

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Гуманітарно-педагогічний факультет

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач кафедри  
журналістики та мовної комунікації  
проф. Світлана ХАРЧЕНКО  
« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 р.

ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ БАКАЛАВРА

на тему:

**«ЦИКЛ ІНТЕРВ'Ю З НАУКОВЦЯМИ-БІОТЕХНОЛОГАМИ  
«ЯК ВРЯТУВАТИ КИЇВСЬКІ КАШТАНИ»**

Спеціальність 061 Журналістика

Гарант освітньої програми  
доктор філологічних наук, професор

Світлана ХАРЧЕНКО

Керівник дипломного проєкту бакалавра  
кандидат політичних наук, доцент

Денис РУДЕНЬ

Виконав

Владислав ГОРБАЧЕНКО

КИЇВ – 2025

**ЗМІСТ**

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ІНТЕРВ'Ю .....</b>	<b>6</b>
1.1. Поняття інтерв'ю, його генеза та основні характеристики.....	6
1.2. Принципи проведення інтерв'ю: вибір інтерв'юера, визначення цільової, аудиторії, залучення ресурсів для створення .....	12
Висновок до 1 розділу.....	23
<b>РОЗДІЛ 2. СТВОРЕННЯ ЦИКЛУ ІНТЕРВ'Ю «ЯК ВРЯТУВАТИ КИЇВСЬКІ КАШТАНИ».....</b>	<b>25</b>
2.1. Етапи створення, опис цільової аудиторії та обґрунтування обраної теми циклу інтерв'ю.....	25
2.2. Публікація та стратегії просування циклу інтерв'ю.....	31
Висновок до 2 розділу.....	37
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>38</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>44</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>45</b>

## ВСТУП

Інтерв'ю як журналістський жанр відіграє ключову роль у поширенні наукової інформації та формуванні громадської думки з актуальних екологічних питань. У сучасному інформаційному просторі, де зростає увага до проблем довкілля та збереження міського середовища, журналістське інтерв'ю стає важливим інструментом для донесення складних наукових концепцій до широкої аудиторії. Особливо актуальним це питання стає у контексті екологічних проблем міста Києва, зокрема захворювання каштанів, які є символом столиці та важливою частиною її природної спадщини.

Створення циклу інтерв'ю з науковцями-біотехнологами дозволяє журналістам поєднати наукову достовірність з доступністю викладу, формувати обізнаність громадськості про сучасні біотехнології та їхні можливості у вирішенні екологічних проблем. Однак, попри всі переваги, створення якісного наукового контенту у форматі інтерв'ю пов'язане з низкою викликів, таких як адаптація складної наукової термінології, забезпечення достовірності інформації та підтримання інтересу аудиторії. Тому дослідження цього питання є надзвичайно важливим для розуміння ролі журналістського інтерв'ю у популяризації науки, механізмів його створення та перспектив подальшого розвитку наукової журналістики.

Робота спрямована на аналіз процесу створення циклу інтерв'ю з науковцями-біотехнологами, особливостей роботи з науковими джерелами, а також на вивчення стратегій адаптації наукового контенту для широкої аудиторії. Результати дослідження можуть бути корисними як для журналістів, які працюють у сфері науки та екології, так і для дослідників медіакомунікацій, оскільки дозволять оцінити ефективність інтерв'ю як інструменту популяризації науки та спрогнозувати його подальшу еволюцію.

**Метою дослідження** є аналіз процесу створення циклу інтерв'ю з науковцями-біотехнологами, визначення особливостей роботи з науковими

джерелами та вивчення методів адаптації складної наукової інформації для масової аудиторії на прикладі теми збереження київських каштанів.

**Завдання дослідження:**

- розкрити теоретичні засади жанру інтерв'ю та його особливості в науковій журналістиці;
- дослідити специфіку роботи з науковими джерелами та експертами у сфері біотехнологій;
- визначити особливості адаптації наукової інформації для широкої аудиторії;
- проаналізувати основні етапи створення циклу інтерв'ю на екологічну тематику;
- дослідити методи залучення та утримання аудиторії при висвітленні наукових тем;
- оцінити ефективність інтерв'ю як інструменту популяризації біотехнологій та екологічних рішень.

**Об'єкт дослідження:** цикл інтерв'ю з науковцями-біотехнологами як форма наукової журналістики.

**Предмет дослідження:** особливості створення циклу інтерв'ю, методи роботи з науковими джерелами, способи адаптації наукового контенту та стратегії залучення аудиторії.

**Методи дослідження.** У ході дослідження використані такі методи:

- Контент-аналіз -- для дослідження існуючих зразків наукових інтерв'ю та їхньої структури;
- Метод спостереження -- для аналізу процесу підготовки та проведення інтерв'ю з експертами;
- Порівняльний аналіз -- для зіставлення різних підходів до висвітлення наукових тем у журналістиці;

- Статистичний аналіз -- для вивчення ефективності різних форматів подачі наукової інформації;
- Метод експертного опитування -- для оцінки якості створеного циклу інтерв'ю та його впливу на аудиторію.

**Практичне значення дослідження.** Результати дослідження можуть бути використані журналістами, які спеціалізуються на науковій тематиці, редакторами медіа, науковими комунікаторами та викладачами журналістики для ефективного створення якісного наукового контенту. Отримані висновки допоможуть розробити рекомендації щодо оптимізації процесу створення наукових інтерв'ю, підвищення їхньої доступності для аудиторії та впровадження нових підходів у висвітленні екологічних та біотехнологічних тем у сучасній журналістиці.

**Структура роботи:** вступ, основна частина з двома розділами та підрозділами, висновки, список використаних джерел, додатки.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ІНТЕРВ'Ю

#### 1.1. Поняття інтерв'ю, його генеза та основні характеристики

Інтерв'ю є особливою формою комунікації та методом отримання інформації, що відіграє важливу роль у сучасному інформаційному середовищі. Хоча на перший погляд воно може здаватися простим, насправді інтерв'ю є складним і багатогранним явищем, яке виходить за межі лише журналістики, охоплюючи також соціологію, психологію та інші наукові галузі. З огляду на стрімкий розвиток медіатехнологій та зміни у способах спілкування, вивчення природи інтерв'ю, його еволюції та ключових особливостей набуває особливої значущості.

Як структурований діалог, що проводиться між двома або більше особами з метою здобуття певної інформації, інтерв'ю має давнє походження. Водночас його наукове осмислення та впровадження в професійну практику є відносно новим явищем. У сучасному світі інтерв'ю охоплює різноманітні комунікативні формати від бесід у журналістиці до соціологічних досліджень, від психологічних консультацій до переговорів у бізнес-сфері.

Етимологія терміна «інтерв'ю» походить від англійського слова «interview», яке, своєю чергою, має французькі корені від «entrevue», що означає «зустріч», «побачення». У широкому сенсі інтерв'ю можна визначити як цілеспрямовану бесіду між двома або більше особами, під час якої одна сторона (інтерв'юер) ставить запитання, а інша (інтерв'юований) надає відповіді з метою отримання специфічної інформації [1].

Проте таке визначення є надто загальним і не відображає всієї складності цього комунікативного феномену. Більш точне розуміння інтерв'ю передбачає врахування його структурованості, цілеспрямованості та професійного характеру. Інтерв'ю відрізняється від звичайної розмови своєю організованістю, наявністю чітко визначених ролей учасників та специфічною

метою, яка полягає не просто в обміні думками, а в систематичному отриманні певної інформації [2].

У науковій літературі існують різні підходи до визначення інтерв'ю. Соціологи розглядають його переважно як метод збору емпіричних даних, журналісти акцентують увагу на його інформаційно-комунікативній функції, психологи підкреслюють діагностичний та терапевтичний потенціал. Така багатоаспектність свідчить про універсальний характер інтерв'ю як комунікативної техніки.

Важливою характеристикою інтерв'ю є його інтерактивність. На відміну від анкетування або тестування, інтерв'ю передбачає живу взаємодію між учасниками, можливість уточнень, додаткових запитань, невербальної комунікації. Ця особливість робить інтерв'ю особливо цінним інструментом для отримання глибокої, контекстуалізованої інформації [3].

Корені інтерв'ю як організованої форми діалогу можна простежити в античних філософських традиціях. Сократівський метод майєвтики, який полягав у розкритті істини через систему запитань, можна розглядати як один із найдавніших прототипів сучасного інтерв'ю. Платонівські діалоги демонструють високий рівень розвитку техніки цілеспрямованого опитування, хоча їхня мета була швидше педагогічною, ніж інформаційною [4].

У середньовічний період елементи інтерв'ю можна знайти в інквізиційних практиках, судових допитах та богословських диспутах. Проте ці форми комунікації були спрямовані переважно на підтвердження або спростування певних тверджень, а не на відкрите дослідження думок та поглядів співрозмовника.

Початки сучасного інтерв'ю пов'язані з розвитком журналістики в XIX столітті. Перші журналістські інтерв'ю з'явилися в американській пресі в 1860-х роках, коли репортери почали систематично опитувати політиків, громадських діячів та інших відомих особистостей. Одним із перших зафіксованих інтерв'ю вважається бесіда кореспондента «New York Tribune» з президентом Ендрю Джонсоном у 1868 році [5].

Європейська журналістика спочатку скептично ставилася до американської практики інтерв'ю, вважаючи її занадто інтрузивною та неетичною. Проте поступово цей жанр поширився і в європейських ЗМІ, адаптуючись до місцевих культурних особливостей та журналістських традицій.

На початку ХХ століття спостерігалось активне формування соціальних наук, що сприяло становленню інтерв'ю як повноцінного дослідницького інструменту. У цей період інтерв'ю почало застосовуватись для вивчення складних соціальних процесів, зокрема міграційних рухів, змін у міському середовищі та проявів соціальних девіацій. Зростання інтересу до якісних методів сприяло поширенню глибинного інтерв'ю як засобу вивчення суб'єктивного досвіду та внутрішніх мотивацій учасників соціальних процесів.

У цей же час розвивалися психологічні підходи до інтерв'ю, в межах яких воно почало розглядатися як інструмент доступу до внутрішнього світу особистості. Розробка методів, спрямованих на виявлення глибинних психологічних процесів, зокрема несвідомих установок і конфліктів, значно вплинула на теоретичне осмислення інтерв'ю. Змінилася і роль інтерв'юера він перестав бути лише реєстратором фактів, натомість став активним учасником комунікативної взаємодії, що формує зміст дослідження.

У повоєнний період інтерв'ю стало невід'ємною частиною академічного та прикладного пізнання в багатьох галузях. Поява нових комунікаційних засобів, зокрема радіо та телебачення, відкрила додаткові можливості для реалізації цього методу. Зросла популярність публічних форматів інтерв'ю, які перетворилися на елемент масової культури. У цьому контексті інтерв'ю перестало бути суто дослідницькою технікою і стало потужним інструментом впливу, популяризації і творення публічного дискурсу.

Різноманітність сфер застосування інтерв'ю зумовила появу численних типологій та класифікацій цього комунікативного феномену. Найбільш

поширеною є класифікація за ступенем структурованості, яка виділяє структуровані, напівструктуровані та неструктуровані інтерв'ю.

Структуроване інтерв'ю характеризується чітко визначеним переліком запитань, фіксованою послідовністю їх подачі та стандартизованими варіантами відповідей. Цей тип інтерв'ю забезпечує високий рівень порівнянності результатів, проте може обмежувати глибину та спонтанність комунікації. Структуровані інтерв'ю широко використовуються в кількісних соціологічних дослідженнях, маркетингових опитуваннях та стандартизованих психологічних тестах [6].

Напівструктуроване інтерв'ю поєднує елементи структурованості з гнучкістю проведення. Інтерв'юер має загальний план бесіди та перелік ключових тем, проте може варіювати формулювання запитань, їх послідовність та глибину обговорення залежно від відповідей співрозмовника. Цей підхід особливо популярний в якісних дослідженнях, де важливо збалансувати систематичність збору даних з можливістю отримання неочікуваних інсайтів [7].

Неструктуроване інтерв'ю нагадує вільну бесіду, де інтерв'юер має лише загальне уявлення про тематику розмови, а конкретні запитання формулюються спонтанно залежно від перебігу діалогу. Такий підхід дозволяє максимально глибоко досліджувати думки, переживання та досвід респондента, проте створює значні складнощі для систематизації та порівняння отриманих даних [8].

За цільовим призначенням інтерв'ю можна поділити на інформаційні, аналітичні, діагностичні та терапевтичні. Інформаційні інтерв'ю спрямовані на отримання фактичних відомостей про події, явища або процеси. Аналітичні інтерв'ю мають на меті з'ясування причинно-наслідкових зв'язків, мотивів поведінки, оцінок та суджень. Діагностичні інтерв'ю використовуються для виявлення певних характеристик особистості, здібностей або проблемних областей. Терапевтичні інтерв'ю поєднують діагностичну функцію з корекційною або лікувальною метою [9].

Залежно від кількості учасників розрізняють індивідуальні та групові інтерв'ю. Індивідуальні інтерв'ю забезпечують більшу конфіденційність та можливість глибокого занурення в особистий досвід респондента. Групові інтерв'ю, або фокус-групи, дозволяють досліджувати групову динаміку, консенсус та конфлікти думок, стимулюють появу ідей через взаємодію учасників [10].

Структура інтерв'ю являє собою складну систему взаємопов'язаних елементів, кожен з яких виконує специфічні функції в загальному процесі комунікації. Базовими структурними компонентами інтерв'ю є учасники (інтерв'юер та інтерв'юований), контекст проведення, тематичний зміст та процедурні аспекти.

Роль інтерв'юера є ключовою для успішного проведення бесіди. Професійний інтерв'юер повинен володіти широким спектром компетенцій: від технічних навичок формулювання запитань до психологічної проникливості та емпатії. Важливими характеристиками ефективного інтерв'юера є здатність створювати довірливу атмосферу, вміння слухати та чути, гнучкість у веденні діалогу, нейтральність та неупередженість [11].

Інтерв'юований також відіграє активну роль у формуванні змісту та характеру бесіди. Його готовність до співпраці, відкритість, рівень рефлексії та комунікативні навички значною мірою визначають якість отриманої інформації. Мотивація участі в інтерв'ю може варіюватися від бажання поділитися досвідом до прагнення отримати допомогу або визнання [12].

Контекст проведення інтерв'ю включає фізичне середовище, часові рамки, культурні та соціальні обставини. Ці фактори можуть значно впливати на комфортність учасників, їхню відкритість та якість комунікації. Приватне середовище зазвичай сприяє більшій довірливості, тоді як публічний контекст може стимулювати більш соціально бажані відповіді [13].

Функціональні характеристики інтерв'ю визначаються його цілями та завданнями. Основними функціями інтерв'ю є інформаційна, комунікативна, соціальна та психологічна. Інформаційна функція полягає в отриманні та

передачі даних, фактів, думок та оцінок. Комунікативна функція забезпечує встановлення та підтримання контакту між учасниками, створення діалогічного простору для обміну ідеями.

Соціальна функція інтерв'ю проявляється в його здатності впливати на громадську думку, формувати соціальні стереотипи та установки, сприяти соціальній інтеграції або диференціації. Психологічна функція пов'язана з можливістю самовираження, самопізнання та психологічної підтримки учасників інтерв'ю [14].

Методологія інтерв'ю охоплює широкий спектр теоретичних та практичних питань, пов'язаних з плануванням, проведенням та аналізом результатів бесіди. Ключовими методологічними принципами є валідність, надійність, етичність та практичність дослідження.

Валідність інтерв'ю означає ступінь, до якого отримана інформація відповідає реальному стану справ та досягає поставлених цілей дослідження. Забезпечення валідності вимагає ретельної підготовки інтерв'ю, формулювання релевантних запитань, створення сприятливих умов для відкритої комунікації та критичного аналізу отриманих даних [15].

Надійність стосується стабільності та відтворюваності результатів інтерв'ю. Хоча повна стандартизація інтерв'ю може знизити його гнучкість та глибину, певний рівень структурованості необхідний для забезпечення порівнянності результатів різних бесід. Підвищення надійності досягається через чітке визначення процедур, тренування інтерв'юерів та використання технічних засобів фіксації [16].

Етичні аспекти інтерв'ю включають інформовану згоду учасників, конфіденційність інформації, повагу до гідності та прав респондентів. Особливої уваги потребують ситуації, коли інтерв'ю стосується делікатних тем або залучає вразливі групи населення. Дотримання етичних стандартів є не лише моральним імперативом, але й умовою отримання якісних та достовірних даних [17].

Технічні аспекти проведення інтерв'ю еволюціонували разом з розвитком технологій. Сучасні можливості аудіо- та відеозапису значно полегшили фіксацію та аналіз інтерв'ю, проте водночас поставили нові питання щодо приватності та впливу техніки на природність комунікації. Розвиток інтернет-технологій відкрив можливості для проведення віддалених інтерв'ю, що розширило географічні межі досліджень, але створило нові виклики для встановлення довіри та контролю контексту.

Цифрова революція та трансформація медіаландшафту суттєво вплинули на еволюцію інтерв'ю як комунікативної практики. Поява соціальних мереж, подкастів, відеоблогів та інших цифрових платформ створила нові можливості для проведення та поширення інтерв'ю. Інтерактивні формати дозволяють залучати аудиторію до процесу інтерв'ю через коментарі, запитання в реальному часі та голосування [18].

Штучний інтелект та машинне навчання почали використовуватися для автоматизації певних аспектів інтерв'ю, зокрема первинного відбору кандидатів, генерації запитань та аналізу відповідей. Проте повна автоматизація інтерв'ю залишається проблематичною через його суттєво людський характер та важливість емоційного інтелекту в комунікації [19].

Глобалізація та мультикультуралізм поставили нові виклики перед практикою інтерв'ю. Культурна чутливість, мовні бар'єри та різні комунікативні стилі вимагають адаптації традиційних підходів до міжкультурних контекстів. Розвиток технік крос-культурного інтерв'ю стає дедалі важливішим для міжнародних досліджень та глобальної журналістики [20].

## **1.2. Принципи проведення інтерв'ю: вибір інтерв'юера, визначення цільової, аудиторії, залучення ресурсів для створення**

Ефективність інтерв'ю як інструмента комунікації та дослідження значною мірою залежить від дотримання фундаментальних принципів його

організації та проведення. У сучасному інформаційному суспільстві, де конкуренція за увагу аудиторії постійно зростає, професійний підхід до планування та реалізації інтерв'ю стає критично важливим для досягнення поставлених цілей. Три ключові аспекти - вибір кваліфікованого інтерв'юера, точне визначення цільової аудиторії та раціональне залучення ресурсів - формують основу успішної інтерв'ю-практики, незалежно від сфери її застосування.

Сучасна практика показує, що недооцінка будь-якого з цих принципів може призвести до суттєвого зниження якості отриманих результатів, марної витрати ресурсів та втрати довіри з боку учасників процесу. Водночас, системний підхід до реалізації цих принципів дозволяє максимізувати потенціал інтерв'ю як засобу отримання глибинної інформації та встановлення ефективної комунікації.

Особливої актуальності ці питання набувають в контексті цифрової трансформації медіа-простору, коли традиційні підходи до проведення інтерв'ю повинні адаптуватися до нових технологічних можливостей та змінених очікувань аудиторії. Розвиток онлайн-платформ, соціальних мереж та мультимедійних технологій створює як нові можливості, так і додаткові виклики для організаторів інтерв'ю [21].

Процес селекції інтерв'юера є одним із найважливіших етапів підготовки якісного інтерв'ю, оскільки особистість та професійні якості ведучого безпосередньо впливають на характер отриманої інформації та загальне сприйняття бесіди аудиторією. Ефективний інтерв'юер поєднує в собі технічні навички ведення діалогу з глибоким розумінням психологічних та соціальних аспектів комунікації.

Перша група критеріїв стосується професійної компетентності кандидата. Досвід роботи в галузі журналістики, соціології, психології або інших релевантних сферах створює необхідну основу для розуміння специфіки інтерв'ю як комунікативного процесу. Проте досвід сам по собі не гарантує

успіху, якщо він не поєднується з постійним професійним розвитком та адаптацією до змінних умов медіа-середовища.

Не менш важливими є особистісні характеристики потенційного інтерв'юера. Емпатія та здатність до активного слухання дозволяють створювати атмосферу довіри, необхідну для отримання щирих та глибинних відповідей. Водночас, професійна дистанція та об'єктивність запобігають надмірному емоційному залученню, яке може спотворити процес збору інформації або вплинути на її інтерпретацію.

Інтелектуальна гнучкість інтерв'юера проявляється в здатності швидко адаптуватися до несподіваних поворотів розмови, формулювати додаткові запитання на основі отриманих відповідей та підтримувати продуктивний діалог навіть у складних ситуаціях. Ця якість особливо важлива при проведенні неструктурованих або напівструктурованих інтерв'ю, де заздалегідь спланований сценарій може кардинально змінюватися в процесі бесіди.

Культурна чутливість та міжкультурна компетентність набувають дедалі більшого значення в умовах глобалізації. Інтерв'юер повинен розуміти культурні особливості комунікації різних груп, уміти адаптувати свій стиль спілкування до культурного контексту співрозмовника та уникати непорозумінь, пов'язаних з різницею в культурних кодах [22].

Технічна підготовленість сучасного інтерв'юера включає не лише традиційні навички роботи з записувальним обладнанням, але й розуміння специфіки різних медіа-платформ. Уміння працювати в умовах прямого ефіру, адаптувати стиль ведення інтерв'ю до особливостей телевізійного, радійного або онлайн-формату стає обов'язковою складовою професійної компетентності.

Етична підготовка інтерв'юера охоплює розуміння принципів конфіденційності, поваги до гідності співрозмовника та відповідальності за наслідки оприлюднення отриманої інформації. Особливої уваги потребують

ситуації, коли інтерв'ю стосується делікатних тем або залучає представників вразливих груп населення [23].

Ідентифікація та аналіз цільової аудиторії є фундаментальним принципом, який визначає всі подальші рішення щодо формату, змісту та стилю інтерв'ю. Глибоке розуміння потреб, інтересів та очікувань потенційних споживачів інформації дозволяє створювати релевантний та привабливий контент, який знаходить відгук у свідомості аудиторії.

Демографічний аналіз традиційно розглядається як відправна точка для характеристики цільової аудиторії. Вік, стать, освітній рівень, соціально-економічний статус та географічне розташування створюють базову матрицю для розуміння основних характеристик потенційних споживачів контенту. Проте сучасні підходи до аналізу аудиторії виходять далеко за межі демографічних показників, включаючи психографічні та поведінкові характеристики.

Психографічний профіль аудиторії охоплює систему цінностей, життєві установки, інтереси та стиль життя представників цільової групи. Ці характеристики часто виявляються більш предиктивними для прогнозування реакції на контент, ніж традиційні демографічні показники. Розуміння мотиваційної структури аудиторії дозволяє формувати запитання та вибудовувати наратив інтерв'ю таким чином, щоб він резонував з внутрішніми потребами та інтересами глядачів або читачів.

Медіа-поведінка цільової аудиторії визначає оптимальні канали поширення та формати подачі інтерв'ю. Дослідження споживацьких звичок допомагає зрозуміти, коли, де та яким чином представники цільової групи найчастіше споживають медіа-контент. Ці дані є критично важливими для вибору платформи публікації та часу виходу інтерв'ю.

Інформаційні потреби аудиторії формуються під впливом актуальних суспільних процесів, особистих життєвих обставин та професійних інтересів. Регулярний моніторинг цих потреб через різноманітні канали зворотного

зв'язку дозволяє підтримувати релевантність контенту та своєчасно адаптуватися до змін в інформаційних запитах аудиторії [24].

Сегментація аудиторії є ефективним інструментом для створення більш таргетованого контенту. Розділення широкої аудиторії на менші, більш однорідні групи дозволяє розробляти специфічні підходи до кожного сегменту, підвищуючи загальну ефективність комунікації. При цьому важливо знаходити баланс між персоналізацією та економічною доцільністю створення окремих версій контенту для різних сегментів.

Культурний контекст аудиторії впливає на сприйняття та інтерпретацію інформації. Урахування культурних особливостей, релігійних переконань, мовних нюансів та соціальних норм є особливо важливим при роботі з мультикультурною або міжнародною аудиторією. Неуважність до цих аспектів може призвести до неправильного розуміння повідомлення або навіть до негативної реакції з боку частини аудиторії.

Динамічність цільової аудиторії вимагає постійного моніторингу та періодичного перегляду її характеристик. Зміни в суспільстві, технологічні інновації, економічні коливання та інші фактори можуть суттєво впливати на структуру та потреби аудиторії, що робить необхідним регулярне оновлення аудиторних профілів.

Ефективне планування та управління ресурсами є критично важливим аспектом успішної реалізації інтерв'ю-проектів. Комплексний підхід до ресурсного забезпечення охоплює не лише фінансові аспекти, але й людські, технічні, часові та інформаційні ресурси, оптимальна координація яких визначає якість кінцевого продукту та ефективність використання наявних можливостей.

Бюджетне планування інтерв'ю-проектів вимагає детального аналізу всіх статей витрат та реалістичної оцінки необхідних фінансових ресурсів. Основні категорії витрат включають оплату праці учасників процесу, оренду або придбання технічного обладнання, витрати на локацію, транспортні витрати, пост-продакшн та маркетингові активності. Важливо передбачити резервний

фонд для покриття непередбачених витрат, які часто виникають в процесі реалізації складних медіа-проектів.

Фінансова модель проекту повинна враховувати не лише прямі витрати, але й альтернативну вартість використання ресурсів. Раціональний розподіл бюджету між різними компонентами проекту дозволяє максимізувати віддачу від інвестицій та досягти оптимального співвідношення якості та вартості кінцевого продукту.

Людські ресурси представляють найбільш складну та водночас найважливішу складову ресурсного забезпечення. Крім безпосереднього інтерв'юера, команда проекту може включати продюсера, технічних спеціалістів, редакторів, маркетологів та адміністративний персонал. Ефективність команди залежить не лише від індивідуальної кваліфікації кожного учасника, але й від якості взаємодії між ними, чіткого розподілу ролей та відповідальності.

Підбір та мотивація персоналу вимагають глибокого розуміння специфіки інтерв'ю-проектів. Сезонний характер деяких проектів, необхідність роботи в нестандартних умовах, високий рівень відповідальності та творчий характер діяльності створюють особливі вимоги до системи управління людськими ресурсами. Інвестиції в навчання та розвиток персоналу часто виявляються більш ефективними в довгостроковій перспективі, ніж економія на заробітній платі.

Технічне забезпечення сучасних інтерв'ю-проектів включає широкий спектр обладнання та програмного забезпечення. Якість аудіо- та відеозапису безпосередньо впливає на сприйняття контенту аудиторією, тому інвестиції в професійне обладнання часто є виправданими навіть при обмеженому бюджеті. Водночас, технологічний прогрес постійно розширює можливості створення якісного контенту з використанням доступного обладнання.

Вибір між придбанням та орендою технічного обладнання залежить від частоти використання, швидкості морального зношування техніки та фінансових можливостей проекту. Для разових проектів оренда часто

виявляється більш економічно доцільною, тоді як для регулярної діяльності придбання власного обладнання може забезпечити довгострокові переваги.

Цифрова інфраструктура включає не лише технічне обладнання, але й програмне забезпечення для редагування, зберігання та поширення контенту. Хмарні технології створюють нові можливості для колаборації та доступу до контенту, проте вимагають надійного інтернет-з'єднання та врахування питань кібербезпеки.

Логістичне планування охоплює організацію всіх аспектів, пов'язаних з проведенням інтерв'ю поза студійними умовами. Вибір локації, координація розкладів учасників, транспортування обладнання та персоналу, забезпечення необхідних дозволів та погоджень вимагають детального планування та координації. Несподівані ускладнення в логістиці можуть суттєво вплинути на якість інтерв'ю або навіть зірвати його проведення.

Системний підхід до планування інтерв'ю передбачає інтеграцію всіх розглянутих вище аспектів у єдину стратегію, яка забезпечує досягнення поставлених цілей при оптимальному використанні наявних ресурсів. Ефективне планування починається з чіткого визначення цілей та очікуваних результатів, які служать орієнтиром для всіх подальших рішень.

Етапність планування дозволяє структурувати складний процес підготовки інтерв'ю та забезпечити послідовне вирішення всіх необхідних завдань. Концептуальний етап включає формулювання основної ідеї інтерв'ю, визначення його місця в загальній стратегії організації або медіа-проекту, аналіз конкурентного середовища та оцінку ринкових можливостей.

Стратегічне планування охоплює довгостроковий горизонт та передбачає інтеграцію окремого інтерв'ю у ширший контекст діяльності організації. Розвиток бренду інтерв'юера або медіа-платформи, формування лояльної аудиторії, створення контентної екосистеми вимагають послідовної реалізації серії взаємопов'язаних проектів.

Тактичне планування зосереджується на конкретних аспектах підготовки та проведення інтерв'ю. Розробка сценарію, підготовка запитань, координація

технічних аспектів, планування промоційної кампанії вимагають детальної проробки та точного виконання. Гнучкість тактичного планування дозволяє адаптуватися до змінних обставин, не втрачаючи фокус на стратегічних цілях.

Ризик-менеджмент є невід'ємною складовою планування інтерв'ю-проектів. Ідентифікація потенційних ризиків, оцінка їх вірогідності та впливу, розробка планів мітигації та реагування дозволяють мінімізувати негативні наслідки непередбачених подій. Типові ризики включають технічні збої, відмову учасників, погодні умови, правові проблеми та репутаційні загрози.

Моніторинг та контроль якості на всіх етапах реалізації проекту забезпечують відповідність результатів запланованим стандартам. Система ключових показників ефективності дозволяє об'єктивно оцінювати прогрес проекту та своєчасно вносити корективи. Регулярні ревізії та оцінки сприяють накопиченню досвіду та вдосконаленню процесів планування майбутніх проектів.

Цифрова революція кардинально змінила ландшафт можливостей для проведення та поширення інтерв'ю. Сучасні технології не лише розширили технічні можливості записи та обробки контенту, але й створили принципово нові формати взаємодії з аудиторією та способи монетизації контенту.

Віддалене проведення інтерв'ю через відеоконференц-платформи стало особливо актуальним в умовах пандемії COVID-19, проте його переваги виходять далеко за межі вимушених обставин. Можливість залучення учасників з різних географічних локацій, економія на транспортних витратах, гнучкість у плануванні розкладу роблять онлайн-інтерв'ю привабливою опцією для багатьох проектів. Водночас, технічні обмеження, можливі проблеми з якістю з'єднання та втрата невербальних аспектів комунікації створюють нові виклики для інтерв'юерів.

Штучний інтелект та машинне навчання починають знаходити застосування в різних аспектах інтерв'ю-процесу. Автоматична транскрипція аудіо- та відеоматеріалів значно прискорює процес обробки контенту, хоча поки що вимагає людського контролю для забезпечення точності. Аналіз

тональності та емоційного забарвлення може надавати додаткові інсайти для інтерпретації результатів інтерв'ю.

Інтерактивні можливості цифрових платформ дозволяють залучати аудиторію до процесу інтерв'ю через коментарі в реальному часі, голосування, відправлення запитань. Такий підхід трансформує традиційну модель одностороннього споживання контенту в більш активну та залучену взаємодію, що може суттєво підвищити рівень зацікавленості аудиторії.

Мультиплатформенність сучасного контенту вимагає адаптації інтерв'ю до специфіки різних каналів поширення. Повна версія інтерв'ю може публікуватися на YouTube або подкаст-платформах, короткі фрагменти – в соціальних мережах, текстові версії – на веб-сайтах та в друкованих виданнях. Кожна платформа має свої особливості щодо оптимальної тривалості, формату та стилю подачі контенту.

Аналітичні інструменти цифрових платформ надають детальну інформацію про поведінку аудиторії, рівень залученості, демографічні характеристики глядачів та інші метрики, які можуть використовуватися для оптимізації майбутніх проектів. Data-driven підхід до планування інтерв'ю дозволяє приймати більш обґрунтовані рішення щодо тематики, формату та часу публікації контенту.

Проведення інтерв'ю неминує стикається з низкою етичних дилем та правових обмежень, які потребують ретельного врахування на всіх етапах планування та реалізації проекту. Баланс між правом суспільства на інформацію та правом особистості на приватність залишається одним із центральних питань журналістської етики та медіа-права.

Інформована згода учасників інтерв'ю є фундаментальним принципом етичної практики. Респонденти повинні мати чітке розуміння цілей інтерв'ю, способів використання отриманої інформації, потенційних ризиків участі та своїх прав, включаючи право на відмову від відповіді на певні запитання або припинення участі в будь-який момент. Особливої уваги потребують ситуації,

коли учасниками є неповнолітні, особи з обмеженими можливостями або представники інших вразливих груп.

У сучасних умовах, коли законодавчі вимоги щодо захисту даних посилюються, питання конфіденційності та безпеки персональної інформації стають особливо важливими. Усі етапи роботи з персональними даними від збору до передачі мають відповідати як національним, так і міжнародним правовим нормам. Застосування псевдонімів, зміна ідентифікаційних деталей та отримання письмової згоди на використання особистої інформації перетворюються на загальноприйнятую практику для професійних інтерв'юерів.

Авторські права на інтерв'ю як творчий продукт також потребують уваги. Розподіл прав між інтерв'юером, інтерв'юйованим та організацією, яка фінансує проект, повинен бути чітко визначений до початку роботи. Це особливо важливо для комерційних проектів, де інтерв'ю може використовуватися для отримання прибутку.

Міжнародні інтерв'ю додають додатковий рівень складності щодо юрисдикції та застосовного права. Різні країни можуть мати відмінні стандарти щодо свободи слова, захисту приватності, авторських прав та інших релевантних аспектів. Планування міжнародних проектів вимагає консультацій з юристами, які спеціалізуються на міжнародному медіа-праві.

Регулярна оцінка результатів інтерв'ю є важливим елементом професійного зростання та підвищення якості майбутніх проектів. Всеосяжний підхід до аналізу передбачає врахування як кількісних, так і якісних показників, що дозволяє сформувати повну картину досягнень і виявити напрями для вдосконалення.

До кількісних індикаторів належать охоплення аудиторії, рівень залученості, тривалість перегляду чи прослуховування, кількість поширень та коментарів. Ці дані забезпечують об'єктивне уявлення про реакцію аудиторії та популярність контенту. Водночас цифри не завжди свідчать про якість самого інтерв'ю або про ефективність досягнення поставлених цілей.

Якісний аналіз зосереджений на змістовності отриманих відповідей, унікальності висновків, майстерності ведення розмови та загальній користі матеріалу для аудиторії. Значну роль тут відіграють думки експертів, відгуки респондентів та аналіз коментарів, що можуть дати цінні орієнтири для професійного вдосконалення інтерв'юера.

У довгостроковій перспективі оцінювання охоплює вплив інтерв'ю на кар'єрний розвиток, зміцнення бренду, формування професійної репутації та реалізацію стратегічних цілей організації. Деякі наслідки можуть проявитися лише з часом через кілька місяців чи навіть років, що вимагає тривалого й послідовного моніторингу результатів.

## Висновок до 1 розділу

Інтерв'ю як комунікативний феномен пройшло довгий шлях еволюції від простих форм діалогу до складного інструмента соціального пізнання та професійної практики. Його концептуальна багатоаспектність відображає універсальність як методу отримання інформації та засобу міжособистісної комунікації.

Гене́за інтерв'ю демонструє поступовий процес професіоналізації та наукового осмислення цієї комунікативної техніки. Від античних філософських діалогів до сучасних цифрових форматів інтерв'ю зберігало свою сутнісну характеристику як організованої форми діалогу, спрямованої на отримання специфічної інформації.

Основні характеристики інтерв'ю, включаючи його структурованість, інтерактивність, цілеспрямованість та контекстуальність, роблять його унікальним інструментом для дослідження складних соціальних, психологічних та культурних феноменів. Різноманітність типів та форм інтерв'ю дозволяє адаптувати цей метод до широкого спектра дослідницьких та практичних завдань.

Сучасні тенденції розвитку інтерв'ю, пов'язані з цифровізацією, глобалізацією та інтердисциплінарністю, відкривають нові можливості, але водночас створюють нові виклики для теорії та практики цієї комунікативної техніки. Подальший розвиток інтерв'ю як наукового методу та професійної практики вимагає інтеграції традиційних підходів з інноваційними технологіями та методологіями.

Принципи проведення інтерв'ю, розглянуті в цій роботі, утворюють взаємопов'язану систему, ефективність якої залежить від комплексного підходу до їх реалізації. Вибір кваліфікованого інтерв'юера, точне визначення цільової аудиторії та раціональне залучення ресурсів не є ізольованими завданнями, а становлять єдиний процес стратегічного планування інтерв'ю-проектів.

Сучасні тенденції розвитку медіа-індустрії вимагають постійної адаптації традиційних підходів до нових технологічних можливостей та змінених очікувань аудиторії. Цифровізація створює як нові можливості для проведення та поширення інтерв'ю, так і додаткові виклики, пов'язані з технічними, етичними та правовими аспектами.

Професіоналізація інтерв'ю-практики передбачає не лише володіння технічними навичками, але й глибоке розуміння психологічних, соціальних та культурних аспектів комунікації. Інвестиції в розвиток людських ресурсів, технічного забезпечення та методологічних підходів є необхідною умовою для створення якісного та впливового контенту.

Майбутній розвиток принципів проведення інтерв'ю буде визначатися еволюцією технологій, зміною медіа-споживання та формуванням нових етичних стандартів в умовах цифрового суспільства. Адаптивність та готовність до постійного навчання стануть ключовими характеристиками успішних практиків у цій сфері.

## РОЗДІЛ 2

### СТВОРЕННЯ ЦИКЛУ ІНТЕРВ'Ю

#### «ЯК ВРЯТУВАТИ КИЇВСЬКІ КАШТАНИ»

#### **2.1. Етапи створення, опис цільової аудиторії та обґрунтування обраної теми циклу інтерв'ю**

Сучасна урбанізація створює численні виклики для збереження міських екосистем, особливо в контексті рослинного різноманіття, що становить основу екологічної стабільності мегаполісів. Київські каштани, які протягом століть формували унікальний образ української столиці та стали невід'ємною частиною її культурної ідентичності, сьогодні перебувають під загрозою зникнення через комплекс біотичних та абіотичних факторів. Розробка циклу інтерв'ю з провідними вченими-біотехнологами під назвою «Як врятувати київські каштани» постає як актуальна науково-популяризаторська ініціатива, спрямована на висвітлення сучасних біотехнологічних підходів до збереження міської дендрофлори та формування суспільної свідомості щодо важливості застосування інноваційних методів у сфері урбоекології.

Концептуальна основа створення даного медіапроекту ґрунтується на розумінні того, що проблема деградації каштанових насаджень у Києві має не лише локальний, але й загальноєвропейський характер, оскільки аналогічні процеси спостерігаються в інших європейських столицях, де каштан звичайний традиційно використовувався як основна порода для озеленення міських територій. Біотехнологічні методи збереження та відновлення рослинних популяцій представляють собою передовий науковий напрямок, що поєднує фундаментальні знання з галузей молекулярної біології, генетики, фітопатології та екології з практичними потребами сучасного міського планування та управління зеленими насадженнями.

Процес планування та розробки циклу інтерв'ю розпочинався з детального аналізу наукової літератури, присвяченої проблемам

фітосанітарного стану каштанових насаджень у міських умовах. Дослідження показали, що основними чинниками деградації каштанів є поширення каштанової молі-мінера, грибкових захворювань, зокрема псевдомонозу та антракнозу, а також негативний вплив урбанізованого середовища, включаючи забруднення повітря, ґрунтове ущільнення та зміни гідрологічного режиму. Біотехнологічні підходи до вирішення цих проблем охоплюють широкий спектр методів від молекулярної діагностики патогенів до розробки стійких сортів та застосування біологічних засобів захисту рослин.

Етап концептуалізації передбачав визначення ключових тематичних напрямків, які мали б бути висвітлені в рамках циклу інтерв'ю. Першочерговою задачею стало окреслення сучасних біотехнологічних методів діагностики фітопатогенів, що вражають каштанові насадження, включаючи полімеразну ланцюгову реакцію для ідентифікації збудників грибкових захворювань та молекулярні маркери для оцінки генетичного різноманіття каштанових популяцій. Другим важливим напрямком стало висвітлення методів генетичної селекції та біотехнологічного створення стійких форм каштана, здатних протистояти основним патогенам та адаптуватися до умов урбанізованого середовища.

Особлива увага приділялася питанням мікроклонального розмноження цінних генотипів каштана, оскільки цей метод дозволяє швидко отримувати великі кількості генетично ідентичного садивного матеріалу з високими адаптивними характеристиками. Біотехнологічні підходи до збереження генетичних ресурсів каштана включають створення колекцій *in vitro* та кріоконсервацію, що має особливе значення для збереження автохтонних форм та рідкісних генотипів, які можуть мати підвищену стійкість до патогенів або адаптованість до специфічних умов київського клімату.

Планування змістовного наповнення циклу інтерв'ю також охоплювало розгляд сучасних біологічних методів захисту каштанів, включаючи використання ентомопатогенних грибів проти каштанової молі-мінера, застосування бактеріальних препаратів для профілактики грибкових

захворювань та розробку комплексних біологічних систем моніторингу фітосанітарного стану міських насаджень. Інтеграція цих підходів з традиційними методами догляду за зеленими насадженнями створює можливості для формування сталих систем управління міською дендрофлорою.

Цільова аудиторія розробленого циклу інтерв'ю характеризується значною гетерогенністю та включає декілька основних сегментів, кожен з яких має специфічні інформаційні потреби та рівень професійної підготовки. Первинну цільову групу становлять фахівці у сфері міського озеленення, включаючи інженерів-дендрологів, ландшафтних архітекторів та співробітників комунальних служб, відповідальних за утримання зелених насаджень. Ця категорія аудиторії потребує практично орієнтованої інформації про сучасні біотехнологічні методи, які можуть бути імплементовані в систему догляду за каштановими насадженнями на рівні міської інфраструктури.

Другий важливий сегмент цільової аудиторії представлений науковцями та студентами біологічних та екологічних спеціальностей, для яких цикл інтерв'ю має стати джерелом інформації про сучасний стан досліджень у галузі урбанекології та прикладної біотехнології. Ця аудиторія характеризується високим рівнем базової підготовки та здатністю до сприйняття складної наукової інформації, що дозволяє включати в контент інтерв'ю детальні пояснення молекулярних механізмів дії біотехнологічних препаратів та методологічні аспекти проведення наукових досліджень.

Третю категорію цільової аудиторії складають представники громадських організацій та екологічних активістів, які займаються питаннями збереження міського середовища та популяризації екологічних знань серед широких верств населення. Для цієї групи важливим є отримання доступної, але науково обґрунтованої інформації, яка може бути використана в просвітницькій діяльності та адвокації екологічних ініціатив на рівні міської громади.

Четвертий сегмент представлений освітянами та популяризаторами науки, які використовуватимуть матеріали циклу інтерв'ю як джерело

актуальної інформації для створення освітнього контенту різного рівня складності. Ця категорія аудиторії потребує не лише фактичної інформації, але й методичних підходів до пояснення складних біотехнологічних концепцій доступною мовою без втрати наукової точності.

П'ятою важливою групою є представники бізнес-сектору, зокрема компанії, що спеціалізуються на виробництві біотехнологічних препаратів, садивного матеріалу та послугах з озеленення міських територій. Для цієї аудиторії цикл інтерв'ю може стати джерелом інформації про перспективні напрямки розвитку ринку біотехнологічних рішень для міського садівництва та можливості комерціалізації інноваційних розробок.

Врахування потреб такої різноманітної аудиторії потребувало розробки гнучкого формату подачі інформації, який дозволяв би кожному сегменту отримувати релевантний контент відповідно до рівня підготовки та професійних інтересів. Це обумовило необхідність створення багаторівневої структури інтерв'ю, де базова інформація подається у доступній формі, а детальні наукові пояснення надаються як додаткові матеріали або окремі тематичні блоки.

Вибір теми «Як врятувати київські каштани» базується на декількох ключових факторах, що визначають її актуальність та суспільну значущість. Перший фактор пов'язаний з екологічною кризою, яка вразила каштанові насадження не лише в Києві, але й у багатьох європейських містах, де ця порода традиційно використовувалася для озеленення міських територій. Масове всихання каштанів, спричинене комплексом біотичних та абіотичних чинників, створює серйозну загрозу для екологічної стабільності міських екосистем та якості життя мешканців мегаполісів.

Культурно-історичний аспект проблеми полягає в тому, що каштани стали невід'ємною частиною київського ландшафту та культурної ідентичності міста. Їх цвітіння традиційно асоціюється з весняним оновленням та є важливим елементом туристичної привабливості української столиці. Втрата

каштанових алей та парків означатиме не лише екологічну, але й культурну втрату, що негативно вплине на образ міста та його історичну спадщину.

Науковий інтерес до проблеми обумовлений тим, що каштан звичайний представляє собою модельний об'єкт для вивчення адаптаційних механізмів деревних рослин до урбанізованого середовища та розробки біотехнологічних підходів до збереження міської дендрофлори. Дослідження генетичного різноманіття каштанових популяцій, механізмів стійкості до патогенів та методів біотехнологічного розмноження мають фундаментальне значення для розвитку урбанекології як наукової дисципліни.

Практична значущість теми визначається потребою в розробці ефективних стратегій збереження та відновлення каштанових насаджень, що потребує інтеграції сучасних біотехнологічних методів з традиційними підходами до догляду за міськими зеленими насадженнями. Біотехнологічні рішення можуть забезпечити створення стійких сортів каштана, розробку ефективних методів діагностики та лікування захворювань, а також оптимізацію процесів розмноження та вирощування садивного матеріалу.

Соціальна актуальність проблеми пов'язана з необхідністю формування екологічної свідомості громадян та їх залучення до процесів збереження міського природного середовища. Цикл інтерв'ю з ученими-біотехнологами може стати ефективним інструментом науково-популярної освіти, який допоможе широкій аудиторії зрозуміти складність екологічних проблем сучасних мегаполісів та можливості їх вирішення за допомогою сучасних наукових методів.

Економічний аспект обґрунтування теми полягає в тому, що збереження та відновлення каштанових насаджень потребує значних фінансових інвестицій, ефективність яких значною мірою залежить від науково обґрунтованого підходу до вибору методів та технологій. Біотехнологічні рішення, попри відносно високу початкову вартість, можуть забезпечити довгострокову економічну ефективність через зниження витрат на догляд за насадженнями та підвищення їх стійкості до негативних факторів.

Міжнародний контекст проблеми також сприяє актуальності обраної теми, оскільки досвід європейських країн у сфері застосування біотехнологічних методів для збереження міських насаджень може бути адаптований до українських умов. Інтеграція вітчизняних наукових розробок з міжнародним досвідом створює можливості для розвитку інноваційних підходів, що мають потенціал для експорту та комерційного використання.

Методологічна основа створення циклу інтерв'ю передбачала ретельний відбір експертів серед провідних українських та зарубіжних вчених, які мають практичний досвід роботи з біотехнологічними методами збереження деревних рослин. Критеріями відбору були наукові досягнення в галузі молекулярної біології рослин, фітопатології, лісової селекції та біотехнології, а також досвід практичного застосування розроблених методів у реальних умовах міського середовища.

Структурування контенту інтерв'ю здійснювалося відповідно до логіки наукового пізнання, починаючи з фундаментальних аспектів біології каштана та механізмів його взаємодії з патогенами, переходячи до сучасних методів діагностики та лікування захворювань, і завершуючи перспективними напрямками біотехнологічних досліджень та їх практичного застосування. Така структура дозволяє аудиторії поступово заглиблюватися в тематику, формуючи цілісне розуміння проблеми та шляхів її вирішення.

Врахування специфіки української наукової традиції та особливостей київських каштанових насаджень потребувало інтеграції результатів вітчизняних досліджень з міжнародним досвідом, що створило можливість для формування комплексного підходу до вирішення проблеми. Особлива увага приділялася висвітленню досягнень українських науковців у сфері біотехнології та їх внеску в розробку методів збереження міської дендрофлори, що має важливе значення для популяризації вітчизняної науки та підвищення її престижу в суспільстві.

У результаті попередньої домовленості з вченими-біотехнологами Національного університету біоресурсів і природокористування України було

прийнято рішення провести цикл інтерв'ю з професором кафедри ботаніки, дендрології та лісової селекції доктором біологічних наук Артуром Федоровичем Ліхановим. Його наукові інтереси пов'язані з морфо-фізіологією та біохімією лікарських рослин, синтезом і транспортом продуктів вторинного метаболізму, дослідженням механізмів адаптації рослин до стресових умов, вивченням взаємодії рослин з ендofітними мікроорганізмами, розробкою біопрепаратів медичного призначення.

## **2.2. Публікація та стратегії просування циклу інтерв'ю**

Питання публікації та ефективного просування циклу інтерв'ю з науковцями, зокрема в контексті сучасної екологічної ситуації у великих урбанізованих центрах, набуває виняткової значущості в межах як наукової, так і суспільно-комунікаційної практики. Особливе місце в цьому контексті займає цикл інтерв'ю з біотехнологами, присвячений порятунку київських каштанів, що став не лише тематично актуальним інформаційним продуктом, але й кейсом для аналізу стратегії медіарозповсюдження знань на перетині наукової комунікації, екологічного активізму та публічного дискурсу про міське середовище. Цикл інтерв'ю, орієнтований на широке коло глядачів, має не лише просвітницьку, але й мобілізаційну функцію, спрямовану на формування відповідального ставлення до довкілля серед мешканців мегаполісів. Ураховуючи, що центральним мотивом проєкту стало збереження культурного й природного символу Києва – каштанів, які протягом десятиліть виступають візуальним та емоційним маркером міської ідентичності, постає завдання не просто інформувати аудиторію, а сформувати стійкий когнітивно-емоційний зв'язок між науковими рішеннями і щоденним життєвим досвідом громадян.

Публікація інтерв'ю, у яких дослідники біотехнологічного профілю висвітлюють складну проблему фітоінфекцій, паразитичних загроз і кліматичних змін як чинників деградації міської флори, передбачає

застосування особливих механізмів редакторської та платформної адаптації контенту. Матеріали, які містять наукову лексику, складні біохімічні або генетичні пояснення, потребують переформулювання у форму, зрозумілу нефаховій аудиторії, не втрачаючи при цьому наукової точності та коректності. Таким чином, публікаційна стратегія повинна базуватися на принципах доступності, прозорості й репрезентативності знань, що передаються. Це стосується як вибору платформи для розміщення матеріалів (враховуючи специфіку алгоритмів соціальних мереж, аудиторну структуру онлайн-видань, функціональність відеосервісів), так і формату подачі – відеофрагменти, супровідні текстові матеріали, візуалізація даних, аналітичні пояснення, які супроводжують ключові тези інтерв'ю.

Не менш важливим чинником є часова організація публікаційного циклу. Просування подібного контенту не може бути зведене до одноразового інформаційного викиду; натомість йдеться про поетапне розгортання теми, при якому кожне інтерв'ю виконує функцію як окремого елемента, так і частини комплексної інформаційної картини. Це дає змогу формувати довготривалу зацікавленість аудиторії, відстежувати її реакцію, адаптувати наступні матеріали відповідно до виявлених патернів взаємодії користувачів з контентом. У цьому сенсі комунікативна динаміка між публікатором і аудиторією розгортається не лише в межах текстуального чи візуального контакту, а й через соціальні механізми – коментарі, поширення, включення до публічних обговорень, референції у суміжних медіа.

У процесі просування такого циклу важливо дотримуватись балансу між науковою достовірністю та медіаефективністю. З одного боку, інтерв'ю з біотехнологами мають ґрунтуватися на верифікованих даних, авторитетності спікерів, чіткому роз'ясненні механізмів біологічного впливу на дерева, розробки протоколів лікування чи генетичної селекції. З іншого боку, потенційна втома аудиторії від перенасиченості технічною інформацією вимагає від продюсерів і журналістів створення наративу, що поєднує наукову аргументацію з емоційною залученістю. Таким чином, оповідання про

конкретне дерево, яке вдалося врятувати завдяки біотехнологічним методам, може виконувати функцію ілюстрації, що робить загальну тему ближчою до індивідуального досвіду сприйняття.

Особливого значення набуває також співпраця з ключовими стейкхолдерами – від муніципальних інституцій до освітніх та громадських ініціатив. Така взаємодія розширює як канали поширення інформації, так і можливості для її інтеграції в освітні та просвітницькі практики. Наприклад, уривки з інтерв'ю можуть бути використані у шкільних чи університетських програмах з біології, екології, урбаністики; медіаматеріали – включені до виставкових або музейних проєктів, присвячених міській природі. Ці форми вторинного використання контенту підсилюють його соціальний ефект і сприяють тривалішому утриманню теми у публічному просторі.

Тематичне наповнення циклу також має значення в контексті стратегічного позиціонування. У випадку інтерв'ю з біотехнологами, що працюють над збереженням каштанів, важливо показати не лише науковий вимір проблеми, але й соціальні, культурні, символічні аспекти, пов'язані з цією темою. Каштани в Києві – це не лише рослини, а знакові об'єкти міської тканини, носії колективної пам'яті, об'єкти мистецького зображення. Таким чином, стратегія публікації має бути мультидисциплінарною – поєднувати наукову журналістику, культурологічну інтерпретацію, урбаністичну аналітику.

У межах цифрового середовища, в якому сьогодні відбувається переважна частина комунікації, принципово важливо інтегрувати матеріали циклу в медіаплатформи із високим ступенем візуальної та емоційної привабливості. Це зумовлює необхідність не лише грамотно оформленого відеоконтенту, але й супровідної інформаційної екосистеми: сторінки у соціальних мережах, інтерактивні карти стану дерев у Києві, мікросайти з додатковими науковими поясненнями або відповідями на запитання глядачів. Такі інструменти сприяють перетворенню одноразового перегляду інтерв'ю на триваліше занурення в тему та підтримують інтерес аудиторії впродовж усього циклу.

Професійне просування циклу інтерв'ю передбачає залучення аналітичних інструментів оцінювання ефективності кожного етапу кампанії. Аналітика переглядів, взаємодій, зростання охоплення та аналіз поведінкових патернів дають змогу адаптувати наступні випуски, враховуючи реакції аудиторії. Але ще важливішим аспектом є якісний аналіз впливу – оцінка того, як інтерв'ю змінюють уявлення глядачів про проблему, наскільки посилюють довіру до науки, чи провокують бажання долучитися до збереження міського середовища.

У межах оцінки результатів публікаційного циклу важливо враховувати як безпосередній вплив на цільову аудиторію, так і вторинні ефекти, які можуть проявлятися через залучення нових партнерів, зміцнення довіри до наукових джерел, підвищення рівня обізнаності громадян щодо стану міського середовища. В цьому сенсі інтерв'ю з біотехнологами, що мають чітку тематичну рамку і водночас відкриті до міждисциплінарного прочитання, формують новий тип комунікаційного продукту, який одночасно слугує джерелом знань, інструментом залучення аудиторії, способом розширення експертного дискурсу та механізмом формування громадянської залученості.

Питання про формат публікації та характер її поширення виходить далеко за межі технічного рішення. Воно стосується розуміння природи медійного впливу, способу конструювання значення в інформаційному полі, специфіки наукової присутності в публічному просторі. Показовим є те, що в межах зазначеного циклу інтерв'ю спостерігається поступовий перехід від репрезентації науки як віддаленої, експертної й автономної сфери до розуміння її як активного соціального учасника, відповідального за комунікацію з суспільством і включеного в політичні, культурні та екологічні процеси. Біотехнологи, які розповідають про патогени, фітосанітарні заходи, методи мікроклонального розмноження чи стійкість дерев до міських умов, фактично виконують роль посередників між лабораторним знанням і життєвим досвідом міських мешканців. Саме завдяки інтерв'ю цей посередницький канал набуває

форми персоналізованої, зрозумілої, діалогічної взаємодії, що відкриває нові горизонти для наукового спілкування.

Окремої уваги заслуговує питання етики у процесі підготовки, публікації та просування інтерв'ю. Йдеться не лише про отримання згоди респондентів, коректне цитування, дотримання стандартів захисту персональних даних, а й про етичну відповідальність за подану інформацію. В умовах зростання недовіри до медіа, поляризації суспільства, поширення псевдонаукових уявлень і теорій змови, інтерв'ю з ученими мають нести функцію інформаційної стабілізації. Вони мають утверджувати довіру до наукових методів, обґрунтованих висновків і раціонального обговорення складних проблем. У цьому сенсі успішне інтерв'ю є не просто формою викладу знання, а діалогом, у якому наука вступає в рівноправні відносини з суспільством, приймаючи на себе відповідальність за чіткість, чесність і зрозумілість своєї позиції.

Також важливо зазначити, що цикл інтерв'ю функціонує в ширшому контексті культурної політики і медійного середовища, де за увагу аудиторії змагаються численні інформаційні продукти. Щоб науково-екологічний контент не був витіснений емоційно насиченими, але малозмістовними медіа-спектаклями, необхідно інвестувати в якість як змістовну, так і технічну. Професійний монтаж, якісний звук, візуальна привабливість, продуманий сценарій – усі ці компоненти стають невіддільною частиною ефективної комунікації, навіть якщо її основним змістом є академічна розмова. Традиційне уявлення про те, що зміст переважає форму, потребує переосмислення в умовах цифрової екосистеми, де саме форма часто визначає, чи буде зміст сприйнятий взагалі.

Ще один аспект, який варто розглянути у зв'язку з цим проєктом, – це його потенціал до трансмедійної експансії. Тобто можливість переходу від одного медіаформату до іншого, від інтерв'ю до подкасту, від відео до інтерактивної виставки, від сайту до освітньої платформи. Такий підхід дозволяє не тільки розширити аудиторію, а й поглибити рівень залучення, створити складніші

траєкторії інтерпретації, забезпечити гнучкість у подачі матеріалу відповідно до потреб різних груп. Наприклад, для школярів зміст інтерв'ю може бути перетворений на анімаційну історію про «життя одного каштана», для громадських активістів – на інструкцію з локального моніторингу стану дерев, для політиків – на аналітичний дайджест із пропозиціями нормативного врегулювання проблеми.

Таким чином, публікація та просування циклу інтерв'ю з вченими-біотехнологами не є технічною дією чи одномоментною інформаційною кампанією, а складним процесом формування медійного простору для наукового знання, вбудованого в контексти актуальних соціальних викликів. Цей процес поєднує в собі наукову точність і комунікаційну майстерність, стратегічне планування і гнучке реагування, медіатехнологічні інструменти і гуманітарне розуміння природи публічного діалогу. Він показує, що наука – це не лише джерело фактів, а активна форма участі в побудові майбутнього, здатна впливати на ухвалення рішень, змінювати ставлення до навколишнього середовища, формувати нову культуру міського життя. В цьому сенсі кожне інтерв'ю стає не лише фрагментом дискурсу, а й актом комунікативної дії з потенціалом реального впливу на стан речей – у нашому випадку, на життя київських каштанів, які завдяки зусиллям вчених і належному публічному висвітленню отримують шанс не лише на виживання, а й на стале співіснування з людиною у межах міського ландшафту.

У межах виконання роботи проведено інтерв'ю професора Артура Федоровича Ліханова. Цикл таких інтерв'ю опублікований на офіційному сайті Національного університету біоресурсів і природокористування України, як перший етап в реалізації стратегії просування. У додатку наведені тексти циклу інтерв'ю, а продовженням дослідження стане підготовка відеоінтерв'ю з іншими вченими-біотехнологами.

## Висновок до 2 розділу

Аналіз процесу створення та публікації циклу інтерв'ю з ученими-біотехнологами під назвою «Як врятувати київські каштани» дозволяє стверджувати, що дана ініціатива є важливим кроком у напрямі поєднання наукового знання з актуальними екологічними потребами урбаністичного середовища. Цей медіа-продукт поєднує в собі елементи науково-популярної комунікації, практичної просвітницької діяльності та інструментів стратегічного впливу на суспільну свідомість. Успішна реалізація таких проєктів потребує глибокого розуміння специфіки цільової аудиторії, гнучкої адаптації наукової інформації до умов публічного дискурсу, а також чітко окресленої стратегії просування, що охоплює як контентну, так і технологічну складову. Розробка циклу інтерв'ю дозволила не лише висвітлити міждисциплінарний потенціал біотехнологічних підходів до збереження міських насаджень, а й актуалізувати цінність локального знання у глобальному контексті екологічних викликів. Публікація матеріалів, створених у межах цього циклу, не лише забезпечує обізнаність громадськості, а й сприяє формуванню довіри до науки як до соціально значущої інституції, здатної запропонувати реальні рішення для збереження природної спадщини міст. Узагальнюючи, можна констатувати, що ефективна комунікація науки, втілена через цикл інтерв'ю, має потужний потенціал для перетворення наукових досягнень у ресурс сталого розвитку та громадського впливу, що в умовах сучасної екологічної кризи набуває вирішального значення.

## ВИСНОВКИ

Виконане дослідження процесу створення циклу інтерв'ю з науковцями-біотехнологами «Як врятувати кийвські каштани» дозволило комплексно проаналізувати специфіку наукової журналістики як інструменту популяризації біотехнологічних рішень екологічних проблем та визначити ключові принципи ефективної комунікації між науковою спільнотою і широкою громадськістю.

Усі завдання, поставлені у дослідженні, були успішно виконані. Розкриття теоретичних засад жанру інтерв'ю та його особливостей у науковій журналістиці було реалізовано через систематизацію наукових підходів до розуміння інтерв'ю як комунікативного феномену. Встановлено, що інтерв'ю пройшло еволюцію від простих форм діалогу до складного інструмента соціального пізнання, зберігаючи при цьому свої сутнісні характеристики: структурованість, інтерактивність, цілеспрямованість та контекстуальність. У контексті наукової журналістики інтерв'ю набуває специфічних рис, пов'язаних із необхідністю адаптації складної наукової термінології для масової аудиторії при збереженні науково достовірної інформації.

Дослідження специфіки роботи з науковими джерелами та експертами у сфері біотехнологій виконано через аналіз особливостей підготовки до інтерв'ю з представниками наукової спільноти. Визначено, що робота з науковими експертами вимагає від журналіста попереднього ознайомлення з науковою проблематикою, розуміння міждисциплінарного характеру біотехнологічних досліджень та вміння формулювати питання, які дозволяють розкрити як теоретичні засади, так і практичні аспекти наукових розробок. Особливу увагу приділено необхідності встановлення довірливих відносин з експертами, що є критично важливим для отримання якісної та достовірної інформації.

Визначення особливостей адаптації наукової інформації для широкої аудиторії розкрито через аналіз механізмів трансформації складного наукового

дискурсу в доступний для розуміння контент. Встановлено, що ефективна адаптація передбачає використання аналогій, конкретних прикладів, візуалізації даних та поступового ускладнення викладу матеріалу. Особливо важливим є збереження балансу між науковою точністю та популярністю викладу, що вимагає від журналіста глибокого розуміння як наукової проблематики, так і потреб цільової аудиторії.

Аналіз основних етапів створення циклу інтерв'ю на екологічну тематику виконано через детальне вивчення процесу від концептуалізації ідеї до публікації готового матеріалу. Виділено ключові етапи: визначення проблематики та цільової аудиторії, підбір експертів, розробка структури інтерв'ю, проведення бесід, редагування та адаптація матеріалу, а також його просування в медіапросторі. Кожен етап має свої специфічні вимоги та потребує окремих компетенцій від журналіста-дослідника.

Дослідження методів залучення та утримання аудиторії при висвітленні наукових тем розкрито через аналіз стратегій контент-маркетингу та медіакомунікацій у сфері науки. Визначено, що ефективність залучення аудиторії залежить від актуальності обраної теми, її локального значення, використання сторітелінгу та мультимедійних елементів, а також від вибору оптимальних каналів поширення контенту. Особливо важливим виявилось використання емоційного компонента, який дозволяє створити особистісний зв'язок між аудиторією та науковою проблематикою.

Оцінка ефективності інтерв'ю як інструменту популяризації біотехнологій та екологічних рішень виконана через аналіз впливу створеного циклу на формування громадської думки та підвищення обізнаності про біотехнологічні можливості вирішення екологічних проблем міста Києва. Результати засвідчили високий потенціал інтерв'ю як формату для комунікації складних наукових концепцій широкій аудиторії.

Проведене дослідження дозволило встановити, що цикл інтерв'ю з науковцями-біотехнологами є ефективним інструментом наукової комунікації, який виконує одночасно кілька важливих функцій: інформаційну, освітню,

просвітницьку та мотиваційну. Створення такого циклу вимагає комплексного підходу, що поєднує журналістську майстерність, наукову грамотність та розуміння потреб цільової аудиторії. Особливо важливим результатом є висновок про те, що тема збереження київських каштанів виявилася оптимальним вибором для демонстрації можливостей біотехнологій у вирішенні локальних екологічних проблем. Каштани як символ Києва мають високу емоційну значущість для мешканців міста, що забезпечило природний інтерес аудиторії до наукової інформації та створило міцний фундамент для ефективної комунікації між науковцями та громадськістю.

Дослідження підтвердило гіпотезу про те, що успішна наукова журналістика має базуватися на принципах доступності, достовірності та актуальності. При цьому ключовою умовою ефективності є професійна підготовка журналіста, яка включає не лише володіння інтерв'ю-технікою, але й розуміння специфіки наукового дискурсу та особливостей комунікації з науковою спільнотою. Важливо підкреслити, що створення якісного наукового контенту потребує тривалої підготовчої роботи, включаючи вивчення наукової літератури, консультації з експертами та ретельне планування структури майбутніх інтерв'ю.

Результати дослідження мають важливе практичне значення для розвитку наукової журналістики в Україні. Розроблені підходи до створення циклу інтерв'ю можуть бути адаптовані для висвітлення інших актуальних наукових тем, особливо тих, що стосуються екологічних викликів та біотехнологічних рішень. Створений цикл інтерв'ю «Як врятувати київські каштани» може слугувати моделлю для розробки аналогічних проєктів у сфері науково-популярної журналістики. Особливо цінним є досвід поєднання локальної проблематики з глобальними науковими трендами, що дозволяє підвищити інтерес аудиторії до складних наукових тем та сприяє формуванню науково обґрунтованого світогляду громадян.

Отримані висновки можуть бути корисними для журналістів, які працюють у сфері науки та екології, редакторів медіа, науковців, які прагнуть

ефективно комунікувати свої дослідження, а також для освітніх закладів, які готують фахівців у галузі медіакомунікацій. Особливо важливими є рекомендації щодо підбору експертів, формулювання питань, адаптації наукової термінології та використання мультимедійних елементів для підвищення ефективності наукової комунікації.

Дослідження також виявило ряд викликів, з якими стикаються журналісти при створенні наукового контенту. Серед них: складність перевірки наукової інформації, необхідність балансування між точністю та доступністю викладу, часові обмеження при підготовці матеріалів та потреба в постійному оновленні знань у швидко розвивається сфері біотехнологій. Ці виклики потребують системного підходу до вирішення та можуть стати предметом подальших досліджень у галузі наукової журналістики.

Проведене дослідження відкриває перспективи для подальшого вивчення ефективності різних форматів наукової журналістики. Доцільним є дослідження впливу мультимедійних елементів на сприйняття наукової інформації, аналіз особливостей наукової комунікації в соціальних медіа, а також вивчення можливостей використання інтерактивних форматів для популяризації науки. Окремого дослідження потребує питання довгострокового впливу наукової журналістики на формування екологічної свідомості громадян та їх готовність підтримувати науково-обґрунтовані рішення екологічних проблем.

Проведене дослідження підтвердило актуальність та практичну значущість створення циклів інтерв'ю з науковцями як ефективного інструменту популяризації науки. Цикл «Як врятувати київські каштани» продемонстрував можливості успішного поєднання журналістської майстерності з науковою достовірністю, локальної актуальності з глобальним науковим контекстом. Результати дослідження засвідчують, що при правильному підході наукова журналістика може стати потужним інструментом формування науково грамотного суспільства та сприяти

впровадженню інноваційних рішень для вирішення актуальних соціальних та екологічних проблем.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Yin R.K. Case Study Research: Design and Methods / R.K. Yin. – 4th ed. – Thousand Oaks: Sage Publications, 2009. – 219 p.
2. Holstein J.A., Gubrium J.F. The Active Interview / J.A. Holstein, J.F. Gubrium. – Thousand Oaks: Sage Publications, 1995. – 156 p.
3. Rubin H.J., Rubin I.S. Qualitative Interviewing: The Art of Hearing Data / H.J. Rubin, I.S. Rubin. – 2nd ed. – Thousand Oaks: Sage Publications, 2005. – 302 p.
4. Gadamer H.G. Truth and Method / H.G. Gadamer. – 2nd ed. – New York: Continuum, 1989. – 594 p.
5. Schudson M. The Sociology of News / M. Schudson. – New York: W.W. Norton, 2003. – 261 p.
6. Fowler F.J. Survey Research Methods / F.J. Fowler. – 4th ed. – Thousand Oaks: Sage Publications, 2009. – 169 p.
7. Ситник Г.П. Методика якісного інтерв'ю в соціологічному дослідженні: навчальний посібник. – Київ: Центр учбової літератури, 2012. – 144 с.
8. Пилипенко О.М. Якісні методи вивчення соціокультурної динаміки: феноменологічний та етнографічний підходи. // Наукові записки НаУКМА. Соціологія. – 2019. – Т. 2. – С. 48–56.
9. Гапон Н.В. Психологічне інтерв'ю: діагностичні та терапевтичні функції. – Київ: Науковий світ, 2014. – 168 с.
10. Шаповал М.В. Методика організації фокус-групового інтерв'ю. // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Соціологія. – 2020. – №45. – С. 87–93.
11. Климчук В.О. Психологія професійного спілкування: компетентність інтерв'юера. – Черкаси: ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2016. – 192 с.
12. Павленко Р.І. Мотивація участі в соціологічному інтерв'ю: типологія та чинники впливу. // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2022. – №2. – С. 77–84.

13. Шевченко О.В. Просторові чинники соціального інтерв'ю. // Актуальні проблеми психології. – 2018. – Т. 14. – С. 51–59.
14. Ярошенко Т.О. Інтерв'ю як інструмент соціального впливу: психологічні аспекти. // Практична психологія та соціальна робота. – 2019. – №12. – С. 23–27.
15. Дідківська Л.О. Методологічні основи підготовки до якісного інтерв'ю. // Український соціум. – 2021. – №1(76). – С. 91–96.
16. Яременко О.В. Стандартизація в якісному дослідженні: виклики та компроміси. // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2018. – №4. – С. 56–62.
17. Лобода Н.І. Етичні принципи соціологічного дослідження: інтерв'ю як приклад. – Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2017. – 122 с.
18. Іванова О.М. Цифрова комунікація та нові формати інтерв'ю: соціальні аспекти. // Медіапростір. – 2022. – №1. – С. 71–78.
19. Коваленко Т.В. Інтерв'ю і штучний інтелект: сучасні тенденції та прогнози. // Технології штучного інтелекту. – 2023. – №2. – С. 12–18.
20. Чебан О.Ю. Міжкультурні виклики інтерв'юера в глобалізованому світі. // Наукові записки Інституту журналістики. – 2021. – №1(42). – С. 99–105.
21. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* / H. Jenkins. – New York: NYU Press, 2006. – 308 p.
22. Hofstede G. *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations* / G. Hofstede. – 2nd ed. – Thousand Oaks: Sage Publications, 2001. – 596 p.
23. Christians C.G., Fackler M., Richardson K.B. *Media Ethics: Cases and Moral Reasoning* / C.G. Christians, M. Fackler, K.B. Richardson. – 9th ed. – Boston: Allyn & Bacon, 2012. – 464 p.
24. Kotler P., Keller K.L. *Marketing Management* / P. Kotler, K.L. Keller. – 15th ed. – Upper Saddle River: Pearson, 2016. – 832 p.

## ДОДАТОК 1

Цикл інтерв'ю «Як врятувати київські каштани» розміщений на офіційному сайті Національного університету біоресурсів і природокористування України. Він складається з трьох текстів, відповідно назва і покликання:

Київські каштани: символ міста, що потребує захисту - <https://nubip.edu.ua/node/167250>

Як врятувати київські каштани: наукові методи боротьби зі шкідниками - <https://nubip.edu.ua/node/167255>

Майбутнє київських каштанів та глобальні виклики - <https://nubip.edu.ua/node/167257>



Рис. 1. Зовнішній вигляд опублікованого інтерв'ю