МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему «Актуальне аналітичне інтерв'ю в контексті диджитал-журналістики»

Виконав: студент 4 курсу, групи 6.0611-ж-з
спеціальності С7 журналістика
освітньої програми «Журналістика»
Цебратенко О. В.
Керівник: к. соц. ком., доц. Чабаненко М. В.
Рецензент: к. філол. н., доц. Романюк Н. В.

Запоріжжя 2025

ЗМІСТ

Реферат……..... 3
Завдання…….. 4
Вступ……... 6
Розділ 1. Теоретичні засади дослідження на тему «Актуальне аналітичне інтерв'ю в контексті диджитал-журналістики»…….. 8
Розділ 2. Супровідна записка до творчого проєкту……..... 19
2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту…….. 19
2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту…. 23
2.3. Формально-змістові характеристики проєкту……..... 24
2.4. Особливості оформлення проєкту…….. 26
2.5. Технічні і програмні засоби……..……... 28
2.6. Зв’язок із творчим доробком (портфоліо)…….. 28
Висновки…… 30
Список використаної літератури……..... 33
Додаток А. Ілюстративний матеріал……..... 35
Додаток Б. Список матеріалів портфоліо……..... 40
Додаток В. Сертифікати……..……..... 41
Декларація академічної доброчесності……... 44
Abstract…… 45

РЕФЕРАТ

Назва теми: Актуальне аналітичне інтерв'ю в контексті диджитал-журналістики

Обсяг основної частини роботи: 27

Кількість використаних джерел: 22

Мета роботи – створити аналітичне інтерв’ю актуального характеру для публікації в онлайн-медіа.

Для досягнення мети були виконані такі **завдання**:

1) вивчити й узагальнити думки науковців щодо аналітичних жанрів журналістики, аналітичного різновиду інтерв’ю, а також особливостей, продиктованих впливом на журналістику процесів диджиталізації;

2) проаналізувати приклади онлайн-публікацій на актуальні теми у жанрі аналітичного інтерв'ю;

3) дослідити, яких специфічних рис набуває жанр інтерв’ю в інтернеті, чим він відрізняється від традиційного варіанту;

4) створити студентське онлайн-видання з низкою актуальних журналістських матеріалів та опублікувати на ньому самостійно підготовлене велике інтерв’ю аналітичного спрямування.

Об’єкт дослідження – актуальні аналітичні інтерв’ю – в професійних онлайн-медіа і власне.

Предмет дослідження – специфіка інтернет-публікацій, виконаних у жанрі аналітичного інтерв’ю.

Формально-змістові характеристики проєкту. Творчим дипломним проєктом послугувало самостійно створене онлайн-видання для студентів із низкою інтернет-публікацій на ньому, серед яких є аналітичне інтерв’ю на соціально значущу тему, що висвітлює реалії українських біженців за кордоном. Проєкт надав змогу наочно продемонструвати особливості підготовки й оформлення подібних інтерв’ю, якщо вони призначені для поширення онлайн.

Ключові слова: аналітичні жанри, інтерв’ю, актуальні теми, онлайн-медіа, диджитал-журналістика.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет журналістики
Кафедра журналістики
Рівень вищої освіти – бакалавр
Спеціальність С7 журналістика
Освітня програма «Журналістика»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Чернявська Л. В.

«06» травня 2025 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА СТУДЕНТОВІ

Цебратенку Олександру Володимировичу

1. Тема роботи – «Актуальне аналітичне інтерв'ю в контексті диджитал-журналістики» («Actual Analytical Interview in the Context of Digital Journalism»),

керівник роботи – к. соц. ком., доц. Чабаненко Мирослава Вікторівна,

затверджені наказом ЗНУ від «07» листопада 2024 року № 1782-с.

2. Строк подання студентом роботи – 15 травня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи – праці таких дослідників: З. Вайшенберг, Л. Василик, В. Варенко, М. Василенко, Н. Гапотченко, О. Гуменний, І. Горбова, В. Здоровега, В. Костюк, І. Михайлин, М. Подолян, Б. Потятиник, Д. Рендалл, В. Різун, О. Саламатіна, М. Тимошик, І. Тонкіх, М. Чабаненко.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) вивчити й узагальнити думки науковців щодо аналітичних жанрів журналістики, аналітичного різновиду інтерв’ю, а також особливостей, продиктованих впливом на журналістику процесів диджиталізації; 2) проаналізувати приклади онлайн-публікацій на актуальні теми у жанрі аналітичного інтерв'ю; 3) дослідити, яких специфічних рис набуває жанр інтерв’ю в інтернеті, чим він відрізняється від традиційного варіанту; 4) створити студентське онлайн-видання з низкою актуальних журналістських матеріалів та опублікувати на ньому самостійно підготовлене велике інтерв’ю аналітичного спрямування.

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Завдання видав (дата і підпис)	Завдання прийняв (підпис)
Вступ	Чабаненко М. В., доц.	Лютий 2024 р.	
1 розділ	Чабаненко М. В., доц.	Травень 2024 р.	
2 розділ	Чабаненко М. В., доц.	Жовтень 2024 р.	
Висновки і додатки	Чабаненко М. В., доц.	Березень 2025 р.	

6. Дата видачі завдання – 12 лютого 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об’єкт, предмет дослідження.	24.05.24	Виконано
2	Написати попередній варіант вступу і змісту. Дібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела.	15.02.25	Виконано
3	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину, оформити список літератури	02.03.25	Виконано
4	Доробити творчий проєкт, скласти його опис та обґрунтування.	12.03.25	Виконано
5	Сформувати список творчого доробку, написати всі інші підрозділи практичної частини.	18.04.25	Виконано
6	Написати висновки і остаточний варіант вступу.	22.04.25	Виконано
7	Оформити всі додатки.	28.04.25	Виконано
8	Пройти рецензування. Здати роботу на нормоконтроль.	08.05.25	Виконано
9	Виправити недоліки оформлення і здати роботу на кафедру.	15.05.25	Виконано

Студент _____  ____ О. В. Цебратенко

Керівник роботи _____М. В. Чабаненко

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ М. В. Чабаненко

ВСТУП

З початком ери інтернету світ журналістики почав кардинально змінюватись, і сьогодні ми вже не тільки беремо участь у цих змінах, а також здійснюємо журналістську діяльність переважно в цифровому просторі, онлайн. Диджиталізація змушує медійників знаходити нові канали і методи донесення інформації до аудиторії. Класичні ЗМІ хоч і продовжують свою роботу у звичайному вигляді, проте навіть їх представництва з'являються в інтернеті і виготовляють контент, який відповідає потребам сучасних споживачів на кожній популярній онлайн-платформі.

Звісно ж, під впливом викликів часу зазнає змін і журналістика в цілому. Вона вже давно перестала працювати в односторонньому порядку – в режимі простого інформування. Поруч із інформаційною функцією набула значущості комунікаційна: журналіст сьогодні має безпосередню комунікацію зі споживачами медіапродукту, що дає змогу краще розуміти і відчувати цільову аудиторію та навіть допомагає виготовляти контент. Відповідно, роль ЗМІ лише як інформатора стає неактуальною. Щоб зекономити свій час, користувач сьогодні дедалі частіше потребує, окрім інформації, ще й якісної аналітики – журналістських матеріалів із глибоким аналізом подій, про які ЗМІ розповідають у новинах. Одним із різновидів таких матеріалів може бути аналітичне інтерв'ю, подане на зручній інтернет-платформі.

Аудиторія отримує вже проаналізовані дані через звичний онлайн-канал, при цьому розуміє, від кого саме походить інформація, обираючи для себе ті джерела, що заслуговують найбільшої довіри. Змальований процес потребує постійної уваги науковців, оскільки інтернет-технології, які забезпечують різноманіття способів подання журналістських матеріалів і донесення їх до аудиторії, постійно вдосконалюються, щодня виникають якісь новинки (наприклад, у відомих соціальних мережах і месенджерах запроваджуються нові функції). Цим і обумовлена *актуальність* теми нашого дослідження.

Мета роботи: створити аналітичне інтерв’ю актуального характеру для публікації в онлайн-медіа.

Для досягнення мети дослідження ми виконали такі **завдання**:

1) вивчити й узагальнити думки науковців щодо аналітичних жанрів журналістики, аналітичного різновиду інтерв’ю, а також особливостей, продиктованих впливом на журналістику процесів диджиталізації;

2) проаналізувати приклади онлайн-публікацій на актуальні теми у жанрі аналітичного інтерв'ю;

3) дослідити, яких специфічних рис набуває жанр інтерв’ю в інтернеті, чим він відрізняється від традиційного варіанту;

4) створити студентське онлайн-видання з низкою актуальних журналістських матеріалів та опублікувати на ньому самостійно підготовлене велике інтерв’ю аналітичного спрямування.

Об’єктом дослідження є: актуальні аналітичні інтерв’ю – в професійних онлайн-медіа і власне.

Предмет дослідження: специфіка інтернет-публікацій, виконаних у жанрі аналітичного інтерв’ю.

Структура роботи: Кваліфікаційна робота бакалавра складається з реферату, вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури, додатків. Обсяг основної роботи – 27 сторінок. Список використаної літератури включає 22 найменування (викладені на 2 сторінках).

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НА ТЕМУ «АКТУАЛЬНЕ АНАЛІТИЧНЕ ІНТЕРВ'Ю В КОНТЕКСТІ ДИДЖИТАЛ-ЖУРНАЛІСТИКИ»

Слово «interview» перекладається з англійської мови, зокрема, як бесіда. Важко переоцінити цей метод комунікації в житті людини. Він використовується майже в будь-якій сфері життя. І журналістика не становить винятку, оскільки жанр інтерв'ю є одним із ключових. До того ж, у процесі підготовки майже будь-яких матеріалів широко застосовується однойменний метод.

У різних джерелах поняттю інтерв'ю дають різні тлумачення. Наприклад, «Словник української мови» визначає цей термін ось так: «Призначена для опублікування в пресі, передачі по радіо, телебаченню розмова журналіста з політичним, громадським або яким-небудь іншим діячем і т. ін.» [18, с. 37]. А вже «Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті» пропонує детальніше визначення: це інформаційний або аналітичний жанр, що передає розмову журналіста у вигляді низки запитань і відповідей за участю суспільно важливих, компетентних у певних питаннях осіб або просто цікавих особистостей [17, с. 43].

Незважаючи на такі розбіжності, можемо виокремити головне: інтерв'ю – це діалог із людиною, що є безпосереднім джерелом інформації. Це можливість представити аудиторії думку героя в мінімально зміненому, майже первинному вигляді. Проте інтерв'ю в журналістиці від звичайної бесіди відрізняє той факт, що обмін відомостями відбувається з метою створення нового інформаційного продукту – суспільно значущого, потрібного суспільству, призначеного для публікації та подальшого доступу до нього широких мас (тобто представників аудиторії, які мають найрізноманітніші політичні та релігійні вподобання, різний соціальний і правовий статус, різний вік і належність до тих чи інших верств населення та ін.).

Інтерв’ю в будь-якому форматі – у вигляді відеоролика чи тексту, надає можливість висвітлити ті чи інші події, уникаючи звинувачень в упередженості журналіста, який, по суті, виступає лише в ролі посередника між джерелом інформації і аудиторією. Хоча, звичайно, майже з будь-якої бесіди можна створити як сенсацію, так і нікому не потрібний шлак, який навіть до ефіру, чи друку не допустять. І тут вже все залежить від майстерності інтерв'юера.

Є багато визначень терміна «інтерв’ю». Але як заявляє О. Саламатіна у своїй дисертації, «Більшість з трактувань, які зустрічаються у науковій практиці, описує його як жанр журналістики, а не лінгвістики» [16, с. 17]. Спираючись на опис інтерв’ю такими вченими-лінгвістами як В. Кузнецов, Г. Апалат, А. Белова та ін., О. Саламатіна наводить свою характеристику: «Інтерв’ю – це різновид тексту з визначеною спрямованістю, формою і композиційно-сюжетною побудовою, якому властивий стандартизований добір та організація мовних і немовних засобів у формуванні смислового, композиційного та мовленнєвого аспектів» [16, с. 17-18].

Для того, щоб розкрити ширше питання, що ж таке інтерв’ю, і для більшого розуміння його основ і цілей, можна також навести думку І. Тонкіх: «Інтерв’ю є журналістським жанром, що представляє суспільно вагому новину у вигляді відповідей особи на запитання журналіста» [20, с. 90].

З. Вайшенберг стверджує: «Інтерв’ю – це справа довіри. Особа, яку інтерв’ють, має бути певна того, що її висловленнями не будуть маніпулювати» [1, с. 66], тим самим підкреслюючи відповідальність журналіста за точне і неупереджене донесення до аудиторії думок інтерв’юйованого.

Види інтерв’ю. Хоча ми й розглядаємо загальні для всіх інтерв’ю ознаки, треба мати на увазі, що існують різновиди цього жанру, і це впливає на розробку стратегічних планів, обумовлює характер попередньої підготовки, визначає особливості поведінки журналіста і співрозмовника, а також конкретну технологію проведення бесіди. Наприклад, можна говорити про два різні способи спілкування – прямий, безпосередній контакті зі співрозмовником і опосередкований.

На переконання З. Вайшенберга, про «*прямий»* спосіб може йтися тільки «у разі точного відтворення висловлювань (у газетах, або інформаційних агентствах) або (на радіо і телебаченні) – трансляції навперемінно запитань та відповідей» [1, с. 64].

Майже у всіх класичних інтерв'ю це відбувається синхронно, тобто одночасно і за безпосереднього контакту журналіста та співрозмовника – просторовому, візуальному, вербальному. Існує можливість і опосередкованого спілкування, причому форми та комбінації опосередкованості можуть бути різними. Наприклад, інтерв'ю телефоном, при якому розмова відбувається синхронною, але без візуального контакту. Щоправда, сучасні технології дають змогу брати інтерв'ю за допомогою супутникового зв'язку, коли співрозмовники можуть перебувати в різних містах, навіть частинах світу, при цьому маючи і візуальний контакт.

Тут не зайвим буде навести дуже вдале визначення терміна «журналіст», яке надав В. Різун: «Журналіст – професійний комунікант (мовець), який працює в засобах масової інформації, виготовляє інформаційні продукти для преси, телебачення, радіомовлення, електронних засобів); виробник масової інформації; фахівець із питань функціонування ЗМІ. Журналісти можуть бути газетярами, тележурналістами, радіожурналістами тощо» [15, с. 111].

За словами З. Вайшенберга, про *опосередковане інтерв'ю* йдеться тоді, «коли інтерв’ю використовують як елемент таких зображувальних форм, як звіт-цитата, або нарис» [1, с. 64]. Це письмова форма з можливістю відкладеної відповіді, яка практикується нечасто і, як правило, з дуже важливими персонами. А ось за інтерв'ю, що проводиться з допомогою різних служб інтернету (електронна пошта, чати, телеконференції), безперечно, велике майбутнє. Таке спілкування, опосередковане комп'ютерними та телефонними дротами, протікає письмово або в інших форматах. Відповідна реакція може здійснюватися як у режимі відкладеної відповіді, так і в режимі онлайн, а хороші канали зв'язку потенційно дозволяють встановити як голосовий, так і відеоконтакт із респондентом.

Можна виокремити такі види інтерв'ю.

*Інтерв'ю-діалог***,** за визначенням В. Здоровеги – «Це розмова на рівних, яку ініціює інтерв’юер» [9, с. 176]. У цій розмові журналіст не просто виявляється посередником у передачі інформації, а й сам бере участь у процесі створення матеріалу, і результатом творчого партнерства стає інформаційний продукт у близькому до художнього жанрі. Цей продукт може втілитися в художньому нарисі, есе, документально-публіцистичному фільмі, діалозі в ефірі тощо. Однак слід зауважити, що, як заявляє В. Здоровега, продовжуючи думку стосовно інтерв’ю-діалогу: для такої розмови журналіст повинен не просто бути готовим, а й мати відповідний авторитет [9, с. 176]. Також досить важливим є правильний вибір співрозмовника, за допомогою якого в силу його здібностей, вчинків або соціального становища журналісту вдасться вийти на глибокий рівень узагальнень, побачити в проблемі драму, а в персональній долі – загальнолюдське начало.

Інформаційне інтерв'ю – вид інтерв’ю, який зустрічається найчастіше. Основна його ідея і мета – це збір матеріалу для новин. І. Тонкіх у посібнику «Інтернет журналістика» зазначає: «У тому випадку, якщо акценти інтерв’ю зосереджені на відповідях джерела інформації на основні питання журналістики (що, де, хто, коли, чому) без детального аналізу явища, маємо інформаційне інтерв’ю» [20, с. 91]. Для нього характерні певні часові стандарти, а тому воно вирізняється доволі динамічними темпами.

Вказаних І. Тонкіх питань (що, де, хто, коли, чому), як показує практика, цілком досить для збору основних фактичних даних. Однак журналісти інколи задають і інші питання для більш тонкого опрацювання сюжету, щоб уточнити отримані дані. Зазвичай перед виїздом на інтерв'ю з приводу тієї чи іншої події журналіст через брак часу рідко готується ґрунтовно і саме тому, формулюючи запитання, він покладається на імпровізацію та спостережливість, коли проводить дослідження ситуації та встановлює її причинно-наслідкові зв'язки.

Інтерв'ю-розслідування. Д. Рендалл стверджує: «Якщо й існує універсальне правило успішного розслідування, воно звучить так: ніколи не бійтесь

запитувати» [14, с 67]. У більшості випадків інтерв’ю-розслідування проводиться з тією метою, щоб досконало вивчити певну подію чи проблему. Зазвичай, воно ретельно організовується, але не має жорстких обмежень за часом. Проте, слід зазначити, що певні календарні рамки все ж таки встановлюються. Вкрай необхідно приділити левову частку уваги попередній роботі з матеріалами, постановці цілей, вивчити всі доступні свідчення в усній формі та письмові джерела, старанно продумати стратегію побудови розмови. Дуже важливим елементом тут є запитання.

Інтерв’ю-анкета. Як стверджує В. Здоровега: «це той випадок, коли на заздалегідь підготовлені письмові запитання відповідає багато людей» [9, с. 175]. Фактично це бліц-опитування і цей різновид інтерв’ю має на меті збір різних думок стосовно певного, як правило, вузького питання. Особливістю таких інтерв'ю є постановка фіксованих запитань, які є однаковими за змістом, якомога більшій кількості респондентів, представникам однієї, або навпаки, різних соціальних груп. Для репортажу про шкоду алкоголю для молоді, наприклад, можна провести опитування серед студентів і школярів. У такому виді інтерв’ю відсутня головна вимога до соціологічних досліджень – репрезентативність – і за результатами таких опитувань не можна робити висновків, що претендують на наукову точність, а це означає, що називати його соціологічним опитуванням неправильно. Проте подібні інтерв’ю мають свою цінність, подаючи думки, які панують у суспільстві, фрагментарно, окремими яскравими «штрихами», що доповнюють інформаційну картину, сформовану рештою журналістських повідомлень.

В *інтерв’ю-портреті*, як стверджував І. Михайлин, «створюється психологічний образ людини, воно має елементи художньо-публіцистичного мислення» [8, с. 98]. Поглиблюючись у дослідження інтерв'ю-портрета, можна встановити, що героєм такого інтерв'ю може стати людина, яка привертає інтерес широкої публіки, яка проявила себе в тій чи іншій сфері суспільного життя, або з іншої причини буде цікава масовій аудиторії. Проте іноді зустрічаються портретні інтерв'ю з так званими «простими людьми», які

презентують певний типаж, цікавий для висвітлення. Велике навантаження несуть і деталі побуту, інтер'єру, одягу, особливості мовлення героя – словом, те, що формує індивідуальність і має бути неодмінно передано читачеві.

Інтерв'ю-нариси. В. Здоровега дає цьому поняттю таке визначення: «Це буває у тому випадку, коли мова про певну особу ведеться словами самої особи-героя розповіді. Це порівняно високий рівень журналістського пілотажу» [9, с. 175]. Як ми можемо зрозуміти, в випадку інтерв'ю-нарисів дуже багато залежить від зацікавленості аудиторії власне в персоні героя. Проте не слід забувати і про дещо незвичну роль журналіста в даному випадку. Її визначення ми також знаходимо у В. Здоровеги: «У цьому разі автор виступає у ролі не допитувача, як це буває в інформаційних, офіційних інтерв'ю, а зацікавленого співбесідника» [9, с. 176].

І. Горбова наводить ще такий вид, як *інтерв'ю-міркування:* «це не лише інформаційний жанр, а й аналітичний. Окрім викладу події, важливими є роздуми респондента з її приводу» [7, с. 22].

Стосовно жанрової класифікації інтерв'ю також ведуться дискусії. Приміром М. Подолян вважає інтерв'ю суто інформаційним жанром журналістики [12]. Поруч із цим Н. Гапотченко розрізняє більше видів: «інформативні, аналітичні, інформативно-аналітичні, інформативно-художні та аналітично-художні інтерв'ю, спираючись на той факт, що в інтерв'ю журналіст має надати інформацію читачеві з певного стану чи події, або просто проаналізувати цю подію, дати їй оцінку, описати її в художньо публіцистичному аспекті тощо» [5, с. 63–64].

«Основи ж української жанрології, як і основи наукового журналізму загалом, із чіткою орієнтацією її на цивілізований світ, були розроблені не в Комуністичному інституті журналістики в Харкові, як навіть дослідники старшої генерації вважають, який створили там за вказівкою Москви 1926 року, а на чужині. І першим за цю непросту справу взявся видатний націолог, публіцист, хоча досі і не пізнаний у себе вдома Ольгерд-Іполит Бочковський» – стверджує М. Тимошик [19, с. 27].

Варто зазначити, що інтерв'ю – це, з одного боку, лише спосіб отримання інформації шляхом спілкування з людиною, яка володіє нею, а з іншого боку, можливість дізнатися про все і розкрити питання значно ширше. Цю можливість надає журналіст, який, за допомогою певної системи запитань, допомагає інтерв'юваному чітко та лаконічно висвітлити задану тему. У випадку аналітичного інтерв’ю це ще й можливість показати ситуацію з зовсім неочікуваного боку. Якщо у випадку інформаційного інтерв’ю ми фактично лише передаємо інформацію, сухі факти, то у матеріалі аналітичного спрямування вже формується певна думка.

За словами Н. Гапотченко: «Інтерв’ю, в якому журналіст ставить питання інформативного змісту (Що відбувалося? Як? Де? Коли? Чому?) і має за мету одержання інформації про конкретні події, визначається як інформаційне. В свою чергу, аналітичне містить запитання, що провокують співрозмовника до аналізу, висновків, формулювання перспектив або наслідків відносно визначеної події» [5, с. 66]. Також можна виділити такі особливості роботи інтерв’юера при опрацюванні інтерв’ю аналітичного спрямування: журналіст має спрямовувати бесіду у потрібному напрямі, забезпечуючи логічний розвиток теми і спонукати респондента до певних висновків із кожного питання, що обговорюється. Крім того, ставити уточнювальні запитання, тим самим допомагаючи розкрити причинно-наслідкові зв’язки. А ще уважно слухати відповіді інтерв’юйованого, щоб врахувати всі деталі та аргументи, від яких можна буде створювати уточнюючі запитання.

Тобто ми бачимо, що, окрім основних елементів інформаційного інтерв’ю, аналітичне включає в себе інші запитання на кшталт: Яким чином? Чому? Що це означає? тощо. Аналітичне містить у собі також аналіз фактів. Очевидно, що роль автора в аналітичному інтерв'ю полягає у тому, що своїми запитаннями він задає насамперед напрямок аналізу, який у подальшому здійснює сама особа, яку інтерв'ють. З цією метою запитання формулюються таким чином, що вони вимагають висвітлення ключових моментів якоїсь події, явища, процесу, ситуації в більш розгорнутому вигляді. Такі запитання

спонукатимуть співрозмовника викладати свої думки, знання, уявлення про предмет майбутньої публікації в такий спосіб, що виявлять у підсумку причинно-наслідкові зв'язки обговорюваної події, будуть винесені певні оцінки, також буде сформульовано прогноз розвитку події, наведені необхідні аргументи на користь позиції, яку він викладає.

Як заявляє М. Василенко, «в аналітичній статті читачеві не просто розказують про певний факт, подію. Журналіст робить спробу проаналізувати цей факт чи подію обов’язково в контексті проблеми» [4, с. 76]. Тобто в такому випадку зміст тексту інтерв'ю наповнюється елементами аналізу. Потрібно також зазначити, що трапляються випадки, коли особа, у якої беруть інтерв’ю, здійснює сама аналіз подій, процесів, ситуацій, не чекаючи навідних запитань. Це відбувається тоді, коли людина сама зацікавлена у якомога детальнішому висвітленні предмета розмови, що, звісно ж, полегшує завдання автора майбутньої аналітичної публікації.

Одну з ключових ролей інтерв'ю відзначає також В. Варенко: «Це один з методів збирання інформації в аналітиці, сутність якого полягає в здобутті новин і повідомлень шляхом усного спілкування суб'єкта з об'єктом» [3, с. 252]. Також В. Варенко за типом спілкування виділяє такі типи інтерв’ю: інтерв'ю на робочому місці; інтерв'ю вдома в об'єкта; інтерв'ю по телефону; інтерв'ю в інтер-ситуаціях.

Отже, спираючись на отриману інформацію, можемо стверджувати, що основна мета такого інтерв’ю полягає не лише у зборі інформації, а й у формуванні висновків, розумінні причинно-наслідкових зв’язків та оцінці ситуації. Це відрізняє його від інших типів інтерв’ю, таких як новинне (фокус на наданні важливих фактів) або розважальне (просто цікаве для аудиторії, здатне підняти настрій).

Особливості диджитал-журналістики. Сьогодні всі ми живемо в новому суспільстві – цифровому. Категорія людей, для яких слова «онлайн», «цифра», «кіберпростір» малознайомі, є дуже малочисельною. Навіть старше покоління сьогодні використовує різноманітні гаджети для отримання інформації, а тому

можна впевнено стверджувати, що незалежно від нашої волі та свідомості кожен із нас є частиною цього простору. Простору, який виник не сам собою, а мав цілком закономірну історію розвитку.

Б. Потятиник з цього приводу пише: «У 90-х роках ХХ ст. засобом масової комунікації стає комп'ютерна мережа Інтернет. Поки точилися суперечки про те, до якої класифікаційної чарунки його віднести, всесвітня мережа на базі мультимедійних технологій стрімко набула рис супермедіуму, який поглинає всі відомі засоби комунікації» [13, с. 204].

Вказаний процес триває і сьогодні. Неможливо надати точну статистику щодо кількості онлайн-видань, навіть у масштабах нашої держави через надзвичайно високу швидкість розповсюдження технологічних новацій і прогресу. М. Чабаненко понад 10 років тому вказувала на те, що: «кількісний склад веб-ресурсів, які можна віднести до кола вітчизняних інтернет-ЗМІ, – не менше двох тисяч. Точна цифра нікому не відома, оскільки жодних офіційних списків не існує. Хоча домен UA і позначає український Інтернет, насправді це дуже умовно. Багато інтернет-ЗМІ (приблизно одна третя від загальної кількості), які неможливо назвати неукраїнськими, знаходяться в доменах com, org, net, biz тощо» [22, С. 34].

Грані понять «журналістика», «мас-медіа» та інших втрачають чіткість. Завдяки цифровій культурі газета стає мультимедійним ЗМІ, а журналіст – вільним автором. Через це свого часу в науковому середовищі активно обговорювалось питання необхідності формулювання «максимально чітких критеріїв ідентифікації веб-ресурсу як інтернет-ЗМ» [21, с. 37].

Сучасні медіасистеми реалізують власні смислотворчі тренди, які породжують специфічні культурні практики. Для більшості типів культурного досвіду носієм інформації стає «медіапродукт».

Засоби медіа дедалі більше насичують цифрове середовище контентом розважального характеру, розмиваючи кордони між інформаційними та розважальними продуктами. Тут доречно навести одне з визначень терміна «контент» із Тлумачного словника О. Гуменного: «Інформаційні ресурси

вебсервера. Будь-яке інформаційно значуще його наповнення – блоки тексту, графіка, мультимедіа» [6, с. 81]. Як підкреслює І. Тонкіх, «для роботи у цій галузі стає необхідним опанування новітніх комп'ютерних технологій, виникає потреба дослідження і застосування тих можливостей, які надає на сучасному етапі інтернет» [20, с. 10-11].

Утворюються нові жанри, а старі зникають, медіаконтент впливає на формування соціальних норм і моделей поведінки людини. Мова спрощується, кіберпростір формує світогляд через відеообраз. Алгоритм здійснює відбір контенту і також обирає, коли його розміщувати. Доволі часто це негативний контент (наприклад, фейковий або клікбейтний), оскільки, на жаль, такий найбільше привертає увагу масової аудиторії. Цифрові технології змінюють комунікативну та соціальну системи, а також структуру інформаційного споживання. Аудиторія майже нарівні з журналістами, редакторами та видавцями бере участь у створенні інформаційного продукту. Цінність тексту пов'язують із кількістю часу, витраченого на його прочитання. Тому відбувається скорочення обсягу повідомлення.

У межах опрацювання нашої теми важливим залишається чітке розуміння термінів: конвергенція, мультимедійність і гіпертекстуальність. Конвергенцію Л. Василик тлумачить так: «комунікаційне явище, яке означає взаємодію й об'єднання розмаїтих каналів і засобів зв'язку в умовах розвитку мультимедійних процесів» [2, с. 75].

Мультимедійність, за словами М. Чабаненко, це базова властивість вебу, що уможливила «поєднання всіх доступних форматів медіа-повідомлень: тексту, фотографій, слайдів, відео, аудіо, малюнків, інфографіки, анімації тощо» [22, с. 75]. А гіпертекстуальність – це «одна з базових властивостей Всесвітньої веб-мережі, що дає змогу розміщувати на будь-яких веб-сторінках гіперпосилання на будь-які веб-ресурси» [22, с. 72].

Все це значно змінило і продовжує трансформувати світ журналістики. Змінюється контент, вигляд і методи його подачі аудиторії. Класичні ЗМІ давно вже опанували способи поширення інформації через інтернет-ресурси. Як

зазначав І. Михайлин, «практично всі поважні телерадіокомпанії (ТРК) дублюють в Інтернеті свої новинарні випуски» [11, с. 102]. Змінюється і специфіка журналістської діяльності, приміром, В. Костюк вказує: «Велика кількість інтерв'ю останнім часом створюється дистанційно» [10, с. 51].

Умови, коли аудиторія перевантажена інформацією про різні події, призвели до зростання потреби в матеріалах аналітичного спрямування, зокрема в аналітичному інтерв'ю, яке є досить актуальним. Сьогодні багато таких інтерв'ю поширюють онлайн, що надає журналісту змогу задіяти мультимедійність, гіпертекстуальність, інтерактивність, тим самим збагативши матеріал за рахунок додаткових переваг, властивих новітньому цифровому середовищу.

РОЗДІЛ 2
СУПРОВІДНА ЗАПИСКА ДО ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ

2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту

Творчим проєктом до нашої кваліфікаційної роботи виступає:

- матеріал в жанрі інтерв'ю аналітичного характеру під назвою «Українська біженка про шлях до порятунку та життя у Німеччині»;
- сайт, на якому матеріал був опублікований, це онлайн-медіа «Студент 24» student24.newmedia.zp.ua/ (рис. А.1);
- відповідна сторінка в соціальній мережі Facebook і допис про згадане інтерв'ю – https://www.facebook.com/groups/990766203142464 (рис. А.2).

Сайт був розроблений у рамках вивчення дисципліни «Мультимедійний контент для цифрових платформ» на CMS WordPress під керівництвом викладачки М. В. Чабаненко. На ньому також були розміщені матеріали інших студентів. Структура сайту створювалась так, щоб розподілити матеріали студентів, які вивчали цю дисципліну, за підкатегоріями відповідно до їхніх спеціальностей і авторства, при цьому зберігши концепцію вигляду класичного порталу інформаційно-аналітичного спрямування.

Перед початком роботи над творчим проєктом було досліджено такі професійні українські онлайн-медіа: «The Ukrainians», «Українська правда», «Радіо свобода», а також сайт 5 телеканалу. Окрім технічних можливостей цих платформ, було проаналізовано три аналітичні інтерв'ю: «Юрій Іздрик: «Я – сценічна тварина», «Роман Костенко: У нас можуть бути плани і далі Курська» і «"Із двома дипломами мені запропонували мити підлогу". Чому в Німеччині працевлаштований лише кожен п'ятий біженець?». За результатами досліджень було визначено вектор розвитку власного творчого проєкту.

Зокрема, розглядаючи згадані публікації, ми відзначили такі особливості:

- В них присутня велика кількість фото (рис. А.3).
- Є іконки для поширення матеріалів у соцмережах за допомогою одного кліку (рис. А.4).

- У кожного сайту є відповідні сторінки у найбільш популярних соцмережах (рис. А.5-8).
- На сторінках у соціальних мережах цих онлайн-медіа забезпечена інтерактивність шляхом коментування матеріалів.
- Широко представлений контентом саме аналітичного спрямування.
- Є технічні можливості переходу на інші сайти, для отримання додаткової інформації та бекграунду.

Крім цього, можемо відзначити і принципові відмінності у проаналізованих ЗМІ. Так на 5 каналі майже всі матеріали представлені у відеоформаті, в той час як «The Ukrainians» публікує свій контент у текстовому форматі, ілюструючи публікації фото. «Українська правда» і «Радіо свобода» мають контент, представлений максимально широко, а саме: текст, фото, відео, аудіо. Це, за своєю чергою, є перевагою, адже вони надають своїй аудиторії більше можливостей: для когось відеоформат є більш легким для сприйняття, а для когось має значення можливість швидкого доступу до додаткової інформації через гіперпосилання.

У контексті теми інтерв'ю аналітичного спрямування особливо важливим є забезпечення інтерактиву, і це є в кожному з видань. Через коментарі в соціальних мережах кожен матеріал може збагачуватись аналітичною складовою за рахунок додаткової інформації. Також читач або глядач може дізнатися думку громадськості стосовно піднятої в матеріалі теми. Так у коментарях до матеріалу «Роман Костенко: У нас можуть бути плани і далі Курська» ми можемо побачити, що думки аудиторії розділилися, а отже – думка, яку висловлює пан Костенко, не є однозначною (рис. А.9).

При створені власного конвергентного медіа «Студент24» та відповідної групи в мережі Facebook, а також аналітичного інтерв'ю, яке було поширено за принципами кросмедійності, серед іншого, було задіяно дані, отримані в процесі окресленого міні-дослідження. Висновки були враховані у творчому проєкті у межах технічних можливостей.

Назва «Студент 24» була обрана з урахуванням призначення цього порталу і того факту, що він не планувався використовуватись як повноцінний інтернет ЗМІ. Однак це не завадило студентам гр. 6.0611-ж-з використовувати його як платформу для розміщення своїх матеріалів, в тому числі колективного проєкту інтернет-радіо під назвою «Радіо Heartbeat», перейти до якого можна натиснувши на відповідний розділ у верхньому лівому кутку сайту біля актуальних дати та часу (рис. А.10).

За період навчання сайт неодноразово зазнавав змін, однак основні концепція стиль і колористика були збережені. Також він регулярно доповнювався новими матеріалами студентів нашої групи, які ставали дедалі якіснішими в міру нових отриманих знань.

Враховуючи той факт, що кросмедійність є невід'ємною частиною диджитал-журналістики, яка дає можливість значно збільшити аудиторію нашого порталу за рахунок залучення більшого числа відвідувачів, було створено відповідну групу в одній із найпопулярніших соцмереж – Facebook. При її створені було дотримано всіх відповідних канонів і правил кросмедійності і конвергентності: були збережені колористика, символіка, логотип, зворотній зв'язок та ін. За рахунок збільшення підписників групи, які переходять за посиланням на матеріал, який їх зацікавив, на сайт, збільшується кількість відвідувань самого інтернет-видання «Студент 24».

Слід зазначити, що платформа Facebook надає можливість розміщувати як короткий опис матеріалу (анонс), так і весь текст за необхідності. Можливість прикріплення візуальних елементів збільшує кількість способів сприйняття інформації, тим самим привертаючи увагу до нашого медіапродукту потенційного читача, залучаючи навіть тих, хто просто скролить інформаційну стрічку в соцмережі.

Безпосередньо моїх матеріалів на сайті представлено вісім, п'ять із яких виконано у форматі інтерв'ю, здебільшого аналітичного характеру. Жанр інтерв'ю має дуже широкі можливості для отримання інформації і донесення її до аудиторії. Інтерв'ю саме аналітичного спрямування на сьогоднішні займає

міцні позиції в медіа. А напрямок диджитал-журналістики є настільки ж перспективним, на скільки і повсякденним. Саме тому фінальним проєктом виступає аналітичне інтерв'ю з українкою, сім'я якої вимушена була покинути свій дім і поїхати до Німеччини, опубліковане на порталі «Студент 24» і поширене на платформі Facebook під назвою «"Дніпро – Ноймюнстер": шлях довжиною в людську долю».

Далі подаємо міркування, які спонукали нас обрати саме таку тему. Після 24-го лютого 2022 року мільйони людей в Україні покинули свої домівки, або взагалі країну, і вимушені шукати долі по всьому світу. Серед цих людей є такі, для яких це стало кроком вперед і вони вже освоїлись за кордоном, знайшли роботу, або заснували бізнес, а є й такі, що не витримали на чужині і повернулися. Однак для всіх це стало неабияким випробуванням. І якщо біженці з західних областей меншою мірою зазнали втрат своїх домівок в наслідок бойових дій, то мешканцям східних і південних регіонів часто вже просто нікуди повертатись. Війна триває і в кожного доля складається по-різному, а тому і зараз є люди, які бажають виїхати за кордон. Незважаючи на те, що інформації про життя українців за кордоном чимало, можна в інтернеті знайти, вона зазвичай суперечлива. Хтось скаржиться на життя «у приймах», а хтось розповідає про перспективи, які відкрились їм, коли вони виїхали з рідної країни. Саме тому піднята тема інтерв'ю з людиною, яка на собі перенесла всі етапи біженства, починаючи з життя під обстрілами і закінчуючи початком нового шляху в чужій державі, є актуальною для досить широкого кола людей.

Матеріал створений у жанрі аналітичного інтерв'ю, розбитий на дев'ять частин із відповідними підзаголовками, складається з 5738-ми слів. У матеріалі використані світлини самої героїні, членів її сім'ї, фото табору для біженців, про який йде мова. В інтерв'ю героїня розповідає про життя її родини до та під час війни, про те, що спонукало їх прийняти рішення виїхати, про важкість дороги і про те, як налагоджувалось життя в Німеччині. Історія вийшла досить детальна, тому вона може залучити додаткову аудиторію за рахунок людей, які

мають намір також покинути країну і зараз цікавляться «підводним камінням», яке може виникнути на їхньому шляху.

Інтерв'ю проводилось в режимі безпосередньої бесіди з героїнею, було зроблено запис розмови на диктофон, після чого була написана стенограма, текст відредаговано і опубліковано. Слід зазначити, що, серед іншого, під час бесіди також йшлося про досить делікатні речі, зокрема про обставини щодо неповнолітньої дитини, проте порушень Кодексу журналістської етики допущено не було. Також не було допущено і порушення ККУ ст.114.2; ЗУ «Про державну таємницю» ст.8 ; 18, а саме: всі власні назви, адреси, або описи місцевості, про які йдеться мова в матеріалі і за якими можна було встановити місцезнаходження цих об'єктів, були вилучені з остаточного варіанту тексту.

Всі фото були зроблені з особистої згоди всіх на них присутніх, фото дитини зроблені за особистої згоди як дитини, так і її батьків. Героїня була проінформована, що матеріал буде опублікований. Фото розкладу потягу і фото табору було взято з відкритого доступу.

2.2 Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту

Стосовно цільової аудиторії сайту «Студент 24» і відповідної групи в соцмережі Facebook можна сказати наступне: як вже було зазначено, протягом усього часу існування сайт зазнавав деяких змін. Відповідно змінювалась і цільова аудиторія. Так на момент безпосередньо створення він слугував лише як навчальний проєкт з вивчення методів роботи з вебсайтами, які мають відкритий вихідний код, і був розрахований на аудиторію, яка була представлена лише викладачем і студентами, які брали участь у його розробці. У подальшому аудиторія розширилась за рахунок інших студентів і викладачів суміжних дисциплін, які мали можливість переглядати роботи, створені студентами групи 6.0611-ж-з.

Сьогодні сайт, звісно ж, не може змагатися з професійними за кількістю відвідувань, проте він є у відкритому доступі і матеріали, представлені на ньому, сприяють максимальному розширенню аудиторії. За рахунок

різноманіття тем, жанрів матеріалів, а також мультимедійності якусь цікаву інформацію зможуть знайти представники будь-якої статі, будь-якого віку, соціального статусу і конфесії.

Враховуючи те, що група на платформі Facebook була створена для функціонування за принципом кросмедійності, всі головні аспекти сайту як першоджерела були збережені. Це означає, що цільова аудиторія, на яку розрахований наш портал, в переважній більшості зберегла свою структуру. Однак аудиторія сайту за рахунок користувачів соціальної мережі була збільшена. Оскільки у Facebook група знаходила нових читачів внаслідок спрацювання алгоритмів, пропонованих цією соцмережею, до користувачів потрапили люди, які мали мій контакт або шукали подібні групи.

Щодо аудиторії, на яку розрахований матеріал «“Дніпро – Ноймюнстер”: шлях довжиною в людську долю», слід зазначити, що він, звісно, не потрібен людям, яким взагалі не цікава тема біженства. Однак ця тема залишається однією з найактуальніших на сьогоднішній день, тому має бути цікава всім, насамперед – самим біженцям та їхніх родичам, які залишились в Україні. За офіційними даними, тільки Німеччина прийняла до себе понад мільйон українців, а кількість країн, в яких наші співвітчизники знайшли прихисток взагалі підрахувати важко. Майже з кожної родини хтось поїхав, або хотів би поїхати до Європи чи США шукати притулку, тож зміст розмови з героїнею інтерв’ю, має становити чималий інтерес для таких людей. При цьому зрозуміло, що знайти посилання на це інтерв’ю у Facebook їм значно легше і простіше, ніж на сайті студентського онлайн-медіа.

2.3. Формально-змістові характеристики проєкту

Сайт «Студент 24» було створено за допомогою системи WordPress. Як вже вказувалось, першочергова мета його створення була – опанування навичок роботи на сайті в рамках навчального процесу з дисципліни «Мультимедійний контент для цифрових платформ», однак у подальшому було прийнято рішення використовувати його як платформу для розміщення творчих проєктів. Певної

вузької тематики сайт на має, оскільки опубліковані на ньому матеріали мають абсолютно різні теми. За період існування сайт неодноразово зазнавав редагування, однак колористика, стиль і основна концепція були збережені.

Наповнення сайту не є суто новинним. Контент здебільшого є інформативно-аналітичним або розважальним, без залучення інформації про актуальні події, які відбуваються в країні, або світі тут і зараз. Проте матеріали всіх авторів, представлені на сайті, виконані з дотриманням всіх вимог Кодексу журналістської етики, є унікальними і реалізовані в різноманітних жанрах, розраховані на максимально широкий темарій.

Однойменна група в соціальній мережі Facebook була створена в рамках підготовки кваліфікаційної роботи бакалавра. У ній, за принципами кросмедійності, були поширені відповідні матеріали, опубліковані спочатку на сайті, і вона виступає в ролі своєрідного мікромедіа. Невелика кількість підписників пояснюється тим, що вона була заснована не так давно, а головне – новий контент створюється рідко.

Матеріал «”Дніпро – Ноймюнстер”: шлях довжиною в людську долю» готувався саме в рамках творчого проєкту для кваліфікаційної роботи. Для цього я звернувся до героїні інтерв’ю з пропозицією створення матеріалу на цю тему і отримав згоду. Далі ми домовились про дату зустрічі і було розпочато підготовчий процес, що включав у себе складення списку основних запитань, дослідження теми біженства на даний момент в цілому та власне організацію зустрічі у Німеччині, де я зараз перебуваю.

Спілкування відбулося у місті Ноймюнстер і проходило у вельми невимушеній атмосфері. У процесі розповіді виникали додаткові запитання до героїні, відповіді на які дали змогу більш повно розкрити тему. Спілкування було записано на диктофон, що у подальшому дозволило максимально точно відтворити думки героїні у матеріалі. Також було зроблено фото для оснащення матеріалу візуальною складовою. Попередньо пані Поліні було роз’яснено, що весь матеріал, включно з фото, буде опубліковано в інтернеті, на що вона надала свою згоду.

Після цього за допомогою відтворення аудіозапису розмови було створено відповідний матеріал, який після редакторського опрацювання було опубліковано на сайті і поширено на сторінці видання у Facebook.

Матеріал був створений в аналітичному стилі, на актуальну тему і розміщений на базі популярних інтернет-ресурсів, з використанням кросмедійності, інтерактивності, гіпертекстуальності та мультимедійності. Таким чином, це повністю відповідає напряму нашої кваліфікаційної роботи.

2.4. Особливості оформлення проєкту

Основними кольорами для сайту було обрано смарагдово-зелений і білий. Вони представлені майже на будь-якій сторінці, надаючи певного стилю для нашого порталу. Цей дует кольорів було перенесено і до відповідної сторінки в мережі Facebook, що зайвий раз закріплює асоціацію між цією сторінкою і першоджерелом.

Вибір кольорів був не випадковий. При виборі ми керувались такими міркуваннями: зелений колір у свідомості людини асоціюється з природою, постійним оновленням і гармонією. Він розміщується в спектрі кольорів посередині між холодними та теплими відтінками і викликає почуття умиротворення, спокою і надії, допомагає розвіяти негативні емоції. Дія зеленого кольору в організмі позначається відчуттям рівноваги. Саме завдяки його властивостям на зеленому лузі, в лісі, або просто на природі ми почуваємось так добре. В оточенні зеленого людина розслабляється, відчуває радість, приплив енергії, відчуття безпеки.

Білий вбирає в себе всі кольори і вважається кольором чистоти, непорочності. Він асоціюється з хмарами, довершеністю, молоком, денним світлом, а тому виявляє тонізуючу дію на організм людини. Переважна більшість народів сприймає білий колір як символ удачі, добра і життя. Також він ефективно застосовується для підкреслення будь-якого іншого кольору.

Враховуючи специфіку контенту, представленого на сайті, було обрано саме такі кольори. Опубліковані матеріали, в переважній більшості, або

аналітичного спрямування, або розважального. Вибраною колірною гаммою створюється сприятлива для уваги атмосфера, в якій людина може знайти необхідну інформацію та ознайомитись із нею в стані спокою і розслабленості.

За рахунок чіткої структурованості контенту на сайті досить легко знайти саме ту інформацію, що цікавить. На головній сторінці представлено віджет із калейдоскопом матеріалів всіх авторів, які виявили бажання розмістити свої роботи на цьому сайті. Це було зроблено з тією метою, щоб відвідувач, зайшовши на портал, мав можливість обрати матеріал для перегляду рандомно. Проте для зручності влаштовано пошук матеріалів за автором, категорією, рубрикою, ключовими словами.

Тема нашого основного інтерв'ю цілком відповідає концепції сайту.

Зображення для оформлення «шапки» сайту було взято з вільних інтернет-джерел. Воно ілюструє глобальність, тим самим підкреслює різноманіття тем, якими наповнений сайт, і вигідно відтіняє основні кольори сайту. Малюнок логотипу також взято з відкритого доступу, це – зображення двох студенток в стилі «аніме». З оригіналу було видалено фон та інші деталі. До залишених персонажів було додано назву нашого проєкту і збережено в форматі PNG, що дало можливість не встановлювати додатковий фон і після завантаження його на сайт у ролі логотипу. Цей малюнок гармонійно пасує до всього дизайну. У подальшому це зображення було використане і на сторінці у Facebook.

Для надання нашому проєкту ЗМІ елементів інтерактиву в соцмережі було встановлено можливість коментування матеріалів і оцінювання, за допомогою лайків. Також це дозволяє нам отримувати інформацію, щодо інтересів нашої аудиторії.

При створенні публікації головного інтерв'ю також було збережено стиль і формат матеріалу. Вона була доповнена тематичними світлинами. У тексті є два гіперпосилання, з допомогою яких читач може більше дізнатися про німецьке місто Ноймюнстер і табір для біженців, про який розповідається в матеріалі.

2.5. Технічні і програмні засоби

Основною програмою для створення, редакції і переформатування світлин, обрізки фото був PaintDotNet. Його властивості дозволили достатньою мірою виконати поставлені завдання. Серед іншого, розробка і форматування логотипу відбувалась теж на базі цього додатку.

Сайт був розроблений і опублікований в мережі інтернет за допомогою системи керування контентом з відкритим вихідним кодом WordPress. На неї була встановлена тема оформлення Newspaperrex, що містить низку сучасних віджетів і передбачає зміну основних кольорів.

Система WordPress і тема Newspaperrex надали змогу повною мірою реалізувати задуманий проєкт. Так само, як і назву домену вдалося максимально влучно підібрати: student24.newmedia. Обрана платформа також надала можливість представити на сайті інший колективний проєкт нашої групи «Радіо Heartbeat», який було розміщено у форматі аудіо.

У «підвалі» сайту було встановлено посилання на дочірню групу у мережі Facebook, а в категорії «контакти» в головному меню – посилання на відповідні сторінки авторів в соцмережах.

При створенні групи у Facebook било використано лише базові можливості, які надає ця соціальна мережа. А саме: розміщення посилань і фото, встановлення головного зображення і кольорової схеми, можливість коментування і оцінювання за допомогою вподобайок.

Інтерв’ю було записано на диктофон в смартфоні і пізніше опубліковане на сайті за допомогою можливостей, що надаються WordPress.

2.6. Зв’язок із творчим доробком

Усі 10 матеріалів портфоліо (Додаток Б) були підготовлені впродовж навчання, а тому в перших із них можна помітити деякі огріхи при створенні матеріалу, яких у подальшому, за рахунок отриманих в процесі навчання знань, не допускалося.

Усього на сайті було опубліковано вісім повноцінних матеріалів, які цілком відповідають всім нормам і стандартам журналістики, а також Кодексу журналістської етики. П’ять із представлених матеріалів було виконано в жанрі інтерв’ю, що підкреслює той вектор, який за період навчання був обраний для подальшого професійного розвитку. В тому числі останнє на даний момент, яке власне і послугувало творчим проєктом – аналітичне інтерв’ю «”Дніпро – Ноймюнстер”: шлях довжиною в людську долю».

При створенні цього матеріалу було задіяно всі знання і професійні навички, які було отримано від викладачів і керівників практик за період навчання. На період створення кваліфікаційної роботи тема інтерв’ю – біженці та проблеми, з якими вони стикаються – є досить актуальною, що виносить цей матеріал за рамки лише творчого проєкту.

За час підготовки до кваліфікаційної роботи, було вдосконалено отримані знання і навички щодо створення та редагування сучасного медіаконтенту. Такі здобутки, безперечно, є важливими для сучасного журналіста, оскільки сьогодні інтернет-журналістика – найбільш поширений напрям у професії.

ВИСНОВКИ

Огляд наукових праць за темою нашого дослідження надав підстави стверджувати, що диджитал-журналістика відіграє провідну роль у медіасфері. Для сучасної аудиторії онлайн-медіа є головними джерелами інформації, при цьому їхні технології перебувають у стані постійного розвитку. Аналітичні інтерв'ю є помітною частиною контенту, що поширюється онлайн. За рахунок можливостей, які і надають цифрові платформи, традиційні формати інтерв'ю, потрапляючи до онлайн-простору, набувають нових рис, обумовлених застосуванням мультимедійності, гіпертекстуальності, інтерактивності та принципів кросмедійності.

У матеріалах жанру інтерв'ю аудиторія була зацікавлена завжди. Фактично від початку існування масмедіа ЗМІ всього світу використовують цей жанр у своїх матеріалах і увесь цей час інтерв'ю постійно зазнавало змін, еволюціонувало. В епоху телебачення цей жанр вийшов на новий рівень, коли інформацію, надану респондентом, не сприймають лише як сухі факти. Фактично це було важливим етапом становлення інтерв'ю аналітичного спрямування. В епоху інтернету жанр інтерв'ю продовжує еволюціонувати ще більш інтенсивно. Утворюються і набувають популярності нові засоби донесення інформації до споживача, методи подачі медіапродукту. Сучасність диктує свої правила, головне з яких – диджиталізація. Тому сьогодні нікого не дивує, що в межах однієї публікації можна знайти інформацію в найрізноманітніших форматах. Відео, фото, інтерактивна інфографіка – все це можливості, надані саме завдяки становленню онлайн-медіа.

Розглянувши низку наукових праць провідних українських журналістикознавців, а також дослідивши особливості функціонування інтернет-ЗМІ «The Ukrainians», «Українська правда», «Радіо свобода», сайту 5-го телеканалу і опублікованих на них інтерв'ю аналітичного спрямування, ми описали основні принципи функціонування аналітичного інтерв'ю в контексті диджитал-журналістики.

Якщо коротко, ці принципи полягають у наступному:

1. Підготовка та верифікація даних.

Журналіст у диджитал-середовищі має доступ до великого обсягу інформації: архіви, соцмережі, бази даних, відкриті джерела. Перед інтерв'ю він має можливість вивчити біографію героя, контекст теми інтерв’ю і суперечливі або спірні моменти в ньому, що можна бути роз'яснити в процесі спілкування.

2. Використання мультимедійних інструментів та інтерактивності.

Диджитал-журналістика пропонує нові форми подачі аналітичного інтерв'ю:

- відео з інтерактивними вставками (графіки, цитати, документи);
- паралельний фактчек у реальному часі;
- візуалізація аргументів і фактів (таймлайни, схеми, інфографіка).
- запрошення до обговорення в соцмережах (формування суспільного резонансу).

Це посилює довіру і залученість аудиторії, що позитивно позначається на її кількості і перетворює інтерв'ю на динамічний, багатошаровий медіапродукт.

Відповідно до отриманих в результаті власного дослідження даних було створено творчий проєкт на актуальну тему.

Головним у нашому творчому проєкті є аналітичне інтерв’ю про українську біженка в Німеччині, розміщене на створеному на заняттях з диджитал-журналістики сайті «Студент 24» і поширене за принципом кросмедійності в соціальній мережі Facebook. Завдяки згаданій платформі, окрім усього іншого, була реалізована можливість інтерактивного спілкування у вигляді коментарів під матеріалами, опублікованими на сторінці онлайн-видання.

Згадане інтерв’ю є саме аналітичним, оскільки в ньому дотримані основні правила відповідного жанрового спрямування:

- Було проведено глибокий аналіз теми, інтерв’ю виходить за рамки простого збору інформації, було виявлено причини, наслідки і зв'язок між ними.

- Думка героїні супроводжувалась змістовним контекстом на кожному етапі розповіді.
- Було зроблено акцент на проблемних і особливих аспектах теми біженства.
- Як результат – у матеріалі було вказано не тільки, що відбулося, а й чому, за яких умов, що це означає і до чого призвело.

Публікація цього матеріалу онлайн на сайті та в соцмережі продемонструвала переваги інтернет-технологій, зокрема можливості розміщення в ньому візуальної складової, кросмедійності, інтерактиву тощо.

Творчий проєкт логічно доповнює власний журналістський доробок, зібраний за чотири роки навчання на факультеті журналістики ЗНУ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Вайшенберг З. Новинна журналістика: навч. посіб. Київ : Академія української преси, 2004. 262 с.

2. Василик Л. Є. Конвергенція та крос-медійність: Дискурс термінологічної парадигми. *Теорія і практика журналістики.* URL: https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2019/apr/16101/vasilik.pdf (дата звернення 18.04.25 р.).

3. Варенко В. М. Інформаційно-аналітична діяльність: навч. посіб. Київ: Університет «Україна», 2014. 416 с.

4. Василенко М. К. Проблеми жанрової ідентифікації аналітичної статті. *Образ*. 2014. Вип.15. С. 73-80.

5. Гапотченко Н. Є. Структурні та жанрово-стилістичні особливості текстів інтерв'ю в сучасній французькій пресі (комунікативно-прагматичний аспект). дис. … канд. філол. наук : 10.02.05 Київ, 2005. 206 с.

6. Гуменний О. Д. Тлумачний словник основних термінів інформаційної культури. Національний університет біоресурсів і природокористування України. Київ: Міленіум, 2016. 132 с.

7. Жанрові модифікації інтерв'ю в сучасній журналістиці. *Вітражі: збірник матеріалів викладацько-студентських наукових семінарів*/ Упоряд. В. І. Башманівський, І. О. Горбова, Т. Є. Клименко, С. А. Чорна. Житомир: ЖДУ ім. І. Франка, 2014. Вип. 5. С. 21-24.

8. Журналістика : словник-довідник / авт.-уклад. І.Л. Михайлин. Київ : Академвидав, 2013. 320 с.

9. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. 3-те вид. Львів: ПАІС, 2004. 268 с.

10. Костюк В. В. Інтерв'ю на сторінках інтернет видань. *Соціальні комунікації*. 2015. №3 (23) С. 49-53

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

12. Подолян М. П. Публіцистика як система жанрів. Київ: Наукова думка, 1998. 220 с.

13. Потятиник Б. Електронні ЗМІ в демократичних процесах 2004-2006 рр. *Телевізійна й радіожурналістика: зб. наук.-метод. праць.* Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2007. Вип. 7. С. 199-205.

14. Рендалл Д. Універсальний журналіст / пер. з англ. М. Марченко. Київ : К.І.С., 2007. 288 с.

15. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підручник. Київ: ВЦ "Просвіта", 2008. 259с.

16. Саламатіна О. О. Мовленнєвий жанр "інтерв'ю" в сучасній німецькомовній та україномовній пресі: функціональні та прагматичні ознаки: дис. канд. філол. наук : 10.02.15 / Чорномор. держ. ун-т імені Петра Могили. Миколаїв, 2011. 228 с.

17. Словник журналіста : терміни, мас-медіа, постаті / за заг. ред. Ю.М. Бідзілі. Ужгород : ВАТ «Закарпаття», 2007. 224 с.

18. Словник української мови / редкол.: І. К. Білодід та ін. Київ : Наукова думка, 1973. Т. 4. 840 с.

19. Тимошик М. Жанри журналістики як науково-практична проблема: До провокації фахової полемікитеоретиків і практиків. *Український Інформаційний Простір*. Число 10. 42 с.

20. Тонкіх І. Ю. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті: навчальний посібник. Запоріжжя: ЗНТУ, 2017. 130 с.

21. Чабаненко М. В. Інтернет-ЗМІ як складова частина системи засобів масової інформації України : монографія. Запоріжжя : ЗНУ, 2011. 183 с.

22. Чабаненко М. В. Основи інтернет-журналістики : навчальний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Журналістика». Запоріжжя : «Просвіта», 2013. 112 с.

ДОДАТОК А

ІЛЮСТРАТИВНИЙ МАТЕРІАЛ

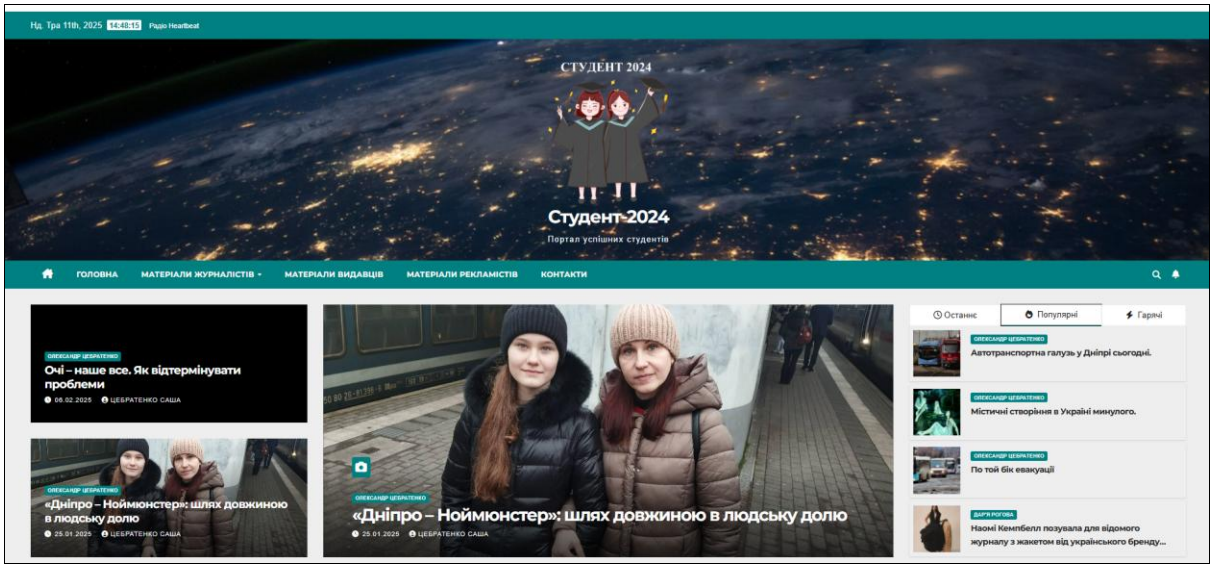


Рисунок А.1 – Головна сторінка сайту «Студент 24» з опублікованим аналітичним інтерв’ю про наших біженців у Німеччині

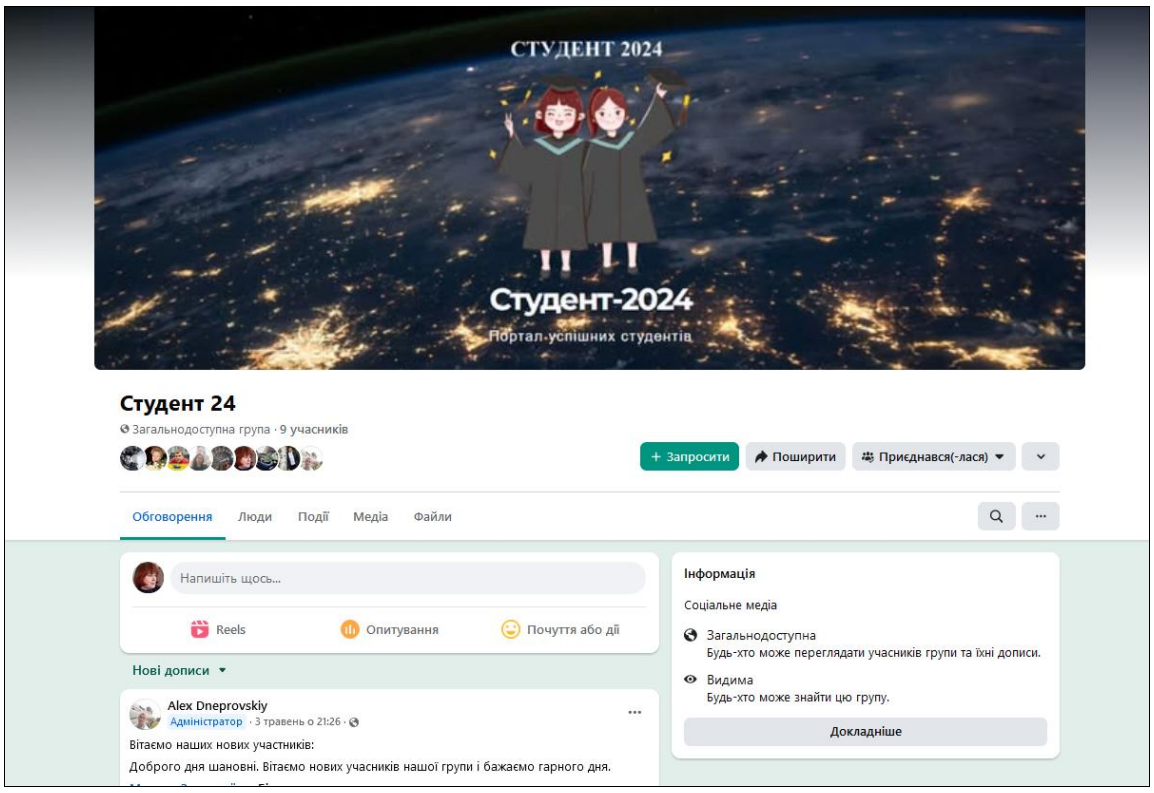


Рисунок А.2 – Фейсбук-сторінка інтернет-видання «Студент 24»

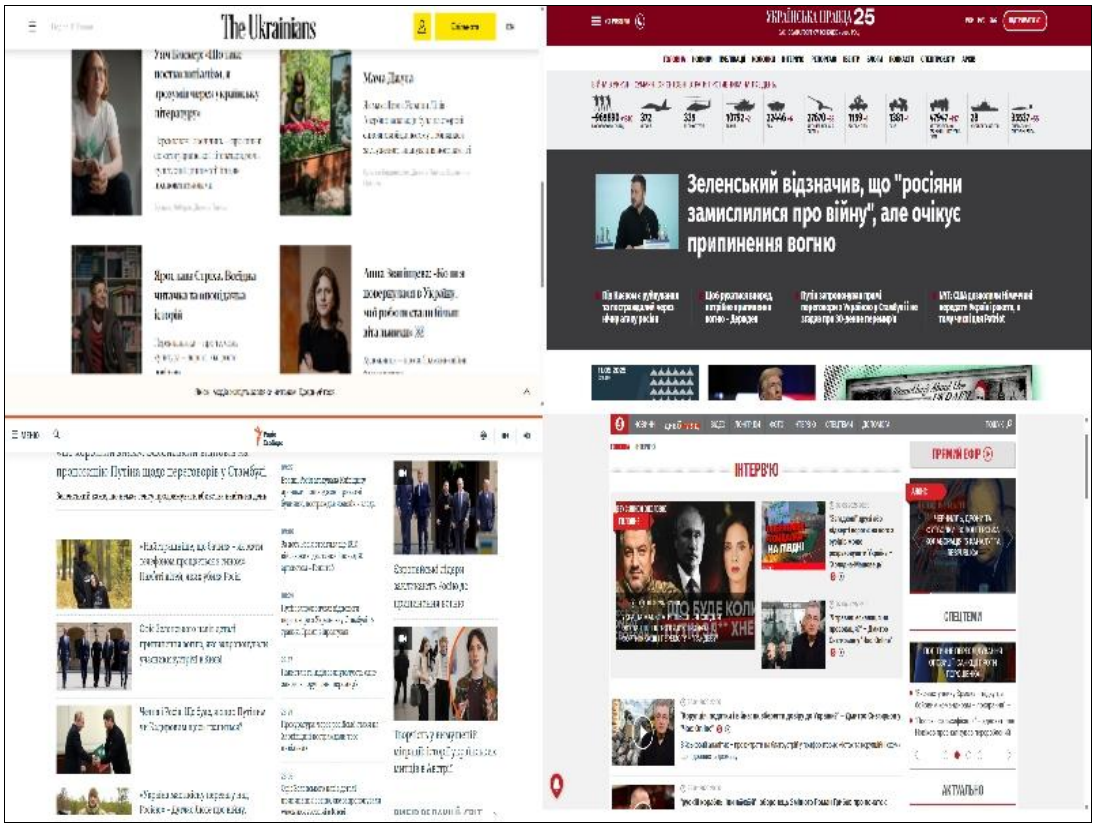


Рисунок А.3 – Фотоконтент на сайтах видань, які досліджувались

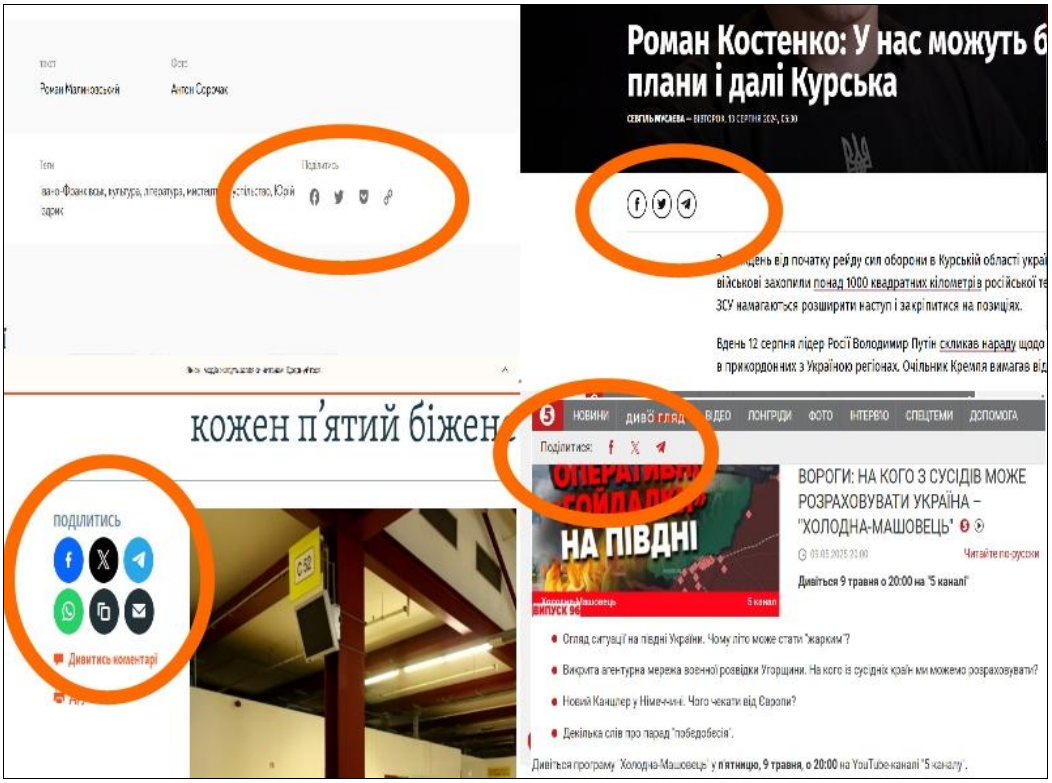


Рисунок А.4 – Можливість поширення матеріалу за допомогою лише одного кліку.

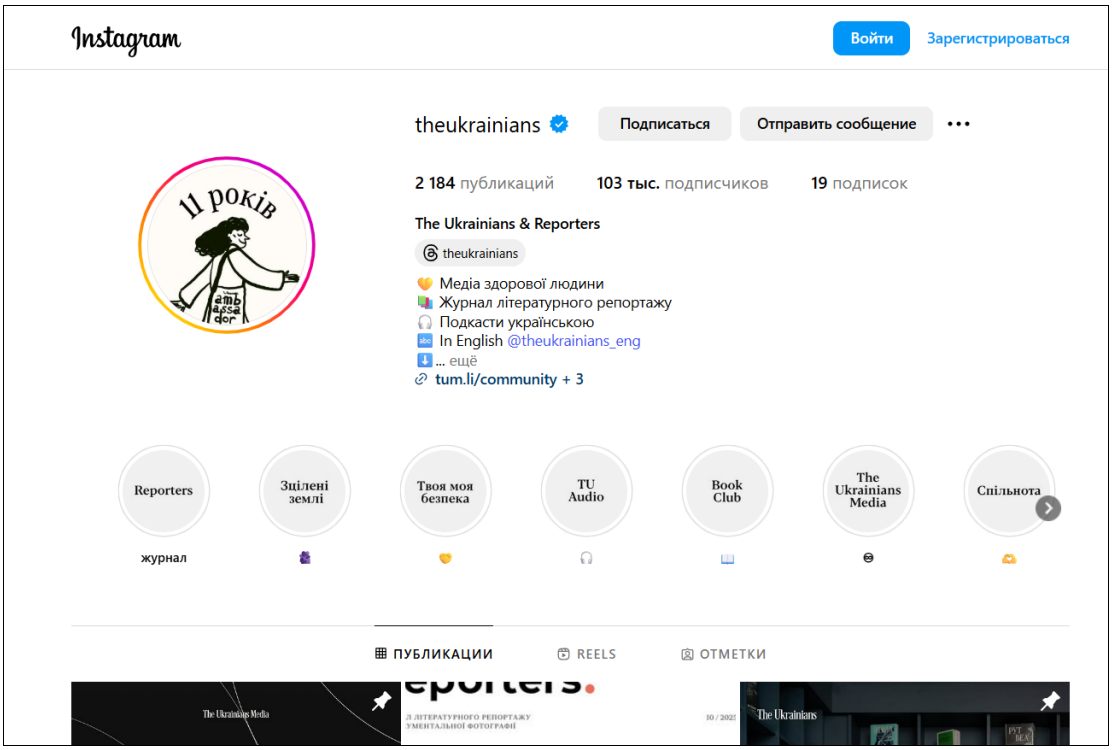


Рисунок А.5 – Сторінка «The Ukrainians» в Instagram

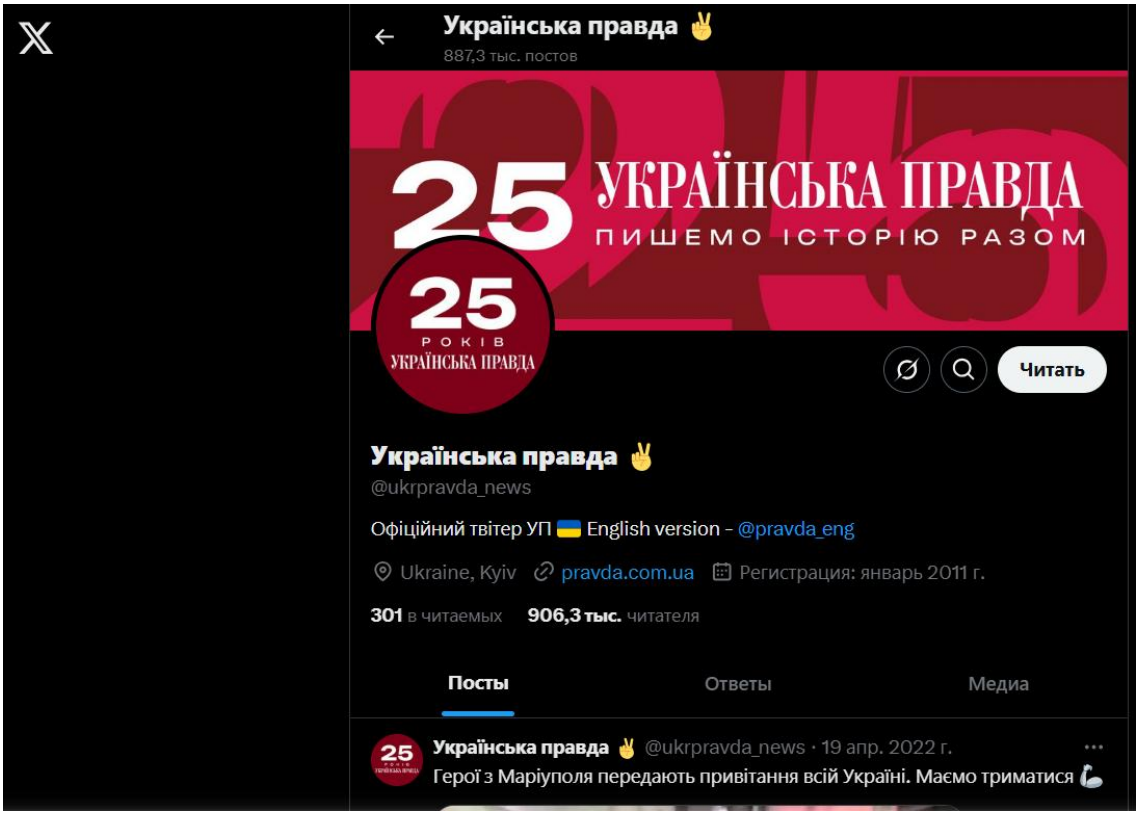


Рисунок А.6 – Сторінка Української правди у мережі «X»

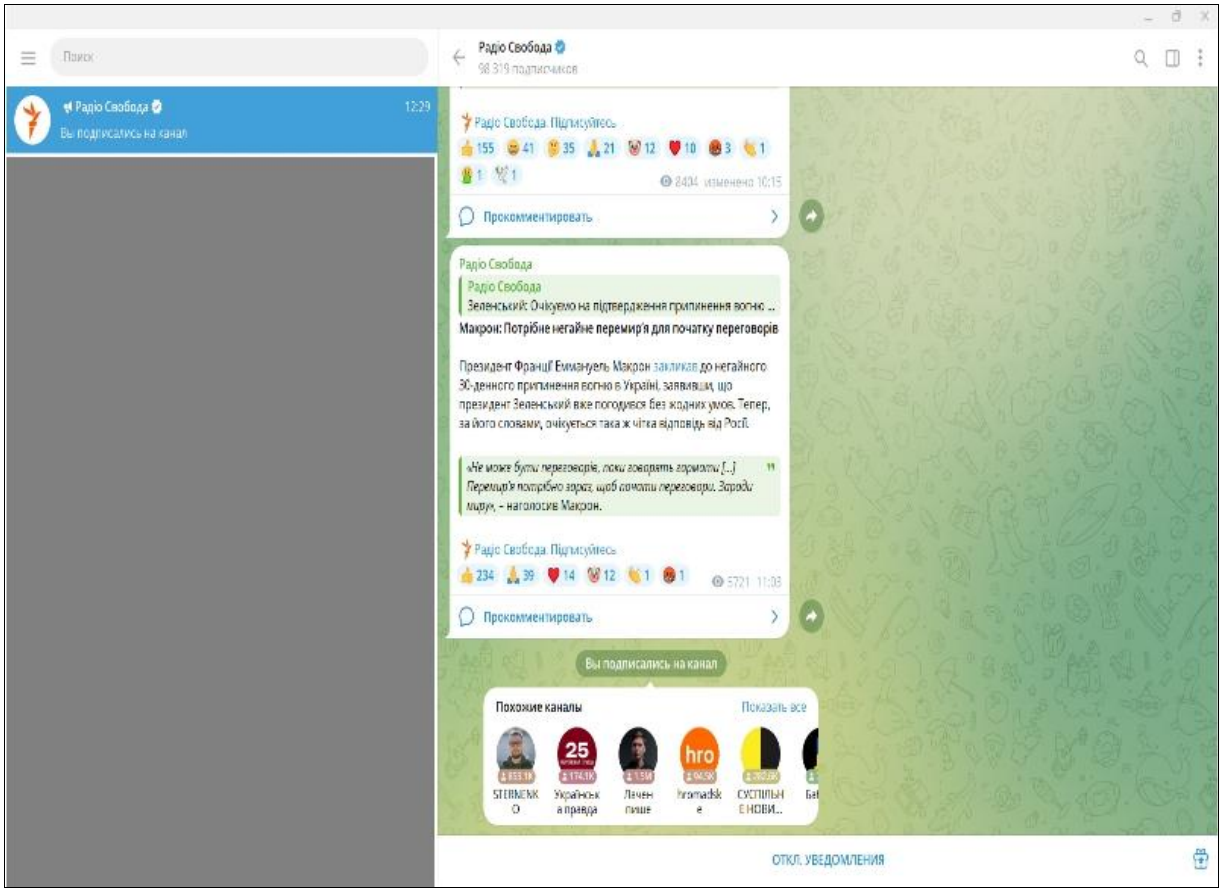


Рисунок А.7 – Група «Радіо свобода» в Telegram



Рисунок А.8 – Сторінка «5» каналу у мережі Facebook

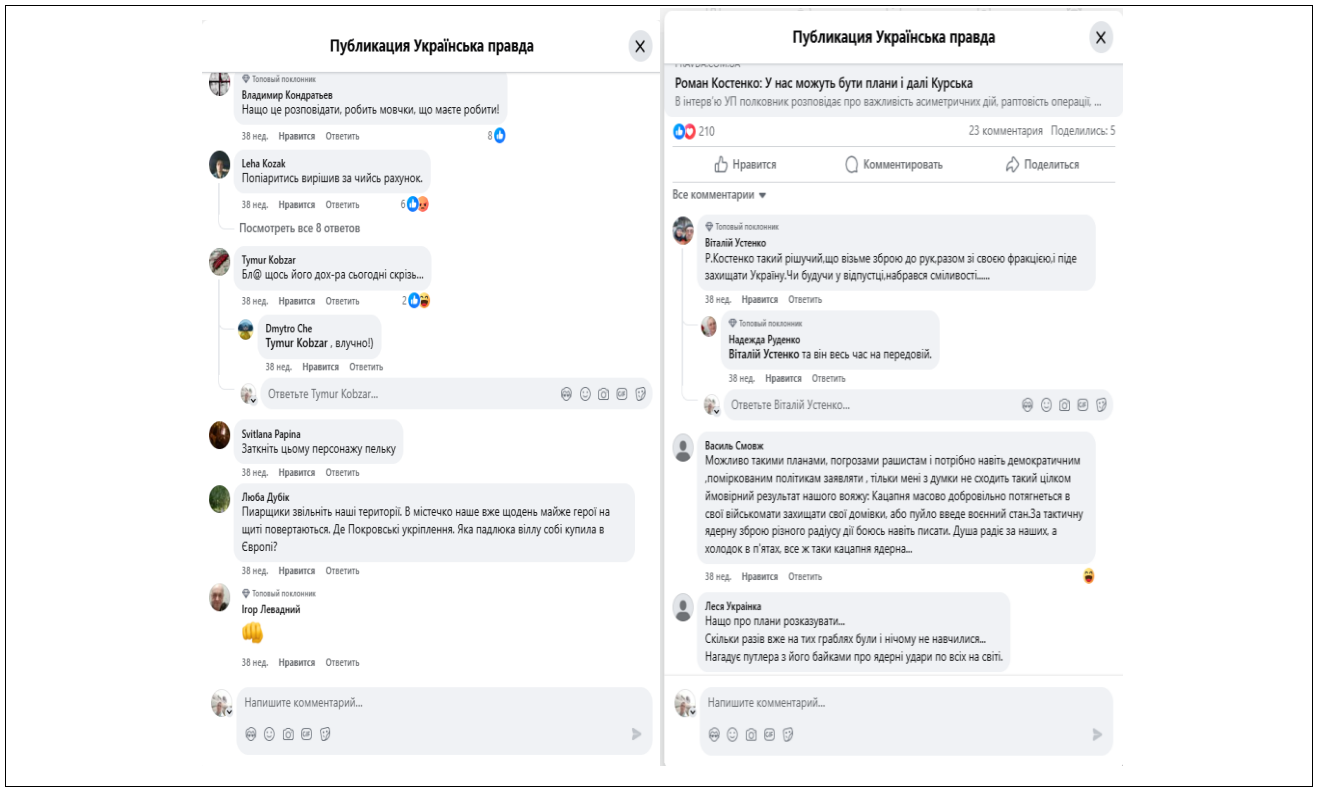


Рисунок А.9 – Коментарі до матеріалу «Роман Костенко: У нас можуть бути плани і далі Курська»

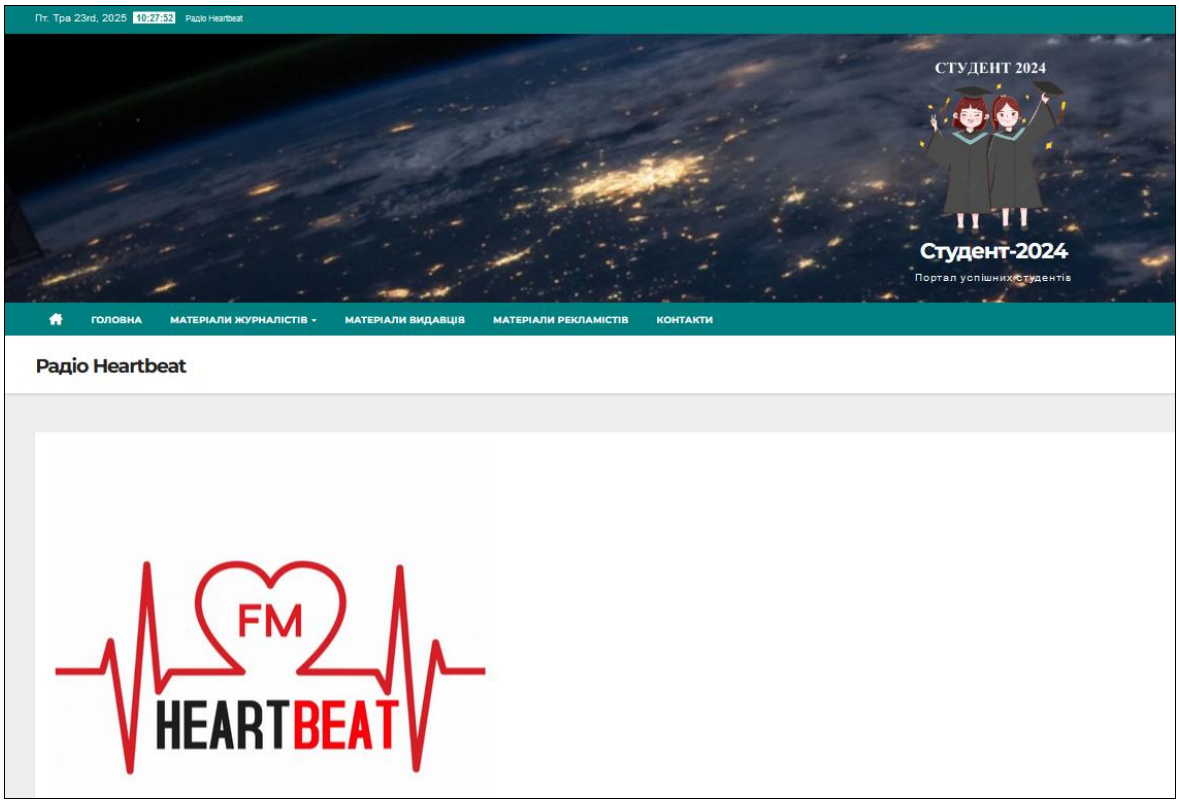


Рисунок А.10 – Студентське інтернет-радіо «Радіо Heartbeat»

ДОДАТОК Б

СПИСОК МАТЕРІАЛІВ ПОРТФОЛІО

Інтернет-публікації

1. «Дніпро – Ноймюнстер»: шлях довжиною в людську долю. URL: https://tinyurl.com/yxwty7vp
2. Життя, про яке не говорять. URL: https://tinyurl.com/3hadkye7
3. Очі – наше все. Як відтермінувати проблеми. URL: https://tinyurl.com/4mktecaw
4. По той бік евакуації. URL: http://universe.zp.ua/?p=28146
5. Важливість фільтрування інформації у воєнний час URL: https://universe.zp.ua/vazhlivist-filtruvannja-informacii-u-voiennij-chas/
6. Містичні створіння в Україні минулого. URL: https://tinyurl.com/9ce3hm9z
7. Українська біженка про шлях до порятунку та життя у Німеччині. URL: https://tinyurl.com/2vb3frn2
8. Автотранспортна галузь у Дніпрі сьогодні. URL: https://tinyurl.com/2s3rn7pa

Аудіоматеріали

1. Автопередача. URL: https://drive.google.com/file/d/1wb8ilbgqOxI8Z0ArU_Z17KGD2-18hg8W/view?usp=share_link
2. Прогноз погоди. URL: https://drive.google.com/file/d/14_lIujSngNWIdKLEPMK79ipGFPha1F4Q/view?usp=share_link

ДОДАТОК В

СЕРТИФІКАТИ



Виданий 23.10.2022

СЕРТИФІКАТ

Цей сертифікат засвідчує, що

Олександр Цебратенко

успішно завершив(ла) курс

«Комунікація щодо національних спільнот для прес-служб поліції та прокуратури»

Стен Ньорлов
Голова Офісу Ради Європи в Україні

Автентичність сертифікату можна перевірити за посиланням:
https://courses.prometheus.org.ua:18090/cert/308a24b779714367b45b9826c8228488



interlink.academy
International Dialog and Journalism

Сертифікат

засвідчує, що

Цебратенко Олександр

успішно пройшов/ла електронний курс

Критичне мислення в російсько-українській війні

з оцінкою за 100-бальною шкалою

90,00

"Медіаграмотність у регіонах України" - журналістський і освітній проєкт, який пропонує громадянам опанування спеціалізованих електронних курсів для підвищення рівня медіаграмотності. Курс розроблений ГО Interlink Academy, м. Гамбург, Німеччина й організований у співпраці з Запорізьким національним університетом. Обсяг курсу - 1 кредит ЄКТС. Проєкт реалізовано за підтримки Міністерства закордонних справ Німеччини.

08.12.23



СЕРТИФІКАТ

Виданий 04.02.2024

який засвідчує, що

Olexandr Tsebratenko

успішно завершив(ла) онлайн-курс:

«Фактчек: довіряй-перевіряй»

тривалістю 15 годин.

Ілля Філіпов, керівник студії онлайн-освіти «EdEra»

Борис Давиденко, виконавчий директор та головний редактор «VoxUkraine»

Курс розроблений VoxUkraine та студією онлайн-освіти EdEra в межах Ініціативи з розвитку аналітичних центрів в Україні, яку виконує Міжнародний фонд «Відродження» у партнерстві з Ініціативою відкритого суспільства для Європи (OSIFE) за фінансової підтримки Посольства Швеції в Україні.

*Сертифікат у базі проекту EdEra https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/ed-era/cert/86a33221e4d94d1ab210ec420206e71a/valid.html



Міністерство цифрової трансформації України

Дія Освіта

Фонд Східна Європа

НАДС

#C0083306670

Сертифікат

отримує

Олександр Цебратенко

за успішне проходження освітнього серіалу
SEO-спеціаліст

Отримано 0,1 кредиту ЄКТС.

05 травня 2025 Дякуємо, що стаєте краще з Дія.Освіта!

Наші партнери

SEO FOR MEDIA

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Цебратенко Олександр Володимирович, студент 4 курсу,
форми навчання заочної, факультету журналістики,
спеціальність С7 журналістика,
адреса електронної пошти sashainterpraizis92@gmail.com,
- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему
«Актуальне аналітичне інтерв'ю в контексті диджитал-журналістики»
відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень,
що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту»,
зі змістом яких ознайомлений;
- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата_26.05.25 р. Підпис____ __ПІБ (студент) Цебратенко О. В.

Дата_____ Підпис_____ ПІБ (наук. керівник)_Чабаненко М. В.

ABSTRACT

Title of the topic: Topical Analytical Interview in the Context of Digital Journalism

Scope of the main part of the work: 27

Number of sources used: 22

The purpose of the work is to create an analytical interview of a topical nature for publication in online media.

To achieve the goal, the following **tasks** were performed:

1) to study and summarize the opinions of scientists on analytical genres of journalism, the analytical variety of interviews, as well as the features dictated by the influence of digitalization processes on journalism;

2) to analyze examples of online publications on current topics in the genre of analytical interviews;

3) to investigate what specific features the interview genre acquires on the Internet, how it differs from the traditional version;

4) to create a student online publication with a number of current journalistic materials and publish a self-prepared large-scale analytical interview on it.

The object of the study is current analytical interviews - in professional online media and in their own right.

The subject of the study is the specifics of online publications made in the genre of analytical interviews.

Formal and content characteristics of the project. The creative diploma project was a self-created online publication for students with a number of online publications on it, including an analytical interview on a socially significant topic that highlights the realities of Ukrainian refugees abroad. The project provided an opportunity to clearly demonstrate the features of preparing and designing such interviews if they are intended for online distribution.

Keywords: analytical genres, interviews, topical issues, online media, digital journalism.