

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Західноукраїнський національний університет**  
**Соціально-гуманітарний факультет**  
Кафедра інформаційної та соціокультурної діяльності

**БОЖАКІВСЬКА Катерина Василівна**

**Відеонарис "Журналіст-фрілансер цифрової  
епохи" / Video essay "Freelance journalist in the  
digital age"**

спеціальність: 061 - Журналістика  
освітньо-професійна програма - Правова журналістика

Кваліфікаційна робота

Виконала студентка групи  
ЖПР-41  
К. В. Божаківська

Науковий керівник:  
к.соц.ком., доцент, О. К.  
Вільчинський

Кваліфікаційну роботу  
допущено до захисту:

"19" гравня 2024 р.

Завідувач кафедри

I. Р. Недошитко

**ТЕРНОПІЛЬ - 2024**

## АНОТАЦІЯ

Божаківська К. В. Інтерв'ю як інструмент комунікацій у пресслужбі (на прикладі роботи відділу інформації та зв'язків з громадськістю Західноукраїнського національного університету). Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавр зі спеціальності 061 Журналістика. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2024. 26 с.

У роботі проаналізовано специфіку використання інтерв'ю як інструмента комунікацій у відділі інформації та зв'язків з громадськістю Західноукраїнського національного університету інтерв'ю; узагальнено практичний досвід роботи пресслужби університету; проведено контент-аналіз інтерв'ю, створених відділом інформації ЗУНУ, безпосереднє спостереження за процесом, що дозволяє отримати практичні інсайти; використано SWOT-аналіз для оцінки сильних і слабких сторін, можливостей, пов'язаних із використанням інтерв'ю як інструмента комунікацій у пресслужбі.

Основну увагу зосереджено на аналізі жанрових особливостей інтерв'ю та його видів, специфіці підготовки і проведення. З'ясовано, що найбільш ефективними є відеоінтерв'ю, які надають можливість візуально представити респондента, його емоції та невербальну комунікацію, що підсилює вплив повідомлення. Серед трендів інтерв'ю виділено персоналізацію. Вона дає можливість враховувати особливості, інтереси та потреби аудиторії.

З'ясовано, що інтерв'ю як інструмент комунікацій у пресслужбі університету відіграє важливу роль у реалізації внутрішніх та зовнішніх стратегій діяльності Західноукраїнського національного університету. Внутрішнє використання цього інструмента сприяє покращенню спілкування між колегами, студентами, працівниками, підвищенню мотивації та

зміцненню корпоративної культури, зовнішнє – спрямоване на піар, залучення аудиторії, формування й підтримку позитивного іміджу закладу вищої освіти.

**Ключові слова:** інтерв'ю, вид інтерв'ю, тренд інтерв'ю, інструмент комунікації, відділ інформації та зв'язків з громадськістю.

## ABSTRACT

Bozhakivska K. V. Interview as a tool of communication in the press service (on the example of the work of the Department of Information and Public Relations of the Western Ukrainian National University. Qualification work for obtaining a bachelor's degree in specialty 061 Journalism. Ternopil: West Ukrainian National University, 2024. 26 c.

The paper analyzes the specifics of using interviews as a communication tool in the Information and Public Relations Department of the West Ukrainian National University; summarizes the practical experience of the university press service; conducts a content analysis of interviews created by the Information Department of WUNU, direct observation of the process, which allows to obtain practical insights; uses SWOT analysis to assess the strengths and weaknesses, opportunities associated with the use of interviews as a communication tool in the press.

Special attention is given to the analysis of genre features of the interview and its types, the specifics of its preparation, and conduct. It has been found that video interviews are the most effective, as they provide an opportunity to visually present the respondent, his or her emotions, and non-verbal communication, which enhances the impact of the message. Among the interview trends is personalization. It makes it possible to take into account the characteristics, interests, and needs of the audience.

It has been found that interviews as a communication tool in the university press service play an important role in implementing internal and external strategies of the West Ukrainian National University. The internal use of this tool helps to improve communication between colleagues, students, and employees, increase motivation, and strengthen corporate culture. In contrast, the external use is aimed at PR, audience engagement, and the formation and maintenance of a positive image of a higher education institution.

**Keywords:** interview, type of interview, interview trend, communication tool, information, and public relations department.

## ЗМІСТ

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП .....                                                                     | 7  |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ .....                                               | 11 |
| РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ .....                                           | 20 |
| 2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту .....                                 | 20 |
| 2.2. Структура. ....                                                            | 21 |
| 2.3. Жанрова палітра. ....                                                      | 23 |
| 2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення. ....                      | 23 |
| 2.5. Авторська ідея. ....                                                       | 24 |
| РОЗДІЛ 3. ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ<br>ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ ..... | 26 |
| ВИСНОВКИ.....                                                                   | 27 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....                                                | 30 |

## ВСТУП

Інтерв'ю як інструмент комунікацій стоїть на перетині діалогу і впливу, відіграючи надзвичайно важливу роль у сучасному інформаційному просторі. Цей комунікаційний механізм не лише сприяє передачі інформації, але й формує погляди, визначає громадську думку та впливає на становлення соціальних настроїв. У сучасному глобалізованому світі зі стрімким розвитком інформаційних технологій інтерв'ю стає не тільки засобом передавання фактів, але й інструментом формування позитивного іміджу, сприяє встановленню довіри, зміцненню взаємин між організаціями та їх аудиторією. В умовах зростаючої конкуренції та потреби в ефективній взаємодії з громадськістю, вміння використовувати інтерв'ю як інструмент необхідне не лише для підтримки репутації та розвитку бренду, але й для забезпечення сталого росту й успіху, подолання комунікаційних викликів.

**Актуальність дослідження.** Інтерв'ю як інструмент комунікацій у пресслужбі є важливим елементом сучасної інформаційної політики та стратегічного управління. На прикладі роботи відділу інформації та зв'язків з громадськістю Західноукраїнського національного університету можна простежити важливість та ефективність використання інтерв'ю у внутрішніх та зовнішніх комунікаціях університету.

В умовах конкуренції серед закладів вищої освіти відділ інформації та зв'язків з громадськістю відіграє ключову роль у формуванні позитивного іміджу університету, розробці та реалізації стратегій комунікаційного розвитку зов, залученні нових студентів, налагодженні та підтримці стосунків з громадськістю і зацікавленими сторонами. Відділ відповідає за створення, поширення інформації про події, досягнення, інновації та інші важливі аспекти діяльності університету, це включає: підготовку та публікацію пресрелізів, новин, статей, інтерв'ю та інших інформаційних матеріалів; працює над зміцненням привабливого образу ЗУНУ через медіаактивності та проведення публічних заходів, підтримує корпоративний стиль та бренд

університету; встановлює зв'язки із представниками ЗМІ, організовує інтерв'ю, пресконференції, брифінги та інші заходи для журналістів, що сприяють висвітленню діяльності університету в медіапросторі.

Необхідною частиною роботи відділу є забезпечення ефективної внутрішньої комунікації між адміністрацією, викладачами та студентами: інформування про внутрішні події, розповсюдження офіційних оголошень та підтримку корпоративної культури. Пресслужба активно використовує соціальні мережі для поширення інформації в інтернет-просторі: сайт, фейсбук, інстаграм, телеграм-сторінку, ютуб-канал.

Відділ інформації та зв'язків з громадськістю ЗУНУ відіграє ключову роль у забезпеченні комунікації між університетом та аудиторією.

Серед ефективних інструментів комунікацій, працівники пресслужби використовують інтерв'ю як спосіб безпосередньої взаємодії з суспільством.

Інтерв'ю, проведені з гостями університету, викладачами, студентами дозволяють результативно, дієво та продуктивно просувати й презентувати основні цінності, досягнення та новини закладу вищої освіти. Вони також слугують інструментом для налагодження зворотного зв'язку, що допомагає університетові оперативно реагувати на потреби й очікування своїх споживачів.

Дослідження актуальності використання інтерв'ю у пресслужбі ЗУНУ дозволяє визначити найефективніші підходи та методи комунікації, які сприяють підвищенню рівня прозорості та відкритості університету, а також зміцненню його позицій у конкурентному середовищі України та світу. Ця кваліфікаційна робота також може надати практичні рекомендації для інших зво, що прагнуть покращити свою комунікаційну стратегію та взаємодію з громадськістю.

**Мета кваліфікаційної роботи** полягає у дослідженні ролі інтерв'ю як інструменту комунікацій у пресслужбі на прикладі відділу інформації та зв'язків з громадськістю Західноукраїнського національного університету.

### **Завдання:**

- дослідити теоретичні аспекти інтерв'ю як комунікаційного інструменту: види, жанри, особливості;
- визначити роль інтерв'ю у просуванні й популяризації університету;
- проаналізувати практичний досвід використання інтерв'ю в пресслужбі ЗУНУ: підготовка і проведення;
- вивчити аудиторію споживачів та окреслити методи її залучення;
- виокремити тренди в інтерв'ю;
- створити власні інтерв'ю під час роботи у пресслужбі.

**Об'єктом дослідження** є інтерв'ю пресслужби Західноукраїнського національного університету.

**Предмет дослідження** – жанрова специфіка та особливості створення інтерв'ю у пресслужбі ЗУНУ.

**Методи дослідження:** загальнонаукові – дослідження на основі аналізу наукових статей та літератури з тематики комунікацій, інтерв'ю та роботи пресслужб; узагальнення практичного досвіду й окреслення загальних принципів роботи пресслужби ЗУНУ; створення моделей комунікаційного процесу у пресслужбі, включаючи використання інтерв'ю як інструменту комунікацій; спеціальні – контент-аналіз змісту інтерв'ю, проведених пресслужбою ЗУНУ, для виявлення ключових тем, меседжів та ефективності комунікацій; безпосереднє спостереження за процесом проведення інтерв'ю у пресслужбі ЗУНУ; комбіновані – SWOT-аналіз: оцінка сильних і слабких сторін, можливостей, пов'язаних із використанням інтерв'ю як інструменту комунікацій у пресслужбі; проведення інтерв'ю з гостями університету; спілкування з фахівцями відділу інформації та зв'язків з громадськістю; вивчення форматів інтерв'ю та способів розповсюдження, взаємодії з аудиторією.

**Наукова новизна** цієї роботи полягає у тому, що вперше проаналізовано використання інтерв'ю як інструмента комунікацій у відділі інформації та

зв'язків з громадськістю ЗУНУ; узагальнено практичний досвід роботи пресслужби Західноукраїнського національного університету; проведено контент-аналіз інтерв'ю, створених у пресслужбі ЗУНУ, безпосереднє спостереження за процесом, що дозволяє отримати практичні інсайти; використано SWOT-аналіз для оцінки сильних і слабких сторін, можливостей, пов'язаних із використанням інтерв'ю як інструмента комунікацій у пресслужбі.

**Структура роботи.** Кваліфікаційна робота «Інтерв'ю як інструмент комунікацій у пресслужбі (на прикладі роботи відділу інформації та зв'язків з громадськістю ЗУНУ)» складається із двох частин: теоретичної, у якій описано основні поняття, пов'язані з комунікаційними процесами у пресслужбах та використанням інтерв'ю, обґрунтовано важливість інтерв'ю як інструмента формування й управління іміджем університету, окреслені тренди, техніки та методи проведення інтерв'ю, які застосовуються у відділі інформації та зв'язків з громадськістю ЗУНУ, а також практичного додатка: медіапродукту – серії інтерв'ю, створених під час роботи у пресслужбі зво.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ

Інтерв'ю є одним з ключових інструментів комунікації в сучасному інформаційному середовищі. Це метод отримання інформації через безпосередню бесіду із респондентом, що дозволяє почути глибокі та детальні відповіді на запитання. У контексті роботи пресслужби інтерв'ю є ефективним способом передачі повідомлень, встановлення взаємозв'язків з аудиторією та формування іміджу університету.

Різні автори приділяють значну увагу визначенню інтерв'ю як жанру комунікацій і журналістики. Наприклад, Томас Паттерсон у своїй книзі «Informing the News: The Need for Knowledge-Based Journalism» визначає інтерв'ю як ключовий метод збору інформації, що передбачає систематичну бесіду з респондентом для отримання достовірних даних. Він підкреслює, що інтерв'ю – не лише інструмент збирання фактів, але й важливий засіб аналізу та інтерпретації інформації [18].

Паттерсон зосереджує увагу на декількох важливих аспектах, що визначають інтерв'ю як жанр:

1. Підготовка та дослідження: журналіст повинен знати якнайбільше про респондента, щоб вести розмову на високому рівні й отримати максимально корисну інформацію. Наприклад, підготовка може включати читання попередніх інтерв'ю респондента, аналіз документів або статистики, пов'язаної з темою бесіди.
2. Активне слухання: журналіст не лише ставить питання, але й уважно слухає відповіді, вміє швидко реагувати та ставити уточнювальні запитання. Активне слухання допомагає розкривати нові аспекти теми, які без належної уваги могли б залишитися непоміченими.
3. Емпатія та взаємодія: інтерв'ю повинно будуватися на основі взаємної поваги та розуміння, що сприяє відкритості респондента. Це

допомагає створити комфортну атмосферу, в якій респондент може вільно виражати свої думки і почуття.

4. Аналітичний підхід: отримана інформація потребує глибокого аналізу для того, щоб визначити її значущість і правдивість. Після проведення інтерв'ю журналіст повинен ретельно проаналізувати отриману інформацію, визначити її значущість і правдивість. Саме аналіз дозволяє побачити ширшу картинку та зрозуміти контекст подій або фактів. Це важливий етап, який допомагає підготувати якісний матеріал для публікації [18].

Інтерв'ю має кілька ключових характеристик, які визначають його сутність та ефективність як комунікаційного інструмента:

- цілеспрямованість: інтерв'ю завжди проводиться з конкретною метою, яка визначає тематику питань і характер бесіди. Наприклад, метою може бути з'ясування позиції експерта щодо певного питання, збір інформації для новинного матеріалу або встановлення контакту з аудиторією;
- структурованість: більшість інтерв'ю мають чітку структуру, яка включає вступ, основну частину з питаннями та відповідями і завершення, що допомагає логічно і послідовно вести бесіду;
- інтерактивність: інтерв'ю є формою діалогу, де взаємодія між інтерв'юером і респондентом відіграє важливу роль. Ця взаємодія може бути формальною чи неформальною, залежно від контексту і цілей інтерв'ю;
- публічність: інтерв'ю зазвичай призначене для подальшого оприлюднення: публікація в ЗМІ, трансляція на радіо чи телебаченні або розміщення в інтернет-просторі, ютуб-каналах, соцмережах [7];
- адаптивність: інтерв'юер повинен бути готовим адаптувати свої запитання залежно від відповідей респондента, що дозволяє глибше розкрити тему та отримати більше інформації;

- доказовість: інтерв'ю має бути підкріплене фактами і доказами, що підвищує його достовірність і надійність;
- етичність: проведення інтерв'ю повинно відповідати етичним стандартам, що включає повагу до особистості респондента та відповідальність за достовірність переданої інформації.

Інтерв'ю є багатогранним інструментом, що вимагає від інтерв'юера не лише володіння технікою постановки запитань, але й розуміння психологічних аспектів взаємодії з респондентом. Вивчення теоретичних засад інтерв'ю включає аналіз різних підходів до його проведення, визначення типів інтерв'ю та їх особливостей, а також розгляд етичних аспектів. Залежно від мети та контексту, інтерв'ю можуть бути різних типів. Основні типи інтерв'ю:

- інформативне: використовується для отримання конкретної інформації або фактів – це найпоширеніший тип інтерв'ю, який застосовується в журналістиці для підготовки новинних матеріалів;
- оцінювальне: проводиться з метою отримання експертної думки або оцінки щодо певної теми. Це може бути інтерв'ю з фахівцем або науковцем, який має глибокі знання у своїй галузі;
- емоційне: спрямоване на виявлення емоційного стану респондента або його реакції на певні події. Такий тип інтерв'ю часто використовують у гуманітарних і соціальних дослідженнях;
- аналітичне: передбачає глибокий аналіз теми та включає складні, детальні питання, що потребують від респондента розгорнутих відповідей;
- біографічне: використовується для збирання інформації про життя та діяльність респондента. Для прикладу це може бути інтерв'ю з видатною особистістю або людиною, чий життєвий досвід є цінним;

- соціологічне: проводиться в межах соціологічних досліджень для вивчення суспільної думки, поведінкових моделей та соціальних процесів [13].

У теорії інтерв'ю існують різні підходи до його проведення, кожен з яких має свої особливості та вимоги: структуроване інтерв'ю передбачає чітко визначений план з попередньо підготовленими запитаннями, які задають в однаковому порядку для всіх респондентів, що дозволяє отримати стандартизовані відповіді та полегшує їх аналіз; напівструктуроване поєднує попередньо підготовлені запитання з можливістю інтерв'юера ставити додаткові, залежно від відповідей респондента; неструктуроване інтерв'ю, під час якого інтерв'юер задає питання спонтанно, це сприяє отриманню максимально розгорнутих і детальних відповідей; глибинне інтерв'ю спрямоване на виявлення мотивацій, переконань та цінностей респондента – інтенсивний формат, який потребує високого рівня довіри між інтерв'юером і респондентом; фокусоване інтерв'ю проводиться з невеликою групою респондентів, які обговорюють певну тему, такий й підхід дозволяє отримати різні точки зору та детальніше зрозуміти проблему [15].

Проведення інтерв'ю потребує дотримання певних етичних норм і принципів, які є фундаментальними для забезпечення справедливості, поваги та довіри між інтерв'юером і респондентом. Одним із ключових є конфіденційність. Інтерв'юер повинен гарантувати, що особиста інформація респондента буде збережена в таємниці і не буде використана без його згоди. Це включає в себе зобов'язання захищати дані респондента від несанкціонованого доступу та уникати розголошення будь-яких деталей, які можуть ідентифікувати особу без її дозволу. Іншим важливим етичним аспектом є інформована згода. Респондент повинен бути поінформований про мету інтерв'ю, характер питань і можливі наслідки участі. Його згода має бути добровільною і базуватися на повному розумінні того, у що він залучається. Це допомагає уникнути будь-яких форм маніпуляції або обману,

забезпечуючи, що респонденти беруть участь у процесі свідомо і без примусу. Повага до респондента також є невід'ємною частиною етичного проведення інтерв'ю. Інтерв'юер повинен ставитися до респондента з повагою, уникати тиску та маніпуляцій, а також забезпечити комфортні умови для бесіди. Це включає в себе вміння слухати, задавати запитання таким чином, щоб не викликати негативних емоцій, і забезпечувати респонденту можливість висловити свою думку в повному обсязі. Достовірність інформації, отриманої під час інтерв'ю, є ще одним критично важливим аспектом. Інтерв'юер не має права спотворювати отриману інформацію або використовувати її в невідповідному контексті. Це означає, що відповіді респондента повинні бути представлені точно і чесно, без змін, які могли б впливати на їх зміст або значення. Достовірність сприяє збереженню довіри між інтерв'юером і респондентом, а також підвищує якість та цінність отриманої інформації. Останнім, але не менш важливим принципом є відповідальність за наслідки публікації інформації. Інтерв'юер повинен враховувати можливі наслідки публікації інформації для респондента та інших осіб, і діяти відповідно до норм етичності. Це включає в себе оцінку можливого впливу розголошених даних на життя і репутацію респондента та інших залучених сторін, а також прийняття заходів для мінімізації будь-якої шкоди, яка може виникнути в результаті публікації [9].

Дотримання цих етичних принципів не тільки захищає права респондентів, але й сприяє створенню сприятливих умов для отримання точної, надійної та цінної інформації, що є основою для якісної комунікації та успішної журналістської роботи.

Проведення інтерв'ю потребує від інтерв'юера не лише теоретичних знань, але й практичних навичок, які дозволяють ефективно організувати і провести бесіду. Основні етапи підготовки та проведення включають кілька ключових кроків, кожен з яких має свої особливості та важливість для досягнення успіху в цьому процесі.

Першим етапом є те, що інтерв'юер повинен ретельно підготуватися, зібрати всю необхідну інформацію про респондента та тему інтерв'ю. Це включає вивчення попередніх публікацій, біографічних даних, а також актуальних подій, пов'язаних з темою бесіди. Крім того, важливо скласти перелік запитань, які будуть охоплювати основні аспекти теми, а також продумати стратегію бесіди, щоб забезпечити її логічний і послідовний розвиток.

На початку інтерв'ю важливо встановити контакт з респондентом, створити атмосферу довіри і відкритості. Інтерв'юер повинен представитися, пояснити мету інтерв'ю і запевнити респондента в конфіденційності та етичності подальшого використання отриманої інформації. Створення комфортної атмосфери для бесіди сприяє відкритості респондента і дозволяє отримати більш глибокі та змістовні відповіді.

Основна частина інтерв'ю включає задавання питань, уважне слухання відповідей респондента і, за необхідності, уточнення інформації. Інтерв'юер повинен дотримуватися структури інтерв'ю, забезпечуючи логічну послідовність питань, щоб уникнути плутанини і непорозумінь. Важливо також бути гнучким і вміти адаптуватися до відповідей респондента, щоб отримати максимально детальну і корисну інформацію.

Завершення інтерв'ю є не менш важливим етапом. Після основної частини інтерв'юер підсумовує бесіду, дякує респондентові за участь і пояснює подальші кроки, наприклад, як буде використовуватися отримана інформація. Це допомагає респондентові відчувати свою значущість і важливість його внеску у процес інтерв'ю.

Після проведення інтерв'ю інтерв'юер аналізує отриману інформацію, відбирає найважливіші моменти та готує матеріал для публікації. Важливо забезпечити достовірність та об'єктивність поданої інформації, уникати перекручувань і дотримуватися вище сказаних етичних норм. Аналіз отриманих даних дозволяє зрозуміти основні тенденції, виявити нові аспекти

досліджуваної теми і підготувати якісний матеріал для публікації або подальшого дослідження [19].

Проведення інтерв'ю – це багатогранний процес, який включає ретельну підготовку, ефективну комунікацію та аналіз отриманих даних. Дотримання всіх етапів і принципів дозволяє інтерв'юєру отримати глибоку і достовірну інформацію, яка буде корисною для подальшого використання у журналістиці, наукових дослідженнях чи комунікаційній практиці [20].

У діяльності пресслужби, на прикладі відділу інформації та зв'язків з громадськістю, інтерв'ю є невід'ємною складовою комунікаційного процесу. Цей інструмент використовується для досягнення різних цілей, що сприяють покращенню сприйняття університетського життя та його репутації.

Інформування про діяльність університету через інтерв'ю з керівниками, викладачами, науковцями та студентами, гостями, запрошеними спікерами є ефективним способом розповісти громадськості про досягнення і плани закладу вищої освіти. Висвітлення актуальних ініціатив, наукових досягнень, різноманітних подій, зустрічей сприяє підвищенню інформованості суспільства про університет та його значущість у житті людей [17].

Формування позитивного іміджу є однією ключовою функцією інтерв'ю у пресслужбі. Публічні виступи ключових осіб університету дозволяють показати його компетентність, інноваційність та вплив на суспільний розвиток. Це особливо важливо для привернення уваги нових студентів, встановлення партнерських відносин та залучення інвестицій у розвиток університетських проєктів.

Встановлення взаємозв'язків з аудиторією через інтерв'ю сприяє покращенню діалогу та взаєморозуміння між університетом і різними групами стейкхолдерів. Зокрема, інтерв'ю з представниками студентської спільноти, викладацького колективу та громадських діячів дозволяють університету краще розуміти потреби і очікування своїх аудиторій, що сприяє покращенню якості освітніх послуг та інфраструктури.

Залучення аудиторії до університетського життя та активної участі в подіях і ініціативах підтримується через інтерв'ю з цікавими особистостями, що мають прямий відносини до університетської спільноти. Вони сприяють залученню уваги громадськості, підвищенню інтересу до зов та сприяють його позиціонуванню як центру культурних і освітніх ініціатив.

З розвитком цифрових технологій інтерв'ю еволюціонують від традиційних текстових форматів до інтерактивних та мультимедійних. Відділ інформації та зв'язків з громадськістю створюють відеоінтерв'ю, які дозволяють глибше залучати аудиторію. Саме відеоінтерв'ю надають можливість візуально представити респондента, його емоції та невербальну комунікацію, що підсилює вплив повідомлення. Одним із важливих трендів інтерв'ю є персоналізація, де все частіше записи орієнтовані на конкретні сегменти аудиторії, враховуючи їхні інтереси та потреби. Інтерв'ю спрямовані на специфічні групи людей, наприклад: студенти, викладачі, професіонали певних галузей, щоб забезпечити релевантність та підвищити залученість.

У роботі пресслужби зростає увага до етичних аспектів проведення інтерв'ю, особливо в умовах поширення фейкових новин та маніпуляцій. Фахівці-інтерв'юери дотримуються високих стандартів чесності та прозорості, уникаючи спотворення фактів та маніпуляцій.

Інтерв'ю пресслужби університету також мають велике значення для залучення міжнародних студентів та колег-освітян. Інтерв'ю англійською мовою з партнерами дозволяють продемонструвати міжнародну співпрацю та можливості для іноземних здобувачів освіти. Це сприяє покращенню іміджу університету на інтернаціональному рівні.

З метою підвищення ефективності інтерв'ю, університет використовує різноманітні платформи для їх публікації та розповсюдження: офіційний сайт університету, соціальні мережі, YouTube-канал, телеграм-сторінка. Такий підхід дозволяє охопити максимально широку аудиторію та забезпечити доступність інформації для всіх зацікавлених.

Інтерв'ю як інструмент комунікацій у пресслужбі університету відіграє важливу роль у реалізації внутрішніх та зовнішніх стратегіях Західноукраїнського національного університету. Внутрішнє використання сприяє покращенню спілкування між колегами, студентами, працівниками, підвищенню мотивації та зміцненню корпоративної культури, тоді як зовнішнє використання спрямоване на піар, залучення аудиторії та підвищення репутації закладу вищої освіти.

## **РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ**

### **2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту**

У сучасному світі комунікація відіграє ключову роль у формуванні іміджу та репутації будь-якої організації, включаючи заклади вищої освіти.

Західноукраїнський національний університет активно використовує різноманітні форми комунікації для підтримки зв'язку зі своєю аудиторією, а також для залучення нових студентів і підтримки позитивного іміджу університету. Одним із найефективніших інструментів у цьому процесі є інтерв'ю, які проводяться фахівцями відділу інформації та зв'язків з громадськістю.

Метою мого медіапроєкту є створення серії інтерв'ю під час роботи у відділі інформації та зв'язків з громадськістю університету, дослідження та обґрунтування ефективності використання інтерв'ю як інструменту комунікацій у пресслужбі ЗУНУ.

Інтерв'ю виступає як потужний засіб для забезпечення взаємозв'язку з громадськістю та внутрішніми аудиторіями університету. Цей інструмент дозволяє: персоналізувати комунікацію, тобто особисто звертатися до різних груп аудиторії, включаючи студентів, викладачів, випускників та інші зацікавлені групи; створювати довіру та довідковий матеріал, саме інтерв'ю з гостями, запрошеними фахівцями чи особистостями дозволяють збагачувати комунікаційний потік інформацією, що має важливе значення для аудиторії – це сприяє зміцненню взаємозв'язків та підвищенню рівня довіри до університету; популяризувати досягнення та нововведення.

Медіапроєкт передбачає аналіз ефективності використання інтерв'ю у пресслужбі ЗУНУ. Основні аспекти дослідження включають оцінку залученості аудиторії: кількість переглядів, коментарів та реакцій на

публікації інтерв'ю в різних медіаформатах; аналіз впливу на формування іміджу, змін в уявленні громадськості про університет, спричинені публікаціями інтерв'ю.

## 2.2. Структура

Під час виконання кваліфікаційної роботи, підготовки власного інформаційного проєкту, я працювала над створенням інтерв'ю у межах діяльності працівника пресслужби університету. У моїх напрацюваннях є інтерв'ю про життєвий шлях особистостей, їхні досягнення, особисті історії, якими вони бажають поділитися із університетською аудиторією та суспільством. Мій медіапроєкт – це 5 інтерв'ю, які створені під час роботи у відділі інформації та зв'язків з громадськістю.

1. Інтерв'ю з лідером гурту «Нічлава» Андрієм Підлужним – українським співаком та композитором, який розповідає про університет, роботу зі студентами, повномасштабну війну росії проти України, волонтерство, творчий шлях і професійне становлення, досягнення. [1].

2. Інтерв'ю з головою Рахункової палати України Валерієм Пацканом – патріотом України, який у спілкуванні зазначив основні сфери роботи: фінанси, бюджетні кошти, як проходить робочий день, розповів про те, звідки він родом, своє дитинство, студентські роки, захоплення й табу, як боротися з труднощами [2].

3. Інтерв'ю з ректором Нідерландської бізнес-академії Яном ван Звітенном, який співпрацює з Україною понад 20 років та координує декілька міжнародних проєктів у сфері вищої освіти. Пан Звітен ділиться із глядачами улюбленим видом спорту, започаткуванням академії тенісу, як проводить свій вільний час, які країни відвідав та, які найбільше його вразили, чим запам'ятається йому Україна, відмінність Голландії від нашої держави, які книги вплинули на його свідомість [4].

4. Інтерв'ю «Пташкою» - Катериною Поліщук – парамедиком із «Азовсталі». Катерина розповідає про те, як бути жінкою на війні, найжахливіший та найщасливіший день у житті, чим любила займатися до війни, що приносило їй задоволення, що надихає її писати вірші, яка подія дала їй чітке бачення життя та сформувала особистість [3].

5. Інтерв'ю з матір'ю та батьком загиблого захисника України – звернення батьків Сергія Яцуха з проханням підтримати петицію про присвоєння звання Героя України (посмертно). Матір та батько розповідають глядачам, усім небайдужим, про сина, його дитинство, навчання й принципи, мрії та віру, роботу у митниці, у якій працював Сергій, боротьбу за Україну, тероборону, службу, передову, підняття бойового духу, Чернігів та наслідки війни росії проти України, загибель сина [5].

Ці підготовлені матеріали спрямовані не лише на університетську спільноту, а й на громадськість Тернопільщини. Вони відображають те, що заклад вищої освіти співпрацює із різноманітними людьми, фахівцями, державотворцями, популяризує українське й університет загалом. Переглядаючи інтерв'ю аудиторія може сформувати свою особисту думку щодо респондентів чи особистостей.

Опубліковані мною матеріали мають чітку структуру, зрозумілі й лаконічні назви, логічне наповнення, що дозволяє споживачам легко орієнтуватися у медійних публікаціях.

Медіапроект опублікований у різноманітних соцмережах та на офіційному сайті Західноукраїнського національного університету. Використання високоякісних елементів та динамічного монтажу, запрошення цікавих респондентів сприяє утриманню уваги глядача; розміщення контенту на різних платформах забезпечує максимальне охоплення аудиторії та зручність до доступу. За ютуб-сторінкою слідкує понад 6 тисяч підписників, кількість переглядів залежить від того, кого запросили на інтерв'ю. Найцікавішим контентом для споживачів є спілкування із «Пташкою»,

Валерієм Пацканом та батьками загиблого Героя. Ця статистика свідчить про те, що зараз, у час повномасштабної війни росії проти України, глядачів цікавить тема агресії, як люди долають виклики сьогодення, як мислять та, що роблять для Перемоги.

### **2.3. Жанрова палітра**

У пресслужбі університету, інтерв'ю як інструмент комунікацій на прикладі роботи відділу інформації та зв'язків з громадськістю ЗУНУ, використовується різноманітна палітра для максимальної ефективності та залучення аудиторії. Відділ застосовує різні жанри інтерв'ю, що дозволяє ефективно висвітлити різні аспекти професії, забезпечити багатогранність контенту та задовольнити інтереси різноманітної аудиторії:

- біографічне інтерв'ю;
  - інструктивне інтерв'ю;
  - мотиваційне інтерв'ю.
1. Ці інтерв'ю, які дають змогу глибоко зануритися в досвід та особисті історії людей: особисті історії та шлях у професії; виклики та успіхи; поради та рекомендації.
  2. Вони привертають увагу різних аудиторій.
  3. Сприяють підвищенню репутації закладу вищої освіти.
  4. Охоплюють широкий спектр форматів, що дозволяє ефективно висвітлити різні аспекти професії, забезпечити багатогранність контенту й інтереси різноманітної аудиторії.

### **2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення**

Зображальний матеріал є важливим компонентом проєкту «Інтерв'ю як інструмент комунікацій у пресслужбі (на прикладі роботи відділу інформації та зв'язків з громадськістю ЗУНУ)», оскільки візуальні елементи значно підвищують привабливість та зрозумілість контенту. Використання відео та графічних елементів сприяє приверненню увагу аудиторії та робить матеріали доступнішими й цікавішими:

- прев'ю до відео;
- субтитри;
- музика на фоні спілкування.

Особливості оформлення:

- матеріали відповідають сучасним стандартам цифрової журналістики, забезпечуючи зручність та привабливість для користувачів;
- створено єдиний візуальний стиль для всіх матеріалів, включаючи колірну гамму та добірку шрифтів;

Продумане оформлення матеріалів забезпечує привабливість та зручність для аудиторії, що сприяє ефективному донесенню інформації та популяризації проєкту.

## **2.5. Авторська ідея**

Підготовлений мною інформаційний продукт визначає те, як інтерв'ю сприяє комунікації пресслужби із громадськістю. Презентовані матеріали окреслюють те, що працівники відділу інформації та зв'язків з громадськістю знімають матеріали на різну тематику. У моєму медіапроєкті охоплено тематику освіти, науки, професійного досвіду людей. Герої матеріалів – особистості, про яких відомо у Тернополі та межами міста.

## **2.6. Особливості аудиторії**

Цільова аудиторія проєкту фокусується на тісному колі споживачів:

- молодих професіоналів, які вчать створювати авторські матеріали;
- студентів, які вивчають журналістику та медіасферу;
- освітян та науковців, які цікавляться тим, що відбувається в університеті;
- представників міністерств, голів, керівників зво, організацій, контент-мейкерів, блогерів.

Регіонами, які можуть зацікавитися цим медіапроєктом, є Тернопіль, Тернопільщина, де тематика напрацювань відіграє важливу роль у роботі, навчанні та особистому розвитку.

Основні потреби та очікування споживачів нашого цільового ринку включають: правдивість, якість та актуальність інформації, тренди в інтерв'ю; лаконічність, яку можна застосувати у власній практиці; натхнення та мотивація, історії успіху, особистісний розвиток людей; можливість взаємодії з авторами контенту.

«Інтерв'ю як інструмент комунікацій у пресслужбі (на прикладі роботи відділу інформації та зв'язків з громадськістю ЗУНУ)» має на меті посісти унікальну нішу у соцмережах для популяризації університету.

### **РОЗДІЛ 3. ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ**

Для створення мого медіапроєкту – інформаційного продукту використано:

- комп'ютер, ноутбук та телефон;
- інтернет, що дає змогу переконатися у правдивості фактів;
- ютуб-канал та соцмережі для публікації інтерв'ю;
- відеокамери для зйомки;
- диктофон для запису діалогу з респондентом, який є важливим інструментом під час спілкування;
- софтбокси для освітлення під час фільмування інтерв'ю;
- мікрофони-петлички для якісного звуку;
- штативи та стабілізатори для запису відео.

Враховуючи роботу фахівців пресслужби, усе це відіграє важливу роль у професійній діяльності, оскільки вони працюють над якісним контентом, інноваційним, інформаційним продуктом.

Також використано програмні засоби:

- Microsoft Word, нотатки, гугл-документи, різноманітні текстові редактори, які мають велике значення для зручності та продуктивності у роботі. Ці інструменти не лише забезпечують зручність, але й підвищують продуктивність, дозволяючи ефективно організовувати матеріали та швидко вносити зміни. Використання цих програмних засобів дозволяє легко взаємодіяти з клієнтами, редагувати та формувати записаний текст та зберігати їх у зручних форматах для подальшого використання;
- Програмне забезпечення Adobe Premiere Pro для монтажу відео;
- Adobe After Effects також для монтажу відео та створення динамічних зображень, композицій, анімацій, застосування різних ефектів;
- Canva – онлайн середовище для створення заставок та редагування відео.

## ВИСНОВКИ

Інтерв'ю як інструмент комунікацій виконує ключову функцію у сучасному інформаційному просторі, адже такий журналістський метод не тільки сприяє передачі інформації, але й відіграє важливу роль у формуванні поглядів, визначенні громадської думки та впливі на соціальні настрої. В умовах глобалізації та розвитку інформаційних технологій інтерв'ю стає засобом передачі фактів, ефективним механізмом формування позитивного іміджу, зміцнення довіри та встановлення взаємин між організаціями та їх аудиторією.

Зростаюча конкуренція та потреба в ефективній взаємодії з громадськістю спонукає використовувати інтерв'ю для підтримки репутації та розвитку бренду, забезпечення сталого росту й успіху в сучасному світі комунікаційних викликів. На прикладі пресслужби Західноукраїнського національного університету ми бачимо, як інтерв'ю стає основою у стратегічному управлінні та інформаційній політиці університету.

Відділ інформації та зв'язків з громадськістю ЗУНУ відіграє центральну роль у формуванні позитивного іміджу університету. Він розробляє та реалізує стратегії комунікаційного розвитку, залучає нових студентів, налагоджує та підтримує стосунки з громадськістю та зацікавленими сторонами. Основні обов'язки відділу включають: підготовку та публікацію пресрелізів, новин, статей, інтерв'ю та інших інформаційних матеріалів; поширення інформації про події, досягнення, інновації та інші важливі аспекти діяльності університету; проведення медіаактивностей та публічних заходів; підтримку корпоративного стилю та бренду закладу вищої освіти; організацію інтерв'ю, пресконференцій, брифінгів; висвітленню діяльності університету в медіапросторі.

Потрібно розуміти, що пресслужба ЗУНУ активно використовує соціальні мережі для поширення інформації в інтернет-просторі, модерує офіційний сайт, сторінки у Facebook, Instagram, Telegram та поширює відео у YouTube-каналі. Такий підхід дозволяє університету залишатися на зв'язку з аудиторією, оперативно реагувати на запити та підтримувати актуальність інформації.

Інтерв'ю є одним із найефективніших інструментів комунікацій, який використовує пресслужба ЗУНУ. Вони дозволяють безпосередньо взаємодіяти з суспільством, презентуючи основні цінності, досягнення та новини університету. Інтерв'ю з гостями, викладачами та студентами є важливим інструментом для просування університету, формування громадської думки, створення позитивного іміджу в очах громадськості, зміцнення довіри та взаємин з аудиторією, підтримки репутації бренду, прозорості та відкритості, популяризації університету і його досягнень. Аналіз результатів інтерв'ю, які створені відділом інформації та зв'язків з громадськістю, дозволяє виявити сильні та слабкі сторони комунікаційної стратегії, визначити напрями для вдосконалення та розвитку.

Використання відеоінтерв'ю дозволяє зробити комунікацію інтерактивнішою та доступнішою для широкої аудиторії. У майбутньому, інтерв'ю можуть стати ще більш важливим інструментом для встановлення зв'язків між університетом та суспільством, ефективності комунікаційної стратегії зво.

Дослідження ефективності інтерв'ю як інструмента комунікацій дозволяє виявляти нові тенденції, потреби аудиторії та урізноманітнити підходи до зв'язків з суспільством.

Таким чином, інтерв'ю стає невід'ємною частиною комунікаційної стратегії Західноукраїнського національного університету, забезпечуючи ефективну взаємодію з аудиторією, підтримку позитивного іміджу та сприяння розвитку університету як сучасного освітнього і наукового центру.

Це підтверджує його роль не лише як інструменту інформування, але й як важливого чинника розвитку та інтеграції в глобальний освітній простір.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Божаківська К. В. Інтерв'ю з Андрієм Підлужним - композитором, лідером гурту "Нічлава", 2024. YouTube. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=r\\_Iwwmc-hxg](https://www.youtube.com/watch?v=r_Iwwmc-hxg).
2. Божаківська К. В. Інтерв'ю з валерієм пацканом, головою рахункової палати України, 2023. YouTube. URL: <https://youtu.be/ntpvZ30ofbg?si=bTUvRwYeqAeeOuXD>.
3. Божаківська К. В. Інтерв'ю з "пташкою" - бойовим парамедиком із «азовсталі» | катерина поліщук, 2023. YouTube. URL: [https://youtu.be/-mnD\\_fEDZiw?si=VQmIvzcGqEPqkyhT](https://youtu.be/-mnD_fEDZiw?si=VQmIvzcGqEPqkyhT).
4. Божаківська К. В. Інтерв'ю з ректором нідерландської бізнес-академії яном ван звітемом, 2022. YouTube. URL: <https://youtu.be/LbRFyh7zujY?si=g4zlfXPpxus4kSB0>.
5. Божаківська К. В. Підримайте петицію про присвоєння звання Героя України (посмертно) Сергію Яцуху, 2023. YouTube. URL: <https://youtu.be/Mv28FfoqcPE?si=10BaQ3qK0qnPxwXn>.
6. Cairo A. Functional art: an introduction to information graphics and visualization. New Riders Publishing, 2012. 384 p.
7. Deuze M. Media work. Cambridge : Polity, 2007. 278 p.
8. Stengel R. Information wars: how we lost the global battle against disinformation and what we can do about it. Grove/Atlantic, Incorporated, 2019.
9. A deep learning based self-assessment tool for personality traits and interview preparations / S. Anglekar et al. 2021 international conference on communication information and computing technology (ICCICT), Mumbai, India, 25–27 June 2021. 2021. URL: <https://doi.org/10.1109/iccict50803.2021.9510143>.

10. Alexander J., Dixit A., Tharkude D. Exit interview: a tool for employee retention. *International journal of business information systems*. 2022. Vol. 1, no. 1. P. 1. URL: <https://doi.org/10.1504/ijbis.2022.10045193>.
11. Bonnell H., Li P., Van L. T. Nonviolent communication : a communication tool to support the adaptive capacity of organisations? : thesis. 2017. URL: <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:bth-14864>.
12. Burnard P. Interview skills. *Effective communication skills for health professionals*. Boston, MA, 1992. P. 121–129. URL: [https://doi.org/10.1007/978-1-4899-4511-2\\_9](https://doi.org/10.1007/978-1-4899-4511-2_9).
13. Canter L. The reuters institute for the study of journalism: digital news report 2014. *Digital journalism*. 2014. Vol. 3, no. 1. P. 137–139. URL: <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.987545>.
14. Dimitrova D. V. Informing the news: the need for knowledge-based journalism by thomas E. patterson. *Mass communication and society*. 2016. Vol. 20, no. 1. P. 136–139. URL: <https://doi.org/10.1080/15205436.2016.1234163>.
15. Inpatient functional communication interview / L. Worrall et al. Plural Publishing, Incorporated, 2019.
16. Millar R., Tracey A. The employment interview. *The handbook of communication skills*. URL: <https://doi.org/10.4324/9780203007037.ch16>.
17. Patterson T. E. Informing the news: the need for knowledge-based journalism. 2013. 233 p.
18. Rafajac O., Jakupović A. Integral communication tool. *International Journal of e-Collaboration*. 2017. Vol. 13, no. 3. P. 1–21. URL: <https://doi.org/10.4018/ijec.2017070101>.
19. Rigazio-DiGilio S. A., Ivey A. E. The helping interview. *The handbook of communication skills*. URL: <https://doi.org/10.4324/9780203007037.ch17>.
20. Shelke C. Communication skill and interview techniques. Independently Published, 2017.

21. SKILLDRILL: ML- based interview tool / A. Jain et al. 2023 international conference on computational intelligence, communication technology and networking (CICTN), Ghaziabad, India, 20–21 April 2023. 2023. URL: <https://doi.org/10.1109/cictn57981.2023.10141210>.
22. Stewart C. J., Cash W. B. J. Interviewing: principles and practices. McGraw-Hill Education, 2013. 448 p.
23. The personal problems interview. Communication in organizations. 2005. P. 74–84. URL: <https://doi.org/10.4324/9780203008294-18>.
24. Trends in radiation oncology residency applicant interview experiences and post-interview communication / M. C. Tom et al. International journal of radiation oncology\*biology\*physics. 2019. Vol. 103, no. 4. P. 818–822. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ijrobp.2018.11.042>.
25. Unconscious communication: a potential tool for professional graduates to win a job interview. 2nd national conference on translation, language & literature. 2015. URL: <https://doi.org/10.16962/elkapj/si.nctl-2015.3>.
26. Weel-Baumgarten I. w. E. v. Education, research & policy: the three-legged stool of healthcare communication. Journal of communication in healthcare. 2018. Vol. 11, no. 1. P. 9–11. URL: <https://doi.org/10.1080/17538068.2018.1436398> (date of access: 18.06.2024).



Ім'я користувача:  
Володимир Пастущин

Дата перевірки:  
20.05.2024 15:54:33 EEST

Дата звіту:  
20.05.2024 16:32:19 EEST

ID перевірки:  
1016338683

Тип перевірки:  
Doc vs Internet + Library

ID користувача:  
100007881

Назва документа: Бакалаврська робота Божаківська

Кількість сторінок: 26 Кількість слів: 7206 Кількість символів: 55437 Розмір файлу: 93.76 KB ID файлу: 1016138705

## 13.9% Схожість

Найбільша схожість: 7.27% з Інтернет-джерелом (<https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/55575/1/%d0%94%d0%b8%d0%b>).

13.2% Джерела з Інтернету

354

Сторінка 28

2.57% Джерела з Бібліотеки

163

Сторінка 29

## 0.36% Цитат

Цитати

4

Сторінка 30

Не знайдено жодних посилань

## 0% Вилучень

Деякі джерела вилучено автоматично (фільтри вилучення: кількість знайдених слів є меншою за 8 слів та 0%)

0% Вилучення з Інтернету

19

Сторінка 31

0% Вилученого тексту з Бібліотеки

1

Сторінка 31

## Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи

2