

МАРІЯ ТАРАСЮК

ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВЧОГО ЕТАПУ ІНТЕРВ'Ю В СУЧАСНІЙ ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ПРАКТИЦІ

Інтерв'ю як метод дослідження має міцне теоретичне підґрунтя в соціальних науках і журналістиці та розглядається як складний комунікативний процес, що передбачає цілеспрямовану взаємодію відповідно до завдань дослідження. Його теоретична база формується на міждисциплінарному перетині соціології, психології, лінгвістики, журналістики та комунікативістики [4, с.237].

Проблематику специфіки інтерв'ю досліджували такі науковці, як М. Василенко, О. Глазова, О. Голуб, О. Чекмишев та ін. Представник українського журналістознавства О. Чекмишев визначає інтерв'ю як жанр новинної журналістики з його різновидами [5, с.112], науковиця О. Голуб – як журналістський матеріал, який передбачає розпитування відомої чи анонімної особи для виявлення інформації [3, с.35]. Незалежно від підходу, інтерв'ю визначається як спосіб збору інформації через безпосередню комунікативну взаємодію з респондентом.

Завдяки цифровізації жанр інтерв'ю перейшов на новий рівень. Інтерв'ю більше не обмежується газетою чи телебаченням. Н. Коваленко, А. Данько-Сліпцова та У. Жорнокуй розглядають зміни інтерв'ю впровадженням цифрових технологій запису та обробки даних в журналістську практику, а також використання штучного інтелекту для нових методик аналізу даних [4, с.238]. Попри наявність упередженого ставлення до штучного інтелекту в медіасфері, його доцільно розглядати як ефективний інструмент для обробки інформації та структурування матеріалів, а не як засіб безпосереднього створення журналістського контенту.

Інша науковиця В. Галудзіна-Горобець досліджує трансформаційні процеси телевізійного інтерв'ю, зокрема, «міграції» інтерв'ю з телебачення на інші платформи, такі як Youtube [1, с.96]. Сучасне покоління демонструє тенденцію відмови від традиційного телебачення, віддаючи перевагу цифровим відеоплатформам і соціальним медіа. Процес підготовки до інтерв'ю на відеоплатформах є аналогічним підготовці до інтерв'ю в телевізійному форматі.

Підготовка журналіста до інтерв'ю охоплює декілька аспектів. Першочергово потрібно визначитись з об'єктом та темою. О. Голуб наголошує, що ключовою особою для інтерв'ю має бути людина, яка або є найбільш компетентною стосовно певної проблеми чи події, або спроможна представляти громадську думку [3, с.35]. У своїй журналістській практиці ми розглядаємо особу для інтерв'ю як

людину, яка може зацікавити аудиторію своєю історією або поділитись життєвим досвідом. До прикладу, героїня випуску «Ходили-говорили з Марією Тарасюк» на ютуб-каналі Новодністровського радіо Каріна Кушнір [6]. Після вибору теми та героя потрібно встановити контакт з цією людиною та домовитись про інтерв'ю. Під час розмови важливо обґрунтувати актуальність або значущість теми для аудиторії. Наступний крок – вивчення респондента та теми. Потім можна перейти до пошуку інформації про особу в різних джерелах, аналізу її соціальних мереж, ознайомлення з особливостями життєвого шляху, перегляду інших інтерв'ю за участі об'єкта. Дослідження напрямів, які будуть дотичними до проблематики інтерв'ю, допоможе уникнути фактичних помилок під час бесіди.

Застосування штучного інтелекту сприяє глибшому опрацюванню тем, що порушуються в інтерв'ю, та забезпечує можливість формування професійно орієнтованих запитань до респондента. На цьому етапі можлива проблема у нестачі особистої інформації, оскільки респондент може бути початківцем у професійній діяльності, тоді журналіст знову контактує з особою та отримує потрібну йому інформацію безпосередньо від першоджерела.

Одним із визначальних аспектів підготовки до інтерв'ю є напрацювання списку запитань. О. Глазова класифікує структурованість запитань в інтерв'ю, виокремлюючи три основні фази: попередня інформація (питання, які дають аудиторії уявлення про респондента і ситуацію спілкування), ядро, або основний зміст (увагу спрямовано на об'єкти (теми) інтерв'ю і цілі комунікації) та резюмування (вироблення кінцевої тези і підбитті підсумків розмови) [2, с.1]. Перші запитання повинні налаштувати співбесідника на розмову та розвинути в ньому почуття невимуженості. Далі переходити до основних питань, які глибоко розкривають тему розмови. Варто чергувати відкриті запитання (довільна форма відповіді) та закриті (лише «так» або «ні»). Якщо інтерв'ю не передбачає викривального характеру, допускається попереднє узгодження питань з респондентом.

Отже, інтерв'ю як метод збору інформації зберігає свою актуальність у сучасній журналістиці, зазнаючи трансформацій під впливом цифровізації. Попри зміну платформ, підготовчий етап залишається ключовим для якості матеріалу.

Список використаних джерел

1. Галудзіна-Горобець В. Трансформаційні процеси жанру телевізійного інтерв'ю в сучасному медіапросторі.

Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2021. № 2. С. 95–102.

2. Глазова О. Інтерв'ю: жанр журналістики і вид навчальної роботи. Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2013. URL :

https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/9057/1/O_Glazova_MD_9_IPP_O.pdf. (дата звернення : 02.04.2026 р.).

3. Голуб О. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник. Київ: Софія-А, 2016. 184 с.

4. Коваленко Н., Данько-Сліпцова А., Жорнокуй У. Трансформація методу інтерв'ю в епоху цифрових медіа: від журналістської практики до соціологічного інструментарію. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика.* 2024. Том 35 (74). № 4. Частина 2. С. 236–244.

5. Чекмишев О. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики : підручник-практикум : підруч. для студ. вищ. навч. закл., які навчаються за спец. «Журналістика». Київ: Київський університет, 2004. 129 с.

6. Novodnistrovsk Info. URL: <https://youtu.be/zX2lEjJFbrE> (дата звернення: 02.04.2026).

Тарасюк Марія – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності «Журналістика» факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Науковий керівник – Цепкало Т.О., кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

ЖАСМІНА ХЛОПЮК

НОВІТНІ ПІДХОДИ ДО ГРАФІЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ ТА ВЕРСТКИ ПЕРІОДИЧНИХ ЖУРНАЛЬНИХ ВИДАНЬ

Український медіаландшафт переживає глибоку трансформацію, зумовлену глобальними соціокультурними зрушеннями. Ці зміни безпосередньо впливають на візуальну мову періодики, яка тепер не просто транслює зміст, а й відображає актуальні суспільні цінності та ментальні орієнтири. Замість класичного текстоцентричного формату сучасний журнал постає як складний візуально-дизайнерський продукт. Його ефективність у взаємодії з аудиторією визначається свіжими концепціями