

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЖУРНАЛІСТИКИ

УДК 070.15:316.774

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.4.2/37>

Коваленко Н. А.

Київський університет інтелектуальної власності та права

Данько-Сліпцова А. А.

Київський університет інтелектуальної власності та права

Жорнокуй У. В.

Київський університет інтелектуальної власності та права

ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕТОДУ ІНТЕРВ'Ю В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ МЕДІА: ВІД ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ПРАКТИКИ ДО СОЦІОЛОГІЧНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ

У статті акцентовано увагу на трансформації методу інтерв'ю в епоху цифрових медіа та його застосуванні як у журналістській практиці, так і в соціологічних дослідженнях. Підкреслено, що цифровізація комунікативного простору відкриває нові можливості для збору інформації, водночас породжуючи виклики, пов'язані з достовірністю даних та етичними аспектами. Окреслено методологічні особливості журналістського та соціологічного інтерв'ю, наголошено на відмінностях у виборі респондентів, формулюванні запитань та способах обробки даних. Журналістське інтерв'ю орієнтоване на отримання актуальної інформації для медіа та розкриття особистості респондента, тоді як соціологічне інтерв'ю спрямоване на збирання даних для наукового аналізу соціальних явищ. Визначено роль інтерв'юера: у журналістиці він виконує функцію активного учасника діалогу, тоді як у соціології – нейтрального модератора. Зазначено особливості підготовки та проведення інтерв'ю, включно з розробкою опитувальників, формуванням репрезентативної вибірки та аналізом результатів. Розглянуто сучасні форми інтерв'ю, зокрема текстове, аудіо та відеоінтерв'ю, а також різновиди за характером взаємодії: монолог, діалог, полілог. Окремо акцентовано увагу на розвитку гібридних форматів, таких як аналітичне журналістське інтерв'ю з елементами соціологічного аналізу, публічне соціологічне інтерв'ю та партисипативне інтерв'ю, що активно залучає аудиторію до процесу спілкування. Наголошено, що конвергенція журналістських та соціологічних підходів обумовлена глобальними соціокультурними трансформаціями, медіатизацією соціальної реальності та потребою в достовірній інформації. Показано, як інформатизація та цифровізація суспільства сприяють інтеграції професійних практик, зокрема через використання спільних цифрових платформ та аналітичних інструментів, таких як ATLAS.ti та NVivo. Зазначено перспективи розвитку інтегрованих цифрових платформ та міждисциплінарних практик у галузі журналістики та соціології, що відкриває нові можливості для збору, обробки та аналізу інформації.

Ключові слова: інтерв'ю, журналістське інтерв'ю, соціологічне інтерв'ю, цифрові медіа, конвергенція, гібридні формати.

Постановка проблеми. Інтерв'ю як метод збору інформації та дослідження соціальної реальності займає особливе місце в системі сучасних медіадосліджень. В умовах стрімкого розвитку інформаційного суспільства та трансформації медіапростору цей метод набуває нових форм та особливостей застосування, що потребує ґрунтовного наукового осмислення.

Актуальність дослідження методу інтерв'ю зумовлена кількома чинниками. По-перше, спостерігається конвергенція журналістських та соціологічних практик у сфері медіадосліджень, що призводить до взаємозбагачення методологічного інструментарію обох галузей. По-друге, цифровізація комунікативного простору створює нові можливості та виклики для проведення інтерв'ю,

що потребує переосмислення традиційних підходів. По-третє, зростає потреба в достовірній та глибокій інформації, яку можна отримати саме завдяки якісно проведеному інтерв'ю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження трансформації методу інтерв'ю в умовах розвитку цифрових медіа є міждисциплінарним науковим напрямом, що набуває особливої актуальності в контексті конвергенції журналістських практик та соціологічного інструментарію. Аналіз наукового дискурсу дозволяє виокремити декілька концептуальних підходів до вивчення цієї проблематики. Теоретико-методологічні засади дослідження інтерв'ю як комунікативного феномену розглядаються у працях О. Крупко [12], у роботах І. Михайлина розглянуто особливості проведення інтерв'ю [5]. Значний внесок у дослідження трансформації методики проведення інтерв'ю здійснено О. Кузяків [10]. Праці А. Грецишкіної присвячені аналізу інтерв'ю як жанру в умовах технологізації комунікативних практик [11]. Застосування методу інтерв'ю у сучасній дизайн-практиці розглядається О. Поліщук та Д. Куленюк [13], а А. Недоступ та О. Лаврик аналізують інтерв'ю як метод збору інформації та медіажанр, а також виділяють особливості його трансформації на сучасному етапі [8]. Таким чином, аналіз наукового дискурсу свідчить про формування комплексного міждисциплінарного підходу до вивчення трансформації методу інтерв'ю в епоху цифрових медіа. Водночас, потребують подальшого дослідження проблеми методологічної конвергенції журналістських та соціологічних підходів до інтерв'ювання, формування нових типологічних моделей інтерв'ю у цифровому середовищі, розробки валідного інструментарію для проведення цифрових інтерв'ю з урахуванням специфіки комунікативних практик різних соціальних груп.

Метою статті є комплексний аналіз особливостей застосування методу інтерв'ю в сучасних дослідженнях, визначенні його специфіки в журналістській та соціологічній практиці, а також окресленні перспектив розвитку цього методу в умовах цифрового суспільства.

Виклад основного матеріалу. Теоретичне осмислення інтерв'ю як методу дослідження має глибоке коріння в соціальних науках та журналістиці. У науковому дискурсі інтерв'ю розглядається як складний комунікативний процес, що передбачає цілеспрямовану бесіду, організовану дослідником відповідно до завдань дослідження. Теоретичний фундамент методу інтерв'ю форму-

ється на перетині кількох наукових дисциплін: соціології, психології, лінгвістики, журналістики та комунікативістики.

Аналіз розвитку інтерв'ю як методу дослідження показує, що про його зародження можна говорити з кінця XIX – початку XX століття, коли з'являються перші спроби використання систематизованих бесід у журналістській практиці та перші теоретичні праці про техніку проведення інтерв'ю, формуються базові правила та принципи інтерв'ювання. Становлення ж методу відбувалося у 1920-1950-х роках, адже саме тоді розвивається методологія глибокого інтерв'ю в соціології, формуються стандартизовані підходи до проведення інтерв'ю, виникають школи підготовки інтерв'юерів, розробляються техніки активного слухання та постановки запитань.

У свою чергу, 50-80 роки XX століття можна вважати класичним періодом для розвитку цього методу, бо в той час відбувається своєрідна систематизація видів та форм інтерв'ю, розробка методик кількісного та якісного аналізу даних, з'являються спеціалізовані дослідження з методології інтерв'ю та формуються національні традиції інтерв'ювання. Подальший розвиток був значною мірою обумовлений розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, науковці зрозуміли потенціал нових інструментів та розпочали інтеграцію технологічних інновацій у процес інтерв'ювання, а це привело до розвитку нових форматів (онлайн-інтерв'ю, відеоінтерв'ю), посилення уваги до етичних аспектів та розвитку міждисциплінарних підходів.

Безперечно, що прихід цифрової епохи викликав ще більші зміни в інтерв'ю, адже розпочалося впровадження цифрових технологій запису та обробки даних в журналістську практику та наукові дослідження, активно починають розвиватися дистанційні форми інтерв'ювання, з'являються нові методики аналізу даних з використанням штучного інтелекту, традиційні формати зазнають трансформації під впливом соціальних медіа

Ускладнення форм та видів інтерв'ю викликало потребу в нових класифікаціях, які б відображали актуальні тенденції та популярні найбільш затребувані формати. Такі спроби активізуються ще в кінці минулого століття. Як і нині класифікації інтерв'ю тоді часто створювалися за змістовим принципом. Так, М. Халер для 90-х років XX століття вважає типовими такі типи інтерв'ю: 1) досить коротке інтерв'ю навколо події або проблеми з особою, яка характеризується особливою компетентністю; 2) інтерв'ю, яке орієнтується

на певну проблему/тему і одночасно на особу, і має розкрити взаємозв'язок між певною проблемою/явищем і мисленням та діями співрозмовника; 3) інтерв'ю, фіксоване на особі [1, с. 105]. Стосовно видів інтерв'ю зазначений дослідник створює свою класифікацію, яка базується на формі матеріалу, яку можна обирати навіть після завершення інтерв'ю. До цієї класифікації входять: 1) повідомлення з синхронном (цитатою); 2) кореспонденція з інтерв'ю-додатком; 3) власне інтерв'ю та 4) інтерв'ю-портрет [1, с. 181].

Нині ми маємо розмаїття форм та типів інтерв'ю, що дозволяє підібрати найбільш релевантний спосіб отримання чи представлення інформації. Так, у працях дослідників та в практичній діяльності можна натрапити на текстове інтерв'ю, аудіоінтерв'ю, відеоінтерв'ю, ці формати відображають формат комунікації з реципієнтами. Окрім того, як в межах цих форматів, так і відособлено від них використовуються інтерв'ю-монолог, інтерв'ю-діалог, інтерв'ю-полілог, що репрезентують характер взаємодії, а також бліц-опитування; інтерв'ю-звіт, інтерв'ю-анкета, інтерв'ю-зарисовка, інтерв'ю-нарис, які відзначаються різним ступенем деталізації та глибини подачі інформації, різним обсягом та часовими характеристиками В контексту ж ступеню формалізації та структурованості варто згадати про структуроване, напівструктуроване і неструктуроване інтерв'ю [2, 3, 4, 5, 6, 7].

У наш час розмиваються чіткі межі між форматами та видами інтерв'ю, тому можна погодитися з А. Недоступ та О. Лаврик щодо того, що популярним жанровим різновидом інтерв'ю стало змішане інтерв'ю. Його популярність обумовлена тим, що «цей формат поєднує в собі різні елементи та підходи до проведення і оформлення інтерв'ю з метою забезпечення більшої різноманітності, глибини та інтерактивності» [8, с. 289], такий формат допомагає зробити інтерв'ю максимально ефективним, адже дозволяє підлаштуватися під ситуацію, врахувати обставини та особливості проведення інтерв'ю, отримати деталізовану інформацію щодо різних аспектів складної проблеми.

Якщо в часи М. Халера було нормою, коли журналісти визначали форму матеріалу, для якого буде записуватися інтерв'ю, вже після його проведення, то нині, на думку Н. Симонініної, з цим треба визначитися до проведення інтерв'ю, адже від цього залежить вибір як технічних, так і творчих засобів, а неправильний підбір таких засобів унеможливить досягнення комунікативних цілей [9, с. 181].

Сучасні науковці та практики продовжують активно досліджувати різні аспекти, пов'язані з інтерв'ю. Аналіз сучасних підходів показує, що сучасне теоретичне осмислення методу інтерв'ю характеризується інтеграцією різних методологічних підходів, увагою до культурного контексту, розробкою нових форм аналізу даних та дослідженням впливу цифрових технологій на процес інтерв'ювання. Загальноприйнятий підхід до сучасного розуміння терміна інтерв'ю можна проілюструвати визначенням О. Кузяків. На її думку, «інтерв'ю – це метод збору інформації через постановку запитань. В інтерв'ю бере участь той, хто ставить запитання (інтерв'юер), і той, хто на ці запитання відповідає (респондент)» [10, с. 5], а метод отримання інформації, за В. Здоровогою, треба розуміти як сукупність застосовуваних прийомів, процедур і операцій, які дослідник чи журналіст використовує для пізнання дійсності, якщо ж ми витлумачуватимемо його стосовно інтерв'ю, то він є сукупністю прийомів, процедур і операцій, які дозволяють отримати інформацію безпосередньо від людини під час її бесіди з інтерв'юером [2].

Дослідники вважають, що у сучасній теорії журналістики існують два підходи до вивчення інтерв'ю – методичний і жанровий [11, с. 97]. Прибічники методичного підходу, серед яких можна назвати О. Крупко, розглядають інтерв'ю як спосіб збору інформації, що має вигляд питально-відповідного методу отримання відомостей [12, с. 174], натомість у межах жанрового підходу його прихильники сприймають інтерв'ю як спосіб організації тексту, який включає в себе оригінальну структуру та формоутворюючі риси [5, с. 56]. Таким чином, сучасні дослідники в найбільш загальній інтерпретації розуміють інтерв'ю «як метод збору інформації, що передбачає спілкування між двома або більше особами, де один учасник – інтерв'юер, ставить запитання, а інший (інші) – респондент (-ти), надає (-ють) відповіді. Цей процес зазвичай проводиться з метою отримання конкретної інформації, розуміння й уточнення думок, поглядів, ідей» [8, с. 288].

Наразі інтерв'ю є дуже затребуваним у журналістиці, управлінні персоналом, соціологічних опитуваннях та загалом у наукових дослідженнях, тому розглянемо його сучасні особливості, тому спочатку розглянемо особливості журналістського інтерв'ю як методу збору інформації, а потім перейдемо до виявлення особливостей соціологічного інтерв'ю як інструменту наукових досліджень, зокрема як інструменту аналізу медіааудиторії.

Журналістське інтерв'ю як метод збору інформації характеризується низкою методологічних особливостей, що визначають його епістемологічну цінність для створення медіаконтенту, серед них відзначимо цілеспрямованість та планування розмови, що дозволяє журналісту структурувати процес комунікації відповідно до інформаційних потреб цільової аудиторії. Методологічна специфіка такого інтерв'ю полягає у поєднанні заздалегідь підготовлених та спонтанних запитань, що забезпечує фактологічну повноту матеріалу та можливість оперативного реагування на нові аспекти теми, що виникають під час розмови.

Гнучкість у виборі тактики ведення розмови є ключовим елементом методології інтерв'ювання, оскільки дозволяє адаптувати комунікативну стратегію залежно від психологічних особливостей респондента та контексту спілкування. Важливою особливістю є також можливість зміни напрямку бесіди залежно від отриманих відповідей, що робить інтерв'ю динамічним інструментом, здатним розкривати неочікувані аспекти досліджуваної теми. Інтегральною частиною методології журналістського інтерв'ю є орієнтація на отримання ексклюзивної інформації, що визначає його цінність у системі збору журналістських даних.

Проведення журналістського інтерв'ю передбачає декілька важливих етапів. Підготовчий етап є засадничим для забезпечення якості інтерв'ю, адже він передбачає збір попередньої інформації про тему та респондента, що дозволяє сформуванню інформаційний базис для подальшої комунікації та уникнути фактичних помилок під час розмови. Саме на основі зібраних даних відбувається формулювання ключових запитань, які повинні забезпечувати логічну структуру розмови та охоплювати всі релевантні аспекти досліджуваної теми. Формулювання запитань має відповідати таким критеріям як чіткість та конкретність, що дозволяє уникнути двозначності та отримати точну інформацію. Запитання повинні формуватися у логічній послідовності, забезпечуючи когерентність розмови та поетапне розкриття теми – від загальних аспектів до конкретних деталей. Критично важливою характеристикою запитань є їхня відповідність інформаційним потребам цільової аудиторії, що забезпечує релевантність отриманої інформації [13].

Якісна підготовка до проведення інтерв'ю передбачає і визначення формату інтерв'ю (біографічне, проблемне, експертне тощо), оскільки це впливає на характер запитань та загальну тональність розмови, та вибір місця і часу про-

ведення інтерв'ю, що може суттєво вплинути на психологічний комфорт респондента та, відповідно, на якість отриманої інформації.

Після проведення інтерв'ю починається етап обробки отриманої інформації, що включає низку послідовних операцій серед яких варто згадати розшифровку записів (транскрибування), що передбачає перетворення аудіо- або відеозапису в текстовий формат з максимальним збереженням автентичності висловлювань, а після цього переходять до відбору ключових цитат, що найбільш емно та репрезентативно відображають позицію респондента з досліджуваних питань.

Структурування матеріалу передбачає організацію тексту інтерв'ю відповідно до логіки розкриття теми, що може відрізнитися від хронологічної послідовності запитань під час розмови. Критично важливо перевірити факти, згадані у інтерв'ю, адже це забезпечує достовірність кінцевого матеріалу. Завершальним етапом обробки є редагування тексту, що включає лінгвістичну та стилістичну корекцію з мінімальним втручанням у зміст висловлювань респондента.

Журналістське інтерв'ю нерозривно пов'язане з етичними аспектами, що визначають межі професійної поведінки журналіста. Фундаментальним принципом є повага до приватності респондента, що передбачає отримання згоди на проведення інтерв'ю, чітке визначення умов публікації та врахування особистих обмежень щодо висвітлення певних тем, також важливо потурбуватися про захист джерел інформації, особливо у випадках, коли розкриття особи респондента може загрожувати його безпеці або репутації.

Тепер перейдемо до розгляду особливостей соціологічного інтерв'ю як інструменту вивчення медіааудиторії. Воно базується на фундаментальних методологічних принципах, що забезпечують його наукову валідність та практичну цінність. Первинним методологічним підґрунтям є системний підхід до вивчення аудиторії, який дозволяє розглядати медіаспоживання як комплексний феномен, інтегрований у ширший соціокультурний контекст. Системність передбачає аналіз взаємопов'язаних елементів медіаповедінки та врахування множинних факторів впливу, що формують патерни взаємодії аудиторії з медіа.

Методологічна цінність соціологічного інтерв'ю полягає в можливості поєднання кількісних та якісних методів дослідження, що забезпечує комплементарність отриманих даних. Кількісні параметри дозволяють виявити статистичні закономірності та провести компаративний аналіз,

тоді як якісні компоненти розкривають глибинні мотиви, цінності та установки аудиторії, така дуальність робить соціологічне інтерв'ю унікальним інструментом, здатним забезпечити багатовимірне розуміння медіааудиторії.

Стандартизація процедури опитування гарантує відтворюваність результатів та можливість проведення лонгітюдних досліджень та охоплює всі аспекти дослідницького процесу: від розробки інструментарію та відбору респондентів до процедури проведення інтерв'ю та фіксації отриманих даних.

Фундаментальною методологічною вимогою соціологічного інтерв'ю є забезпечення репрезентативності вибірки, що дозволяє екстраполювати отримані результати на ширшу генеральну сукупність. Наукову цінність дослідження забезпечують валідність та надійність отриманих даних. Валідність передбачає відповідність інструментарію дослідницьким завданням та здатність вимірювати саме ті параметри, які заплановані, а надійність забезпечується через стабільність результатів при повторних вимірюваннях та мінімізацію випадкових похибок [14].

Соціологічне інтерв'ю як інструмент вивчення медіааудиторії охоплює низку ключових напрямів, що дозволяють сформувати комплексне розуміння взаємодії аудиторії з медіа. Первинним дослідницьким фокусом є вивчення медіаспоживання та медіавподобань, що включає аналіз частоти, інтенсивності та контекстуальних особливостей споживання різних типів медіа. Цей напрям дозволяє картографувати медіаландшафт з точки зору користувача та виявити домінуючі тренди споживання контенту в різних сегментах аудиторії.

Аналіз мотиваційних структур, який стає можливим завдяки соціологічному інтерв'ю, дозволяє пояснити варіативність медіаповедінки та прогнозувати реакції на нові медіапродукти, адже через безпосередню комунікацію можна виявити часто неусвідомлені мотиви вибору. Соціологічне інтерв'ю також дозволяє не лише зафіксувати кількісні показники довіри, але й проаналізувати фактори, що її формують, включаючи попередній досвід взаємодії з медіа, світоглядні установки та соціальні впливи.

Дослідження впливу медіа на формування думок є одним із найбільш комплексних напрямів, що потребує застосування специфічних інтерв'юерських технік для виявлення каузальних зв'язків, це передбачає аналіз медіаефектів різного рівня – від когнітивних та емоційних реакцій до поведінкових змін та формування стійких

переконань. Варто також згадати в контексті соціологічного інтерв'ю і вивчення медіаграмотності аудиторії, що охоплює оцінку здатності аудиторії критично аналізувати медіаконтент, розпізнавати маніпулятивні техніки, верифікувати інформацію та продукувати власний контент. Завдяки соціологічному інтерв'ю можна не лише вимірювати рівень медіакомпетентності, але й аналізувати практики медіаосвіти та фактори, що впливають на формування медіаграмотності.

Проведення соціологічного інтерв'ю також потребує серйозної підготовки та складається з кількох важливих етапів. Формулювання цілей та завдань дослідження є первинним елементом підготовчого етапу, що визначає все подальше планування та реалізацію соціологічного інтерв'ю. Цілі повинні бути чіткими, вимірюваними, досяжними та релевантними дослідницькій проблемі. У контексті вивчення медіааудиторії цілі можуть варіюватися від дескриптивних (опис патернів медіаспоживання) до експланаторних (пояснення мотивів вибору медіаконтенту) та прогностичних (передбачення реакцій на нові медіаформати). Завдання конкретизують цілі та визначають послідовність дослідницьких кроків.

Розробка дослідницького інструментарію є критично важливим елементом, що має забезпечувати повноту охоплення досліджуваної проблематики та логічну послідовність. У дослідженнях медіааудиторії особливу увагу слід приділяти формулюванню запитань, що виявляють реальні практики медіаспоживання, та правильному визначенню вибірки для забезпечення репрезентативності даних. Підготовчий етап завершується пілотним тестуванням, а польовий етап починається з пошуку респондентів з різними медіапрактиками та включає проведення інтерв'ю та первинну обробку даних. Аналітичний етап дослідження починається з систематизації зібраних матеріалів відповідно до структури дослідження. Ключовим аналітичним процесом є кодування відповідей, що передбачає присвоєння змістовним елементам тексту відповідних кодів за дедуктивним або індуктивним підходом. У дослідженнях медіааудиторії це дозволяє виявити типові патерни медіаповедінки. Статистична обробка даних застосовується для аналізу структурованих елементів інтерв'ю, а завершальним компонентом є інтерпретація результатів, що передбачає осмислення отриманих даних у контексті дослідницьких завдань та теоретичних рамок.

Результати зіставлення журналістського та соціологічного інтерв'ю представлені в таблиці 1.

Порівняння характеристик журналістського та соціологічного інтерв'ю

Критерій	Журналістське інтерв'ю	Соціологічне інтерв'ю
Мета	Отримання актуальної інформації для медіа, розкриття особистості респондента.	Збір даних для наукового аналізу, виявлення соціальних закономірностей.
Вибір респондентів	Конкретні особистості, експерти, учасники подій.	Представники цільової групи згідно з вибіркою.
Підготовка	Вивчення особистості респондента, підготовка індивідуальних запитань, планування драматургії розмови, пошук інформаційного приводу.	Розробка стандартизованого опитувальника, формування репрезентативної вибірки, тестування інструментарію, підготовка інтерв'юєрів.
Структура	Гнучка, може змінюватися в процесі розмови	Чітко визначена, стандартизована
Характер запитань	Відкриті, провокативні, уточнюючі, ситуативні	Стандартизовані, нейтральні, систематизовані, перевірені.
Роль інтерв'юєра	Активний учасник діалогу, може висловлювати власну позицію.	Нейтральний модератор, уникає особистих оцінок.
Форма проведення	Вільна бесіда, можлива імпровізація, емоційне залучення.	Структурована процедура, чітке дотримання методики, емоційна нейтральність.
Обробка даних	Літературна обробка, монтаж матеріалу, відбір цитат, узгодження з респондентом.	Кодування відповідей, статистичний аналіз, систематизація даних, наукова інтерпретація
Представлення результатів	Публікація в медіа (стаття, відео, аудіо)	Науковий звіт, аналітичні таблиці, графіки
Етичні вимоги	Баланс суспільного інтересу та приватності, журналістські стандарти, можливість анонімності.	Конфіденційність даних, інформована згода, наукова об'єктивність.
Критерії якості	Інформативність, актуальність, цікавість для аудиторії, ексклюзивність.	Надійність даних, валідність, репрезентативність, верифікованість.
Часові рамки	Гнучкі, залежать від формату та теми.	Чітко регламентовані.

Джерело: складено автором

Таким чином, журналістське інтерв'ю традиційно орієнтоване на отримання унікальної, часто ексклюзивної інформації, вираженої в персоналізованій формі. Його характеризують:

- спрямованість на суспільно значущі або цікаві для аудиторії теми;
- персоналізований підхід до респондентів, чия особистість часто не менш важлива, ніж надана інформація;
- гнучка структура питань, що може адаптуватися відповідно до розвитку розмови;
- орієнтація на створення медіапродукту.

Соціологічне інтерв'ю, натомість, є науковим методом збору інформації, що характеризується:

- чіткою дослідницькою програмою з конкретними гіпотезами;
- стандартизованими процедурами відбору респондентів та проведення інтерв'ю;
- формалізованим інструментарієм (гайди, опитувальники);
- знеособленістю (респондент виступає як носій певних соціальних характеристик);

– спрямованістю на отримання узагальнених даних для подальшого наукового аналізу.

Ці парадигматичні відмінності визначали специфіку професійної підготовки, методологічних підходів та критеріїв оцінки якості інтерв'ю в журналістиці та соціології, однак сучасні трансформації в обох сферах призводять до поступового розмивання цих меж. Конвергенція журналістського та соціологічного інтерв'ю зумовлена комплексом взаємопов'язаних факторів, що діють на різних рівнях – від глобальних соціокультурних трансформацій до внутрішньо-професійної динаміки в обох галузях. Інформатизація та цифровізація суспільства створюють єдине технологічне середовище для збору, обробки та поширення інформації, що нівелює традиційні методологічні межі. Цифрові платформи для проведення інтерв'ю, програмне забезпечення для обробки отриманих даних, системи аналізу текстів – ці та інші технологічні інструменти використовуються як журналістами, так і соціологами, сприяючи формуванню спільних професійних практик.

Медіатизація соціальної реальності посилює роль медіа як інструменту пізнання та конструювання соціальної дійсності, що актуалізує соціологічні підходи в журналістиці, водночас зростає запит на медійну репрезентацію соціологічних даних, що стимулює соціологів опановувати журналістські техніки комунікації. У відповідь на потребу у соціальній рефлексивності нині підвищується попит на аналітичну журналістику, яка здатна не лише інформувати, але й пояснювати складні соціальні процеси, що потребує залучення соціологічних методів аналізу та інтерпретації.

Сучасне медіасередовище заповнене фейками та дезінформацією, тому в таких умовах актуалізується використання наукових методів оцінки достовірності джерел та даних у журналістиці, зокрема методів, розроблених у соціології. Слід зазначити, що журналісти прагнуть краще розуміти інформаційні потреби сучасних фрагментованих аудиторій, тож для цього в пригоді стануть соціологічні методи сегментації та аналізу аудиторії.

Розвиток нових медіаформатів, зокрема дата-журналістики та лонгвідів, створює платформу для інтеграції журналістських наративів із соціологічною методологією та аналітикою. Окрім того соціологія стала більш публічною, що передбачає більшу відкритість соціологічного знання для широкої аудиторії та активну участь соціологів у публічних дискусіях, а це стимулює розвиток комунікативних компетенцій та засвоєння журналістських технік інтерв'ювання.

Нині тенденцією є розвиток міждисциплінарності як загальнонаукового тренду, що заохочує методологічний обмін між різними дисциплінами, включно з журналістикою та соціологією. Така тенденція знаходить прояв і в освіті, де соціологічні дисципліни включають до навчальних планів підготовки журналістів, а комунікативні дисциплін – до планів підготовки соціологів, що створює спільну методологічну базу для майбутніх фахівців.

Необхідність адаптації до нових комунікативних умов, зокрема до віртуалізації комунікації, вимагає розробки нових методик проведення інтерв'ю, що часто виникають на межі журналістських та соціологічних підходів. Економія ресурсів через використання уніфікованих технік та інструментів, що дозволяє оптимізувати процеси збору та обробки інформації.

Конвергенція журналістського та соціологічного інтерв'ю відбувається за кількома основними напрямками, що охоплюють методологічні, технологічні, процедурні та ціннісні аспекти цих практик.

Методологічна конвергенція включає взаємне збагачення інструментарієм (журналісти запозичують техніки формування вибірки, соціологи – прийоми налагодження контакту); розвиток гібридних методик, як-от глибинне напівструктуроване інтерв'ю; трансформацію критеріїв якості (журналістські інтерв'ю оцінюються за надійністю, соціологічні – за інформативністю). Технологічна конвергенція має прояв у використанні спільних цифрових платформ, єдиних програмних засобів обробки даних (ATLAS.ti, NVivo) та розвитку інтегрованих технологічних рішень для комплексного аналізу. Процедурна конвергенція передбачає стандартизацію етичних протоколів, уніфікацію підготовчих етапів та зближення форматів проведення інтерв'ю. Ціннісна конвергенція формує спільні професійні цінності (достовірність, повага до респондента, суспільна значущість), розвиває рефлексивний підхід та посилює суспільну відповідальність практиків.

Конвергенція журналістського та соціологічного інтерв'ю призводить до формування нових гібридних форматів та професійних практик, що поєднують елементи обох підходів.

До нових форматів інтерв'ю можна віднести:

1. Аналітичне журналістське інтерв'ю з елементами соціологічного аналізу, що поєднує традиційний журналістський формат із систематичним аналізом соціальних процесів та явищ, такі інтерв'ю часто містять елементи статистичного аналізу, типологізації, соціологічного пояснення.

2. Публічне соціологічне інтерв'ю, яке орієнтоване на широку аудиторію, поєднує науковість соціологічного підходу з доступністю та виразністю журналістського. Воно характеризується спрощенням наукової термінології, використанням наративних структур, медійною візуалізацією даних.

3. Партисипативне інтерв'ю, яке активно залучає аудиторію до процесу формування питань та інтерпретації відповідей, розвиваючи традиційні ролі інтерв'юера, респондента та аудиторії.

Серед нових професійних практик варто згадати дата-журналістику, медійну соціологію та соціологічну журналістику. Дата-журналістика є напрямком, що поєднує журналістське інтерв'ю з методами статистичного аналізу, візуалізації даних та соціологічної інтерпретації. Інтерв'ю в дата-журналістиці часто є одним із джерел даних, що інтегруються з кількісною інформацією для створення комплексного матеріалу. Медійна соціологія є сферою, що вивчає соціальні процеси через аналіз медійного контенту та використовує журналістські техніки для презентації результатів досліджень,

інтерв'ю в ній є як методом збору даних, так і форматом їх представлення. Соціологічна журналістику можна розглядати як практику, що інтегрує соціологічні методи дослідження в журналістську діяльність, вона передбачає проведення міні-соціологічних досліджень (включно з інтерв'ю) для підготовки журналістських матеріалів.

Конвергенція журналістського та соціологічного інтерв'ю приносить не тільки нові можливості, але й обумовлює появу нових викликів, що потребують системного вирішення, серед таких викликів можна згадати потребу досягнення балансу між науковістю та доступністю, особливо у гібридних форматах, для цього необхідно розробити інтегровані критерії якості та подолати епістемологічні розбіжності щодо суб'єктивності, контексту та критеріїв достовірності, важливо також подолати ресурсні обмеження та адаптуватися до технологічних змін через постійне оновлення методичного інструментарію. Як використання соціологічного інтерв'ю, так і використання журналістського інтерв'ю ставлять перед фахівцями ряд етичних дилем, для їх вирішення потрібно узгодити етичні кодекси обох сфер щодо конфіденційності, анонімності та використання інформації, адже саме забезпечення методологічної прозорості та подолання конфліктів між науковою об'єктивністю та медійною привабливістю дає можливість вирішити ключові етичні завдання.

Висновки. Конвергенція має значний потенціал для формування нових міждисциплінарних субдисциплін (публічна соціологія, соціальна журналістика), розвитку інтегрованих цифрових платформ, інституціоналізації конвергентних практик та розширення сфер їх застосування в громадянській журналістиці, соціальних медіа та громадських дослідженнях.

Конвергенція журналістського та соціологічного інтерв'ю є закономірним процесом, зумовленим комплексом взаємопов'язаних факторів – від гло-

бальних соціокультурних трансформацій до практичних потреб професійних спільнот. Це зближення відбувається на методологічному, технологічному, процедурному та ціннісному рівнях, призводячи до формування нових гібридних форматів та практик.

Основними причинами конвергенції є інформатизація та цифровізація суспільства, медіатизація соціальної реальності, інформаційне переенасичення, аналітизація журналістики, публічний поворот у соціології та практичні потреби професійних спільнот. Ці фактори створюють передумови для методологічного обміну та взаємного збагачення журналістських та соціологічних підходів до інтерв'ю.

Конвергенція розгортається за кількома основними напрямками: методологічним (взаємне збагачення інструментарієм, розвиток гібридних методик), технологічним (використання спільних цифрових платформ та аналітичних інструментів), процедурним (стандартизація етичних протоколів та форматів) та ціннісним (формування спільних професійних цінностей).

Результатом цих процесів є поява нових форматів інтерв'ю (аналітичного журналістського, публічного соціологічного, партисипативного) та професійних практик (дата-журналістики, медійної соціології, соціологічної журналістики), що поєднують елементи обох підходів.

Незважаючи на наявні виклики – методологічні, практичні та етичні, конвергенція журналістського та соціологічного інтерв'ю має значний потенціал для подальшого розвитку, зокрема через формування нових міждисциплінарних субдисциплін, розвиток інтегрованих цифрових платформ та інституціоналізацію конвергентних практик. Подальше дослідження цих процесів є важливим напрямком як для теоретичного осмислення трансформацій у сферах журналістики та соціології, так і для практичного вдосконалення методик інтерв'ювання в умовах динамічного інформаційного суспільства.

Список літератури:

1. Халер М. Інтерв'ю. К. : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси. 2008. 404 с.
2. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. Львів : Паїс, 2008. 276 с.
3. Калита О. П. Жанрові особливості інтерв'ю на сторінках українських онлайн видань. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. Том 34 (73) № 1 Ч. 2 2023. С. 308–312.
4. Касьяненко С. Інтерв'ю як метод і як жанр. URL: https://academy.suspilne.media/articles/intervyu_yak_metod_i_yak_zhanr
5. Михайлин І.Л. Основи журналістики. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 496 с.
6. Казімова Ю. До поняття формату жанру інтерв'ю у журналістиці. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: *Журналістські науки*. 2018. № 896. С. 59–62.
7. Тіщенко І.В. Психологічні аспекти використання глибинних інтерв'ю у бізнес-дослідженнях та управлінні бізнес-процесами інноваційних підприємств. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 68. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-214>

8. Недоступ А., Лаврик О. Інтерв'ю як метод збору інформації та медіажанр: особливості трансформації на сучасному етапі. *Міжнародний науковий журнал «Грааль науки»*. 2024. № 37. С. 287–291.
9. Симоніна Н. Класифікація сучасного телевізійного інтерв'ю. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. 2012. Вип. 27. С. 180–184.
10. Кузяків О. Глибинні інтерв'ю як метод збору інформації в соціологічному дослідженні. URL: <https://www.slideshare.net/slideshow/ss-94982341/94982341> (дата звернення: 03.12.2024).
11. Гречишкіна А.С. Жанр інтерв'ю на телебаченні: практика США та Західної Європи. *Молодий вчений*. 2019. № 11 (75). С. 96–100.
12. Крупко О.І. Комунікативно-прагматичний аспект дослідження текстів інтерв'ю преси. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*. Київ : Логос, 2008. С. 174–179.
13. Поліщук О, Куленюк Д. Метод інтерв'ю та його застосування у сучасній дизайн-практиці: специфіка та потенціал у дизайн-діяльності. *Актуальні проблеми сучасного дизайну: V Міжнародна науково-практична конференція*. Київ : КНУТД, 2023. С. 363–366.
14. Рибалочка К. А. Інтерв'ю як метод дослідження: алгоритм та рекомендації на прикладі огляду якісного дослідження професійної ідентичності студентів університету Німеччини. *Якісні дослідження в психології: проблеми та їх вирішення: Всеукраїнська науково-практична конференція: тези доповідей*, Дніпро, 23–24 січня 2022 р.. Дніпро : Університет імені Альфреда Нобеля, 2022. С. 58–62.

Kovalenko N. A., Danko-Sliptsova A. A., Zhornokui U. V. TRANSFORMATION OF THE INTERVIEW METHOD IN THE ERA OF DIGITAL MEDIA: FROM JOURNALISTIC PRACTICE TO SOCIOLOGICAL TOOLS

The article focuses on the transformation of the interview method in the digital media era and its application in both journalistic practice and sociological research. It emphasizes that the digitalization of the communication space opens up new opportunities for information collection while posing challenges related to data reliability and ethical aspects. The methodological features of journalistic and sociological interviews are outlined, emphasizing differences in respondent selection, question formulation, and data processing methods. A journalistic interview aims to obtain relevant information for the media and reveal the respondent's personality, while a sociological interview focuses on collecting data for scientific analysis of social phenomena. The role of the interviewer is defined: in journalism, they act as an active participant in the dialogue, whereas in sociology, they serve as a neutral moderator. The article details the preparation and conduct of interviews, including questionnaire development, forming a representative sample, and analyzing results. Modern interview formats are examined, including text, audio, and video interviews, as well as interaction types: monologue, dialogue, and polylogue. Special attention is given to the development of hybrid formats such as analytical journalistic interviews with elements of sociological analysis, public sociological interviews, and participatory interviews that actively involve the audience in the communication process. The convergence of journalistic and sociological approaches is driven by global sociocultural transformations, the mediatization of social reality, and the need for reliable information. The article illustrates how informatization and digitalization of society contribute to the integration of professional practices, particularly through the use of shared digital platforms and analytical tools like ATLAS.ti and NVivo. The prospects for developing integrated digital platforms and interdisciplinary practices in journalism and sociology are highlighted, opening up new opportunities for collecting, processing, and analyzing information.

Key words: *interview, journalistic interview, sociological interview, digital media, convergence, hybrid formats.*