

## УНІВЕРСАЛЬНИЙ ТЕЛЕРАДІОЖУРНАЛІСТ: ВІД «УНІВЕРСАЛІЗАЦІЇ» ДО СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ

*Поняття «універсальний телерадіожурналіст» цілком прийнятне для теорії і практики ЗМК, зважаючи на розвиток ІТ-технологій і сучасних медіа, оскільки похідним для універсальності є визначена спеціальність та вид мовлення – телебачення і радіо. У статті йдеться про оптимальні навчальні дисципліни, які актуально викладати для підготовки універсального телерадіожурналіста, про особливості спеціалізації в телерадіожурналістиці, про телевізійний та радіомовний жанри, що «приходять» до універсального телерадіожурналіста на рівні здібностей і навичок, які даються не відразу, але які потрібно відчувати та яким слід постійно вчитися.*

**Ключові слова:** універсальний телерадіожурналіст, журналістська спеціалізація, телерадіокомпанія, телерадіоринок.

### I. Вступ

«Я можу бути і оператором, і режисером, я знаю всі професійні редактори звуку, я можу без проблем записати гарне інтерв'ю. Я знаю про телебачення і радіомовлення так багато, що кинув усе і почав писати вірші». Десь так висловився випускник однієї із численних українських шкіл журналістики, який вивчав телебачення й радіомовлення за універсальною системою, отже, мав стати журналістом, здатним писати та розповідати про політику, економіку, спорт, соціальні проблеми, культуру, освіту, тобто про все. Однак, писати «про все» – значить писати «ні про що».

Екранний складник культури і медіа відкриває перед журналістами (як радіо-, так і теле-) широкі можливості для творчості (екранної, аудіовізуальної, мультимедійної). Будь-яка професія, тим паче журналіста, характеризується певними навиками та вміннями, які закладені в основі професійних стандартів. І коли йдеться про застосування цих навичок і вмінь у новій технологічній чи комунікативній сферах, виникають ситуації, здатні знівелювати стандарти. Як наслідок: професійна журналістика перетворюється на аматорську. Одна з таких ситуацій – універсальність.

Універсальність – важливий аспект фахового зростання сучасного журналіста, категорія, що розкриває сутність професіоналізму: бути «людиною-оркестром», займатися конвергентною журналістикою, тобто вміти поєднувати журналістські професії, інформаційні та комунікаційні технології в єдиний ресурс, створювати онлайн-газету, радіо в Інтернеті, веб-телебачення тощо, тобто вміння гнучко реагувати на потреби медіа-ринку, водночас здатність якісно працювати в класичних медіа-проектах. Сучасний журналіст може бути презентером новин, ведучим (модератором) ефіру, діджеєм, випусковим, літературним чи музичним редактором, репортером, коментатором, оглядачем, інтерв'юером, тобто опанувати всі ймовірні журналістські професії й бути конкурентним. Та чи універсальність є запорукою успіху, визнання в телерадіоефірі, зрештою, затребуваності в сфері телебачення й радіомовлення?

Питанню універсальності в журналістиці присвячено чимало дискусійних публікацій, виступів на фахових конференціях чи в масмедіа. Дослідники висловлюють різні міркування, скажімо, одному Д. Рендола [6] обстоюють ідею універсальності, оскільки журналістам у такому разі «доступні всі секрети майстерності, вони уміють розповідати й писати про все, готові до репортажу за будь-яких обставин, зобов'язані знати, як робиться будь-який матеріал, вміти інформувати та розважати. Вони можуть редагувати, макетувати, розбираються у тонкощах оформлення і вміють керувати редакцією, здатні сприймати нові технології, а також створювати і продавати нові газети» [9].

Отже, ця тема актуальна й потребує виваженого аналізу, зважаючи на досвід провідних світових і українських медіа-компаній. Розглядаючи цю проблему детально, маємо звернути увагу на такий, здавалося б, парадоксальний момент: сьогодні в онлайн виходять персонажі від журналістики, хто має лише бажання й зацікавлення стати зіркою, однак не озброєний знаннями «як робити журналістику». Формально журналістами нині стають різні творчі люди, часто без університетського диплома, навіть без сертифіката курсів, тобто ті, які не вивчали теорії телерадіожурналістики, не заглиблювалися в структуру, типологію, екранні та акустичні особливості телебачення й радіомовлення, однак уміють писати, знімати, коментувати, озвучувати, монтувати тощо різножанрові аудіовізуальні твори. Отже, одна група медіа-працівників – це фахівці різних професій, що опанували журналістику на практиці й не слухали лекцій поважних викладачів у жур-

налістських вищах, інша – журналісти, що здобули фахову освіту (бакалаврат чи й магістратуру). Працівники якої групи виявляють більше фахової компетенції? Досліджуючи цю проблему, ми дійшли висновку, що більше творчих ініціатив виявляють журналісти, які мають практичний досвід роботи в різних медіа.

Універсальність у журналістиці продиктована, насамперед, новими телерадіомовними технологіями. Як слушно зауважив В. Портников, «універсальний журналіст пов'язаний з конвергенцією в медіа. Але це зміни в науково-технічному прогресі, а не в журналістиці» [5]. Про це пишуть наші колеги А. Тернова та Т. Захарс: «Є очевидним факт, що до еволюції жанрів приєдналася революція технологій: в жанровому полі відбувається зміна, трансформація, модернізація цієї журналістської системи» [8, с.107]. Таку думку мають й інші практики та теоретики, наприклад, Т. Гайдук [1] і Л. Калліома [4].

## **II. Постановка завдання та методи**

Слово «універсальний» має багато синонімічних відповідників: всеохоплюючий, всеосяжний, всебічний, різнобічний, енциклопедичний, ерудований тощо. Бути універсальним у тій чи іншій професії вигідно, та не завжди виправдано. Коли йдеться про творчі сфери діяльності, серед яких і телерадіожурналістика, питання універсальності варто розглядати з певними застереженнями. Саме цим зумовлена *мета дослідження* – виявити характерні ознаки універсального телерадіожурналіста, визначити складники універсального продукту телерадіокомпаній та поняття універсальної телерадіоаудиторії.

Журналістський твір (медіа-продукт) чітко зорієнтований на свою аудиторію – сукупність людей, об'єднаних за спільними інформаційними інтересами і запитамі, естетичними смаками і пріоритетами та способами їх реалізації шляхом використання різних видів засобів масової комунікації (преса, радіо, телебачення). Споживачі теле- і радіопродукту – телеглядачі та радіослухачі цілеспрямовано обирають певний аудіовізуальний твір у той чи інший час, у тому чи іншому місці, у тій чи іншій телерадіомережі. Аудиторія аудіовізуальних медіа – масова й водночас спеціалізована (маємо на увазі не фахову ідентичність, а, швидше, спільноту, що виявляє підвищений інтерес до окремих типів, форматів, жанрів телерадіомовлення, тематики та проблематики телерадіоефірів). Тому бути успішним у телерадіожурналістиці XXI ст. – це не лише вміння створювати якісний контент, оригінальний медіа-продукт, а й згуртовувати свою (цільову чи спеціалізовану) аудиторію та налагоджувати ефективну телерадіокомунікацію. Для цього справді потрібно бути універсальним. Але в чому полягає зміст цього поняття?

*Завданнями дослідження* є визначення доцільності використання в теорії журналістики поняття універсального телерадіожурналіста; окреслення базових аспектів універсальної телерадіожурналістики; формування рекомендацій щодо вдосконалення навчально-методичної бази викладання фахових дисциплін, зокрема для телерадіожурналістів, у профільних вищих навчальних закладах.

При написанні статті використано такі наукові методи: контент-аналіз – для інтерпретації й окреслення масиву телерадіопрограм, які засвідчують тенденцію до універсальності телерадіожурналістики; узагальнення – для визначення її потенціалу в Україні; порівняльний – для розуміння актуальності спеціалізації в телерадіожурналістиці; системний – для визначення статусу універсального телерадіожурналіста в українській медіа-системі; виявлення наявності соціальних і ринкових факторів у телерадіоосвіті України; описово-аналітичний – для ідентифікації фактів наявності універсальної телерадіожурналістики в Україні й необхідності змін у навчальних планах з підготовки універсальних телерадіожурналістів.

## **III. Результати**

Кожен журналістський продукт зорієнтований на чітко спеціалізовану аудиторію – це глядач, слухач або користувач. Тому, працюючи на спеціалізовану аудиторію, телерадіожурналіст має так чи інакше спеціалізуватися з тієї чи іншої тематики, обирати певний технологічний спосіб донесення продукту до аудиторії, який передбачає застосування на практиці суміжних навиків і здібностей з основною спеціалізацією журналіста. Тут варто підкреслити два поняття – суміжний (близький) і спеціалізація (базова освіта), які загалом формують реальне розуміння універсальності журналіста, тобто йдеться про те, що конкурентна універсальність – це конкурентний фахівець з навичками кількох суміжних спеціальностей, які він добирає самостійно залежно від обраного основного фаху. Наприклад, ведучий телепрограми та редактор чи просто коректор – це ніби й суміжні спеціальності, бо в ефірі потрібно говорити грамотною літературною мовою, однак «коректор – кваліфікований спеціаліст – значно краще виправить помилки. Тим паче, що автор, так би мовити, «не бачить» багатьох своїх помилок. А якість журналістики залежить, зокрема, й від дотримання правопису. Хоча є деякі телеканали, радіостанції і навіть друковані ЗМІ, які не зважають на ці правила, попри те, що формують рівень освіченості в суспільстві. Вони вживають сленг, велику кількість іншомовних слів, неправильно ставлять наголоси тощо» [3]. Чи, наприклад, візьмемо до уваги сучасне розуміння професій редактора радіопрограм і... відеооператора, які мають спільні риси: радіо візуалізується, стандартні ефіри онлайн мають вигляд аудіовізуальної трансляції, звичні аудіорепортажі доповнюються зображальним рядом, а бажання

слухача «бачити» подію й потреба її миттєво висвітлити змушують радіожурналіста-професіонала вчитися мистецтва відеозйомки, а, отже, такий фахівець цілком зможе конкурувати з маститим оператором, який присвятив відеозйомці не один рік практики.

Отже, телерадіожурналіст є тоді універсальним, коли разом з основною спеціальністю володіє кількома близькими, суміжними, і володіє ними на рівні з основним фахом, впевнено й конкурентно. Для кожного телерадіожурналіста таке поєднання спеціальностей є виключно індивідуальним і становить певний комплекс спеціальностей. Наприклад, тележурналіст як випусковий редактор уміє зверстати телепрограму (базова спеціальність) і радіопрограму (суміжна), ще на додаток постійно практикується у відеомонтажі як відеоінженер та озвучуванні (дублюванні) як звукорежисер (суміжні). Якщо тележурналіст має постійну практику хоча б у кількох суміжних спеціальностях, він уже є універсалом. Та професіонал від аматора відрізняється, насамперед, якісним професійним рівнем, як у базовій спеціальності, так і в суміжних. Досягнути бажаного складно, але можна.

Далі в статті ми розглянемо суміжні спеціальності, які є оптимальними для універсального телерадіожурналіста (ще раз наголосимо, що універсальним може бути той журналіст, який уже визначився з базовою спеціальністю, у нашому випадку – телебаченням і радіомовленням). Універсальний телерадіожурналіст – саме так варто розглядати й оцінювати універсальність у телебаченні й радіомовленні, а отже, запроваджувати її до навчального процесу, доповнюючи програми з телерадіожурналістики. Тому, перш за все, розглянемо такі поняття, як телевізійний і радіомовний жанри, що поєднують візуальний, вербальний, акустичний, звуковий, екранний тексти телерадіожурналістики.

Візуальні, вербальні, акустичні, звукові елементи екранного видовища й комунікації є природними та функціональними для телебачення, натомість поєднання в радіомовленні відео- й аудіоелементів діє на рівні свідомого та підсвідомого. Втім, сучасне радіо, як уже зазначалося, активно використовує зображальний складник як один із засобів виразності, демонструючи стійку тенденцію масмедіа до візуалізації контенту. Отже, телевізійний і радіомовний жанри – це не лише стандартні журналістські форми, загально визнані в теорії й адаптовані до телевізійної та радіомовної специфіки. Це, по суті, відкриті екранні й аудіовізуальні конструкції, які можуть створюватися за певним шаблоном, бути формалізованими й чіткими, водночас оригінальними та авторськими, своєрідними творами-меседжами, здатними сколихнути уяву. І якими б технічними й творчими прийомами не скористався журналіст, він виконує своє виробниче завдання – створює аудіовізуальний контент, який заповнить ефір телерадіокомпанії, медіа-продукт, який купуватимуть чи продаватимуть, щоб одержати прибуток. Водночас телерадіовиробники створюють дещо потужніше – певну емоцію. Отже, цільова чи спеціалізована аудиторія певним чином відреагує на цей аудіовізуальний твір. Тут доречно згадати відому формулу, важливу для сучасного телерадіомовлення, своєрідну пораду-настанову: «говори так, щоб я тебе бачив і відчував, говори так, щоб я бачив і відчував те, що бачиш і відчуваєш ти». Тому телевізійний і радіомовний жанри професійний журналіст опановує не лише «технічно», а, за словами М. Подоляна, «кров'ю серця і соком нервів». Телерадіожурналіст має сам відчувати емоцію, яку створює. Тоді не буде зайвих слів, банальних кадрів, фальшивої патетики, тільки якісно виконаний аудіовізуальний твір, оформлений у тому чи іншому жанрі, що містить збалансовану інформацію, перевірені факти, достовірні дані, пряму мову учасників чи свідків події, виважений коментар фахівців... Буде майстерність. І розуміння, відчуття жанрової специфіки телерадіоефіру. Це той «навчальний курс», який професійний журналіст вивчає все життя.

Сьогодні телерадіожурналіста готують до того, щоб він міг працювати в телерадіокомпанії на будь-якій посаді: репортером, оператором, редактором, ведучим, рекламним менеджером, продюсером, зрештою керівником організації. Будь-яка із цих та інших посад потребує особливого розуміння й відчуття телевізійного та радіомовного жанру, однак не всі «секрети» цих професій можна осягнути за короткий час навчання у ВНЗ, бо кожна з них – це своєрідне поєднання теорії й практики, життєвого та виробничого досвіду, бачення себе як фахівця в комплексі цих професій на медійному ринку. Саме ринковий підхід диктує вибір телерадіомовних спеціалізацій, бо телерадіожурналістика функціонує в контексті ринкових законів і є формою бізнесу й підприємництва, тоді як бізнес і підприємництво є матеріальним підґрунтям телерадіожурналістики як творчого процесу. Телевізійний чи радіожурналіст має виготовляти творчий продукт, який продаватиметься, тобто приноситиме прибуток. Тому вибір актуальних професійних спеціалізацій якраз і становить розуміння реальної універсальності в мас-медіа.

Сучасне телерадіомовлення стало індустрією, яка діє в умовах ринкового управління, потребує продуманих інвестицій, залучення базових і суміжних ринків, прогнозування й передбачення ризиків, визначення стратегічних питань, пов'язаних із довгостроковими перспективами телерадіокомпанії, стандартами журналістської роботи в телерадіомовленні, стратегічними питаннями формування первинних рівнів прибутковості для взаємозв'язку телерадіожурналістики і медіа-бізнесу. Ця індустрія також потребує певних стандартів журналістської діяльності, які формують необхідну універсальність, базовану, зокрема, на нових технологіях. Поєднання медіа-

технологій і творчого процесу в телерадіоєфірі є тим напрямом, яким має керуватися й журналістська наука, щоб не відставати від практики телерадіомовлення, а також розвиватися, зрештою, працювати на випередження.

Отже, універсальний телерадіожурналіст має поєднувати в ефірі творче й технічне: майстерне володіння екранним, аудіовізуальним словом і вміння застосовувати знання, пов'язані з технічним забезпеченням телерадіомовлення, технічними аспектами діяльності телекомпанії чи радіостанції. Телерадіожурналістика – це творчо-виробничий комплекс, тому журналістську практику необхідно опанувати технологічні алгоритми виготовлення програми, бо це прямо чи опосередковано впливає на процес виготовлення телевізійної й радіомовної продукції. Телерадіожурналіст як професіонал і творець тоді є універсальним, коли розуміється на технічних механізмах діяльності телерадіокомпанії, орієнтується в базових питаннях, пов'язаних із цифровим мовленням та вибором телерадіокомпанією діапазону радіохвиль, каналу й частоти мовлення, типу передавача та антени, специфікації ефірного й продакшн-обладнання, знає особливості онлайн-мовлення, програмне забезпечення для ефірного, інтернет-мовлення та збору інформації, володіє навичками звуко- і відеоінженера, звуко- і телережисера, тобто готовий за допомогою мультимедіа (професійні редактори звуку й відеозображення, компресори звуку, відео- та аудіоархіви тощо) самостійно проводити прямий ефір тощо.

Загалом журналістська універсальність у системі телерадіомовлення – це здатність, по-перше, здобувати, накопичувати, систематизувати знання (наприклад, медіа-технологій, медіа-маркетингу, медіа-менеджменту); по-друге, застосовувати їх для ефективної творчої та професійної діяльності. Тому журналістські професії можна характеризувати за рівнем участі у виробничому процесі, рівнем відповідальності (перед аудиторією, засновниками компанії), зрештою, рівнем важливості для остаточного становлення телерадіостанції. Теле- й радіокоментатор, оглядач, інтерв'юер, спеціальний кореспондент, ведучий програм, редактор, репортер – це ті журналістські професії, яким необхідно приділяти максимальну увагу в навчальних планах з телерадіожурналістики, які варто поглиблено вивчати на практичних заняттях. Кожна із цих професій є запитаною на сучасному телебаченні й радіо. А всі разом вони окреслюють професіограму сучасного телерадіожурналіста.

Однак є професії, дотичні до журналістських, базові знання яких будуть корисними репортерів, коментаторів, інтерв'юєрові, ведучому програм. Ідеться про те, що студентів, який прагне стати телерадіожурналістом, необхідно прослухати «Основи операторської майстерності», «Режисуру телебачення і радіомовлення», оволодіти навичками аудіо- й відеомонтажу в програмах, які є найпростішими для початківця, а також досить популярними: «Cool Edit Pro», «Sound Forge», «Adobe Premiere Pro», «Sony Vegas Pro» тощо. Отже, важливо навчальні дисципліни, зокрема, «Технічні засоби телебачення» і «Технічні засоби радіомовлення», які передбачають ознайомлення студентів з виробничим процесом, новими технологіями телерадіовиробництва, наповнити якісним актуальним матеріалом.

Коли говорять про телерадіокомпанію як ділове підприємство, мають на увазі також телерадіоменеджмент та телерадіомаркетинг як сучасні сфери діяльності універсального медіа-спеціаліста. Сьогодні, коли мас-медіа тісно взаємопов'язані з бізнесом, стали видом і формою бізнесу, журналіст стає не лише творцем в ефірі, а й «творцем у бізнесі», підприємцем, який обізнаний не лише з основами менеджменту та маркетингу телебачення й радіомовлення, а й розуміється на деталях фінансової діяльності телерадіокомпанії, відчуває актуальність змін для досягнення спільної мети. Це вміння пов'язане з творчістю і в ефірі, і в управлінні. Результатом такої творчості є участь у розподілі прибутку від журналістської діяльності. Саме такий підхід до розуміння специфіки сучасної телерадіожурналістики додатково, якщо не першочергово, стимулюватиме інтерес студентів до максимального оволодіння основами цих професій. Тому такі дисципліни, як «Основи телерадіоменеджменту», «Основи телерадіомаркетингу», які окреслюють нові ракурси розуміння сучасного телебачення і радіомовлення в системі масмедіа, варто впроваджувати до навчального процесу з метою вивчення ринку масмедіа.

Універсальність телерадіожурналістської праці продиктована технологічними та структурними реорганізаціями в інформаційному просторі України. Варто бодай коротко згадати зміни, що відбулися в масмедійній галузі протягом останніх кількох років: реформування державних медіа та створення системи суспільного (громадського) телерадіомовлення, становлення прибуткового комерційного телерадіомовлення тощо. **Універсальність у журналістиці має ґрунтуватися на вузькій фаховій спеціалізації, доповненій базовими знаннями суміжних професій.** Бо, як уже наголошувалося, сучасний універсальний телерадіожурналіст – це не лише творець в ефірі, а й організатор творчого процесу в редакції, студії чи станції, оскільки творчий процес на телебаченні й у радіомовленні постає в контексті індивідуальної ефірної творчості й водночас у контексті колективної творчої діяльності. Отже, тележурналіст і радіожурналіст як універсальні медіа-фахівці є «командними гравцями», професіоналами багатопрофільного творчого колективу, їхня праця й успіх залежать і від особистої майстерності, і від внеску кожного «гра-

вця» команди: оператора, режисера, звукорежисера, освітлювача й інших професіоналів, які спільно створюють аудіовізуальний медіа-продукт.

Універсальний телерадіожурналіст – це, як мінімум, майбутній програмний директор радіостанції чи головний редактор телекомпанії. Саме так потрібно планувати навчальний процес, вводячи надалі курс (спецкурс) основ рекламної, фінансової, економічної та комерційної діяльності телевізійної й радіокомпанії, що надасть змогу налаштувати студентів на максимальну реалізацію власного творчого потенціалу. Бо сучасна телерадіокомпанія – це ділове підприємство, яке продає власний ефірний час під рекламу з метою отримання прибутку, а універсальна телерадіожурналістика пов'язана з економічними категоріями, основою яких є бізнес.

Основна діяльність універсального телерадіожурналіста полягає в умінні створити якісний телерадіопродукт і здатності його подати онлайн. Отже, корисно включати до навчальних планів також курси, зорієнтовані на вивчення механізмів і технологій створення телевізійної та радіопроеграми. Навчити студентів розуміти специфіку верстки телевізійної програми й форматування радіоефіру – одне з важливих завдань дисциплін спеціалізації. Програма як продукт журналістської праці на радіо й телебаченні відзначається певною творчо-виробничою методикою, що вкрай потрібно знати майбутнім професіоналам телерадіоефіру. Наприклад, підготовка сценарію телерадіопроеграми – перший крок до втілення авторського задуму. Будь-який телерадіотвір починається з ідеї. Іноді автор (журналіст) довго «виношує» її ефірний еквівалент, відмовляється, починає пошуки іншої форми – ідеї не завжди легко матеріалізувати. Телерадіожурналісти повинні вчитися викладати свої ідеї на рівні сценарію, зрештою, це допоможе їм уявити остаточний результат.

Універсальні телерадіожурналісти повинні вміти, працюючи над текстом, компоувати інформацію з позиції цінності фактажу та візуальності. Вони мають навчитися вибудовувати структуру сюжету концептуально, тобто підготувати сценарну розробку матеріалу як журналіст, так і режисер чи оператор. Отже, для якісної реалізації задуму важливими є знання суміжних професій – телевізійної чи радіорежисури, операторської майстерності, аудіовідеодизайну тощо. Плануючи екранну версію сюжету, універсальний телерадіожурналіст вивчає можливість застосування додаткового ілюстративного матеріалу: кадрів кінохроніки, власних журналістських, редакційних чи отриманих від інформаційних агенцій аудіовідеоматеріалів, графіки, анімації тощо. Це якісно позначиться на внутрішній і зовнішній стилістиці сюжету. Аудіовізуальне наповнення інформації є важливим, оскільки під час аудіовізуальної комунікації в дію включаються відразу декілька потоків інформації, які сприяють адекватній реакції глядача на екранне чи онлайн-повідомлення. Особливістю телерадіомовлення є масовість аудиторії й одночасно камерність перегляду чи прослуховування телерадіопроеграми, що певною мірою зумовлює стиль подачі матеріалу, впливає на змістові та формотворчі характеристики, жанрову палітру, її зображальне, звукове й вербальне вирішення.

Універсальному телерадіожурналістові важливо пам'ятати про зримість і емоційність візуального й вербального спілкування, знати зображальні та вокальні традиції й характеристики, властиві різним типам програм, фізіологічний, психологічний та емоційний рівні впливу кольорів і відтінків на сприймання глядачем телерадіопродукту. Бо одним із найважливіших елементів візуальності телерадіопродукту є колір. Інколи саме від кольору залежить оптимальний результат сприйняття. Для екрана (телевізійного чи комп'ютерного) існує власна теорія кольору, яка не завжди збігається з психологічною реакцією людського ока на кольорові гами поза екраном. Знати, як використовувати оптичні та світлові прилади (під час зйомки), кольорокорекцію (під час монтажу), вміти створювати екранні колірні моделі, виходячи зі специфіки сприйняття події тощо. Телерадіожурналістам важливо також навчитися вибудовувати не лише візуально-вербальний ланцюг свого сюжету, а й візуально-вербальну концепцію цілої програми – від монтажу окремих сегментів сюжету і програми – до студійного оформлення та створення логотипу, «відеошапок» («аудіошапок»), «відеовідбивок» («аудіовідбивок»), виходячи зі стилістичної єдності всіх програмних компонентів.

Завдання універсальних телерадіожурналістів – добре орієнтуватися в напрямках і тенденціях сучасної телевізійної й радіомовної естетики, розвивати свої професійні навички та вміння, формувати власне візуальне й вербальне мислення. Сьогодні мало вміти виписати телерадіосценарій сюжету/матеріалу чи цілої програми, мало просто говорити за кадром чи в кадрі, треба, використовуючи аудіовізуальні характеристики телебачення й радіомовлення, створювати аудіовізуальне видовище події. Доречно навести міркування О. Сербенської та В. Бабенко: «У практиці тележурналістів (як і журналістів інших спеціальностей) запитання – один із важливих елементів їхньої мовної поведінки, який засвідчує вміння спілкуватися в різних ситуаціях, є показником розуму і професійної вправності» [7, с. 32]. Тобто має значення і те *що?* і те *як?* журналіст говорить, яка аудіовізуальна естетика його повідомлення.

Щодо специфіки викладання телерадіожурналістики зауважимо, що після того, як майбутні телерадіожурналісти прослухають нормативні курси, присвячені творчо-виробничій специфіці телерадіомовлення, ознайомляться з роботою телерадіостанцій під час практики, логічно звернутися

до «вищого пілотажу» професійності телерадіожурналіста – ведення телерадіопрограм. Отже, до навчальних планів з підготовки сучасних телерадіожурналістів варто включати й такі дисципліни, як «Ведучий телепрограм» і «Ведучий радіопрограм», які доцільно викладати на старших курсах.

Професія телерадіоведучого (модератора, шоумена) є необхідною фактично для всіх форматів телерадіомовлення. В українській ефірній практиці ця професія була сформована як сегмент поліпрофесії «телерадіожурналіст» наприкінці 80-х – тоді ведучих-дикторів і ведучих-акторів замінив ведучий-журналіст. Це відіграло неабияку роль у типомотворенні сучасних телерадіопрограм, скажімо, набули нового ефірного вигляду програми інформаційно-аналітичного типу, інакше був представлений в ефірі інформаційно-розважальний тип програм. І хоча в інформаційному (новинному) типі програм ведучий-журналіст фактично продовжив виконувати функції ведучого-диктора, все ж робота журналіста в кадрі й перед мікрофоном створює дещо інший ефект: співрозмовник не просто «виконавець», а добре поінформована особистість, професіонал, який володіє матеріалом, той, кому можна довіряти. Набула нового значення й роль ведучого в монотематичних телерадіопрограмах, інакше розглядається та оцінюється творчість журналіста-ведучого в діалогічних і розважальних телерадіошоу, зміцнилася й наповнилася новими характеристиками роль журналіста-ведучого в авторських телерадіопрограмах.

А оскільки студентські звіти з практики свідчать про те, що далеко не всім щастить спробувати себе в ролі ведучого телерадіопрограм, ці питання можна вирішити в межах нормативного курсу, присвяченого вивченню аспектів творчості телерадіоведучого, базованого здебільшого на практичних заняттях.

Поєднання теорії і практики – це оптимальний шлях розвитку сучасної телерадіожурналістики. Збалансувати співвідношення журналістської теорії і практики телерадіоефіру здатні також дисципліни «Техніка мікрофонного мовлення», «Постановка голосу», «Основи операторської майстерності», «Режисура телерадіомовлення», «Звукорежисура телерадіомовлення», «Телерадіоменеджмент», «Телерадіомаркетинг» та інші, які можуть функціонувати як окремі нормативні курси чи спецкурси, також можуть бути сегментами дисциплін спеціалізації «Журналістський фах».

Як приклад, курс «Художньо-публіцистичне телерадіомовлення» дає уявлення про сучасну технологію й специфіку виробництва телерадіопрограм, професійну діяльність сценариста, автора, редактора, телерадіорежисера, телеоператора, звукорежисера художньо-публіцистичного формату телерадіомовлення. На заняттях студенти вчать шукати, вибирати, досліджувати, обґрунтовувати та втілювати тему. Телерадіожурналістові, який планує створювати художньо-публіцистичні телерадіопрограми, необхідно знати всі етапи творчо-виробничого процесу, їхню послідовність та наповнення. Не стільки для того, щоб стати універсальним, скільки для реальної оцінки можливостей втілення своєї ідеї в ефірі.

Ще один курс, який мігрує в навчальних планах, однак, заслуговує на окрему увагу, – це «Міжнародна телерадіожурналістика», корисний для універсального телерадіожурналіста комплексом знань щодо видів, стандартів, форматів сучасного міжнародного телебачення і радіомовлення, перспективних напрямів розвитку міжнародного телебачення і радіо. Під час практичних занять студент учиться працювати як журналіст-міжнародник у різних типах телерадіопрограм, знайомиться із засадами функціонування телекомпанії і радіостанції за кордоном, специфікою організації роботи корпункту (бюро) в іншій країні, схемою виробництва та розповсюдження іномовної телерадіопродукції. Майбутній міжнародник має орієнтуватися в законодавчих, нормативних документах, які регулюють діяльність електронних медіа в світі, юридичних, економічних аспектах функціонування телерадіоорганізацій, вміти готувати якісний переклад тексту повідомлення інформаційного агентства й адаптовувати матеріали міжнародних агенцій для телерадіоновин чи аналітичних телерадіопрограм.

Загалом практичні заняття надзвичайно важливі в процесі навчання телерадіожурналістів, бо, як справедливо зазначають П. Дворянин і В. Лизанчук, «журналістика – одна з таких систем, що має свої традиції і новації, яка відображає і творить дійсність» [2, с. 5]. А практика є найреальнішим відображенням дійсності, бо якнайтісніше пов'язана з виробництвом. Наприклад, протягом практичних занять студентам необхідно ознайомитися з розташуванням офісів та студій телерадіостанцій, технічним і програмним забезпеченням медіа-компаній, зустрітися з провідними журналістами (програмними редакторами, репортерами, презентерами, діджеями), отримати необхідну наочну інформацію про діяльність приватних телерадіокомпаній в Україні. До навчальних модулів можуть входити також експериментальні заняття, метою яких є прагнення в ігровому стилі звернути увагу студентів на специфіку форматної побудови комерційної чи некомерційної телерадіокомпанії, відпрацювати постановку голосу та стилістику ведення програм у прямому ефірі (презентер новин, діджей), технологію моделювання штатного розкладу телерадіостанції та основ телерадіоменеджменту й багато інших аспектів.

#### **IV. Висновки**

Отже, побудова навчальних планів для підготовки універсального телерадіожурналіста повинна мати чітку логіку. Навчальні дисципліни повинні бути сформовані так, щоб простежувався поступальний рух «від основ – до поглибленого вивчення» професійної специфіки сучасного

телерадіомовлення. Скажімо, спочатку пропонується лекційний курс «Вступ до спеціальності», який закладає основи телерадіожурналістської професії, далі додаються дві дисципліни: «Техніка радіомовлення, звукозапису і монтажу» та «Основи ефірного та мікрофонного мовлення», – кожна з яких розпочинає поетапне знайомство зі специфікою телевізійного і радіомовного жанру. Ці два предмети ґрунтуються на практичних заняттях і є необхідними для набуття професійних навичок.

Потім варто переходити до фахових основ телерадіожурналістики, передусім типів мовлення: спочатку вивчається специфіка інформаційного мовлення, далі – в такій послідовності: інформаційно-аналітичне, аналітичне й художньо-публіцистичне мовлення. Паралельно з типами мовлення, після інформаційного типу, варто поступово впроваджувати вивчення видів телерадіомовлення, до яких варто віднести дитяче, молодіжне, громадсько-політичне, міжнародне й зарубіжне телебачення та радіо. Такі дисципліни, як «Авторське телебачення і радіо», «Комерційне телебачення і радіо», «Видовишне телерадіомовлення», «Основи телерадіодраматургії», повинні охоплювати цілий спектр фахових понять, корисних майбутнім універсальним телерадіожурналістам.

Отже, що необхідно для того, щоб стати універсальним телерадіожурналістом? Безперечно, як і в кожній професії, спрямованість інтересів і знання. Однак, якщо оперувати лише цією тезою, то телерадіожурналістикою може займатися кожен, хто виявляє зацікавленість і має здібності до аудіовізуальної творчості. Певною мірою, так воно і є, коли в телерадіоефірі з'являються персонажі від журналістики, які озброєні знаннями з «товстих» підручників, конспектами сотень прослуханих лекцій відомих викладачів і бажанням стати теле- чи радіозіркою. Але, як кажуть, «людина не може бути добре обізнана в усьому. І це впливає на якість матеріалу, на кваліфікованість викладу» [3]. Усе цілком правильно й логічно – поєднання знань і бажань – ключ до успіху в кожній справі. Однак професія тележурналіста та радіожурналіста має те, що дається не всім, а приходиться тільки на рівні здібностей і навичок – телевізійний жанр та радіомовний жанр, які формують візуальне (зорове) й аудіальне (звукове) мислення. Саме це є одним із важливих сегментів професійного становлення універсального телерадіожурналіста.

Підготовка універсального телерадіожурналіста повинна базуватися на знанні теорії та практики телебачення й радіомовлення, розумінні новітніх досягнень у галузі електронних мас-медіа, враховуючи історичний досвід і здобутки українського та світового телерадіомовців, типологічні, структурні, видові й жанрові особливості телерадіопрограм. Сучасне телерадіомовлення за допомогою телевізійного чи комп'ютерного екрана створює ефект видовища: будь то складна за режисурою й драматургією ефірна конструкція, оригінальний авторський проект чи звичайна інформаційна програма. В основі телевізійного та радіошоу – аудіовізуальність як природна властивість, особлива й характерна риса цих споріднених медіа та мистецтв. Уміло використовуючи багатогранну специфіку, образність та емоційність, візуально-вербальне й звукове багатство мови телебачення та радіо, творцем цього видовища, аудіовізуального шоу стає універсальний телерадіожурналіст.

#### Список використаної літератури

1. Гайдук Т. Універсальний журналіст или спеціальний кореспондент – за кем будуще? URL: <http://journalisti.ru/?p=32496> (дата звернення: 15.01.2018).
2. Дворянин П., Лизанчук В. Новини на регіональному телебаченні : навч. посіб. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2016. 262 с.
3. Долюк І. Універсальний журналіст, або Чи варто економити на фахівцях. URL: <http://pedpresa.ua/121874-universalnyj-zhurnalist-abo-yak-ekonomity-na-fahivtsyah.html> (дата звернення: 15.01.2018).
4. Калліома Л. Універсальний журналіст в епоху «цифры». Специалистов для медиапроизводства теперь готовят по новым технологиям. URL: [http://www.msu.ru/press/smiaboutmsu\\_arch/universalnyy\\_zhurnalist\\_v\\_epokhu\\_tsifry\\_spetsialistov\\_dlya\\_mediaproizvodstva\\_teper\\_gotovyat\\_po\\_novym.html](http://www.msu.ru/press/smiaboutmsu_arch/universalnyy_zhurnalist_v_epokhu_tsifry_spetsialistov_dlya_mediaproizvodstva_teper_gotovyat_po_novym.html) (дата звернення: 15.01.2018).
5. Портников: Якщо журналіст пише про театр чи автомобілі, то хай не пише про Путіна. URL: <http://fakty.ictv.ua/ua/ukraine/20161111-portnykov-yakshho-zhurnalist-pyshe-pro-teatr-chy-avtomobili-to-haj-ne-pyshe-pro-putina/> (дата звернення: 16.01.2018).
6. Рендол Д. Універсальний журналіст / пер. М. Марченко. Київ : К.І.С., 2007. 288 с.
7. Сербенська О. А., Бабенко В. В. Основи телетворчості : практикум. Львів : ПАІС, 2007. 112 с.
8. Тернова А. І., Захарс Т. А. Телевиробництво : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2015. 150 с.
9. Хоогенбом. Універсальний журналіст, 2009. URL: <http://ulit.inf.ua/universalnyiy-jurnalist-15589.-html> (дата звернення: 15.01.2018).

#### References

1. Gaiduk, T. (2012), Universal journalist or special correspondent – for whom the future? Retrieved from: <http://journalisti.ru/?p=32496> (accessed 15.01.2018) (in Ukrainian).
2. Dvorianyn, P., Lyzantchuk, V. (2016). The news of the regional TV: textbook, LNU imeni Ivana Franka, Lviv (in Ukrainian).

3. Doliuk, I. (2015). Universal journalist, or it worth to save on specialists. Retrieved from: <http://pedpresa.ua/121874-universalnyj-zhurnalist-abo-yak-ekonomyty-na-fahivtsyah.html> (accessed 15.01.2018) (in Ukrainian).
4. Kallioma, L. (2010). Universal journalist in the era of "digital". Specialists for media production preparing for new technologies now. Retrieved from: [http://www.msu.ru/press/smiaboutmsu\\_arch/universalnyy\\_zhurnalist\\_v\\_epokhu\\_tsifry\\_spetsialistov\\_dlya\\_mediaproduktsii\\_teper\\_gotovy\\_at\\_po\\_novym.html](http://www.msu.ru/press/smiaboutmsu_arch/universalnyy_zhurnalist_v_epokhu_tsifry_spetsialistov_dlya_mediaproduktsii_teper_gotovy_at_po_novym.html) (accessed 15.01.2018) (in Russian).
5. Portnikov (2016). If a journalist writes about the theater or a car, let not writes about Putin. Retrieved from: <http://fakty.ictv.ua/ua/ukraine/20161111-portnikov-yakshho-zhurnalist-pyshe-pro-teatr-chy-avtomobili-to-haj-ne-pyshe-pro-putina/> (accessed 15.01.2018) (in Ukrainian).
6. Randall, D. (2007). The Universal Journalist, by Marchenko intep., K.I.C., Kyiv (in Ukrainian).
7. Serbenska, O. A., Babenko, V. V. (2007). Basics of TV-creativity: workshop, Lviv (in Ukrainian).
8. Ternova, A. I., Zakchars, T. A. (2015). TV-production: Handbook. Zaporizhzhya (in Ukrainian).
9. Hoogenbom (2009), «Universal Journalist», available at: <http://ulit.inf.ua/universalnyiy-jurnalist-15589.html> (accessed 15.01.2018) (in Russian).

Стаття надійшла до редакції 20.01.2018.

---

**Гоян В. В., Гоян О. Я. Универсальный телерадиожурналист: от «универсализации» к специализации**

*Понятие «универсальный телерадиожурналист» вполне соответствует теории и практике СМК, учитывая развитие IT-технологий и современных медиа, поскольку производным для универсальности стоит считать определенную специальность и вид вещания – телевидение и радио. В статье говорится об оптимальных учебных дисциплинах, актуальных для подготовки универсального телерадиожурналиста, об особенностях специализации в телерадиожурналистике, о телевизионных и радиовещательных жанрах, «приходящих» к универсальному телерадиожурналисту на уровне способностей и навыков, которые даются не сразу, но которые нужно чувствовать и которым следует постоянно учиться.*

**Ключевые слова:** универсальный телерадиожурналист, журналистская специализация, телерадиокомпания, телерадиорынок.

**Goian V., Goian O., Universal TV&Radio Journalist: Universalization to Specialization**

**Research methodology.** *The research features the following underlying scientific methods: content analysis to interpret and outline an array of TV and radio programs that confirm the tendency towards universality of TV and radio journalism; generalization to determine its potential; comparison to understand the relevance of specialization in broadcasting; system analysis to determine the status of a universal TV and radio journalist in the Ukrainian media system; identification of social and market factors in the television and radio world of Ukraine; descriptive analytics to identify the facts of the availability of universal TV and radio journalism in Ukraine and the need for changes in the curricula for the schooling of universal TV and radio journalists.*

**Results.** *Characteristic features of the universal TV and radio journalist are revealed, components of the universal product of television and radio companies and the concept of a universal TV and radio audience are determined.*

**Novelty.** *The idea that the journalist is universal only when he has a competitive background in his specialty and several close adjacent specialties, which promote the creation of high-quality media products, is defended. Universality in journalism as all-encompassing and polyprofessionality is the concept of a separate discourse, since there is no such thing as a universal product or a universal audience. Any journalistic work involves a target audience, so being universal is to be competitive in a particular field of journalism, in a specialty or in a separate journalistic profession.*

**The practical significance.** *The results of the study can be used for further examination of the specificity of journalistic work on television and radio broadcasting.*

**Key words:** universal TV and radio journalist, journalist specialization, TV and radio company, TV and radio market.