

Євгеній Овсянніков,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,
спеціальність 061«Журналістика»,

Вінницький державний педагогічний університет
імені Михайла Коцюбинського

Науковий керівник –

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

Вінницького державного педагогічного університету
імені Михайла Коцюбинського

Володимир Каленич

РОЛЬ ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ЖУРНАЛІСТА В УМОВАХ МЕДІАКОНВЕРГЕНЦІЇ

У сучасну епоху стрімкого розвитку інформаційних технологій та цифровізації особливого значення набуває явище медіаконвергенції - процесу взаємопроникнення традиційних і новітніх засобів масової інформації, що докорінно змінює механізми функціонування журналістики загалом і ролі телевізійного журналіста зокрема. Телебачення, яке донедавна асоціювалося з одностороннім передаванням інформації від журналіста до глядача, нині дедалі більше інтегрується в мережеве середовище, підлаштовується під нові форми споживання контенту та взаємодіє з іншими платформами, створюючи багатоканальні інформаційні екосистеми. У цих умовах роль телевізійного журналіста суттєво трансформується: від традиційного «диктора новин» до багатофункціонального медіафахівця, здатного працювати одночасно з різними форматами, платформами та технологіями.

Медіаконвергенція зумовлює необхідність переосмислення базових принципів журналістської професії. Якщо раніше телевізійний журналіст виконував порівняно чітко визначені завдання: збір інформації, написання тексту, запис стендапу та участь у монтажі сюжету, то нині він має володіти навичками, які ще кілька років тому вважалися винятковими для суміжних професій. Це й робота з цифровими інструментами візуалізації, і самостійна зйомка на мобільні пристрої, і монтаж відео, і ведення соціальних мереж. Фактично телевізійний журналіст стає мобільним мультимедійним кореспондентом, який не лише фіксує події, а й уміє їх оперативно транслювати на різні платформи, враховуючи специфіку кожної з них [4, с. 77].

Водночас розвиток штучного інтелекту (ШІ) як одного з ключових векторів цифрової трансформації медіа також суттєво впливає на діяльність телевізійного журналіста. Інструменти на базі ШІ сьогодні використовуються

для автоматизації рутинних процесів: транскрибування інтерв'ю, створення субтитрів, первинного монтажу відео та навіть генерації текстів новин. З одного боку, це розширює можливості журналіста, звільняючи час для аналітичної роботи, глибших досліджень та креативу. З іншого — створює певні ризики, пов'язані з етичними дилемами, втратою контролю над достовірністю контенту та потенційним витісненням журналіста з частини професійних функцій. У такому контексті роль телевізійного журналіста набуває нового значення: він стає не лише творцем інформаційного продукту, а й куратором штучно згенерованого контенту, який потребує ретельної перевірки, редагування та верифікації.

Крім того, медіаконвергенція вимагає від телевізійного журналіста нових форм комунікації з аудиторією. Традиційна модель мовлення «згори вниз», коли глядач був пасивним споживачем, поступається місцем діалоговій формі взаємодії, де глядач виступає активним учасником інформаційного процесу. Соціальні мережі, інтерактивні платформи, стримінгові сервіси – усе це створює середовище, в якому журналіст має бути не лише компетентним у поданні фактів, а й готовим до зворотного зв'язку, публічної дискусії, аргументації своєї позиції, відповідей на запити споживача.

Наприклад, телеканал «Вінниччина», що працює на теренах Вінницької області, тривалий час позиціонував себе як класичний регіональний мовник із чіткою прив'язкою до соціально важливих тем, громадського життя та культурного середовища. Проте в умовах медіаконвергенції редакція каналу почала активно трансформуватися – з'явилися нові формати, мультимедійна подача, акцент на онлайн-аудиторію, яка дедалі рідше користується лінійним телеефіром. Журналісти каналу публікують матеріали в кількох форматах: відеосюжети, текстові публікації, короткі анонси, інтерв'ю у форматі (<https://surl.li/tkqmxw>).

У контексті нових викликів важливо також наголосити на зміні професійної ідентичності телевізійного журналіста. Якщо раніше вона будувалася навколо медійної присутності в ефірі, статусу та впізнаваності, то нині на перший план виходять компетентності, універсальність та здатність працювати в умовах багатозадачності. Телевізійний журналіст ХХІ століття – це аналітик, візуалізатор, сторітелер, технічний фахівець, digital-комунікатор, що постійно вдосконалює свої навички та адаптується до динамічних змін у медіасередовищі.

Журналістика переходить від лінійної структури «подія – журналіст – глядач» до мережевої моделі, в якій значення набувають швидкість реакції,

кросплатформність, інтерактивність і багатоформатність. У цій новій архітектоніці телевізійний журналіст не лише створює контент, а й часто стає його менеджером, розуміючи логіку розповсюдження в цифрових екосистемах [1, с. 298].

Особливо актуальною постає проблема темпу змін: журналісти, що звикли до стабільних редакційних структур і чітко розподілених обов'язків, нині мусять адаптуватися до постійної мобільності – як фізичної, так і когнітивної. Сюжети створюються у полі, редагуються в хмарних редакторах, публікуються без участі телевізійної студії. Переходить у минуле ситуація, коли журналіст знімав матеріал у першій половині дня, а глядач бачив його лише у вечірньому випуску. У цифрову добу сюжет може вийти через кілька хвилин після події в соціальних мережах. Телевізійний журналіст уже не просто «працює на ефір», а функціонує в логіці постійної цифрової присутності, де важлива не лише суть інформації, а й її форма, формат, подача, естетика та навіть алгоритмічна привабливість.

Так, телеканал «Віта ТБ», який тривалий час залишався локальним телевізійним мовником, сьогодні активно інтегрує цифрові формати у свою діяльність. Окрім традиційного ефіру, контент телеканалу постійно оновлюється на платформі YouTube, ведеться активна робота з Facebook, Instagram та TikTok, що дає змогу розширити аудиторію далеко за межі міста. Це типовий приклад кросплатформної журналістики, де телевізійний журналіст не лише готує сюжет для випуску новин, а й паралельно адаптує його для соціальних мереж: скорочує, підбирає заголовки, додає субтитри, змінює формат подачі відповідно до платформи (<https://vitatv.com.ua/>).

Таким чином, роль телевізійного журналіста в умовах медіаконвергенції суттєво змінюється, виходячи за межі традиційного телемовлення. Поєднання функцій класичної журналістики, цифрового сторітелінгу, комунікації з аудиторією та інтеграції штучного інтелекту формує нову парадигму професійної діяльності. Ці трансформації ставлять перед журналістом виклики, що потребують високого рівня адаптивності, постійного професійного зростання та глибокого усвідомлення соціальної відповідальності. Сьогодні телевізійний журналіст – це не лише рупор подій, а й активний учасник формування інформаційного простору, який здатен критично мислити, працювати в умовах гібридної реальності та формувати довіру в середовищі надлишкової інформації.

Список використаної літератури

1. Василик Л. Є. Крос-медіа як тренд сучасної журналістики. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 52. С. 297–300.
2. Кайда О. С. Організація роботи конвергентного ньюзруму в регіональному медіапросторі України. URL: <http://www.kyumu.edu.ua/wsc/toms/09/118-121.pdf>
3. Конвергенція як стратегія розвитку сучасних ЗМІ. *Нова парадигма: зб. наук. праць*. Київ, 2011.
4. Сарміна Г. Стратегічність в умовах крос-медійної діяльності. *Актуальні проблеми сучасного мас-медійного простору : зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. (Херсон, 12–13 вересня 2016 року) / Олексенко В. П., Рембецька О. В. та ін.; Херс. держ. ун-т. Херсон: ХДУ, 2016. С. 76–78.*