

РОЗДІЛ II. ХУДОЖНЯ ТВОРЧІСТЬ ЯК ОБ'ЄКТ ЕСТЕТИКО-МИСТЕЦТВОЗНАВЧОГО АНАЛІЗУ

УДК 378–057.175:070 + 316.774: 654.1

*Гончарук Сергій Миколайович,
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри
тележурналістики
та майстерності актора
Київського національного університету
культури і мистецтв
ORCID 0000-0003-0878-6143
Goncharucs@gmail.com*

ТРАНСФОРМАЦІЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ТЕЛЕЖУРНАЛІСТА ЯК ВІДПОВІДЬ НА ВИКЛИКИ СУЧАСНОГО МЕДІЙНОГО ПОЛЯ

Метою роботи є аналіз трансформаційних процесів, котрі пов'язані з професійною компетентністю телевізійного журналіста в контексті викликів «нових медіа». **Методологія** дослідження ґрунтується на системному аналізі медійного поля в контексті наявних техніко-технологічних змін з позиції новітнього часу. Дослідження тенденцій трансформації професійної компетентності тележурналіста в контексті викликів з боку «нових медіа», визначення специфіки і характеру впливу останніх на перспективи роботи телевізійного журналіста вимагало звернення до історико-функціонального та компетентнісного підходів. **Наукова новизна** полягає у фіксації тенденції, пов'язаної з трансформацією професійної компетентності тележурналіста, що спричинена викликами сучасного медійного поля. Ідеться про інтеграцію на універсалістських засадах знаннево-технологічних, індивідуально-творчих, комунікативних, продюсерських і менеджерських компетенцій в межах професійної компетентності сучасного тележурналіста. **Висновки.** Доведено, що поява «нових медіа» детермінована технологічним проривом у вигляді комп'ютеризації, дигіталізації, освоєння глобальної мережі інтернет, за сприяння розвитку кабельного, супутникового та інтернет-телебачення. Серед основних трендів і чинників, які впливають на трансформацію професійної компетентності телевізійного журналіста варто назвати медіаконвергенцію традиційних ЗМІ та інтернет-ресурсів, вироблення великого обсягу даних і інформаційної продукції інтернет-платформами і соціальними мережами, зростання популярності мобільних новинних сайтів і програм, що прямо орієнтовані на смартфони з планшетами, зміцнення позицій цифрового телебачення, автоматизації журналістики і поглиблення «інтернетизації» ЗМІ та вплив постмодернізму на телевізійну практику.

Ключові слова: «нові медіа», медіатизація, тележурналіст, професійна компетентність, постмодернізм, універсалізм.

Гончарук Сергей Николаевич, кандидат педагогических наук, доцент кафедры тележурналистики и мастерства актера Киевского национального университета культуры и искусств

Трансформация профессиональной компетентности тележурналиста как ответ на вызовы современного медийного поля

Целью работы является анализ трансформационных процессов, которые связаны с профессиональной компетентностью телевизионного журналиста в контексте вызовов «новых медиа». **Методология** исследования основана на системном анализе медийного поля в контексте технико-технологических изменений с позиции нового времени. Исследование тенденций трансформации профессиональной компетентности тележурналиста в контексте вызовов со стороны «новых медиа», определение специфики и характера влияния последних на перспективы работы телевизионного журналиста требовало обращения к историко-функциональному и компетентностному подходу. **Научная новизна** заключается в фиксации тенденции, связанной с трансформацией профессиональной компетентности тележурналиста, порождённой вызовами современного медийного поля. Речь идет об интеграции на универсалистской основе знаниево-технологических, индивидуально-творческих, коммуникативных, продюсерских и менеджерских компетенций в рамках профессиональной компетентности современного тележурналиста. **Выводы.** Доказано, что появление «новых медиа» детерминировано технологическим прорывом в виде компьютеризации, дигитализации, освоения глобальной сети интернет, за содействия развития кабельного, спутникового и интернет-телевидения. Среди основных трендов и факторов, влияющих на трансформацию профессиональной компетентности телевизионного журналиста, стоит назвать медиаконвергенцию традиционных СМИ и интернет-ресурсов, выработку большого объема данных и информационной продукции интернет-платформами и социальными сетями, рост популярности мобильных новостных сайтов и программ, что прямо ориентированы на смартфоны с планшетами, укрепление позиций цифрового телевидения, автоматизации журналистики и углубление «интернетизации» СМИ, влияние постмодернизма на телевизионную практику.

Ключевые слова: «новые медиа», медиатизация, тележурналист, профессиональная компетентность, постмодернизм, универсализм.

Goncharuk Sergey, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor at the Department of Journalism and Actor's Skills at Kiev National University of Culture and Arts

Transformation of the professional competence of TV-journalism as the answer on challenge of modern media space

Purpose of the article is an analysis of transformation processes which are connected with the professional competence of TV - journalist in the context of the challenges «new media». **The methodology** of the investigation is based on the system analysis of media space in the context of available technique-technological changes from the position of the newest time. The investigation of the tendency of the transformation of TV-journalist professional competence in the challenge from the side of «new media», determining the specificity and character of the influence of the last ones on the perspective of TV – journalist's works demanded the appeal to the historical-functional and competent approach. **The scientific novelty** lies in tendency fixation which is connected with the transformation of professional TV - journalist competence which is caused by the challenges of modern space. It goes about integration on university grounds of knowledge-technological, individual-creative, communicative, producer' and management' competences in the measures of the professional competence of modern TV-journalist. **Conclusions.** It is proved that the appearance of “new media” is determined by the technological breakthrough in the look of computerization, digitalization, mastering the global net of the Internet, by the promotion of cable, satellite and internet television. Among main trends and factors which influences professional TV – journalist competence transformation, is worth to call media convergence of traditional media and internet resources, creating a big amount of data and information products by internet platforms and social nets, increasing the popularity of mobile new sites and programs which directly oriented on smart-

phones and tablets, strengthening of the positions of digital TV, journalism automation and deepening «internetization» of media and influence of post-modernism on TV – practice.

Key words: «new media», mediatization, TV – journalist, professional competence, post-modernism, universalism.

Актуальність теми дослідження. Дуже важливо, вивчаючи окремі проблеми, котрі пов'язані з діяльністю тележурналіста чи з феноменом тележурналістики взагалі, вміти окреслити й усвідомити більший ширший контекст цих проблем, що лише сприятиме їхньому більш ґрунтовному осмисленню. Особливо, коли мова йде про ініціативне включення медіа та інформаційно-комунікативних технологій у повсякденне життя людини, що лише підтверджує іншу тезу про поглиблення тенденції медіатизації, від якого прямо залежить трансформація соціокультурного простору на сучасному етапі.

Звертаючись до аналізу професії тележурналіста, до рівня компетенцій, якими він повинен володіти сьогодні, дуже важливо розуміти специфіку тих процесів, що відбуваються в сучасній медійній сфері. Ті якісні зміни, що їх можна спостерігати, обумовлені технологічними перетвореннями, такими як дигіталізація, комп'ютеризація, освоєння глобальної мережі Інтернету та ін., чому, власне, також сприяє і розвиток кабельного, супутникового та інтернет-телебачення. Якщо згадати ще й про акумуляцію і розширення потенціалу комп'ютерних комунікацій і мобільного зв'язку, тоді можна говорити про появу нових мас-медіа, які визнані на де-факто і де-юре на рівні соціальних і культурних інститутів. Їхня поява та розвиток не є випадковим поворотом в сучасній історії, оскільки, як переконані більшість дослідників, вижити і процвітати можуть лише ті інновації, котрі відповідають на запити і потреби суспільства сьогодні.

Тому все частіше в наукових і публіцистичних роботах можна зустріти вигуки про появу «нових медіа», що відрізняються від традиційних, перш за все, децентралізацією і подальшою технологізацією. У ХХІ столітті вибір і пропозиції медіа більше не залежать від постачальників інформаційного продукту. Трансляція кабелем і через супутники забезпечує високу пропускну здатність, що дає змогу подолати жорсткі межі ефірного мовлення. А змога аудиторії обирати інформацію і безпосередньо нею обмінюватися, тобто так звана інтерактивність, тільки підсилює демонстрацію гнучкості форми, змісту і використання інформації. У результаті ми отримуємо новий медіапростір, що характеризується такими атрибутами як мультимедійність, гіпертекстовість і симультанність, надаючи нові можливості для розвитку тележурналістики і розширюючи поле діяльності тих, хто працює в цій галузі.

Аналіз досліджень і публікацій. Враховуючи, що проблема професійної компетентності тележурналіста на фоні викликів у межах трансформації сучасного медійного поля, є актуальною теоретико-практичною проблемою не лише в галузі телевізійної журналістики і телемистецтва, але й у царині професійної педагогіки, безперечно вона була об'єктом вивчення, як з позицій компетентнісного підходу (С. Виноградова, О. Короченський, О. Кузнецова,

Є.Прохоров, І. Фомічева та ін.), так і з позиції трансформації медіа-поля на сучасному етапі (Н. Горюнова, Д. Дондурей, Т. Лебедева та ін.).

Метою статті є аналіз трансформаційних процесів, котрі пов'язані з професійною компетентністю телевізійного журналіста в контексті викликів «нових медіа». Реалізуються ця мета через наступні завдання: по-перше, розгляд основних трендів сучасних медіа у поєднанні з соціальними і культурними викликами новітнього часу, по-друге, висвітлення специфіки компетентнісного підходу з урахування процесії тележурналіста, і, по-третє, аналіз тих змін, що їх зазнає професійна компетентність телевізійного журналіста під впливом викликів, породжених «новими медіа».

Виклад основного матеріалу. Потрібно почати з погляду на медіа-простір як на динамічну структуру, характер якої залежить від внутрішніх суб'єктів, їхньої поведінки, що, у свою чергу, обумовлена запитами аудиторії на певну інформацію, на її відтворення і трансляцію через відповідний канал. По суті, споживачі інформаційного контенту за допомогою вибору джерел отримання інформації визначають процес реалізації медійних запитів і впливають на розстановку каналів у просторів, до яких належить діяльність традиційних засобів масової інформації (ЗМІ), інтернет-ресурси (сайти і новинні портали) і засоби мережевих віртуальних медіакомунікацій. І якщо вести мову про динаміку структурних суб'єктів цього простору, під час якої змінюється ступінь впливу у бік збільшення / зменшення, то тут теж свою роль відіграють пріоритети аудиторії.

Аналізуючи процес трансформації сучасного медійного поля, то новітні дослідники наголошують, що він позначається тенденцією медіаконвергенції традиційних ЗМІ та інтернет-ресурсів, у рамках якої відбувається взаємне медіа-заміщення, в ході якого має місце стирання чітких меж в типології ЗМІ. Тому те, що раніше іменувалося традиційними ЗМІ, сьогодні називається каналом «звичного» споживання і засвоєння аудиторією інформаційного продукту, де в даний час переважають телевізійне зображення і мережевий гіпертекст. Тому не випадково М. Кастельс говорить про уніфіковану під впливом технологізації масову медіа-культуру і про «мережеве суспільство», яке приходить на зміну традиційній суспільній стратифікації. Глобалізація комп'ютерних мереж змінює сам спосіб використання інформації, де головну роль у сучасному житті повною мірою відіграють глобальні «мережеві» структури, що приходять на зміну традиційним формам діяльності [10, 469].

Підтвердженням цьому є той факт, що ще десять-п'ятнадцять років тому інтернет лише ретранслював контент, який створювали традиційні ЗМІ, тоді як нині лівова частка цього контенту продукується і розподіляється різними інтернет-платформами, серед яких великі інтернет-компанії, соціальні мережі, агрегатори і т.п. Особлива роль у генеруванні і трансляції контенту сьогодні належить соціальним мережам і саме завдяки непереборному бажанню їхніх користувачів ділитися цим же контентом. Соціальні мережі – надоперативний активний інформаційний канал, який, згадаймо передусім Facebook, керує тим, що бачить користувач.

Зростає популярність мобільних новинних сайтів і програм, котрі прямо орієнтовані на смартфони з планшетами, що змінює сьогодні і журналістику. «ТСН вражає», «Обозреватель», «24 канал», «Гордон», «Українська правда», «Ліга.net», «УНІАН», «Страна.ua» та ін. Кожний другий чи третій українець заходить з мобільного пристрою, наприклад, на «24 канал», відвідування якого за даними компанії Kantar TSN збільшилося до 20.44% на початку 2018 р. Можна заблокувати сайт, а ось мобільний додаток – дуже складно. Нереально, підкреслює Д. Лавнікевич, домовитися і заблокувати через Appstore, Google Play і Microsoft одночасно [4].

Дуже швидко інтернет-ЗМІ втратили свою перевагу над «паперовими», яка полягала у створення емних і гарно структурованих текстів. Повертається мода на «long read» (довге читання), що свідчить про те, що аудиторія не втратила інтерес до великих і цікавих історій. Чи зникає «інформаційний фаст-фуд» при цьому? Очевидно, що ні, і його завжди вистачатиме. Проте мислячі і активні читачі, творчі медійники на сьогоднішній день віддають перевагу саме лонгріду, який, підкреслює Н. Патрікеєва, має бути написаний простою і зрозумілою мовою, бути не занадто семантично навантажений, містити різні бачення і коментарі експертів, елементи візуалізації і безумовно власний стиль [7]. Те саме, до речі, стосується і відеоконтенту, коли інтернет-користувачі більше віддають перевагу потоковому (стрімінговому) мовленню, допускаючи редакторське втручання в процес на рівні оператора або коментатора.

Іншим трендом на рівні різних ЗМІ є тенденція обробляти і візуалізувати дані, перетворюючи їх на самостійний медіа-продукт. Технології візуалізації даних і інфографіки широко використовуються для презентації різного роду інформації, мають логічний порядок і вирізняються читабельністю, звертають увагу на важливі деталі та ін. [3]. За останні роки особливо використовуються багатьма медіа і причина є зрозумілою – масовий споживач так краще сприймає зміст повідомлення, аніж через текстову подачу. Інший аспект пов'язаний зі збагаченням фрагменту реальності, щоб досягти ефекту повного і комплексного висвітлення.

Вражає також тренд автоматизації журналістики, коли велику кількість новинних заміток пишуть програми-роботи без участі людини. Чи становить це загрозу вимирання журналістів як професії? Мабуть ні, проте очевидно, що вже незабаром можна буде зустріти контент, який буде результатом співавторства людей і алгоритмів, наприклад, коли йдеться про «авторське доопрацювання» журналістами продукту, що був створений комп'ютерами. Уже сьогодні багато новин на різних сайтах визначаються алгоритмічно і ще алгоритми краще за людей помічають аномалії. Це в майбутньому може суттєво знизити собівартість медіа-продукту. Тим більше, якщо враховувати, що в наш час пропозиція значно перевищує попит на медіа-ринку, завдячуючи достатній кількості інформаційних ресурсів і соцмережам.

Ще одна тенденція, яка є близькою до попередньої, пов'язана з появою CMS-систем (Content Management System), або системи управління контентом, що вносять корективи в редакційний процес. Серед найбільш популярних

WordPress, Joomla, Drupal, Bitrix, NetCat і DataLifeEngine. Завдяки їхній роботі редакції стають більш технологічними. Упродовж майже останніх 10 років функціональність CMS-систем зростає настільки, що без них не обходиться під час роботи редакції з метою її оптимізації.

До цього тренду додається поглиблення «інтернетизації» ЗМІ, коли веб-сервіси мають можливість збирати про нас таку кількість особистих даних, що заручившись підтримкою окремо розробленого алгоритму, можна формувати добірку контенту кожного споживача, чим, наприклад, і займається Facebook, формуючи нашу стрічку. Це породжує цікаву дилему, коли, з однієї сторони, читач не зобов'язаний читати стандартний набір інформації «для всіх», а з іншої, це позбавляє його права вибору в певній мірі.

Спостерігається також під час аналізу сучасного медіа-потоків вплив постмодернізму на телевізійну практику, дія принципів якого відображається на структурі і змісті телевізійних програм і документальних фільмів. Ідеться не лише про фрагментарність, гіперреалізм, іронію і пародійність, принцип монтажу чи гру, що втілюються на екрані, але й про впливи культурних стилів і тенденцій на рівні прийомів формування аудіовізуального образу. Чимала кількість інтертекстуальних зв'язків на сучасному культурному етапі, зазначає Ю. Оганесова, відкрито представлена в межах прямого цитування екранних персонажів, впливає на підвищення градусу діалогічності телевізійних передач, на формування інтерактивного сектору телебачення. Гіперреалізм існує у спробах відобразити миттєвості, на рівні використання ефекту репортажної камери, в ході експериментів з ракурсами зйомок, під час «слідування за героєм». Якщо інфотеймент розкриває нам феномен гри, то фрагментарні оповіді, кліповий монтаж, багатосерійна і модульна форми побудови екранного твору розкривають впливи деконструкції [5, 145-146].

Якщо згадати ще й про техніко-технологічні можливості сучасної журналістики, коли сучасний інструментарій дозволяє не лише робити високоякісні синхронні записи, але й залучати багатолінійний монтаж і високоточну роботу з відео- і звукозаписами, тоді дійсно нагальним і актуальним постає питання переосмислення компетентності сучасного тележурналіста. З цією метою потрібно звернутися до компетентнісного підходу як до «дослідження ступеня сформованості навичок і вмінь, необхідних індивіду для здійснення відповідної діяльності, а також його здатності використовувати їх для реалізації своїх цілей» [9, 80]. Такий підхід орієнтується на розвиток уміння діяти в проблемних обставинах, вирішувати завдання, керуючись практичним досвідом, що особливо важливо в роботі тележурналіста. Якщо звернутися до матеріалів Симпозіуму Ради Європи, то можна помітити, що у пріоритеті залишається знати не тільки *що*, але і *як* робити.

Наприкінці минулого століття Рада Європи затвердила п'ять базових компетентностей, до складу яких належать соціокультурна, політична, інформативна, комунікативна і компетентність, що пов'язана з неперервною освітою, як механізмом оновлення знань відповідно до нових умов [8, 46]. Цього ж поділу дотримується і В. Хутмахер, який переконаний, що в новому

тисячолітті компетентною є та людина, що володіє відчуттям відповідальності, може ухвалювати групові рішення і розв'язувати конфлікти у мирний спосіб (соціально-політичні компетенції); толерантно сприймає відмінності і поважає інші культури, вміє співіснувати з людьми інших культур, мов і релігій (міжкультурні компетенції); володіє кількома мовами, а також комунікативною (усною та письмовою) компетенцією, без якої їй загрожує соціальна ізоляція; компетенціями, які пов'язані зі специфікою інформаційного суспільства та з умінням навчатися впродовж життя [12, 11].

Беручи за основу творчо-пізнавально-діяльнісну парадигму в межах компетентнісного підходу, що приходить на зміну знаннєвій [6, 8], важливо розуміти, що професійна компетентність сучасного тележурналіста залежить:

- по-перше, від здатності синтезувати і мобілізувати знання, набуті ним в ході професійної підготовки, від вміння працювати з сучасною технічною базою і новітніми цифровими технологіями в інтернет-ЗМІ, на радіо і телебачення, орієнтуватися в актуальних тенденціях комп'ютерного дизайну і інфографіки, в сучасних медіа трендах;

- по-друге, від вміння автономно організовувати професійний трудовий процес, що передбачає, з одного боку, наявність відповідних навичок для роботи з колективом, а з іншого боку, можливість скоординовано взаємодіяти з іншими учасниками на рахунок питання створення і поширення різних телепродуктів;

- по-третє, від здатності до багаторівневої і міжкультурної комунікативної взаємодії, ефективність якої, на думку Г. Гудикунста, залежить від можливості «розумно управляти власним занепокоєнням і зменшувати нашу невпевненість у собі та людях, з якими ми спілкуємося» [11, 67], а ще від вільного володіння видами інформаційно-комунікативного впливу;

- по-четверте, від здатності виконувати роботу продюсера, особливо в частині адміністративного, фінансово-економічного, рекламного і культурно-кон'юнктурного забезпечення умов створення і поширення телевізійного контенту;

- по-п'яте, від володіння менеджерськими якостями і навиками адміністративного і фінансово-проектного забезпечення телевізійного процесу.

До цих ключових компетенцій безумовно потрібно додати і розвиток відповідного рівня універсалізму. «Універсальний телевізійний журналіст, – за словами Д. Бочко, – розглядається як журналіст, що поєднує в собі всі професії, необхідні для створення якісного повноцінного телевізійного матеріалу. У такому випадку універсальний тележурналіст – це журналіст, телевізійний оператор, режисер, режисер відео монтажу, сценарист, звукорежисер. Даний список можна продовжувати, оскільки в ході створення телевізійного матеріалу можуть також приймати участь майстер зі світла, дизайнер, майстер 3-D графіки та інші працівники. У випадку, якщо журналіст не є штатним співробітником певної телекомпанії, він поєднує в собі ще й професію менеджера, тобто сам домовляється про виробництво матеріалу, отримує

замовлення, укладає відповідну документацію, продає вже готовий відеосюжет» [1, 31].

Беручи до уваги вищезазначену тенденцію медіаконвергенції, то в цій ситуації тележурналісти і кореспонденти різних напрямків готують власні матеріали для одного Інтернет-видання, тоді як універсальний тележурналіст створює мультимедійний текст, що може містити аудіовізуальні матеріали. Це вимагає від нього додаткових навиків підготовки матеріалу для друкованих ЗМІ, телеканалу і для сайту.

У вказаному сенсі універсалізм як необхідний елемент професійної компетентності сучасного тележурналіста є певним тлом для формування його творчої індивідуальності в нових реаліях. Адже вищезазначені тренди не лише не гальмують творчий процес на телебачення, а ще й підштовхують до вияву його нових форм. Варто згадати хоча б два моменти. Перший пов'язаний з переходом у 80-х рр. минулого століття з кінокамер на телекамери, котрий спростив знімальну техніку і знизив затрати на виробництво. Монтажні прилади стають більш компактними і зручними, що підвищує мобільність тележурналістів чи окремих знімальних груп. Своєю чергою все це сприяє появі спеціалізації стрінгера (stringer – «вільний стрілець»), який не є штатним працівником конкретних ЗМІ, що вивільняє чималий додатковий простір для власного професійного самовизначення. Ну, а другий пов'язаний з процесами технологізації і цифровізації (дігіталізації), під якими розуміється «повний переклад творчої діяльності журналістів... медіасфери на «цифру» як у сфері свідомості, так і в сфері розповсюдження і зберігання змісту ЗМІ, самого їх існування» [2, 6]. Це призводить до появи медіа-холдингів (як, наприклад, у Данії), в межах якого існує єдина мережа між ЗМІ. Це дозволяє змінити систему монтажу, коли відзнятий продукт виставляється в мережу, після чого кожен журналіст самостійно над ним працює. Так створюється не лише додатковий потенціал для співпраці, але й окремий простір для реалізації творчої індивідуальності тележурналіста.

Наукова новизна. Безперечною науковою новизною роботи є фіксація важливої тенденції, пов'язаної з трансформацією професійної компетентності тележурналіста, що спричинена викликами сучасного медійного поля, а саме, йдеться про інтеграцію на універсалістських засадах знаннево-технологічних, індивідуально-творчих, комунікативних, продюсерських і менеджерських компетенцій в межах професійної компетентності сучасного тележурналіста. Це дає йому змогу поряд з трансформацією техніко-технологічних підходів до створення телевізійного продукту також апелювати до сучасного глядача і взаємодіяти з ним в новому медійному полі.

Висновки. Таким чином, впродовж останніх десятиліть всі ми були свідками безупинного впровадження інформаційно-комунікативних технологій, які сьогодні кардинально змінили соціально-культурні практики. У ХХІ столітті цивілізована людина настільки глибокого інтегрована у мас-медійне поле, що саме з нього отримує основну інформацію про світ і зокрема про себе. А особливо, коли мова йде про появу так званих «нових медіа», котра

обумовлена технологічним проривом у вигляді комп'ютеризації, дигіталізації, освоєння глобальної мережі Інтернету, за сприяння розвитку кабельного, супутникового та інтернет-телебачення. Усе це впливає на сферу телевізійної журналістики і на компетентність тих фахівців, що працюють на цій ниві, які потребують динамічних змін, сприймаючи технологічні нововведення. Беручи до уваги основні тренди в сучасному мас-медійному полі (медіаконвергенція традиційних ЗМІ та інтернет-ресурсів; вироблення великого об'єму даних і інформаційної продукції інтернет-платформами і соціальними мережами; зростання популярності мобільних новинних сайтів і програм, котрі прямо орієнтовані на смартфони з планшетами; зміцнення позицій цифрового телебачення; автоматизації журналістики і поглиблення «інтернетизації» ЗМІ та ін.), у сфері професійної діяльності тележурналіста вони можуть і повинні сприйматися як виклики і заклики до зміни, що орієнтовані на адаптацію до нових практик медіаіндустрії. Сьогодні професійна компетентність тележурналіста повинна будуватися на інтегративних і універсалістських засадах, на підставі яких взаємодіють знаннево-технологічні, індивідуально-творчі, комунікативні, продюсерські і менеджерські компетенції, що дають змогу фахівцеві у сфері телевізійної журналістики бути широко ерудованим, мати креативний потенціал, володіти інноваційними технологічними інструментами і продукувати якісний телевізійний контент, який би відповідав викликам часу і вдовольняв смаки сучасних глядачів.

Література

1. Бочко Д.М. Особенности феномена универсального тележурналиста. *Челябинский гуманитарий*. 2012. №2 (19). С. 31–34.
2. Вартанова Е.Л. Цифровое телевидение и трансформация медиасистем. О необходимости междисциплинарных подходов к изучению современного ТВ. *Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика*. 2011. №4. С. 6–26.
3. Кунцев С.В. Візуалізація даних та інфографіка як нові інформаційні технології подання економічної інформації // Інноваційний розвиток суспільства за умов крос-культурних взаємодій : збірник наукових матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції для студентів, аспірантів, науковців (26-28 квітня 2012р.) ; Сумська обласна державна адміністрація ; Сумський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти. Суми, 2012. С. 213–216.
4. Лавникевич Д. Главные тренды современных меди: попытка обзора. URL: <http://mediakritika.by/article/2814/glavnye-trendy-sovremennyh-mass-media-popytka-obzora>
5. Оганесова Ю.А. Выразительные средства телевизионных программ культурно-просветительской тематики: дис. ... канд. фил. наук. 10.01.10 – «Журналистика». Воронеж, 2014. 170 с.
6. Онищенко В. Філософсько-педагогічні принципи інноваційної освіти // Педагогіка і психологія професійної освіти. 1997. № 2. С. 6–9.
7. Патрікеєва Н. Гра в довгу: який лонгрід потрібен читачу // Редакторский портал. За 22 травня 2016 р. URL: http://redactor.in.ua/ru/analytics/7998.Gra_v_dovgu_yakiy_longr%D1%96d_potr%D1%96ben_chitachu
8. Реформа и развитие высшего образования. Программный документ ЮНЕСКО. Париж: Изд-во ЮНЕСКО, 1995. 49 с.
9. Садохин А. П. Компетентность и компетентностный подход в диалоге культур. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2008. Т. XI. № 2. С. 80–92.

10. Castells M. The Rise of the Network Society. The Information Age. Vol. 1. Oxford: Blackwell Publishers, 1996. 656 p.
11. Gudykunst W. B., Guzley, R. M., Hammer, M. R. Designing intercultural training // Handbook of intercultural training. 2nd ed. Thousand Oaks: California : Sage Switzerland 27 – 30 March, 1996 ; Council for Cultural Cooperation (CDCC). Secondary Education Publications, 1996. P. 61–80.
12. Hutmacher W. Key competencies for Europe : report of the Symposium Berne, for Europe. Strasburg, 1997. 72 p.

References

1. Bochko, D. (2012). Features of the phenomenon of the universal TV journalist. Chelyabinsk Humanitarian, 2 (19), 31-34. [In Russian].
2. Vartanova, E. (2011). Digital television and media systems transformation. On the need for interdisciplinary approaches to the study of modern TV. Moscow University Bulletin. Ser. 10. Journalism, 4, 6-26. [In Russian].
3. Kuntsev, S. (2012). Data visualization and infographics as new information technologies for presenting economic information. Innovative development of society in the conditions of cross-cultural interactions: a collection of scientific materials of the V International Scientific and Practical Conference for students, post-graduate students, and academics (April 26-28, 2012); Sumy Regional State Administration; Sumy Regional Institute of Postgraduate Pedagogical Education. Sumy, 213-216. [in Ukrainian].
4. Lavnikovich, D. Main trends of modern copper: an attempt to review. Retrieved from <http://mediakritika.by/article/2814/glavnye-trendy-sovremennyh-mass-media-popytka-obzora> [In Russian].
5. Oganeseva, Yu. (2014). Expressive means of television programs of cultural and educational subjects: dis. for competition uch. degree of candidate phil. sciences. Voronezh. [In Russian].
6. Onishchenko, V. (1997). Philosophical Pedagogical Principles of Innovative Philosophy. Pedagogy and Psychology of Professional Illumination, 2, 6–9. [in Ukrainian].
7. Patrickeva N. (2016). The game is long: what lengthy reader is needed // Editorial portal. May 22, Retrieved from http://redactor.in.ua/en/analytics/7998.Gra_v_dovgu_yakiy_longr%D1%96d_potr%D1%96ben_chitachu [in Ukrainian].
8. Reform and development of higher education. (1995). UNESCO program document. Paris: UNESCO Publishing. [In Russian].
9. Sadokhin, A. (2008). Competence and competence approach in the dialogue of cultures. Journal of Sociology and Social Anthropology, XI, 2, 80-92. [In Russian].
10. Castells, M. (1996). The Rise of the Network Society. The Information Age. Vol. 1. Oxford: Blackwell Publishers. [in English].
11. Gudykunst, W. B., Guzley, R. M., Hammer, M. R. (1996). Designing intercultural training. Handbook of intercultural training. 2nd ed. Thousand Oaks: California: Sage Publications, 61-80. [in English].
12. Hutmacher, W. (1997). Key competencies for Europe: report of the Symposium Berne, Switzerland 27 - 30 March, 1996; Council for Cultural Cooperation (CDCC). Secondary Education for Europe. Strasburg. [in English].