем, застосування SWOT-аналізу для позиції героя, контентна декомпозиція його заяв і декларацій, моделювання потенційних реакцій аудиторії – все це входить у попередню стратегію створення інтерв'ю. У результаті підготовка до інтерв'ю в журналістській практиці XXI століття стає формою стратегічного планування публічної комунікації.

Значну роль відіграє і адаптація теми до особливостей конкретної медіаплатформи. У новинних ресурсах з коротким циклом життя матеріалу перевага надається подієвим інтерв'ю з високою концентрацією фактажу та прямої мови. У глибоких longread-форматах на авторських платформах чи в мультимедійних спецпроєктах – пріоритетом є атмосфера, рефлексія, стилістична виразність. У межах соціальних медіа, особливо в Instagram, TikTok чи YouTube Shorts, – акцент на візуальному, кліповому, меметичному змісті, що вимагає іншого підходу до структури запитань, вибору спікера, типу відповіді. У таких форматах зміщується центр ваги – від глибини до експресивності, від пояснення до емоційного посилу. Саме тому сучасний журналіст має бути поліформатним і мислити не лише в категоріях інформації, а й у категоріях дизайну досвіду споживання змісту. Підготовка до інтерв'ю в таких умовах – це не лінійна робота, а інтегральна модель, що включає UX-проєктування, сценарний сторітелінг, візуальну редактуру, роботу з аудиторними інсайтами [24, с. 37].

Не менш важливим у підготовці до інтерв'ю є етап формування комунікативної стратегії – тобто визначення типу взаємодії між журналістом і героєм. У практиці професійної журналістики розрізняють кілька таких моделей: паритетна (де журналіст – співрозмовник, рівноправний партнер), директивна (де журналіст контролює логіку відповіді), фасилітативна (де журналіст лише створює умови для розкриття героя). У межах кожної стратегії різняться типи запитань, способи реагування на ухилення, методи повернення до теми, баланс між журналістською суб'єктивністю і дотриманням нейтральності. Залежно від цієї стратегії змінюється і структура самого

інтерв'ю: від сітки запитань до їх тонального наповнення, від структури переходів до способів фіналізації розмови. У підготовчій роботі журналіст має моделювати не лише лінійність запитань, а й можливість відкритих ліній, імпровізації, непередбачених поворотів. Це дає змогу не втратити інтерв'ю в разі зміни поведінки героя або зовнішніх чинників [54, с. 93].

Побудова запитань в інтерв'ю – це один із найтонших механізмів журналістської інженерії, що визначає не лише напрям комунікації, а й архітектоніку публічного сенсу. У практиці сучасних ЗМК формування запитань не обмежується формальним інструментом уточнення фактів або перевірки позиції спікера – це цілісна комунікативна стратегія, що проєктується як драматургія розкриття теми, персональної оптики героя і контекстуального каркасу події. Тут діє логіка смислової навігації, де журналіст, уникаючи прямолінійного тиску, направляє розмову у зону аналітичного самовикриття, де суб'єкт не просто відповідає, а вступає у діалог із власним досвідом. Запитання стає тригером, запусковим механізмом вербалізації особистого або інституціонального досвіду. Щоб цього досягти, журналіст має опанувати інструментарій логіко–психологічного моделювання: питання подаються як сходинки градації, які послідовно відкривають глибинний вимір теми – від фактологічного рівня через емпатійну проєкцію до критичного осмислення події в цілісній смисловій системі. Цей підхід називають динамічним фокусуванням – перехід від загального до особистого, від зовнішнього до внутрішнього. Наприклад, при роботі з темою громадського конфлікту перший пласт запитань окреслює ситуацію як таку, другий – ставлення героя до її перебігу, третій – його участь, мотивацію, наслідки. Паралельно конструюється драматургія пауз, де важливі не лише відповіді, а й простір для інтонацій, роздумів, спонтанності. Це перетворює інтерв'ю на процес живого соціального тексту, який пишеться в моменті.

У проєктуванні запитань значну роль відіграє метод семантичної картографії – коли журналіст не лише визначає тему, а й формує її семантичне поле з множинними векторами розкриття. Цей метод передбачає створення

логіко–сміслової матриці, в якій фіксуються поняттєві вузли (ключові теми, конфлікти, асоціативні зони), між якими згодом розміщуються запитання як засоби переходу. У результаті формується система запитань, які не дублюють одне одного, не ведуть до одноманітних відповідей, а створюють ефект поступової реконструкції події або стану з позицій її учасника. У цьому контексті використовуються також методи когнітивного моделювання: запитання тестують, наскільки герой усвідомлює внутрішні причини власної поведінки, чи може артикулярно представити складну рефлексію. Особливого значення набуває психологічна структура запитання: від того, як воно сформульоване – чи не містить прихованої агресії, чи не створює оцінної пастки, чи не є маніпулятивним – залежить глибина та щирість відповіді. У професійному підході журналіст має вміти відмовлятися від очевидних питань на користь асиметричних – тобто тих, що не прогножуються співрозмовником, але не виходять за межі етичної норми. Це активує нейропсихологічний механізм спонтанної реакції, коли людина говорить правдивіше, ніж тоді, коли завчасно готує відповідь [33, с. 14].

Окремий пласт – типологія запитань залежно від жанрової моделі інтерв'ю. У діловій журналістиці переважають інструментальні запитання з жорстко структурованою логікою: що? коли? чому? з яким ефектом? Тут працює формат «fact-check trigger» – коли кожне запитання вмонтоване в систему перевірки заяв героя на відповідність відомим даним. У портретному інтерв'ю пріоритет надається «empathy-driven questions» – питанням, що активують емоційні, життєво значущі для героя теми. Вони не обов'язково прямі, часто – метафоричні, асоціативні, стилістично адаптовані до мовного профілю спікера. У репортажних жанрах, коли інтерв'юєр працює в ситуації реального часу (під час подій, акцій, кризових моментів), застосовуються «frontal-reactive questions» – короткі, цільові, спровоковані контекстом. Тут на перший план виходить швидкість реакції, влучність формулювання, інтуїтивна діагностика ситуації. Професійний журналіст здатен працювати з цими моделями одночасно, комбінуючи їх відповідно до цілей матеріалу. Крім

того, у цифровому просторі виник жанр «інтерв'ю через середовище» – коли відповіді отримують не безпосередньо, а через активність героя у соцмережах, публічні записи, репліки. Запитання тоді будуються як реакція на вже артикульовані висловлювання, і інтерв'ю переходить у форму діалогу, що розгортається у множинності каналів [50, с. 93].

У практиці сучасних медіа дедалі частіше застосовується метод структурної інтроспекції, коли запитання проєктуються як сходинки до внутрішнього переживання героя. У таких випадках журналіст не стільки прагне інформації, як створює умови для когнітивної реконструкції особистого досвіду. Цей підхід найчастіше застосовується у форматах глибинного інтерв'ю, терапевтичного наративу, документалістики. Тут особливо важливо уникати лінійних, «шкільних» запитань типу «що вас спонукало?» – натомість працює логіка «інтерв'ю без питань»: коли журналіст через уточнення, невербальні реакції, повторення окремих слів героя – стимулює подальше самовираження. У такий спосіб реалізується ефект занурення – співрозмовник не просто відповідає, а починає розповідати історію. Запитання тоді мають характер «структурних реплік»: «ти сказав, що... – а як це змінило тебе?», або: «що було найважчим у тому моменті?». Усе це – не лише журналістська техніка, а й соціальна відповідальність: адже мова йде про глибоке етичне вторгнення, що вимагає емпатії, коректності та розуміння кордонів.

2.2. Методика проведення інтерв'ю: стилі спілкування, технічні засоби, способи запису

Методика проведення інтерв'ю у сучасних ЗМК являє собою технологічний конгломерат, у якому кожен етап – від вибору стилю комунікації до обрання технічних засобів фіксації – функціонує як елемент багаторівневої системи медійного виробництва. Ця система орієнтована не лише на одержання інформації, а й на її рефлексивне відображення, ураховуючи особливості жанру, каналу дистрибуції, цільової аудиторії,

стилістики бренду ЗМІ та інтерпретаційного профілю героя. Насамперед визначальним виступає стиль спілкування, обраний журналістом, оскільки саме він встановлює рамку, у межах якої можлива відвертість, конфронтація, іронічне дистанціювання або аналітична глибина [30, с. 8].

У випадку інформативного інтерв'ю домінує нейтрально–раціональна модель комунікації: короткі, точні запитання, спрямовані на підтвердження або уточнення фактів, відсутність емоційної складової, пряма логіка аргументації. Такий стиль часто застосовується в репортерській роботі, у стрічкових новинах, де необхідно зафіксувати позицію сторони без її інтерпретації. У портретному інтерв'ю журналіст використовує фасилітаційну модель – стиль спілкування м'який, емпатичний, побудований на відкритих формулюваннях, активному слуханні, підтримці емоційного комфорту співрозмовника. У конфліктному інтерв'ю діє стратегія спрямованої провокації – журналіст навмисно ставить незручні запитання, апелює до публічного контексту, порушує дисбаланс у комунікації, щоб спровокувати реакцію, яка дозволить виявити справжні мотиви чи суперечності. В експертному інтерв'ю стиль раціонально–концептуальний – журналіст має оперувати термінами з професійного поля спікера, підтримувати високий рівень дискурсу, вибудовувати логічну траєкторію запитань, іноді навіть здійснювати попереднє погодження тез або сегментів бесіди, якщо це передбачено умовами спеціалізованої публікації.

Обраний стиль взаємодії визначає не лише лінгвістичну структуру запитань, а й невербальні елементи: тембр голосу, темп мови, дистанціювання, міміку, позиціонування в просторі. В інтерв'ю візуального формату ці параметри відіграють ключову роль – будь–який дисонанс між вербальною і невербальною інформацією може зруйнувати довіру до матеріалу. Тому у відеоінтерв'ю журналіст працює як модератор емоційної сцени, вибудовує динаміку контакту візуально та ритмічно, ураховуючи реакцію не лише героя, а й потенційної аудиторії. У цьому сенсі методика проведення інтерв'ю передбачає підготовку не тільки до запитань, а й до атмосфери: чи буде герой

сидіти прямо, чи дозволяється рухатися камерою, чи заплановані реакції крупним планом – усе це формується задовго до початку запису. В онлайн-інтерв'ю – специфіка ще складніша: тут доводиться моделювати довіру через екран, вибудувувати зв'язок, не маючи прямої фізичної взаємодії. Для цього застосовуються спеціальні комунікативні протоколи – перший контакт із героєм ще до офіційного початку, встановлення правила діалогу, перевірка якості зв'язку, налаштування відеокадру з обох сторін, навіть легка small talk-пауза, що створює враження неформальності [45, с. 8].

Технічна складова методики – окрема система рішень. Вибір між аудіо- та відеозаписом визначається не лише зручністю, а й стратегічною метою публікації. Якщо журналіст працює з темою, яка потребує високої точності висловлювань, залучення фахової термінології, подальшої транскрипції – оптимальним є аудіозапис високої якості з використанням рекордерів із широким діапазоном частот та функцією шумоподавлення. Для запису в полі – портативні рекордери типу Zoom H4n або Tascam DR-40X. У студійних умовах – мікрофони із спрямованим патерном (наприклад, Shure SM7B), що мінімізують зайві фонові звуки. У випадку відеозапису необхідна мультikomпонентна система: камери з високим динамічним діапазоном, soft-box освітлення, стабілізатори, петличні мікрофони для збереження природного звучання голосу. В умовах польової зйомки додається параметр мобільності – камери на карданних стабілізаторах, бездротові передавачі звуку, автономні акумулятори. У сучасних практиках все частіше використовуються смартфони високого класу з професійними апаратними об'єктивами, що дозволяють досягти гнучкості без втрати якості. Онлайн-записи здійснюються через Zoom, Riverside.fm або Zencastr, які дозволяють локально записувати відео та звук з обох сторін, що підвищує якість фінального матеріалу [41, с. 24].

У межах професійної методики обробка запису теж є частиною інтерв'ю як процесу – не як редагування відповідей, а як технічна фіксація результату. У роботі з текстом транскрипція повинна бути максимально точною, з

маркуванням емоційних реакцій (паузи, сміх, зітхання), що дозволяє зберегти автентичність висловлювання. У роботі з відео застосовуються прийоми монтажу, які не спотворюють зміст, але підсилюють ритм: короткі вставки з реакціями, зміна планів, підтексти за рахунок паралельних кадрів. У подкастах – робота зі звуком передбачає нормалізацію рівня гучності, корекцію тембру, очищення артефактів, іноді – накладання бекграунд-музики, яка формує тональність сприйняття. Методика фіксації також передбачає правове забезпечення: згода на запис, умови публікації, можливість попереднього ознайомлення героя з транскриптом, якщо інтерв'ю проводиться для академічного, наукового чи політичного середовища.

Спосіб запису інтерв'ю обирається з урахуванням середовища. У кабінетному просторі перевага – за традиційною схемою: диктофон, камера, блокнот для фіксації неформальних спостережень. У публічному просторі (вуличні інтерв'ю, акції, події) журналіст має бути мобільним, здатним реагувати на зміну ситуації, дотримуватись етики присутності – не створювати перешкод для інших, не порушувати громадський порядок. У цифровому середовищі (онлайн-інтерв'ю через месенджери, електронну пошту, гібридні платформи) ключовим є стабільне з'єднання, резервні канали зв'язку, технічна грамотність обох сторін. Водночас змінюється й спосіб ведення діалогу: питання часто надсилаються списком, герой відповідає у зручний час, або ж використовується формат синхронної бесіди з подальшим дублюванням у текстовій формі. Для кожного з цих варіантів існують професійні шаблони організації – від створення тайм-коду до сценарного аркуша, де фіксуються всі ключові фрази, логічні вузли, емоційні піки [28, с. 62].

Сучасна методика проведення інтерв'ю в ЗМК тяжіє до синтетичності: вона поєднує журналістику, технології аудіовізуального виробництва, соціальну психологію, лінгвістику і менеджмент комунікації. Журналіст – це вже не просто людина, яка ставить запитання, а й технічний оператор процесу, емоційний модератор, стратег змісту. Він має адаптувати стиль під ситуацію, узгодити формат з редакцією, налаштувати техніку, забезпечити

безперебійний запис, відстежити якість звуку, забезпечити дотримання етичних норм, створити комфортний простір для героя, підтримувати динаміку бесіди, реагувати на непередбачуваність, оперативно приймати рішення про зміну тактики, контролювати хронометраж, зберігати матеріал і водночас думати про фінальну структуру тексту або відео.

Узгодження способу фіксації інтерв'юального матеріалу є складовою інтегральної технології створення журналістського продукту, що поєднує етичні, технічні та редакторські параметри. Цей етап ніколи не обмежується вибором між аудіозаписом і ручними нотатками – йдеться про стратегічну операцію, у якій фіксація виступає інструментом не просто збереження висловлювань, а забезпечення їхньої правомірної, достовірної та репрезентативної подачі. В умовах сучасних ЗМК, де інтерв'ю опиняється в полі публічної експертизи та нерідко перетворюється на точку інтерпретаційного конфлікту, метод фіксації прямо впливає на правовий і репутаційний захист журналіста та медіаплатформи. Перед початком запису професійна практика передбачає чітке узгодження з героєм форми фіксації: аудіо, відео, текстові нотатки або пряме цитування без запису. У кожному випадку використовується письмова або усна згода (в залежності від контексту), яка фіксується з дотриманням внутрішньоредакційного протоколу. Наприклад, при роботі з політичними або медійно впливовими особами журналіст заздалегідь надсилає форму інформованої згоди, у якій зазначається: мета запису, можливість редагування, права на збереження аудіо чи відеофайлів, подальше використання фрагментів у межах публікацій. Такий підхід запобігає будь-яким спробам спростування сказаного або звинувачення в недостовірному відтворенні змісту [34, с. 6].

Технологія аудіозапису вважається найбільш універсальною і рекомендованою у практиці документальної журналістики. Вона дозволяє зберегти автентичну інтонацію, ритм мови, точність формулювань, не втрачаючи динаміки розмови. При цьому журналіст має розуміти, що аудіофіксація – це не лише увімкнення диктофона, а робота зі звуком як із

джерелом документального свідчення. Обираючи аудіопристрій, враховуються параметри частотного діапазону, спрямованості мікрофона, наявність системи антишуму, підтримка WAV– або lossless–форматів, які не стискають звукову інформацію. Для інтерв'ю у відкритому просторі використовуються рекордери зі змінними капсулями (Zoom H5, H6), які дозволяють адаптувати пристрій до акустичних характеристик середовища. У студійних умовах – конденсаторні мікрофони з поп–фільтрами та підсилювачами для досягнення студійної якості звучання. У журналістській практиці аудіозапис завжди дублюється: одночасне використання двох пристроїв мінімізує ризик технічного збою. Отримані файли архівуються, шифруються у хмарному середовищі (наприклад, через Google Drive із двофакторною аутентифікацією або Proton Drive), зберігаються протягом установленого редакцією строку – зазвичай не менше 3–6 місяців. Цей строк визначений з урахуванням можливих скарг, юридичних претензій або необхідності перевірки джерела [55, с. 39].

Нотатки – традиційна техніка фіксації, яка має сенс у разі офлайн–зустрічей, де використання техніки неможливе або небажане. У політичній журналістиці, роботі з правозахисниками, дипломатами або джерелами, які не бажають бути записаними, нотатки стають єдиним легітимним способом документування. Але навіть тоді нотатки мають бути ведені за принципами повної реконструкції: не короткі тези, а точні цитати з вказівками на контекст, міміку, жести, паузи. Професійний журналіст завжди готує шаблон запису: дата, час, місце, повне ім'я героя, його статус на момент розмови, ключові тези, фонові зауваження. Такі шаблони у подальшому стають основою для текстової обробки й редакторського аналізу. При цьому етична норма вимагає, щоби журналіст не маніпулював із цитатами, не формував нові фрази на основі своїх записів – лише дослівне передання або, якщо узгоджено, адаптований переказ із чіткою позначкою, що це «переказ слів», а не цитування. Нотатки зазвичай скануються або фотографуються, архівуються у редакційному сховищі разом із текстовою версією інтерв'ю.

Фіксація через пряме цитування без технічного запису застосовується лише в умовах надвисокої довіри або з етичних міркувань (у випадках травматичного досвіду, розмов з особами, що пережили насилля, втрати тощо). Тут журналіст працює як ретранслятор історії, з максимальною обережністю, з постійною верифікацією кожної фрази. Текстову версію такого інтерв'ю зазвичай погоджують із героєм – це правило не цензури, а інструмент колективної відповідальності за репрезентацію досвіду. У публікаціях подібних інтерв'ю використовуються фрази на кшталт «розповідає у бесіді з нами», «за словами», або «як згадує». Це дає змогу уникати юридичних конфліктів і водночас зберігати прозорість журналістської методики. Усі нотатки при цьому зберігаються в оригінальному вигляді, не піддаються редагуванню, а коментарі або уточнення фіксуються окремо [31, с. 97].

Окремої уваги потребує цифрова фіксація через відеозапис – вона поєднує аудіо та візуальний компоненти, а отже, формує найбільш повну, хоч і технічно складну, картину інтерв'ю. Тут етичний протокол зобов'язує повідомити героя про запис, пояснити, як буде використано відео, чи будуть застосовані монтажні скорочення, чи можна буде редагувати окремі фрагменти. Журналіст завжди має узгодити межі присутності камери: чи дозволяється знімати підготовчі фрази, репліки «за кадром», жестикулювання поза офіційною частиною. У разі сумнівів – відео зберігається в повному вигляді, а на публікацію йде лише погоджений фрагмент. З технічного боку фіксація через відео вимагає окремого workflow: синхронізація звуку і картинки, колірна корекція, титрування, стабілізація. Багато редакцій використовують Adobe Premiere Pro, Final Cut або DaVinci Resolve, залежно від складності матеріалу.

2.3. Використання цифрових технологій у створенні та поширенні інтерв'ю

Редагування й подача інтерв'ю в сучасних ЗМК функціонують як завершальний, але водночас глибоко інтегрований етап комунікативної

інженерії, що визначає не лише зовнішню форму матеріалу, а й смислову рамку його сприйняття. Це не механічна правка й монтаж, а глибока адаптаційна процедура, в межах якої відбувається репрезентація усного мовлення в публічному медіапросторі через призму жанру, формату, каналу дистрибуції та читацьких очікувань. У текстовому інтерв'ю первинним завданням редактора є трансформація усного дискурсу в писемну форму без втрати інтонації, природності, логіки відповіді [25, с. 13].

Для цього застосовуються принципи контекстного редагування, стилістичного упорядкування і когерентної вивірки. Якщо герой говорить фрагментовано, з паузами, самоповторами, конструкціями, типовими для розмовного жанру (відступами, уточненнями, вставками), то редактор адаптує ці структури, перетворюючи їх у послідовну логіку письмового викладу. Водночас не допускається штучне стилістичне «виправлення» героя – стиль відповіді зберігається як маркер особистісної ідентичності. Це досягається за допомогою техніки тонального моделювання, коли у фінальній версії тексту зберігаються характерні для мовлення героя елементи: повтори, синтаксична ритміка, авторські звороти, а в разі потреби – навіть сленгові або діалектні форми, якщо вони не змінюють загальної читацької ясності. Професійне редагування інтерв'ю полягає в збереженні семантичної структури відповідей: кожна репліка має функціонально виконувати завдання, яке відповідає задуму публікації – розкрити тему, зафіксувати позицію, дати інсайт, запропонувати погляд на проблему.

Редакційна практика ґрунтується на системному аналізі запису – аудіо або стенограми, в процесі якого редактор формує «смислову карту» – структуру основних тез, драматургію переходів, пульсацію емоційного фону. Далі здійснюється робота з очищення тексту – усунення паразитних конструкцій, невдалих повторів, неточних формулювань. Особливо важливим є уточнення термінології, якщо герой послуговується спеціалізованим дискурсом: редактор погоджує правильне написання, уточнює значення через посилання на профільні джерела. Часто використовується формат глосарного

дублювання – після відповіді подається коротке пояснення терміну в дужках або як примітка. Усе це здійснюється без порушення принципу прозорості: редактор не втручається у зміст висловлювання, а лише структурує його відповідно до читацької логіки. У кінцевій версії тексту всі зміни узгоджуються з героєм у разі наявності домовленості про це – особливо, якщо зміни зачіпають зміст або риторику фрази. Деякі редакції надають герою фінальний варіант для ознайомлення, особливо в конфліктних або політичних інтерв'ю, щоб уникнути можливих репутаційних конфліктів або правових претензій [38, с. 98].

У разі публікації інтерв'ю як лонгріду застосовуються складніші стилістичні моделі: редактор інтегрує репліки героя в наративний текст, вибудовує композиційну арку, додає бекграунд, вставки, контекстуальні блоки. Така форма вимагає наявності авторського голосу журналіста, який уводить читача в тему, формує рамку сприйняття, супроводжує діалог аналітичними або описовими вставками. Тут редагування – це фактично сценарна побудова інтерв'ю як жанру літературного репортажу. Візуальні елементи – фото, цитати у форматі quotation box, графіка, таймлайни – також монтуються у відповідності до логіки тексту. Важливо, щоб візуальний шар не суперечив змісту реплік, не перетворював героя на ілюстрацію до чужого тексту. В окремих випадках редакції створюють інтерактивні формати: scroll-driven сторінки, гіперпосилання на фрагменти відео, аудіо-вставки з голосом героя. Таке редагування виходить за межі традиційної практики і переходить у сферу мультимедійного продюсування, де журналіст співпрацює з дизайнером, монтажником, аніматором і фактично виконує функцію narrative director [42, с. 16].

В обробці інтерв'ю для подкасту методика редагування трансформується у сферу звукорежисури. Аудіоінтерв'ю потребує не лише очищення від шумів, артефактів, технічних дефектів, а й структурного монтажу – вирізання пауз, заповнювання мовними вставками, монтажу підзвучок, бекграундних треків. У професійній практиці використовуються

програми Reaper, Adobe Audition, Logic Pro, де редактор працює зі звуковими шарми, які не лише покращують якість, а й формують емоційний профіль інтерв'ю. Наприклад, звучання фонові музики на моменті зміни теми, ефект еха у важких питаннях, підсилення низьких частот для створення відчуття присутності. Усі ці елементи інтегруються не хаотично, а за структурним сценарієм, який редактор формує під час роботи з raw-матеріалом. Часто в подкастах використовується технологія «дуального монтажу» – коли один і той самий інтерв'ю записується у двох версіях: повній (для публікації на платформах типу SoundCloud, Spotify, Apple Podcasts) і скороченій – для дистрибуції в соціальних мережах. В останньому випадку зміст редагується так, щоб основні меседжі звучали вже у перші 30–60 секунд – це відповідає *logics of attention economy* і збільшує шанс, що слухач не вимкне подкаст у перші хвилини.

У сучасній журналістській практиці цифрові технології стали не просто допоміжним інструментом у створенні інтерв'ю, а повноцінною системою, що пронизує всі етапи – від підготовчого сценарного моделювання до алгоритмічно керованої дистрибуції контенту. Їхнє використання формує нову парадигму журналістики, в якій ключову функцію виконує не лише зміст висловлювання, а й його технічна архітектура, швидкість обробки, доступність форматів та здатність вбудовуватись у цифрові екосистеми. На етапі планування інтерв'ю журналіст працює вже не в межах традиційної редакційної моделі, а в середовищі, де головною умовою є інтегрованість у хмарні інфраструктури [46, с. 7].

Застосування платформ Google Workspace, Notion, Evernote або Dropbox Paper дає змогу синхронізувати робочі нотатки, сценарні заготовки, фонову інформацію про героя та навіть фрагменти підготовчих запитань між кількома пристроями й членами команди в реальному часі. Така організація дозволяє редагувати матеріал паралельно, створювати логічні блоки відповідей ще до початку запису, і водночас автоматично зберігати історію правок – що критично важливо при роботі з конфліктними інтерв'ю. Генеративні

редактори, зокрема Grammarly, LanguageTool, Hemingway або DeepL Write, на етапі підготовки допомагають стилістично відшліфувати запитання, адаптувати їх під жанрову стилістику, визначити надмірно складні конструкції, оптимізувати темп і ритм мовлення. Більше того, спеціалізовані платформи на основі GPT-архітектури можуть допомагати формувати гіпотетичні відповіді героя – тобто створювати модель бесіди, яка прогнозує можливі реакції, репліки, уникнення відповідей, і на основі цього вже редагувати логіку запитань. Такі моделі працюють як сценарні асистенти й підвищують якість підготовки [39, с. 10].

Одразу після запису ключовим інструментом стають сервіси автоматичного транскрибування, побудовані на алгоритмах штучного інтелекту та системах розпізнавання мови. Програми Otter.ai, Trint, Descript, Whisper AI від OpenAI або AssemblyAI забезпечують не просто розшифровку, а структуровану декомпозицію розмови: вони розбивають текст на блоки, маркують спікерів, підкреслюють ключові теми, інтегрують можливість перекладу, редагування, таймкодів. Завдяки функціям speaker diarization ці системи точно відтворюють діалог між кількома особами, що особливо корисно в групових або панельних інтерв'ю. В окремих випадках редактор навіть може безпосередньо працювати в межах інтерфейсу цих програм, додаючи коментарі, скорочення, позначки на етапі редагування. Використання таких інструментів економить десятки годин, дозволяє зменшити людське навантаження і водночас гарантує високий рівень точності розшифровки – до 95% у випадку чіткої мови. Більше того, новітні системи, зокрема Descript, мають функцію «Overdub», яка дає змогу синтезувати голос героя й вставити пропущені або скорочені фрази – тобто здійснити умовний аудіомонтаж, який не вимагає повторного запису. Хоча етична норма вимагає прозорості у використанні таких технологій, сам факт їхньої наявності значно розширює межі можливого у виробництві інтерв'ю [43, с. 15].

У сфері аудіо– та відеомонтажу впровадження штучного інтелекту створює умови для автоматичного вирівнювання звуку, корекції шуму,

побудови міксів без участі звукорежисера. Наприклад, Adobe Podcast Enhance очищує голос, видаляє фонові дефекти, коригує інтонаційну криву. У відеомонтажі застосовуються програми Runway ML, Magisto, Pictory, які автоматично обрізають тишу, вирівнюють планування, вставляють графіку, синхронізують субтитри. Особливу увагу варто звернути на інструменти автоматичного субтитрування й багатомовного дубляжу – Papercup, CaptionHub, Dubverse, які дають змогу публікувати інтерв'ю одразу кількома мовами, що особливо актуально для інтернаціональних проєктів, соціальних кампаній, інтерв'ю з мігрантами або дипломатами. Усе це формує новий тип редакційної гнучкості: навіть невеликі незалежні медіа можуть створювати високоякісний продукт, залучаючи інструменти машинного навчання як повноцінних учасників виробничого циклу.

На завершальному етапі відбувається дистрибуція інтерв'ю – процес, що цілком детермінований логікою цифрових платформ і алгоритмічних рекомендацій. Публікація матеріалу у YouTube вимагає створення оптимізованої структури: назва, ключові слова, таймкоди, опис, мітки. Алгоритм ранжування YouTube враховує кількість переглядів у перші години, глибину перегляду, CTR, кількість збережень, коментарів, рівень взаємодії – тому редактор або журналіст створює не просто відео, а комплексний продукт, адаптований до цих показників. У TikTok – інша логіка: вертикальний формат, перші 3 секунди – критично значущі, субтитри обов'язкові, музичний супровід підібраний відповідно до трендів. Аудиторія тут не читає опису, тому головний меседж має бути закодований у кадрі, міміці, реакції. У Spotify або Apple Podcasts діє *logics of consistency* – регулярність виходу, темп звучання, тривалість епізодів, їх графічне оформлення. Алгоритм рекомендує подкасти на основі попередніх прослуховувань, тому кожен фрагмент має бути заточений під інтерес конкретної ніші: економіка, психологія, воєнна аналітика тощо. Для сайтів новин – інша логіка: SEO-оптимізація тексту, вбудовані відео або плеєри, можливість коментування, багатомовна навігація, адаптивність до мобільного перегляду. Редакції використовують UTM-мітки,

Google Analytics, Hotjar для відстеження поведінки аудиторії, аналізу точок відтоку, конверсії кліків. Якщо інтерв'ю має значення для соцмереж – створюються трейлери, серії, прев'ю, reels, каруселі з цитатами, що дистрибуються через SMM-платформи типу Buffer, Hootsuite або Later [40, с. 12].

У глобальному сенсі цифрові технології не лише пришвидшують і спрощують створення інтерв'ю, а й повністю змінюють саму його природу. Інтерв'ю перестає бути лінійною розмовою двох – це інтерактивна подія, де беруть участь алгоритми, редактори, аудиторні реакції, візуальні та аудіальні компоненти, аналітика, адаптивність до каналів споживання. Усе, що колись було за лаштунками – чернетки, версії, монтаж – стає публічним, а герої інтерв'ю дедалі частіше взаємодіють із продуктом після публікації: відповідають у коментарях, записують реакції, уточнюють свої позиції в постінтерв'ю фідбеках. Усе це – частина нової цифрової екосистеми інтерв'ю як жанру, що перебуває в постійному оновленні.

РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ІНТЕРВ'Ю У ЗМК

3.1. Жанрові особливості та інноваційні формати інтерв'ю в епоху діджиталізації (подкасти, стріми, соціальні мережі)

Жанрова структура інтерв'ю в умовах сучасного інформаційного простору зазнає динамічної трансформації, яка відбувається на перетині змін у моделі споживання контенту, розвитку цифрових платформ, зсуву журналістських практик у бік мультижанровості й ускладнення соціальних запитів. Класичне уявлення про інтерв'ю як послідовність запитань і відповідей, укладених у логічну композицію з вступом, основною частиною та завершенням, більше не функціонує як універсальна модель. Сьогодні журналіст працює з жанром, що не має сталої форми, – навпаки, його гнучкість, здатність до фрагментації, перебудови, інверсії, кросмедійного злиття з іншими форматами (есе, подкаст, репортаж, реактивне відео) стає маркером його актуальності. Першим і найбільш очевидним маркером трансформації жанру є зсув фокусу з виключно інформаційної функції на аналітично–емоційну. У структурі сучасного інтерв'ю все частіше домінує не новинна інтерпретація події, а спроба вивести публіку на осмислення внутрішньої логіки явища, позиції, досвіду. Це стає особливо очевидним у портретних або експертних інтерв'ю, де індивідуальна точка зору набуває ваги не через формальну посаду чи статус, а через здатність до когнітивного аналізу й відкритої рефлексії. У результаті посилюється значення особистісної тональності розмови, а журналіст виконує функцію інтерпретатора, що веде не до відповіді, а до прозорого прояву світогляду героя [22, с. 38].

Сучасне інтерв'ю вже не обмежується жорсткою інформативною канвою – у його структурі дедалі виразніше простежується симбіоз трьох функцій: інформаційної (яка забезпечує предметне висвітлення події чи теми), аналітичної (що дає змогу розгорнути причинно–наслідкові ланцюги та логічні конструкції) й емоційно–особистісної (що створює ідентифікаційний зв'язок між аудиторією й героєм). Успішні інтерв'ю сучасності часто

будуються саме на балансі цих функцій: напруга між раціональною структурованістю й емоційною відкритістю породжує смислову глибину. Наприклад, у проєктах типу «В темі» або «Розмова» на YouTube ми бачимо інтерв'ю, які формально інформативні (є подія, є питання, є герой), але в реальності вони працюють як соціально–психологічна реконструкція ситуації, у якій співрозмовник стає репрезентантом певного досвіду – біженця, лікаря, солдата, аналітика, підприємця. Цей досвід не подається як факт, а як рефлексія – з болем, внутрішніми сумнівами, неочевидними позиціями. Саме через це жанрова конструкція зміщується у бік розмитості: ми вже не можемо точно назвати інтерв'ю суто публіцистичним або суто художнім – це гібрид, у якому важливим є ефект присутності, етичний резонанс, репрезентація досвіду іншого [21, с. 11].

Трансформація жанру також відбувається під впливом формату платформи, де інтерв'ю реалізується. Класичне текстове інтерв'ю у друкованому ЗМІ мало лінійну структуру, що базувалась на логіці «вступ – розвиток – кульмінація – висновок». Натомість інтерв'ю у формі подкасту передбачає іншу композицію: там діють правила звукової драматургії – інтро, монтаж емоційної хвилі, підтримка слухацької уваги через зміну інтонаційного рельєфу, вбудовані джингли, псевдопаузи. У відеоформаті на YouTube – структура ділиться на візуальні мітки: заголовок, відкрита цитата, вступний кадр, обличчя героя крупним планом, потім – логічна арка теми, якій допомагає монтаж. Часто відеоінтерв'ю не подається повністю – лише як серія фрагментів, коротких реакцій, монтажних цитат. Така фрагментація відповідає поведінковій логіці аудиторії в соціальних мережах: вона не готова дивитися 40–хвилинний діалог, але відкриє три хвилини ключової репліки, в якій герой говорить про актуальне або контroversійне. У TikTok і Reels інтерв'ю реалізується як вертикальний короткий формат, у якому час на реакцію – не більше 3–5 секунд. Тут композиція повністю інверсована: спочатку емоційний удар, потім пояснення, далі – тиша або візуальна інтерлюдія. Це не руйнує жанр – це його адаптація до нової онтології уваги, в якій композиційна єдність

поступається місцем серіалізованої подачі. Тому журналіст працює не з «інтерв'ю як текстом», а з інтерв'ю як кластерами, наборами, послідовностями, які можна комбінувати, скорочувати, цитувати, репостити, дублювати в різних середовищах [32, с. 52].

Особливої глибини трансформація жанру досягає у випадку використання нестандартних композицій: інверсійної, фрагментованої, монтажної. Інверсійна структура порушує хронологічну послідовність – ми можемо почати інтерв'ю з фіналу, з реакції героя, з найсильнішої цитати, а потім розгортати подію у зворотному напрямку. Це посилює напругу, створює елемент драматургічної інтриги, дозволяє аудиторії втягуватись поступово. Фрагментована композиція передбачає подачу інтерв'ю як серії коротких відповідей або тем, які не пов'язані однією лінією.

Формат модульного інтерв'ю цілком відповідає логіці цифрового споживання контенту, де читання часто фрагментарне, переривчасте, пов'язане з обмеженим часом і мультизадачністю користувача. У такій моделі кожна частина інтерв'ю не залежить від попередньої – вона має завершену структуру, власний ритм і змістову насиченість, що дозволяє зупинитися будь-де, не втрачаючи загального уявлення про розмову. Це створює відчуття свободи сприйняття, дає змогу читачеві або глядачеві обирати темп взаємодії та рівень залучення. Саме тому застосовується техніка модульного монтажу, яка структурно організовує інтерв'ю у вигляді блоків. Кожен блок має заголовок, який вказує на тему або змістовий фокус; вбудовану цитату, що резонує емоційно або когнітивно; візуальний компонент – фото, ілюстрацію, скріншот чи інфографіку, яка поглиблює сприйняття або створює додатковий сенсовий шар. Завдяки такому монтажу структура інтерв'ю перестає бути лінійною – вона набуває гнучкості, допускає переходи, вставки, зміщення центрів уваги, зміну реєстрів [48, с. 52].

Модульність дозволяє не лише структурувати текст, а й органічно інтегрувати до нього інші елементи, які раніше вважалися периферійними. Документальне інтерв'ю стає середовищем, де можуть з'явитися прями

коментарі інших осіб – експертів, очевидців, незалежних аналітиків – без необхідності змінювати базову форму розмови. У межах того самого тексту або відео вплітаються кадри з місця подій, уривки зі звукових доріжок, фрагменти фотохроніки або відеоархівів. Це збагачує зміст і створює багатоплановість сприйняття, де один фокус поступається іншому, а межа між первинною розмовою та її контекстом поступово стирається. У результаті формується поліфонічна структура, у якій інтерв'ю виступає не як єдиний ланцюг питань і відповідей, а як точка перетину декількох оптик, наративів і смислів. Журналіст тут уже не просто ставить запитання – він вибудовує сцени, комбінує теми, формує ритмічну й емоційну динаміку всієї композиції. Він вирішує, де змінити тональність, де розмістити візуальну паузу, де вивести на передній план іншу точку зору [37, с. 81].

Така трансформація призводить до появи нових гібридних форматів, у яких межі між журналістикою, документалістикою та елементами драматургії вже не фіксуються однозначно. З'являються відеоісторії, побудовані як лінійні, але насичені реконструкціями – відтвореннями подій, сценами, що імітують ситуації з минулого. Деякі інтерв'ю подаються як авторські наративи, у яких діалог стає лише каркасом для розгортання ширшої розповіді з ігровими або стилізованими вставками. Часто в таких форматах використовуються квазідокументальні прийоми: реальна локація, реальний герой, але структура подачі має риси художнього монтажу, де сцени розставляються не за хронологією, а за драматургічною напругою. Це дає змогу поєднувати кілька рівнів реальності, кілька ліній часу, кілька станів героя. Усе це утворює нову форму інтерв'ю – не як жорсткий жанр, а як відкрите середовище, що поєднує репортажність, розмову, свідчення, архів і візуальну інтерпретацію в одному цілісному медійному тілі [23, с. 12].

Сучасний інформаційний простір створює умови для постійної модифікації жанру інтерв'ю. У ньому співіснують класичні структуровані діалоги в газетах, короткі емоційні реакції в Instagram Stories, інтелектуальні подкасти на академічні теми, YouTube-інтерв'ю з високим ступенем монтажу,

AR–інтерв'ю з ефектом присутності та навіть текстові діалоги у форматі чат-ботів. Кожна з цих форм вимагає окремої жанрової адаптації, але всі вони мають одну спільну рису – бажання наблизити досвід іншої людини до аудиторії. Жанр інтерв'ю, попри всі трансформації, зберігає свою гуманістичну сутність: він існує не для інформування, а для діалогу, в основі якого – слухання, співпереживання, осмислення. І саме в цьому його жанрова стабільність на тлі зовнішньої динаміки. Якщо потрібно – можу розгорнути ще блок про синкретизм інтерв'ю в умовах постмедіа–комунікації.

Розглянемо інтерв'ю як журналістський жанр у цифрову епоху набуває дедалі більшої пластичності, що зумовлено не тільки зміною технічних засобів комунікації, а й глибоким зсувом парадигми медіаспоживання, в якій ключову роль відіграє персоналізація досвіду, інтерактивність і варіативність формату. На перетині цих змін виникають інноваційні формати інтерв'ю – подкасти, стріми, короткоформатні візуальні інтерв'ю в соцмережах – які більше не підпорядковуються класичній структурі діалогу, а функціонують як середовище смислового занурення, де взаємодія між журналістом і героєм часто перетворюється на колаборацію або навіть співтворчість. Подкаст-інтерв'ю, що активно розвивається в західному й українському інформаційному полі, відзначається зовсім іншою акцентуацією: тут йдеться не про швидке отримання інформації, а про побудову тривалої, атмосферної, часто неформальної розмови, яка розгортається в темпі, наближеному до повсякденної реальності слухача [57, с. 23].

Журналіст у подкасті виконує не лише роль інтерв'юера, а й роль спостерігача, модератора, учасника діалогу. Такий формат дозволяє виводити інтерв'ю з інформаційної парадигми в психологічну, емоційно–наративну площину, де особистість героя розкривається не через факти, а через інтонацію, паузу, тембр, внутрішню щирість. Подкасти, як правило, не мають жорсткої межі тривалості – розмова може тривати 20, 40 або 90 хвилин, що зумовлює гнучкість у підході до структурної логіки: інтерв'ю розвивається по спіралі, дозволяючи відхилення від теми, повернення до попередніх реплік,

асоціативні переходи. Завдяки цьому виникає ефект «спільного простору» – слухач не просто сприймає відповіді, а ніби долучається до діалогу, стає його співучасником [47, с. 29].

Окрему роль у подкаст–інтерв'ю відіграє акустичне середовище – фонова тиша, музичний супровід, якість запису, темп монтажу. Усе це створює акустичну драматургію, яка посилює або пом'якшує емоційний вплив. Подкасти часто записуються в домашніх студіях, де середовище більш камерне, комфортне, що сприяє емоційній відкритості героя. Інтерв'юери не дотримуються формального дрес–коду запитань, навпаки – використовують техніку «повернення до себе», коли починають відповідати на власні ж запитання, щоб зняти дистанцію й викликати довіру. У технічному сенсі запис подкасту потребує специфічного набору інструментів: конденсаторні мікрофони з фокусом на вокал, рекордери з ручною компресією сигналу, програмне забезпечення для звукового мастерингу. Редакція зазвичай працює не лише з текстовим планом, а й із «шумовим сценарієм», де окреслюється розподіл емоційних піків і моментів тиші. Подкаст як формат – це не просто інтерв'ю, а звукова розповідь, у якій журналіст як митець формує ритм довіри. Унікальність цього формату полягає у здатності зберігати глибину навіть у технічно спрощених умовах: запис із дому через Zoom, діалог між журналістом і експертом із різних міст, імпровізована розмова на ходу – все це не знижує якості, а, навпаки, підкреслює людське звучання тексту.

Інший потужний інноваційний формат – інтерв'ю у вигляді стрімів, які передбачають пряму участь глядача у процесі комунікації. У цьому випадку трансляція відбувається в реальному часі (через YouTube Live, Twitch, Facebook Live, Instagram Live, Telegram Video), і герой не лише відповідає на запитання журналіста, а й взаємодіє з реакціями аудиторії. Стрім–інтерв'ю руйнує межу між спікером і публікою, що перетворює інтерв'ю на горизонтальну структуру, де інформаційний потік формують усі учасники. Усе частіше в стрімах використовуються елементи інтерактивного сценарію: журналіст обирає питання з чату, виводить коментарі на екран, дозволяє

глядачеві голосувати за наступну тему розмови, влаштовує опитування в реальному часі. Це формує динаміку спільного досвіду, коли аудиторія стає співтворцем медійного продукту. Технічно стрім–інтерв'ю є складною конструкцією: потрібен стабільний інтернет–зв'язок, професійна стрімінгова платформа (OBS Studio, StreamYard, Restream), камера з автофокусом, мікрофон зі зниженою чутливістю до фонових шумів. Головне – сценарій має бути гнучким: журналіст повинен мати заготовлену структуру, але бути готовим до спонтанності, втручання, емоційної нестабільності героя. Саме завдяки цьому стрім перетворюється на живу тканину події – і в цьому його сила [35, с. 10].

Особливу еволюцію інтерв'ю як жанру можна спостерігати в соціальних мережах, де формується унікальний короткоформатний варіант – серія візуально–комунікаційних кліпів, які синтезують текст, відео, аудіо, графіку й реакцію в реальному часі. В Instagram, TikTok, Reels, YouTube Shorts інтерв'ю часто подається не як цілісний діалог, а як монтажна послідовність уривків із ключовими репліками героя. Ці фрагменти тривають 30–90 секунд, супроводжуються субтитрами, інколи – графічним обрамленням, фоновою музикою. Створення таких кліпів потребує специфічного мислення: журналіст не формує запитання задля відповіді, а створює інфо–подію, мем, цитату, яку буде зручно зберегти, переслати, поширити. Саме в цьому – основна функція короткоформатного інтерв'ю: не розкрити, а зафіксувати, позначити, дати сигнал. Такий формат ідеально працює в умовах алгоритмічного просування: кожна цитата потрапляє в стрічку, залучає лайки, реакції, коментарі. Аудиторія бачить не розмову, а емоційний момент, у якому героєві вдалося сформулювати щось виразне, афористичне, іноді – суперечливе. Саме тому журналіст у соцмережевому форматі працює як монтажер емоцій: він обирає кадр не за змістом, а за інтонацією, реакцією, візуальним ефектом. Це не зменшує значення інтерв'ю, а лише адаптує його до нового контексту – контексту кліпової свідомості, у якій репліка героя функціонує як одиниця культурного коду [27, с. 9].

Сучасна практика інтерв'ю в цифровому середовищі – це не просто використання нових каналів, а створення нової жанрової реальності, в якій інтерв'ю може існувати одночасно у кількох формах: як повноцінна розмова в подкасті, як реакція в TikTok, як пряма трансляція у Facebook, як стаття на сайті, як серія сторіз у Instagram, як текстовий дайджест у Telegram. Ця полісемантичність вимагає від журналіста не лише технічної компетенції, а й стратегічного бачення: як структурно мислити матеріалом, як вибудовувати сюжетну арку не у межах одного формату, а у взаємодії між форматами. Таким чином, інтерв'ю стає не завершеним продуктом, а контентним хабом – набором реплік, з яких можна створювати нові смислові одиниці для різних аудиторій. У цьому й полягає сутність інноваційності: не в нових інструментах, а в здатності мислити жанр як багатопланову систему, яка взаємодіє з аудиторією не через завершеність, а через відкритість, варіативність, смислову фрагментацію.

3.2. Перспективи розвитку жанру інтерв'ю

Перспективи розвитку жанру інтерв'ю в умовах цифрової культури окреслюють напрями, які виходять далеко за межі традиційного розуміння публічної комунікації. Це вже не просто зміна формату чи адаптація до нових платформ – це системна перебудова самої моделі діалогу, в якій взаємодія між журналістом, героєм і аудиторією ускладнюється, розгалужується, набуває ознак нелінійності, багаторівневої інтерпретації й постійної динаміки. Найхарактернішою ознакою цього процесу є посилення персоналізації інтерв'ю, що виражається через зростання ролі журналіста як активного учасника наративної рамки. Якщо раніше інтерв'юер виступав як посередник, який організовує діалог без втручання у зміст, то тепер журналіст дедалі частіше стає повноцінним співучасником, коментатором, емоційним тлом для висловлювань героя. Персоналізація передбачає не лише присутність у кадрі чи тексті, а й вияв суб'єктивної позиції: журналіст не приховує свою емоційну реакцію, позицію, сумнів, навіть конфліктність [49, с. 20].

У такому форматі формується унікальна естетика – інтерв'ю як спільний досвід, у якому взаємодія не лише вербальна, а й емоційна, ідентифікаційна, когнітивна. Журналістська інтонація, особистісна заангажованість і наративна вбудованість створюють ефект глибшого занурення глядача або читача, який тепер сприймає інтерв'ю не лише як документ або свідчення, а як спільну подію, спровоковану конкретним автором. Така модель особливо активно реалізується в подкастах, авторських шоу, експериментальних відеоформатах, де журналіст веде розмову не як репортер, а як дослідник, співрозмовник, іноді навіть провокатор. Цей підхід дає змогу відкривати глибші пласти особистості героя, бо довіра, емоційна взаємодія й тонкий резонанс у спілкуванні виводять діалог на метарівень, де важливе не лише що сказано, а й як саме сформульована правда про себе.

Водночас перспективи жанру розгортаються у напрямі злиття з іншими форматами, що пов'язано зі зміною сприйняття інформаційного продукту як такого. Усе частіше ми бачимо інтерв'ю, яке межує з художнім текстом, візуальною реконструкцією або ігровим наративом – такі форми визначають як докудрама, квазідокумент, псевдорепортаж. У цьому випадку герой не просто відповідає на запитання, а входить у сцену, що відтворює або імітує обставини його досвіду. Камера слідкує за ним на місці події, вставки з минулого імітуються за архівними матеріалами або художньою реконструкцією. Це дозволяє перетворити інтерв'ю на візуальний акт, у якому емоції, контекст, простір, звук, тиша – все працює на створення атмосферного занурення. Такий метод не заперечує документальності, але вводить елементи режисури, курації, монтажної логіки, яка більше не підпорядковується журналістській послідовності. Власне, інтерв'ю переходить у стан «постжанру», де основним маркером є не формат, а результат – рівень емоційного й смислового включення аудиторії. Особливо перспективною є інтеграція інтерв'ю в інтерактивні відеоформи, де користувач має змогу обирати хід діалогу, змінювати послідовність питань, відкривати приховані блоки, або навіть взаємодіяти з віртуальним героєм. У технологічному сенсі

це реалізується через ігрові рушії (Unity, Unreal Engine), у медійному – через платформу типу Interlude або Verse, що дозволяють будувати інтерактивну навігацію. Завдяки цьому інтерв'ю набуває властивостей гейм–нарративу: користувач проходить історію, обирає її гілки, отримує унікальний досвід [53, с. 46].

Дедалі активніше в медіапрактиках з'являються гібридні інтерфейси для взаємодії з інтерв'ю, в яких класичний діалог поступається місцем діалоговій симуляції – автоматизованим розмовам з персонажем, створеним на основі реальної особи. Це може бути AI–інтерфейс, що відтворює модель відповіді політика, митця, аналітика, використовуючи великі мовні моделі, навчені на архівах інтерв'ю, публікаціях, цитатах. Така модель дозволяє користувачеві поставити своє запитання й отримати відповідь у стилі й логіці героя – не фактичну, але правдоподібну. Це не журналістика в класичному сенсі, але це форма комунікативного досвіду, що дозволяє глибше проникнути в мислення певної фігури. Перші такі спроби вже реалізовані – в освітніх додатках, квестах, віртуальних музеях. Наприклад, у музейних проєктах створюють віртуальних свідків історичних подій, із якими можна спілкуватись за допомогою природної мови. Такі рішення створюють прецедент гібридизації інтерв'ю: реальна особа стає основою для цифрової репліки, яка функціонує в автономному режимі. В подальшому це відкриває перспективу створення динамічних інтерв'ю, які не мають кінця: модель постійно оновлюється, розвивається, реагує на нові питання користувача. У межах ігрової журналістики вже застосовуються так звані квест–інтерв'ю – структура, в якій користувач сам обирає напрямок розмови, відкриває закриті гілки сюжету, взаємодіє з героями через коди, підказки, інтерактивні завдання. Усе це формує принципово нову логіку жанру – інтерв'ю як простір взаємодії, де комунікація стає частиною дизайну досвіду [44, с. 30].

На перетині таких практик формуються метажанрові моделі, у яких інтерв'ю функціонує як база для створення освітніх курсів, інтерактивних історій, креативних документальних серіалів. Наприклад, в освітньому

середовищі інтерв'ю з експертом може бути перетворене на інтерактивну лекцію, де користувач не лише слухає, а й взаємодіє з контентом, проходить перевірку розуміння, переглядає додаткові джерела, обирає кейси. У сфері соціального активізму інтерв'ю слугує основою для адвокаційних кампаній, де відповідь героя стає елементом петиції, звернення, серії постів. У мистецьких практиках інтерв'ю набуває естетичного статусу – як перформанс, голосовий арт-об'єкт, документальний монолог у театральному просторі. Усе це свідчить про те, що жанр інтерв'ю не вичерпується, а навпаки – входить у період постіндустріального розквіту, в якому його межі розширюються, структура ускладнюється, функції множаться, а потенціал інтеграції у нові сфери лише посилюється. Тому аналіз перспектив розвитку інтерв'ю – це не передбачення майбутнього, а вивчення сьогодення, яке вже породило принципово нову онтологію комунікації, в якій журналістика межує з філософією досвіду, естетикою присутності й технологією живого діалогу. Якщо бажаєш, можу розгорнути ще окремий блок про ризики й виклики таких трансформацій.

Інтерв'ю як метод отримання інформації має давню історію, проте в сучасних умовах воно зазнає суттєвих трансформацій, що відкривають нові перспективи для його розвитку. З огляду на стрімкий розвиток цифрових технологій, інтерв'ю переходить із суто особистісної взаємодії в гібридні та дистанційні формати, що дає змогу проводити його незалежно від географічного розташування респондента. Це значно розширює можливості для дослідників, журналістів і HR-фахівців у зборі якісних даних. Наприклад, онлайн-інтерв'ю в Zoom, Google Meet або інших платформах стають нормою не лише через зручність, а й через економію ресурсів.

Ще одна тенденція в еволюції інтерв'ю – це автоматизація та застосування штучного інтелекту. Зараз ми бачимо інтерактивні платформи, які можуть самостійно задавати питання, аналізувати відповіді і навіть на ходу адаптувати сценарій, виходячи з реакції співрозмовників. Це дуже важливо в маркетингових дослідженнях, рекрутингу та дослідженні споживчих настроїв.

Інтерв'ю-боти можуть швидко обробляти великі обсяги даних і забезпечувати аналітичну обробку відповідей у режимі реального часу.

Однак вирішальними в цьому випадку є ризики: ризик знеособлення процесу та втрати емоційного контакту; ризик обмеження глибини особистості респондента, яку можна розкрити.

Іншим багатообіцяючим напрямком є розвиток візуальних інтерв'ю, які поєднують вербальну комунікацію із записом, будь то відео чи фото, що відкриває нові можливості для аналізу невербальної поведінки; це найбільш важливо для таких дисциплін, як психологія, соціологія, криміналістика та журналістика. Вчені матимуть можливість будувати судження не лише на тому, що сказав респондент, але й на його міміці, жестах, інтонації та тривалості пауз; це дозволить точніше визначити щирість відповідей, а також контекст ситуації, що розглядається.

Водночас інтерв'ю стає все більш спеціалізованим. У психології, щоб діагностувати стани, у соціальних науках, щоб висвітлити цінності, досвід та особисту історію, різні форми інтерв'ю розвиваються до напівструктурованих клінічних інтерв'ю та відповідно називаються глибинними інтерв'ю. Обсяг методичного керівництва та кількість програм підготовки інтерв'юерів постійно зростає, що свідчить про професіоналізацію цього методу. Серед багатьох наративних інтерв'ю, які стали дуже затребуваними, є таке, яке дозволяє людині просто представити свою історію в будь-якій формі — це має цінність у гуманітарних і медичних науках.

Соціальні мережі дуже активно брали інтерв'ю. . . Блогери, журналісти та творці контенту беруть інтерв'ю не лише з лідерами думок, експертами та професіоналами, але й із будь-ким із соціальних питань, що допомагає донести розмову до громадськості та сформуванню думку, яка, у свою чергу, може вплинути на мислення суспільства. Інтерв'ю – це формат, який після розміщення в соціальних мережах можна поширити для широкої аудиторії, оскільки короткі тексти легко поширюються, що підвищує рівень охоплення,

хоча, з іншого боку, це створює ризик втрати поверховості та аналітичної глибини.

Не менш важливою є розробка етичних стандартів інтерв'ю. У сучасному суспільстві зростає увага до захисту персональних даних, добровільної участі та забезпечення конфіденційності. У таких умовах інтерв'юер повинен дотримуватись норм етики, особливо при роботі з незахищеними людьми – дітьми, інвалідами, жертвами насильства. У цьому контексті зростає роль професійної підготовки та постійного самоконтролю.

Іншою сферою, до якої звертаються деякі дослідники, є міжкультурні інтерв'ю. У сучасному світі, який вважається глобалізованим, культурний контекст, комунікативна ситуація, мовний бар'єр тощо є необхідними та мають бути прийняті до уваги. Для цього тут розробляються протоколи інтерв'ю, перекладачі та алгоритми інтерпретації відповідей у міжкультурному контексті. Такі підходи допоможуть уникнути спотворення інформації та підвищать валідність дослідження.

На підприємстві також зростає значення співбесід. Компанії застосовують їх не тільки для набору персоналу, але й для перевірки атмосфери в колективі, а також для збору ідей від співробітників і відгуків від клієнтів. Це дозволяє побудувати відкриту організаційну культуру та швидко реагувати на внутрішні проблеми. Регулярні внутрішні співбесіди допомагають створити довіру та підвищити залученість співробітників.

Змінюються і підходи до обробки інтерв'ю під впливом нових технологій. Транскрипція штучним інтелектом, автоматичний тематичний аналіз, емоційна аналітика – все це дозволяє досить швидко інтерпретувати велику інформацію у великому об'ємі. Особливо це стосується якісних соціологічних і маркетингових досліджень; ранній аналіз займав тижні. Водночас результати потребують досвіду інтерпретації та критичного мислення дослідника.

Отже, перспективи еволюції інтерв'ю пов'язані з цифровізацією, інтернаціоналізацією, зростанням етичних стандартів та міждисциплінарним

підходом. Він залишається доречним як у науковому, так і в прикладному секторах, постійно адаптуючись до нових умов. Основна складність продовжує полягати в тому, що процес проведення інтерв'ю має підтримувати глибокий зв'язок, співчуття та контакт з людьми, що й надалі визначатиме його ефективність як методології дослідження.

ВИСНОВКИ

У межах першого розділу дослідження було з'ясовано, що жанр інтерв'ю, який донедавна залишався в рамках класичних журналістських парадигм, нині функціонує як високодинамічна форма комунікації, що поєднує в собі документальність, суб'єктивність, аналітичну проникливість і технологічну варіативність. Теоретичне осмислення сутності інтерв'ю дало змогу виявити його базові функції, які формують не лише жанрові особливості, а й уможлиблюють його еволюцію в умовах змін цифрового середовища. Саме інтерв'ю, на відміну від інших жанрових форм журналістики, утримує баланс між фіксацією реального голосу й побудовою рефлексивного наративу, що дозволяє йому адаптуватися до різних темпів споживання, форматів подачі й аудиторної чутливості. З позицій жанрознавчої типології інтерв'ю визначається через сукупність параметрів – за метою, тематикою, роллю журналіста, глибиною розкриття теми, формою подачі. Його класифікація охоплює інформативні, аналітичні, портретні, конфліктні, експертні, рефлексивні моделі, які перебувають не в жорсткому поділі, а в динамічному змішуванні, створюючи гібридні форми, що відповідають потребам сучасної журналістики. З урахуванням правових і етичних норм журналіст зобов'язаний не лише забезпечувати достовірність висловлювань, а й дотримуватися принципів добровільної згоди на фіксацію, уникати маніпуляцій у редагуванні, дбати про безпеку і гідність героя. Особливо чутливо ці аспекти проявляються в роботі з вразливими групами, у конфліктних ситуаціях, в умовах війни чи інформаційного тиску, де інтерв'ю набуває функції не лише комунікативної, а й репутаційної, етичної, іноді навіть терапевтичної.

В рамках другого розділу ми з'ясували, що На етапі підготовки інтерв'ю журналіст має справу з розгалуженою системою рішень, що охоплює вибір теми, визначення героя, формування запитань і проектування потенційної динаміки розмови. У сучасній редакційній практиці особлива увага

приділяється аналізу суспільного запиту, соціального резонансу теми, її потенціалу до глибокого висвітлення через персональний досвід. Герой обирається не лише за фаховою ознакою, а й за комунікативним профілем, наявністю публічної довіри, здатністю до відкритого діалогу. Запитання у професійному інтерв'ю не виконують функцію перевірки, а є інструментом аналітичного занурення, побудови драматургії бесіди, активації щирої рефлексії. Структура запитань продумується за принципом логіко–сміслової градації, що дозволяє поступово виводити розмову з фактажного рівня на екзистенційний або концептуальний. У методиці проведення інтерв'ю важливим є вибір стилю комунікації – від фасилітаційного до конфронтаційного – залежно від типу інтерв'ю й редакційної стратегії. Технічна складова реалізується через аудіо–, відео– або текстову фіксацію, що вимагає грамотного використання пристроїв, платформ, інструментів резервування.

Особливу увагу приділено етапу узгодження умов запису – з юридичної, технічної й етичної точок зору. Фіксація інтерв'ю в сучасній практиці здійснюється не лише з метою збереження, а й як частина аналітичного ланцюга: транскрибування, створення лог–файлів, інтеграція в редакційні системи, підготовка до подальшої обробки.

Редагування інтерв'ю – не технічний етап, а змістова робота з текстом, який має зберегти автентичність мовлення героя й водночас відповідати вимогам жанрової стилістики, читацької логіки та форматної адаптації. У текстових версіях інтерв'ю редагування спрямоване на структурну чіткість, збереження ритміки мови, уникнення спотворення інтонацій. У подкастах редактор виконує функції аудіодизайнера, формуючи ритм звучання, емоційну динаміку, очищаючи звук і створюючи акустичну сцену. У відеоінтерв'ю монтаж дозволяє структурувати репліки, підсилити ключові моменти через зміну планів, додати титри, інфографіку, кадри контексту. Адаптація до формату публікації – ще один критичний момент: лонгрід потребує композиційної розтяжки, вставних блоків, візуальних розвантажень; TikTok –

лаконічного афористичного монтажу; YouTube – таймкодів, SEO-опису, обкладинки; прямий ефір – підготовки сценарію, динамічної взаємодії з аудиторією. Інтерв'ю більше не є текстом у чистому вигляді – це мультимодальний продукт, що функціонує у взаємодії з візуальним рядом, алгоритмами поширення, реактивними механізмами зворотного зв'язку.

Використання цифрових технологій у створенні й поширенні інтерв'ю змінює не лише швидкість роботи, а й саму природу контенту. Хмарні платформи дозволяють створювати спільне середовище для підготовки матеріалу, генеративні редактори допомагають моделювати стиль, оптимізувати запитання, прогнозувати відповіді. Системи розпізнавання мови й штучного інтелекту забезпечують автоматичне транскрибування, синтезоване редагування, адаптивний монтаж. Платформи поширення функціонують як алгоритмічні фільтри: контент має відповідати метрикам залучення, структурі кліковості, трендам пошукових систем. Саме тому сучасне інтерв'ю створюється з урахуванням принципів аудиторної аналітики, багатомовної адаптації, форматної варіативності. Кожен запис – це не просто розмова, а потенційна серія: повна версія, короткий фрагмент, графічна цитата, сторіз, репост, інфографіка, навіть синтезована мапа діалогу.

У межах розгляду третього розділу та аналізу жанрових і форматних змін було виявлено тенденцію до глибокої гібридизації інтерв'ю: перехід від структурованого діалогу до фрагментованої, емоційно-ситуативної взаємодії, від інформаційного жанру до мультижанрового інструменту публічної аналітики, від лінійного тексту до інтерактивного наративу. Особливо помітною є поява нових форматів – подкастів, стрімів, інтерв'ю-кліпів, віртуальних діалогів – у яких зникає межа між публікацією й подією. Перспективи розвитку жанру окреслюються через персоналізацію, занурення журналіста в смислову тканину розмови, появу симульованих діалогів, квест-інтерв'ю, AR-форматів, автоматизованих інтерфейсів взаємодії. Усе це вказує на те, що жанр інтерв'ю, попри зміну форм, зберігає головне – здатність бути

голосом іншого в медійному просторі, платформою публічного висловлювання й форматом спільного осмислення реальності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Афанасьєва К. Інтерв'ю як об'єкт співавторства. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1517> (дата звернення: 28.03.2025)
2. Бахурська Р. Інтерв'ю як телевізійний жанр. *Теле- та радіожурналістика*. 2016. Вип. 15. С. 224–231.
3. Белецька А.Г. Мовна сугестія політичного дискурсу сучасної партійної преси України. Електронна бібліотека Інституту журналістики. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1401> (дата звернення: 28.03.2025)
4. Бессараб А. О. Соціально–комунікаційні технології формування інтересу до читання української книги. Запоріжжя. 2016. С. 310–346.
5. Білоус Р. Контент телевізійного інтерв'ю Наталії Влащенко і Яніни Соколової. *Теле– та радіожурналістика*. 2019. Вип. 18. С. 218–224.
6. Болотнікова А.П. Роль категорії ввічливості в текстах засобів масової інформації. *Молодий вчений*. Одеса. 2018. № 9. С. 17–20.
7. Бугайчук І.А. Садовська В.К. Маніпуляція як шлях досягнення успіху. *Політ. Сучасні проблеми науки*. Київ. 2018. С. 283–285.
8. Василенко М. Журналістика в екстремальних умовах. Трансформація жанрів. *Образ*. 2023. Вип. 1(41). С. 25–35. DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2023.1\(41\)-25-35](https://doi.org/10.21272/Obraz.2023.1(41)-25-35)
9. Васильєва А.С. Блоги як новий засіб масової інформації в Україні. *Молодий вчений*. 2017. № 12. С. 119–122.
10. Воробйова І.А. Актуальні проблеми сучасної іноземної філології. Рівне. РДГУ. 2017. 275 с.
11. Вступ до журналістики : навч. посіб. / Степан Кость. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2022. 512 с.

12. Галудзіна–Горобець В.І. Трансформаційні процеси жанру телевізійного інтерв'ю в сучасному медіапросторі. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2021. № 2. С. 95–102.
13. Гарматій О.В. Кісіль С.С. Тема культури в українських ЗМІ. *Вісник Національного університету Львівська політехніка*. 2018. № 896. С. 18–25.
14. Голуб О.П. Медіакомпас. Київ. Софія–А. 2016. 184 с.
15. Голубєв В. Універсальна журналістика. Рівне. *Друк Волині*. 2016. 152 с.
16. Гопка О.М. Творчий потенціал особистості як наукова категорія. *Науковий часопис НПУ ім. М.П. Драгоманова*. 2016. Вип. 27. С. 11–14.
17. Горболіс Л.М. Читання як самозбереження реципієнта. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Філологія*. 2016. № 24. Т. 1. С. 126–129.
18. Городенко Л. Концепція блогу як технології нових медіа. *Актуальні питання масової комунікації*. Вип. 15. 2020. С. 50-61. URL: <https://cimc.knu.ua/issue/view/39/35> (дата звернення: 10.05.2025).
19. Городенко Л. Тенденції розвитку інформаційних жанрів в українському Інтернеті. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Science*. IV(12). 2021. С. 46-49. URL: <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/03/The-Tendencies-ofthe-Information-Genres-Development-on-Ukrainian-Internet-L.-Horodenko.pdf>.
20. Горська К. Медіаконтент. Трансформація на перехресті аналогової та цифрової культур. — Київ: Академвидав. 2016. — 380 с.
21. Грищенко І.А. Мовно–стилістичні засоби комунікативно-прагматичного впливу. Київ. НТУ України КПІ ім. І. Сікорського. 2018. 111 с.
22. Дяків Х.Ю. Телеінтерв'ю і труднощі для журналістів. *Наукові записки Національного університету Острозька академія. Філологія*. 2018. Вип. 1. С. 139–142.

23. Єжижанська Т. Використання українськими книговидавництвами інтернет–платформ для комунікації із цільовими аудиторіями. *Сучасний масмедійний простір*. Вінниця. 2016. С. 301–307.
24. Жугай В. Тарасюк В. Особливості роботи журналістів в умовах інформаційної війни. *Інформатизація та інтелектуалізація соціуму*. 2018. Вип. 5. С. 128–139.
25. Заблоцька А. Специфіка взаємодії комунікантів у різних видах інтернет–інтерв’ю. Вінниця. ВТЕІ КНТЕУ. 2021. С. 113–119.
26. Казімова Ю. До поняття формату жанру інтерв’ю у журналістиці. *Вісник Національного університету Львівська політехніка*. 2018. № 896. С. 59–62.
27. Касьяненко С. Інтерв’ю як метод і як жанр. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1403> (дата звернення: 28.03.2025)
28. Кодекс етики. Комісія з журналістської етики. URL: <https://cje.org.ua/ethics-codex/> (дата звернення: 28.03.2025)
29. Колісник Т.В. Комунікативна функція блогів в умовах цифрового медіа. *Молодий вчений*. 2022. № 3. С. 195–198.
30. Кострубіцька А.В. Свобода слова та окремі аспекти державного регулювання діяльності засобів масової інформації під час війни. *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Публічне управління та адміністрування*. 2022. Т. 33. № 3. С. 93–97.
31. Косяк О.М. Допит та інтерв’ю. *Сучасний рух науки*. Дніпро. 2019. С. 847–852.
32. Кутуза Н. Фактор інтерактивної актуалізації в алгоритмі медіавпливу. *Образ*. 2022. Вип. 2(39). С. 6–14
33. Маєр К. Журналістика: підручник; пер. з нім. В. Климченка, В. Олійника / за заг. ред. В. Іванова. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2022. 300 с.

34. Момот Н.М. Культура мовлення як стратегія сучасної комунікації / Н. М. Момот // *Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку: тези доповідей V Міжнародної конференції (Київ, 7 грудня 2023 р.)*. - Київ: Університет "КРОК", 2023. URL: <https://conf.krok.edu.ua/SRE/SRE-2023/paper/view/1619>
35. Недопитанський М. Жанрові новації сучасного українського телебачення. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1403> (дата звернення: 28.03.2025)
36. Офіційний сайт каналу 1+1 media. URL: <https://1plus1.ua/> (дата звернення: 28.03.2025)
37. Рогова Т. Інноваційні технології викладання курсів з телевізійної журналістики. *Держава і регіони. Соціальні комунікації*. 2017. № 4. С. 177–181.
38. Bucharska I. Temchenko L. The media component of modern literary criticism. *Bulletin of Lviv Polytechnic National University. Journalism*. 2022. № 1. С. 89–98. URL: <https://cct.dp.ua/index.php/journal/article/view/226> (дата звернення: 28.03.2025)
39. Education in Ukraine. One in five aims to study only abroad. *Ukrainian Institute of the Future*. 2021. URL: <https://uifuture.org/publications/osvita-v-ukrayini-kozhen-pyatyj-naczilenyj-vchytysya-tilky-za-kordonom/> (дата звернення: 28.03.2025)
40. Educational and professional programme 061 Journalism. *Oles Honchar Dnipro National University*. 2020. URL: https://www.dnu.dp.ua/view/osvitni_programy (дата звернення: 28.03.2025)
41. Estella P.G. The journalist's toolbox of competencies in the digital–global age. *Pacific Journalism Review*. 2021. № 27. С. 194–214. URL: <https://search.informit.org/doi/10.3316/informit.093811342721355> (дата звернення: 28.03.2025)

42. Hudoshnyk O. Krupskiy O. Practices of using rapid response collecting by Ukrainian museums in wartime. *Muzeológia a kultúrne dedičstvo*. 2023. № 11. С. 5–16. URL: https://muzeologia.sk/index_htm_files/Strany%20z%20MKD_2_23_Hudoshnyk.pdf (дата звернення: 28.03.2025)
43. Hudoshnyk O. Oral history and media. *Synopsis*. 2023. № 29. С. 139–145. URL: <https://synopsis.kubg.edu.ua/index.php/synopsis/article/view/568> (дата звернення: 28.03.2025)
44. Ivanova I. Yaresko K. Prosiyanik O. Zyma O. Starkova H. Information war and mission in profession of a journalist. *Intercultural Communication*. 2022. № 7. С. 17–30. URL: <https://ojs.academicon.pl/ic/article/view/4972> (дата звернення: 28.03.2025)
45. Jones D.J. Voice of history. *SSRN Electronic Journal*. 2021. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3953025 (дата звернення: 28.03.2025)
46. Kharytonenko O. Qualification work in journalism. 2023. URL: <https://www.jta.com.ua/point-of-view/kvalifikatsiyna-robota-z-zhurnalistyky-abo-iaak-peretvoryty-khalepu-na-intelektualnu-radist/> (дата звернення: 28.03.2025)
47. Khotyun L. Media critical narratives of the modern communication space. In. *Medianarratives*. LIRA. 2022. С. 16–29.
48. Potapova K. Bucharska I. Media support of a social project. *Innovations and peculiarities of media functioning*. Lviv. 2022. С. 50–52.
49. Prihantoro C.R. OBE based vocational education model in AI era. *Education Quarterly Reviews*. 2023. № 6. С. 228–240. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4350830 (дата звернення: 28.03.2025)
50. Shershniova O. Discipline Media Projects in educational programme 061 Journalism. *Proceedings of the All-Ukrainian Conference*. 2022. С. 90–93. URL:

http://dspace.megu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/3769/1/megu.rovno.ua_soccom_2022.pdf#page=90 (дата звернення: 28.03.2025)

51. Shkarlet S.M. Education in Ukraine under martial law. Bukrek. 2022. P. 22.

52. Smith L. Pegan J. Dickson I. Dasha's story. *Loquitur*. 2023. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/search/article?articleId=3979287%20> (дата звернення: 28.03.2025)

53. Voloshyna K. Oblasova O. Myronenko V. Communication techniques for art project. *Communications and Communicative Technologies*. 2022. № 22. С. 36–46. URL: <https://cct.dp.ua/index.php/journal/article/view/197> (дата звернення: 28.03.2025)

54. Weber M.S. Napoli P.M. Journalism history and digital journalism. In. *Journalism History and Digital Archives*. Routledge. 2020. С. 74–93. URL: <https://scholars.duke.edu/publication/1353784> (дата звернення: 28.03.2025)

55. Wylegała A. Ethics and safety in documenting war experience. *Wrocławski Rocznik Historii Mówionej*. 2022. № 12. С. 332–339. URL: <https://wrhm.pl/index.php/wrhm/article/view/364> (дата звернення: 28.03.2025)

56. Xiaoxiao Deng. Innovative Teaching Mode of Convergence Journalism Course. *International Journal of New Developments in Education*. 2023. № 5. С. 26–30. URL: <https://francis-press.com/papers/10663> (дата звернення: 28.03.2025)

57. Yu Y. Hao T. Zhang H. Hybrid teaching mode of Film and Television Production based on OBE. *Creative Education*. 2021. № 12. С. 2066–2073. URL: <https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=111829> (дата звернення: 28.03.2025)