

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ**

Кваліфікаційна робота магістра

на тему «Трансформація професійної діяльності сучасного ведучого (на прикладі youtube сторінки Н.Мосейчук)»

Виконала: студентка 2 курсу, групи 8.0612-мкз
Спеціальності 061 «Журналістика»
(освітня програма «Медіакомунікації»)

Безугла Я. В.

Керівник: к. пед. н., доц.

Костюк В.В.

Рецензент: к. філол. н., доц.

Іванець Т.О.

ЗМІСТ

Реферат.....	3
Завдання.....	5
Вступ.....	7
Розділ 1. Телеведучий та характеристика роботи під час війни.....	10
1.1. Ведучий на телебаченні: специфіка професії.....	10
1.2. Трансформація роботи журналіста: аспект цифровий та воєнний.....	30
1.3. Робота журналістів у період війни.....	45
Розділ 2. Трансформація роботи тележурналістки.....	60
2.1. Характеристика професійної діяльності ведучої Наталії Мосейчук.....	60
...	
2.2. Робота журналістки під час війни.....	69
Висновки.....	77
Список використаної літератури.....	80
Abstract.....	87

РЕФЕРАТ

Назва теми: Трансформація професійної діяльності сучасного ведучого (на прикладі youtube сторінки Н. Мосейчук)

Обсяг основної частини роботи: 71 сторінка.

Кількість використаних джерел – 64 джерела.

Мета роботи: проаналізувати особливості діяльності телеведучих у ході процесу їх трансформації.

Для досягнення мети дослідження ми виконали такі **завдання:**

- 1) розкрити теоретичний аспект вивчення сучасного образу телевізійного ведучого;
- 2) проаналізувати та виокремити наукові роботи, в яких вивчалися елементи, котрі формують професіонала теле журналістики, є обов'язковими при його трансформації;
- 3) виділити специфічні характеристики роботи журналіста, який працює в умовах війни;
- 4) охарактеризувати успішність або її відсутність процесу трансформації телевізійної ведучої телеканалу «1+1» Наталії Мосейчук під час війни.

Об'єкт дослідження – професійна діяльність телеведучої телеканалу «1+1» Наталія Мосейчук.

Предмет дослідження – трансформація професійної діяльності телеведучого під час війни.

Ключові слова: телеведучий, журналіст, війна, трансформація, компетенції.

SUMMARY

The main goal of this work is to analyze the peculiarities of TV presenters' activities during the process of their transformation.

The object of research is the professional activity of the TV presenter of the 1+1 TV channel Natalia Moseychuk.

The subject of the study is the transformation of a TV presenter during an armed conflict.

To achieve the purpose of the study, we have fulfilled the following tasks:

1) to reveal the theoretical aspect of studying the modern image of a TV presenter;

2) to analyze and highlight the scientific works that studied the elements that form a TV journalism professional and are mandatory for his or her transformation

3) to highlight the specific characteristics of the work of a journalist working in a war;

4) to characterize the success or lack thereof of the transformation process of the TV presenter of the 1+1 TV channel Natalia Moseychuk during the military conflict.

The scientific novelty of the presented study consists in a practical study of the specific features of journalist transformation in data evolution period, war time as well. Presenting the professional road of national TV presenter N. Moseychuk, identify her features, analyse the professional activity during the full scale war in Ukraine.

Key words: TV presenter, journalist, war, transformation, competencies.

Факультет журналістики
Кафедра журналістики
Рівень вищої освіти магістерський
Спеціальність 061 Журналістика
Освітня програма Медіакомунікації

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри Чернявська Л.В.

«___» _____ 2023 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

Безуглій Яніні Володимирівні

1. Тема роботи (проекту) – «Трансформація професійної діяльності сучасного ведучого (на прикладі youtube сторінки Н.Мосейчук)», керівник роботи (проекту) Костюк Віктор Володимирович, к. пед. н., доцент, затверджені наказом ЗНУ від «30» травня 2023 року № 660-с.
2. Строк подання студентом роботи – 25 лютого 2024 року.
3. Вихідні дані до роботи – праці таких українських і закордонних дослідників: В. Гоян, Г. Десятник, К. Зуккі, С. Полешко та ін.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):
 - розкрити теоретичний аспект вивчення сучасного образу телевізійного ведучого;
 - проаналізувати та виокремити наукові роботи, в яких вивчалися елементи, котрі формують професіонала тележурналістики, є обов'язковими при його трансформації;
 - виділити специфічні характеристики роботи журналіста, який працює в умовах війни;
 - схарактеризувати успішність або її відсутність процесу трансформації телевізійної ведучої телеканалу «1+1» Наталії Мосейчук під час військового конфлікту.

5. Консультанти розділів роботи (проекту):

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Дата, підписи	
		завдання видав	завдання прийняла

Вступ	Костюк В. В. доцент	01.09.2023	01.09.2023
Перший розділ	Костюк В. В. доцент	16.10.2023	16.10.2023
Другий розділ	Костюк В. В. доцент	28.11.2023	28.11.2023
Висновки	Костюк В. В. доцент	21.01.2024	21.01.2024

6. Дата видачі завдання 29.06.2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№з /п	Назва етапів роботи	Строк виконання	Примітка
1.	Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження.	05.07.2023	Виконано
2.	Написати попередній варіант вступу і змісту. Підібрати наукову літературу.	08.09.2023	Виконано
3.	Написати теоретичну частину.	15.01.2023	Виконано
4.	Написати практичну частину.	05.02.2024.	Виконано
5.	Пройти попередній захист на кафедрі.	15.02.2024	Виконано
6.	Виправити недоліки, сформулювати висновки, оформити додатки.	20.02.2024	Виконано
7.	Здати роботу на нормоконтроль, пройти рецензування.	23.02.2024	Виконано
8.	Захист роботи.	05.02.2024	Виконано

Студентка _____ Я. В. Безугла
(підпис) (ініціали та прізвище)

Керівник роботи _____ В. В. Костюк
(підпис) (ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ О. В. Усманова

ВСТУП

Дослідники досить багато уваги приділяли різноманітними професіям в журналістиці, телевізійній зокрема. Вони у фокусі уваги тримали особливості роботи презентера новин, диктора тієї чи іншої програми. Аналізували й діяльність працівників творчого напрямку, такого як телеведучий: акцентували уваги на тих елементах, котрі формують його образ, риси та якості, що важливі для досягнення успіху у такій професії.

Обговорювалася тема універсальності подібного працівника телевізійної сфери, де важливо бути максимально розвиненим, компетентним, готовим до непередбачуваних ситуацій в ефірі чи на інших майданчиках.

Такі розвідки є важливими та актуальними. Ба більше, з розвитком технологій, їх сутність стає глибшою, дещо оновлюється, удосконалюється та вимагає нових вивчень.

Дещо іншого ракурсу вимагає дослідження щодо роботи телевізійного журналіста під час військових подій, особливості її висвітлення на ТБ, як і діяльності під час таких ситуацій. Хоча, наша держава перебуває вже більше десяти років у збройному конфлікті з ворогом, проте рівень вивчення цього питання є поверхневим, не достатньо проаналізованим (з наукової точки зору). Ще менше досліджений аспект трансформації роботи телеведучого у період війни.

Актуальність дослідження полягає в тому, що у наші часи трансформація тележурналіста може мати комплексний характер, оскільки на нього впливають різні фактори. По-перше, технології, які сприяють розвитку роботи телеведучого, наприклад перехід на нові майданчики і платформи.

Вони ж, з іншої сторони, можуть бути й фактором лімітації для професіонала: не завжди все, що публікується в соціальних мережах є правдивим і варто на це джерело посилатися, цитувати.

Окрім того, існує процес трансформації за фактором часу: тележурналіст має гнучко реагувати на виклики війни, подавати аудиторії оригінальний

контент, який відповідає її запитам, розуміти та артикулювати той продукт, який буде практичним та предметним, відповідно до тих викликів, що виникли у той чи інший відрізок часу. Професійний ведучий буде турбуватися про власний психологічний час, допоможе своїм глядачам, поціновувачам також виробити практику протидії ментальним загрозам, тощо.

Об'єктом нашого наукового дослідження є професійна діяльність телеведучої телеканалу «1+1» Наталія Мосейчук.

Предметом дослідження є трансформація телеведучого під час збройного конфлікту.

Мета роботи: проаналізувати особливості діяльності телеведучих у ході процесу їх трансформації.

Мета наукового дослідження передбачає розв'язання таких завдань:

1) розкрити теоретичний аспект вивчення сучасного образу телевізійного ведучого;

2) проаналізувати та виокремити наукові роботи, в яких вивчалися елементи, котрі формують професіонала теле журналістики, є обов'язковими при його трансформації;

3) виділити специфічні характеристики роботи журналіста, який працює в умовах війни;

4) охарактеризувати успішність або її відсутність процесу трансформації телевізійної ведучої телеканалу «1+1» Наталії Мосейчук під час військового конфлікту.

Методологічну і теоретичну основу дослідження складають дослідження вітчизняних та закордонних науковців таких як: В. Гоян, Г. Десятник, К. Зуккі, С. Полешко та ін.

Методи дослідження застосовано описовий та порівняльний методи, методи класифікації. Використано також методи аналізу, синтезу і елементи контент-аналізу.

Наукова новизна роботи полягає у спробі дослідити трансформаційні процеси, що проходить телеведучий під час технологічної еволюції та збройного конфлікту.

Структура та обсяг дослідження. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел. Основний обсяг роботи – 70 сторінок, список використаних джерел включає найменувань, викладених на 7 сторінках.

РОЗДІЛ I. ТЕЛЕВЕДУЧИЙ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА ЙОГО РОБОТИ У ВОЄННИЙ ЧАС

1.1. Ведучий на телебаченні: специфікація професії

Цілком доречним є почати наше дослідження з акценту, що діяльність журналістської одиниці під назвою «телеведучий», як окремої ланки медіа професії, будується на засадах концептуалізації. Іншими словами, універсалізація роботи подібного ведучого, що є у фокусі уваги нашого аналізу, цілком реалізується завдяки поєднанню вмінь та навичок професіонала, якщо вони оперативні та вдало (або, можливо, не зовсім) адаптуються до тих подій, в яких існують.

Зважаючи на нинішні часи, ми можемо відстежувати роботу телеведучого в умовах воєнного конфлікту, спостерігати трансформацію «робочого майданчика», професійних якостей медіа фахівця у сфері, також вимог та стандартів, які ними візуються.

Телебачення, як динамічна одиниця суспільства, розвивається та змінюється під впливом різних обставин: а оскільки видозмін зазнає власне напрям, це накладає певний відбиток і на представників цієї професії. Адже з'являються зовсім інші підходи до робочого процесу, комунікації з аудиторією ведучих в наші дні, якщо порівнювати з тим періодом, коли не використовувалися активно соціальні мережі.

Нині, майже неможливо, уявити роботу телеведучого без цитування чийогось вислову, повідомлення або заяви із відповідної царини. Спочатку, в період змін цифрових технологій з'явилася так звана «паралельна» журналістика (яку можна називати «непрофесійною»). Проте вона здійснила значний вплив на традиційну роботу тележурналіста, що призвело до відповідної трансформації.

Ці та інші обставини сприяли еволюції роботи ведучого протягом усіх часів існування такої професії. Давайте ближче ознайомимося з її засадами,

специфікою, значенням персони у функціонуванні тележурналістики та багато інших аспектів.

Дослідниця В. Гоян свого часу писала «Варто зазначити, що "телеведучий" як окремий сегмент поліпрофесії "тележурналіст" формувався за принципом подвійної концептуалізації. Акумулюючи здобутки класичної дикторсько-акторської школи та майстерності телевізійного красномовства, а також традиції екранної публіцистики, що синтезувала літературно-мистецькі, художньо-документальні риси та творчо переосмислила роль автора-оповідача в процесі телевізійної комунікації, постав новий тип комунікатора, що ввібрав у себе риси та ознаки, притаманні різним професіям. Зважаючи на властивий телебаченню синкретизм і здатність до взаємопроникнення, взаємодоповнення та видового перевтілення, можна висловити припущення, що ця тенденція спостерігатиметься й надалі» [10].

Тут не можна не погодитися з фахівчиною, оскільки робота журналіста, телевізійного зокрема досить тісно пов'язана з акторською майстерністю. Зважаючи на те, що телебачення не стоїть на місці, а разом з ним і час, це дає нам право допускати, що і надалі працівники візуального медіа будуть використовувати у своїй діяльності творчу композицію: вжитку професійних умінь та навичок журналіста разом з його (її) акторськими здібностями, майстерністю.

Телеведучий є особою медійною, котру впізнають за зовнішнім виглядом, «розтиражованим» лицем, брендом медіа. І коли такі селебріті отримують широку, поважну популярність, здатні акумулювати великий відсоток аудиторії, тоді ці досягнення можна конвертувати в показники рейтинговості: як власні, так і медіа, де працює.

На думку вітчизняних дослідників Г. Десятник та С. Полешко зовсім не кожен фахівець може повноцінно усвідомити та реалізувати свій потенціал. «Однак далеко не всі телеведучі мають чітке уявлення про власні можливості, технологію роботи в різних видах і жанрах телебачення, систему мовної та психологічної підготовки до екранних виступів; різні школи професійної

підготовки мають різну, почасти науково нерозроблену методику; самотужки розробляють комплекс тренувальних прийомів для формування нормативної екранної вимови» [12, с. 4-5].

Вітчизняні науковці є прибічниками тієї думки, що успішність роботи, раціональність діяльності тележурналіста, тобто його ефективність, не завжди залежить від рівня компетентності або обізнаності у тому чи іншому питанні. Значимим та вагомим фактором для діяча цієї професії є й елемент правильного донесення матеріалу до його аудиторії, подачу контексту у такий спосіб, щоб аудиторії все було зрозуміло. Ці аспекти і є похідними та складовими майстерності: «Під майстерністю слід розуміти сукупність професійних знань, навиків та вмінь» [37].

Очевидно, що на фоні розмов про входження штучного інтелекту в усі сфери людського буття, медіа зокрема, власне телебачення навряд чи зможе якісно, професійно функціонувати без людини, оскільки у його природі та унікальності закладений ефект «медіа персони», котра говорить з аудиторією, обговорює новини та співпереживає.

Такі якості притаманні лише живій персоні, чого не має нині досить популярний ШІ (штучний інтелект). Природа самого телебачення полягає у мистецтві прямого екранного спілкування журналіста з індивідуалізованим телеглядачем. Власне, саме людина, яка «стоїть в кадрі» і є тим важливим комунікаційним та емоційним містком, який об'єднує всі інші виражальні засоби телебачення.

«Виникнення нової професії стимулювало соціопсихологічне, багатоаспектне прочитання проблеми співбуття та співвідношення виконавського (акторського) та авторського (журналістського) початків телевізійного творчого ремесла. Виокремлення професії телеведучого на тлі мистецько-документального екранного телеколажу стало рушійним засобом в еволюції журналістських професій на телебаченні, а також спричинило потребу в певній корекції теорії телевізійних жанрів та типоформотворенні сучасних телевізійних програм, що в кінцевому результаті певною мірою позитивно

позначилося на якості телепродукції, зробивши значний прорив у творенні новітніх медійних аудіовізуальних проєктів із застосуванням прогресивних масовокомунікативних технологій» [10].

Аналізуючи відповідні дослідження В. Гоян та інших, зауважимо, що тележурналіст функціонував у тих умовах, які йому «диктує» професія, проте з іншої сторони також був ініціатором змін у сфері:

- а) жанрів;
- б) стилю;
- в) методики та багато іншого.

Тогочасний ведучий характеризувався тим, що подавав аудиторії контент, котрий декламував з екрану (суфлера), при цьому маючи мінімальний простір для імпровізації, експромту, вже не говорячи про певні заяви чи то позицію. Існував масштабний дефіцит на професіоналів, які мислили незалежно, з власним поглядом, інтелектуальними здібностями, кругозором та компетентностями.

«Прикметною особливістю перебудовного та постперебудовного періодів, як на теренах колишнього Радянського Союзу, так і в Україні, що здобула довгоочікувану незалежність, став свідомий, критичний, вільний від тоталітарної заангажованості та політичної кон'юнктури перегляд підвалин, а також базових позицій журналістської творчості на телебаченні в контексті виявлення нових призначень і функцій цього дієвого і найбільш масштабного - глобального (за визначенням І. Г. Мащенко) засобу масового інформування.

Варто наголосити, що саме в період демократизації суспільства та відродження національної самосвідомості, утвердження самоідентичності, становлення власне української державності особливо чітко вирізняється прерогатива комунікативної функції телебачення, що суттєво та переконливо позначилося на типоформотворенні телевізійних програм. Реанімований "живий" ефір повернув утрачену раніше можливість встановлення комунікативного зв'язку та налагодження особистісного контакту між

телевізійним персонажем й аудиторією, екранним героєм - репрезентатором і телеглядачем» [10].

Отже, на початковому етапі становлення та діяльності професії телеведучого було очевидно, що візуальне медіа не може існувати без людини, тому прийнято вважати, що це також про визначних особистостей. Згідно власне сутності телебачення, в його основі закладений аспект комунікації презентера з реципієнтом.

Ми вже говорили про роль та вплив на прогрес у функціонуванні візуального медіа тих персон, які своїми особистісними якостями та розумінням природи буття телебачення змогли «вистрілити» в ефірі, стати улюбленцями (або навпаки) серед споживачів телевізійного контенту. Серед них такі прізвища як О. Уінфрі, Ф. Закарія, Н. Мосейчук, Т. Севастін, Р. Скрипін, Л. Кінг та багато інших.

Відзначимо, що успіх медіаперсон майже неможливий без особистісного стилю телеведучого, де кожен намагається віднайти якусь індивідуальність, ту рису, що виокремить їх поміж інших (бажано у позитивному ключі), де основними опціями є чи то зовнішність, чи то стилістика ведення програми, чи їх вдала сумісність, кон'юнктурне поєднання: «... ведучий – обличчя кожного телевізійного каналу, його фірмова марка. Довіра до нього – це й довіра до самого телевізійного каналу, а отже – гуртування навколо нього сталої глядацької аудиторії» [12, с. 4].

Пропонуємо зупинитися на такому важливому аспекті, як зовнішній вигляд медіа працівника, який має запам'ятовуватися, подобатися аудиторії, викликати у неї зацікавлення та інтерес. У цьому розрізі на практиці існує декілька опцій:

а) ведучий запам'ятовується аудиторії своєю оригінальною зовнішністю, нестандартним підходом: наприклад вітчизняний тележурналіст, ведучий Майкл Щур (Роман Вінтонів його справжнє ім'я), котрий окрім оригінального продюкованого телепродукту, асоціюється у його споживачів контенту також і

нестандартною, оригінальною зовнішністю (якщо говорити про тележурналістів);

б) іншій частині аудиторії до вподоби ведучі з охайним образом, де все витончено і ніби не має нічого зайвого (образи Ф. Закарії, М. Падалко та інших).

Дослідниці образу телевізійного журналіста зазначають: «Рекомендації Бі-Бі-Сі з підбору телеведучих засновані на предметному, прагматичному підходах: «Для телебачення прекрасно підходить приємне, правильне, тверде обличчя; дуже добре, якщо очі, рот, ніс, вуха невеликі. Колір обличчя ролі не грає, це справа гримера. Блакитні очі нерідко виглядають моторошно на телеекрані.

Диктори-жінки приблизно порівну діляться на світлих і темних. Однак, у більшості дикторів-чоловіків на англійському телебаченні темне волосся. Якщо ви блондин, ви, можливо, введете нову моду – на світловолосих дикторів. Якщо ви схильні до повноти, стежте за своєю вагою; на екрані люди здаються товщі і взагалі крупніше» [24].

Говорячи про сучасні реалії (зокрема у вітчизняному просторі), то варто відзначити, що телеведучі на офіційних телеканалах намагаються суворо дотримуватися дрес-коду та офіційного стилю образу (зачіска, мейкап та інші важливі елементи для відповідного працівника).

Кардинально протилежна картинка перед нами виринає, коли переглядаємо журналістські програми, які розміщуються на альтернативних онлайн-платформах та інших майданчиках, де досить розповсюдженою є практика стилю casual або коли працівники вдаються до інших експериментів із зовнішнім образом.

До речі, деякі мовники починають відходити від стандартів та експериментувати з образами тележурналіста на офіційних мовниках: «Ведучим BBC News дозволили менш формальний дрескод під час роботи у кадрі. Директорка відділу цифрових технологій BBC News Наджа Нільсен минулого тижня повідомила співробітникам, що «спітнілий і брудний» вигляд,

який деякі журналісти мають поза студією, може викликати більшу довіру. Про це пише Deadline.

Деякі ведучі сприйняли слова менеджерки як дозвіл відмовитися від обов'язкових костюмів і суконь. Одне джерело повідомило Deadline, що в ефірі BBC News вже помітні зміни дрескоду, принаймні ведучий погоди Томаш Шафернакер одного разу вже дозволив собі вдягнути для роботи у кадрі піджак і футболку» [35].

Дослідники Г. Кот та М. Масюк відстоюють таку думку, що «Коли ми вмикаємо якусь передачу, перше, що кидається нам в очі це, звичайно, зовнішні дані телеведучого – обличчя, одяг, руки, зачіска. Трохи пізніше, телеглядач починає прислухатися до голосу ведучого, вивчати його міміку і жести, намагається зіставити ці складові» [24].

Досить вагомим аспектом, який варто згадати є компетентність тележурналіста, що формується на підставі вдалого поєднання професійних та особистісних якостей фахівця, реалізація чого є надважливою для досягнення поставлених цілей. Тим не менш, дослідниці зауважують на тому моменті, що дефініції «компетенція» та «компетентність» варто сприймати як дві окремі опції. «Компетенція – здатність, що відображає необхідні стандарти поведінки фахівця, що дозволяють йому вирішувати професійні завдання. Компетенції можуть бути як бажаними, тобто не обов'язковими, так і критично необхідними, тобто ключовими, без яких робота буде неефективною.

Компетенції включають:

- а) ділові та особистісні якості;
- б) знання, вміння і навички.

Компетенції – це показники, за якими оцінюється ефективність роботи співробітника. Ефективність – досягнення оптимального результату при оптимальних витратах ресурсів. Компетентність – сукупність компетенцій і наявність знань і досвіду, необхідних для ефективної діяльності в заданій предметній області. Компетенції зараз надають великої ваги в кадровій політиці будь-якої компанії, яка піклується про свій розвиток» [24].

Якщо продовжувати тему особистісних характеристик телевізійного ведучого, то варто навести ще декілька наукових класифікацій. Американський дослідник Б. Льюїс говорить про такі якості: «Окрім фізичних даних – хорошої зовнішності, приємного голосу і правильної вимови – диктору-журналістові потрібні:

- широка освіта;
- знання життя і людей;
- розум і винахідливість;
- почуття гумору;
- терпіння;
- уява;
- ентузіазм;
- скромність, що будується на вірі в себе;
- здатність працювати в колективі» [26].

Як бачимо, перелік тих якостей, котрими має володіти телеведучий має ті позиції, котрі допомагають людині добре комунікувати з аудиторією, чітко та оперативно реагувати на нестандартні ситуації, вміти пожартувати або (де треба) промовчати. Ми більше уваги відповідній риси у поведінці журналіста приділимо під час аналізу роботи Н. Мосейчук (у практичному розділі нашого дослідження).

Очевидно, що такий перелік не є вичерпним, адже кожна медійна особистість має свої особистісні сильні та слабкі сторони, які персоналізуються, розвиваються, удосконалюються та змінюються з плином часу. Ми пропонуємо проаналізувати ще одну наукову думку, в якій мовиться про якості телевізійного ведучого, де науковці з питань медіа зосереджують свою увагу на таких позиціях:

- «...а) стресостійкість;
- б) комунікабельність;
- в) креативність;
- г) ініціативність;

- г) відповідальність;
- д) вправне володіння мовою;
- е) ерудованість;
- є) тактовність» [3].

Порівнюючи ці дві градації, можемо сказати, що у «першому» випадку мова ведеться про загальність рис журналіста, які не обов'язково характерні для телеведучого, то вже «другий» перелік значно «наближений» до аналізованої нами професії (хоча і не завжди).

Стресостійкість є частиною багатьох професій, проте у чому ж вона виявляється у журналістиці, точніше в роботі телеведучого? Говорячи про нинішні часи, тог тут є все досить очевидно: побороти страх, тривожність, вибухи, постріли та інші незручності, що приносить війна. Якщо говорити про журналіста-ведучого, котрий перебуває не на передовій, проте у полі професійної уваги є воєнна тематика, то тут стрес може виявлятися у різних моментах:

а) інтерв'ювання військових, розмова з ними, коли їхні історії можуть принести небагато приємного для ведучого, примушують впадати в «прострацію» і т.п.;

б) бесіда з тими, хто втратив на фронті частини тіла або кінцівки, що потенційно може не кожним ведучим сприйматися спокійно чи мінімально (з позиції стресу).

Якщо говорити про відповідний виклик у роботі телевізійного ведучого, яка пов'язувалася зі стресостійкістю для медіа працівника (коли причиною є не тільки військовий конфлікт, але й інші життєві обставини), то вона, як правило, полягала в незручних (для медіа фахівця) співбесідниках, нестабільних, «плаваючих» графіках, різких змінах у ситуації, що є у фокусі уваги відповідного працівника.

«Стресостійкість. Дуже часто тележурналістам доводиться працювати в умовах, несумісних з нормальним режимом життєдіяльності. Помилковим вважається стереотип про те, що якщо ведучий працює у телестудії, то його

очікують значно менше стресових ситуацій, ніж, наприклад, репортера. Тим не менш, будь-яка надзвичайна ситуація ні в якому разі не має вивести телеведучого з нормального режиму роботи, адже він є головний об'єктом і керівником телевізійної програми» [12, с. 110].

Суспільне розуміння роботи телеведучого є досить поверхневим, не досить заглибленим в деталі та умови, описується приблизно такою думкою:

– Досить легко стояти перед камерою та читати те, що написано на екрані.

Проте у реаліях відбувається все зовсім по-іншому. «Раніше, коли говорили про психологічні проблеми у журналістів, зазвичай їх порівнювали із посттравматичним стресовим розладом (ПТСР) військових кореспондентів. Втім, навіть щоденна, рутинна журналістська робота матиме вплив на того, хто її виконує. Журналісти й поза гарячими точками часто перебувають на передовій резонансних подій – від місць злочину та аварій на дорогах до стихійних лих» [48].

Пам'ятаємо який непростий час був для журналістів, ведучих зокрема, у часи пандемії COVID-19: і тематика не зовсім є знайомою, і ситуація з незліченною кількістю людських жертв, чисельність історій про які варто було говорити з аудиторією зростала. Професійний медіа працівник намагався пропустити кожну справу через себе, щоб бути максимально щирим з реципієнтами інформації. Ці та інші обставини приносили дискомфорт для журналіста, стрес. «Згідно із тезами систематичного огляду Європейського журналу трудової та організаційної психології, найпоширенішими джерелами стресу в роботі журналістів є:

- Вимоги позиції: невпевненість у власній ролі, надмірні очікування.
- Міжособистісні вимоги: проблеми між колегами, конкуренція та етичні питання у матеріалах.
- Фізичні вимоги: стрес від роботи в шумному ньюзрумі без природного освітлення.

– Умови праці: низька зарплата, затримки допізна чи несподівані дедлайни.

– Стреси, пов'язані із завданнями: інтерв'ювання постраждалих людей, часові обмеження, насильство, залякування та висвітлення травматичних подій.

Внаслідок професійного стресу в журналістів може розвиватись вигорання, депресія, занепокоєння, ПТСР, пристрасть до алкоголю чи наркотичних речовин» [48].

Серед інших причин, які впливають на стресовість журналіста є недосвідченість у роботі на публіку, що може супроводжуватися неочікуваним «блокуванням» у вимові, нечіткість у подачі інформації. «Якщо в комунікатора не було практики публічного виступу і він не знає рівня власних умінь, природно виникає стрес непоінформованості про розвиток подій. До людей, що потрапляють під вплив стресу в процесі комунікації, можна зарахувати ведучих-початківців і тих, хто за попереднім фахом і діяльністю не мав практики публічного мовлення» [12, с. 42].

Очевидно, що при появі відповідних ситуацій, варто вдаватися до практичних заходів, які допомагатимуть у подоланні тих складнощів, які пов'язані зі стресовістю телеведучого, де не останню роль грає колективна діяльність, командна робота та корпоративна етика медіа.

Про цю опцію більш схильні говорити журналісти, котрі мають чималий практичний досвід: «З великим задоволенням вони проводять не лише зйомки та наради, а й неробочий час: разом подорожують, відпочивають чи вирушають на шопінг. А головне – завжди знають, що можуть покластися один на одного і розраховувати на дружню підтримку» [49].

Не варто забувати й про особистісну підготовку журналіста, де він має натренувати себе заздалегідь подбавши про адаптацію до різних стресових ситуацій, не чекаючи коли вони наступлять і лише тоді починати працювати над обставинами, що склалися. «Когнітивний коупінг. Простими словами – це мисленнєва гнучкість. Людина є заручником своїх думок, але тільки від неї залежить, яке значення надавати їм. А всяке мислення, яке є зацикленним, негнучким, погано впливає на психічне здоров'я. Стресостійка особа має

працювати з думками, тестувати, наскільки її думки відповідають реальності, розвивати гнучке мислення.

Поведінковий коупінг. Це означає сприймати проблеми як частину життя, а не як нездоланні перешкоди, вміти давати раду труднощам. Звісно, нам не хочеться проблем, але вони не означають, що страждання є катастрофічним і з ним не можна давати ради.

Життєві цінності. Любити, дякувати, робити добрі вчинки – це цінності. Інколи людина не знає, заради чого живе, і її мотивація знижується. Треба ставити цілі в напрямку до цінностей. Наприклад, одружитися – це для когось ціль. Але за нею має стояти цінність – мати гарні стосунки. Так ми знаходимо сенс, проживаємо своє життя наповненіше.

Стосунки. Для людини ізоляція – це дуже неприродно. Тому стресостійкі люди плекають свої стосунки і розвивають їх. І тут не йдеться виключно про романтичні стосунки, а й про дружбу чи, наприклад, взаємини в команді. Ресурсні активності. Стресостійкі люди плекають свої ресурси. Вони роблять те, що їм подобається – хтось малює, співає чи слухає музик, ліпить з глини, медитує, або спілкується з друзями. Важливо не занедбувати цю сферу» [48].

Звісно, що не завадить і практика звернення до психологів, котрі можуть допомогти у таких випадках. Однією з труднощів, яка може перешкоджати у такій комунікації є довіра журналіста до відповідної послуги, віра в її необхідність, ефективність.

Наступною позицією, про яку поговоримо та є досить важливою для телевізійного ведучого є комунікабельність, здатність ефективно та грамотно спілкуватися зі своїми співбесідниками (як власне, і з колегами, що є актуальним при практиці дальності ведучих і т.п.).

Очевидно, що відповідна навичка набуває успішності в практиці лише з часом та наполегливою роботою ведучого над собою та відповідними факторами (хоча, варто зазначити, що і досвідчені медійні працівники помиляються, потрапляють у незручні ситуації під час комунікації).

Тим не менш, журналісти, котрі мають досвід діляться певними настановами та порадами: «Ваша робота буде припускати спілкування не

тільки з розумними і приємними людьми, швидше за все, вам доведеться розмовляти і з тими, хто вам абсолютно неприємний. Вчіться знаходити спільну мову з усіма, навіть із замкнутими людьми» [55].

Така риса, на наш погляд, є дуже важливою, оскільки журналіст, спілкуючись з гостем студії також репрезентує свою аудиторію, ніби ставить запитання від її імені, прагне дізнатися те, що їм цікаво. Відповідно й діяти має так, що б все що сказав чи продемонстрував співбесідник було доступно та зрозуміло реципієнту.

Спілкування ведучого реалізується за допомогою певних інструментів та методик: слова і жести, тим самим формуючи комунікативний простір, у якому зустрічаються елементи власне журналістського (внутрішнього) та зовнішнього світів. До таких інструментів відносять вербальні та невербальні.

«Перший» вид комунікації здійснюється та імплементується завдяки промовленому слову, у «другому» випадку медійний використовує жести, міміку, емоції, рухи.

Наступним пунктом про який вважаємо за потрібне поговорити є креативність: річ в водночас проста для розуміння та не зовсім легка у її реалізації, адже медійники потрібно знати де її застосувати та наміри такого акцептування. Дослідники сфери медіа все частіше наголошують на важливості відповідної риси, її не частій вживаності, проте значимості та цінності.

На думку В. Гоян креативність телевізійного ведучого значить: «Здатність генерувати революційно нові ідеї завжди була в ціні, якщо мова йшла про творчу професію. Професія телеведучого не є винятком. На сьогоднішній день телеведучий, як ми вже раніше казали, є не просто реалізатором ідеї, він є її співавтором» [10].

Ніби продовжуючи цілі та завдання креативності, функціонує ініціативність, де її імплементація залежить не лише від спроможності ведучого реагувати на виклики, завдання поставленні керівництвом або редакцією, але й здатність підтримувати заклики, котрі мають запит у суспільстві. Досить чіткою та зрозумілою реалізація цієї функції стала для працівників з моменту початку збройного конфлікту з агресором.

Тепер ведучий не просто повідомляє про новини, події чи надає факти, проводить бесіди з гостями, аудиторією. Ба більше, на разі більшість телеособистостей звертаються до аудиторії із закликом підтримки військових чи поранених серед цивільних, організують збори, різноманітну допомогу, вирішують питання житла, продуктів харчування та багато іншого для тих, хто у тому потребує.

Окрім того, вона полягає у тому, як журналіст реагує на запити аудиторії, намагається коректувати деякі моменти, щоб забезпечити глядача тим контентом, який йому цікавий. На основі опитування аудиторії, рейтингів, кількості переглядів та зворотної реакції від аудиторії, ведучий може виявити ініціативу та внести певні корективи у той чи інший елемент випуску або створити щось кардинально нове.

Говорячи про опцію відповідальності, треба мати на увазі, що вона є комплексною та багаторівневою для ведучого телеканалу. «Окрім відповідальності перед керівництвом за своєчасне та якісне виконання роботи, телеведучий має відповідати перед своєю аудиторією за все, що він говорить не тільки у процесі реалізації своєї професійної діяльності, а ще й у повсякденному житті» [10].

Тут треба акцентувати увагу на етичній складовій відповідного фактору. Вже всі звикли до того, що на онлайн платформах ведучі дозволяють собі нецензурну, лайливу лексику (чи то зі своєї сторони, чи то співбесідників), проте зовсім інша справа «традиційний» ефір, де аудиторія значно більша, а елемент присутності непристойних слів може не просто порушити етичні норми та стандарти, але й привести до того, що потім така практика стане буденною. Якщо вже подібний інцидент трапляється, до досить показовим є той момент, як журналіст, редакція прореагували на це, з яким посилом звернулися до аудиторії.

Так зовсім нещодавно трапився неприємний інцидент з ведучою однієї з ранкових програм: «У трансляцію на ютуб-каналі проєкту “Сніданку з 1+1” потрапило відео з нецензурною лексикою ведучої Людмили Барбір в ранковому ефірі» [13].

По-перше, варто зазначити, що цей інцидент трапився не під час прямого ефіру, а вже після завершення ранкового шоу, коли працівники вели підготовку до створення відеоролику. На жаль, через технічну помилку (не можна виявити навмисну чи ні) одного із працівників, відповідний епізод оперативно потрапив до уваги інтернет спільноти, хоча власне випуск «Сніданку» (того дня) вже завершив свою трансляцію.

Дії редакції програми та власне Л. Барбір були досить предметними та зразковими: «Всі ми сьогодні зранку трошки Люда», – так описали в редакції інцидент, який відбувся 15 лютого в ефірі та нагадали про зіпсований ранок масованим ракетним обстрілом росіян... Зазвичай я собі такого не дозволяю, але сьогоднішній ранок, коли Росія влаштувала черговий ракетний обстріл, наніс свої відбитки. Перепрошую за це. Але водночас закликаю вас бути відкритими, виплескувати свої емоції, коли болить. Зараз ми всі травмовані, всім страшно, тож не залишайтеся зі своїми страхами наодинці. Люблю вас і ціную», – прокоментувала Людмила Барбір» [13].

Власне редакція окрім вибачень доклала зусиль для того, щоб пояснити відповідну ситуацію, де прагнули в аудиторії створити образ звичайної телеведучої, яка, як і більшість живих людей, досить емоційно реагує на такі випадки.



Рисунок 1.1. Всі ми сьогодні зранку трошки Люда

Працівники «Сніданку» підтримали Людмилу Барбір та запропонували пошанувачам програми із гумором ставитися до цього ексцесу, що і сприяло створенню чималої кількості мемів (див. рис. 1.1.) в Інтернеті «Хочемо нагадати, що всі ми – люди, які теж іноді можуть дозволити собі емоційні висловлювання. Закликаємо вас поставитися до цієї ситуації з гумором та розумінням» [13].

Не варто оминати увагою і елемент відповідальності ведучого перед своїми колегами, де конкуренція має бути присутньою, проте доброякісною та прозорою. На жаль, за період ведення війни з агресором (понад десять повних років), не лише медіа персони зі сторони противника, проте й вітчизняні були організаторами та співучасниками медійних подій, котрі не відповідають йменню «авторитетний журналіст».

За даними поважних організацій та інституцій, котрі моніторять функціонування медіа спільноти в Україні та за її межами, то ворожі медіа

намагалися впливати не лише на своїх громадян, але й у багатьох країнах Європи. Такі обставини спонукали до створення аналітичних центрів, які фокусувалися на практичному питанні розповсюдження неправдивої інформації агресорськими медіа працівниками: «У 2022 році команда VoxCheck створила базу російських дезінформаційних нарративів Propaganda Diary, яку починали з моніторингу італійських та німецьких медіа. А після початку повномасштабного вторгнення виникла потреба розширити моніторинг до медіа шести країн – Німеччини, Італії, Польщі, Чехії, Словаччини та Угорщини... Якщо ми говоримо, що Україна бореться за підтримку, надання фінансової та військової допомоги у Європі, ми маємо знати, що про нас кажуть у світі. База Propaganda Diary містить дезінформаційні кейси, фейки та наративи. Дезінформаційний кейс – це окрема фейкова публікація в медіа, фейки – це приклади одного повідомлення, яким росіяни намагаються донести пропаганду. Крім цього на сайті можна простежити динаміку розповсюдження фейків» [16].

У таких ситуаціях робота журналіста, телеведучого зокрема, полягає не лише у тому, щоб не брати до уваги відповідні повідомлення, але й намагатися пояснити споживачам контенту, що саме тут не так, чому ця чи інша інформація є неправдивою.

Якщо вести мову про недобросовісну діяльність вітчизняних медіа, то основні недоліки журналістів з часів початку повномасштабного вторгнення агресора були пов'язані з різними епізодами:

- а) інформування про бої на певній території, окупації/деокупації якоїсь ділянки;
- б) про полон;
- в) допомогу чи її відсутність з боку наших партнерів;
- г) розповсюдження неперифікованого інформаційного повідомлення, тощо.

Ключовою помилкою вітчизняних медіа є «гонитва» за оперативністю, низька відповідальність при перекладі інформації із закордонних джерел (тобто рівень знань з відповідної мови).

Авторитетна інституційна структура ІМІ вказала на такі слабкі елементи у роботі вітчизняних медіа: «Лякалки астрологів та «інфа – сотка!» з Росії. Ось так коротко можна схарактеризувати фейки, які знайшли експерти ІМІ в українських медіа. Більшість виявлених фейків була пов'язана з містикою та передбаченнями: йдеться про гороскопи, прогнози на картах Таро із застереженнями на різні випадки життя та «пророцтва» астрологів щодо перебігу війни й майбутнього України. Окрім того, ЗМІ активно продукували матеріали низької якості, в яких певні групи людей зазнавали відвертої стигматизації» [30].

Досить значний масив відповідних неякісного журналістського продукту розповсюджувалося в соціальних мережах, на просторах різноманітних веб платформ. Ведучі також вдавалися до поширення тієї інформації, яка на їх погляд відповідала реаліям, але насправді була неперевіреною.

Свою думку стосовно випадків та ситуацій, коли мало місце використання медійниками неперевіреної інформації висловила вітчизняна журналістка, авторка книжок Н. Гуменюк: «Вся суть професійності – нести відповідальність за поширювану інформацію – дати її з перевіреного джерела, яке має право розповсюджувати цю інформацію. Наприклад, пораду, як тобі лікуватися, можуть дати сусідка, родичі або друзі. Але ж ти все-таки йдеш до лікаря, бо знаєш, що його вчили відрізняти одну хворобу від іншої, професійно обирати алгоритм лікування. Те саме і в журналістиці: будь яку інформацію може розповсюдити хто завгодно, але, знати, в кого взяти інформацію, як її професійно перевірити, щоб не втратити довіри людей, може тільки професійний журналіст» [11].

Грамотність серед телеведучих є однією з важливих якостей, яка є актуальною особливо під час вербального етапу роботи фахівця. Потрібно не лише вміти говорити грамотно, професійно, але й вишукано, красиво та

довершено. Щоб досягти такого результату, журналіст має також добре знати рідну мову і ніби вправний віртуоз застосовувати, кон'юктурно імплементувати відповідні здібності в практику.

Питання мови, на жаль, є досить протирічним для телеведучих, оскільки ще до нападу агресора існували представники телевізійної сфери, котрі вели свої випуски російською мовою, доносили свій матеріал саме таким способом: Д. Гордон, С. Шустер, О. Бацман, Є. Кисельов та інші. Ба більше, вони й на далі продовжують інтерв'ювати співбесідників таким стилем.

Варто сказати, що повномасштабне вторгнення дещо змінило цю ситуацію (чого вартує перехід на державну мову ведучих новин телеканалу «Інтер»). Проте під час проведення інтерв'ю з російськими та опозиційними політиками (так званими), вітчизняними та закордонними журналістами, митцями, спортсменами та багатьма іншими досить часто це реалізовується російською мовою. На разі, навіть розповсюдженою практикою є спілкування В. Портнікова з різними експертами та журналістами російською мовою, коли варто було від «останніх» вимагати розуміння української та комунікувати «нашою» мовою.

Влучно про ставлення медійника до мови сказала журналістка, сучасна представниця української інтелектуальної когорти М. Барчук: «Я завжди відчуваю наближення катастроф саме через мову. Якщо слова спровоковані й виснажені, нам соромно їх промовляти, якщо вони викликають у нас спротив, отже, є велика суспільна проблема. З іншого боку, дуже небезпечні у цьому сенсі соціальні мережі – аби виникала залученість, вони вимагають дедалі більшої емоційності або екстремальності висловлення» [34].

Про наявність опції інтелектуального комфорту для журналіста, де одним із факторів забезпечення такого результату є висококваліфіковані знання з рідної мови, говорять і теоретичні розвідки щодо цієї тематики. На думку вітчизняної дослідниці журналістики В. Гоян робота телевізійного презентера програми «...вимагає високих інтелектуальних здібностей. Це можна пояснити тим, що журналісту, зокрема телеведучому, доводиться працювати з людьми

різних професій та інтересів. Обізнаність в тій чи іншій темі є позитивною якістю для тележурналіста, адже у процесі взаємодії з аудиторією це одразу стає помітним» [10].

Говорячи про виявлення інтелектуальних здібностей телевізійного журналіста, варто пам'ятати, що «не є найрозумнішим» серед аудиторії та гостей студії, тому й поводитися треба відповідно: з повагою, комфортом та впевненістю: «Не можна також вимагати від ведучого наявності такої ж ерудиції, як у його співрозмовника. Ведучому достатньо мати лише здатність швидко засвоювати певну тематику інтерв'ю, аби вести бесіду жваво, з розумінням того, про що йдеться. Зрозуміло, що такою здатністю наділений не кожен ведучий» [12, с. 79].

До існуючого переліку можна додати ще такі важливі аспекти журналістської роботи:

- добре поставлений голос: є дуже важливо для гармонічної презентації телевізійного контенту, естетичності інформації що подається. Особливо ця опція є нагальною та важливою для дикторів, коментаторів, ведучих інформаційних програм;

- життєвий досвід, який вдало синтезується з практичним надбанням професіонала: нині, коли йде війна з агресором, професійні журналісти досить часто звертаються до своїх співбесідників, використовуючи фразу «Маю такий приклад» і т.п.;

- почуття гумору: якісний журналіст, має бути у якійсь мірі і психологом, котрий знає коли бесіду перевести у режим «сентиментальності», а коли доречними буде жарт, який розважить аудиторію, зніме напругу, дозволить почуватися комфортніше;

- витривалість, яка полягає яка може мати як мікромасштабний рівень (коли це треба виявити протягом нетривалого часу, зокрема під непростих дискусій із затятим опонентом, гостем у студії), так і мікро (коли триває певний відео марафон або програма йде в прямому ефірі і не має можливості йти на перерву);

– вміння працювати у колективі, щоб забезпечити кращу продуктивність виробленого медійного контенту: журналістика, як професія, є досить динамічною, де професіонал з ціллю отримання нових викликів, змінює редакції. Тим, хто вміє працювати в команді, відповідний процес дається значно простіше. Командна робота передбачає розуміння співведучого, оператора, режисера та інших учасників колективу;

– здоров'я (особлива важливість та цінність якого почала усвідомлюватися телеведучими у часи військового конфлікту з країною агресором).

Якщо говорити про професії серед телеведучих (традиційного характеру), то їх, як правило, науковці та практики зводять до загального списку, що включає такий список:

- «1) ведучий новин;
- 2) спортивний коментатор;
- 3) репортер;
- 4) інтерв'юер;
- 5) ведучий ток-шоу;
- 6) ведучий телевізійного шоу;
- 7) ведучий тематичних програм» [12, с. 9].

На наш погляд такий перелік професій є оптимальним та охоплює основні типи телеведучих, котрі функціонують у сучасному візуальному медійному просторі. Ми досить деталізовано оглянули основні аспекти професії телеведучого: від загальних характеристик і персоналізованих, до типів ведучих в тележурналістиці.

1.2. Трансформація роботи журналіста: аспект цифровий та воєнний

У цьому підрозділі ми аналізуватимемо, які фактори вплинули на трансформацію журналістської роботи, телевізійного ведучого зокрема. Відзначимо, що медіа працівники, котрі опанували професію в період до

активного вжитку соціальних мереж та платформ, процес технічною еволюції сприймали досить непросто.

Дослідники відзначають, що: «Ми вступили в нову еру створення, доставки і навіть визначення телевізійного контенту. Оцифрування паперових видань, розвиток потокових медіа, вибух створення масового контенту та доступ до різноманітного контенту на вимогу є одними з факторів, що зумовлюють цю трансформацію. А для бізнесу у сфері медіа та розваг постає більш нагальне питання: чи сприятиме ця еволюція зростанню, чи телевізійний ринок застигне у стагнації?» [63].

Якщо наприкінці минулого століття і початку діючого основним носієм контенту у сфері тележурналістики були відеокасети, то на разі значну частку опанували потокові сервіси, які продукують розважальний контент, аналітичний, документальний та інші. Реципієнти розважального контенту знайомі з такими назвами як Netflix, Hulu, Amazon Prime, Apple Tv+ HBO Max та інші. «Цей зсув призвів до посилення конкуренції між компаніями, які виробляють оригінальні програми. Як наслідок, мережі прагнуть адаптуватися, щоб задовольнити запити глядачів» [63].

Ідентифіковані вище нами провідні гравці теле індустрії та потокових сервісів стали потужною силою, котра внесла корективи у роботу традиційної медіа- та телевізійної індустрії. Зважаючи на швидкі темпи технологічних змін, ландшафт продовжуватиме розвиватися і виглядатиме зовсім інакше через десять років.

Останні соціологічні дослідження чітко засвідчують, що значно більше людей у різних вікових групах прагнуть відмовитися від традиційного кабельного телебачення. В середньому сім'ї можуть заощадити гроші, обравши кілька популярних стрімінгових сервісів як альтернатива стандартного кабельного телебачення, і їм не доведеться мати справу з контрактами та насолоджуватися переглядом без реклами. Не дивно, що люди відмовляються від кабельного телебачення [64].

Медіа-індустрія прогресує і суттєво трансформується. Деякі дослідники наводять приклади тих тенденцій, які, ймовірно, розвиватимуться в індустрії теле розваг протягом наступних 10 років, а відповідно і вплинуть на роботу телевізійного ведучого. Проте смарт-телевізори та віртуальна реальність змінюють спосіб взаємодії споживачів з контентом, впливають на процеси еволюції, де існує широкий спектр вибору (без примусу та вільно): «Індустрія телебачення традиційно пропонує набір популярних каналів, які споживачі купують у вигляді пакетів. Об'єднання каналів дає споживачам можливість придбати комбінований пакет, який теоретично коштує дешевше, ніж купівля кожного каналу окремо» [62].

Журналісти з традиційних медіа більше не визначають щоденний порядок денний, адже новина та її жвава дискусія стала реальною і без участі професіонала: чи то у ролі медіатора, чи то ведучого. У соціальній мережі виникла новина, автор її жваво обговорює з реципієнтами повідомлення, а вже масова частка аудиторії може сформувавши власну думку на основі таких дописів. І, як бачимо, без участі журналіста такий процес є цілком реалістичним.

Сучасна тенденція в індустрії телевізійних розваг полягає в наданні споживачам більшого вибору - чи то перегляд прямого ефіру, чи то улюбленого епізоду вчорашнього реаліті-шоу, чи то перегляд повного сезону минулого або теперішнього серіалу. Цілком доступним стало поставити на паузу той чи інший випуск, перенести на запланований час. «Поява потокових сервісів стрясє індустрію розваг і кабельного телебачення, пропонуючи споживачам більшу різноманітність, включно з телешоу на замовлення, фільмами та оригінальним контентом» [62].

Подібне розділення контенту дозволяє споживачам диктувати і тут свої умови: обирати та платити лише за ті канали, які їм до вподоби. Як наслідок, така конкуренція впливає на традиційне телебачення, так і їх працівників: вони удосконалюють контент, роблять його якіснішим, уважніше ставляться до інтересів аудиторії. Проте традиційне телебачення все ще може відвоювати

втрачені позиції, йому варто лише гнучко та рішуче впливати на ті зміни, що відбуваються у медіа просторі.

Важлива роль у ефективності професії телеведучого полягатиме у доборі інформації, сортуванні, верифікації, накопиченні, пошуку зв'язків між подіями, ідеями та людьми. «Найкращими і найпереконливішими будуть ті, хто зможе дати найповноціннішу інформацію в гострий момент тим, хто її потребуватиме. Це буде журналістика збагачена ще більшою прозорістю, що стосується її практики, професіоналізму в розслідуваннях, джерелах, зв'язках тощо [61].

Важливо, щоб телевізійні журналісти оперативно реагували на виклики часу і зміни, що відбулися. Вони мають відповідально поставитися до процесу оцінювання власної ролі у світі інформації, інакше нова аудиторія, яка захопила у свої руки інструменти журналістів, визначатиме, чи потрібні журналісти для сучасного світу.

Ще однією причиною, чому традиційні телевізійні випуски поступаються «інноваційним» (інколи веб-версія однієї особи перевершує свою ж в традиційному ТБ) є стрімке зростання недовіри до «старої» журналістики, її млявість в обговоренні, трактуванні різноманітних подій або явищ суспільного характеру.

Ба більше «... публіка тепер бачить, особливо за допомогою Інтернету, брак серйозних ексклюзивних новин, їхнього аналізу та експертної оцінки; люди помічають, що новини, які публікують на матеріалі комюніке преси чи інформаційних агенцій, усюди однакові; читачі розчаровуються в убогості фактів, у відсутності журналістської сміливості. Навіть великі медіа скоротили мережу кореспондентів за кордоном, послуги яких коштують дорого, але саме вони добувають ексклюзивну інформацію» [61].

З 2014 року, коли агресор почав незаконно вводити війська на територію нашої держави та вести кровопролитну війну, він використовував не лише традиційну зброю, але й гібридні елементи ведення війни. Вітчизняні телеведучі досить оперативно адаптувалися до такої діяльності ворога, намагалися створювати контент, у якому прагнули «рознести» поширені

агресором меседжі. «Вигадки про розіп'ятого хлопчика та візитівку Яроша вже стали класикою російських фейків. Однак на цьому викиди в інформаційний простір не завершуються, з початком чергової ескалації на українському кордоні кількість маніпуляцій та брехні від представників країни-окупанта лише збільшилася» [14].

Проте, зважаючи на можливості (технічні зокрема: ефір може тривати стільки, скільки зручно телеведучому, лексика не особливо цензурується, тому з ціллю емоційнішої подачі контенту, вдаються до вживання нецензурної лексики, використовуються різні локації та елементи для запису), телеведучі на альтернативних (традиційному ТБ) платформах досить яскраво та переконливо реалізують місію боротьби з пропагандою ворожою.

Хочемо наголосити ще один раз, деякі журналісти, котрі мають ефіри на «традиційному» телебаченні, здійснюють альтернативну діяльність на майданчиках, куди трансформували свою медійну активність. Інтернет видання «ШоТам» розповідає про блогерів та блогерок, які розвінчують кремлівські міфи та борються з російською пропагандою. Серед них – історики, журналісти, активісти та військові:

«1) Історія без міфів», фейків та маніпуляцій

Це один із найпопулярніших українськомовних історичних Youtube-каналів, який за майже два роки згуртував навколо себе понад 160 тисяч підписників. До студії «Історії без міфів» приходять фахові історики – доктори й кандидати історичних наук, професори, доценти та працівники наукових інститутів і музеїв. Кожен із них – спеціаліст із конкретної проблематики, здатний рознести будь-які міфи. До речі, не лише російські чи радянські.

2) «Історична правда» з Вахтангом Кіпіані

Разом із іншими дослідниками автор через деталі побуту, їжу, одяг та буденні звички переносить глядачів до різних епох: від часів Івана Франка до радянських таборів. Це чесна та фахова історія з дуже вдалим форматом.

3) Яніна Соколова та вечір без російської брехні

Беремо кілька кремлівських фейків, одну українську журналістку, перевірені факти, сатиру та (не)трохи ненормативної лексики. Це шоу «Вечір з Яніною Соколовою», у якому блогерка раз за разом намагається знищити брехню окупантів. У її проєкті дістається як російським журналістам, так і тамтешнім політикам, чиновникам та акторам без Оскара, які допомагають Кремлю в створенні фейкових новин та сюжетів. Загалом за Соколовою на платформі Youtube стежать понад 400 тисяч людей, а лічильник переглядів роликів перевалив за 60 мільйонів.

4) Телебачення Торонто – шоу здорового глузду

І хоча боротьба з пропагандою – не головна мета проєкту «Телебачення Торонто», шоу #@)€?§0 з Майклом Щуром – чудовий спосіб не зійти з розуму й розібратися в актуальних подіях. Найчастіше ведучі говорять про українську політику та культуру, а також глузують над квалістю російських та проросійських пропагандистів.

Під час одного випуску ви зможете почути і про Путіна з Лукашенком, і про російських реперів, які ну дуже прагнуть перетнути наш кордон, і навіть про бобрів чи конспірологічні теорії. Чого точно не бракує «Телебаченню Торонто» – так це почуття гумору та іронії. Цей контент сподобається кожному, хто має замало часу на YouTube, але раз на тиждень готовий виділити до 30 хвилин свого часу на дайджест головних новин.

5) Запорєбрік News – відповідь на пропаганду окупантів

Це авторська передача української журналістки Олени Курбанової, в якій ведуча висміює та розвінчує актуальні меседжі російської пропаганди. Стиль – типовий розмовний формат, однак цього достатньо, аби втримати увагу глядача та запропонувати факти замість вигадок» [14].

Такі телеведучі як Яніна Соколова, Олена Курбанова, група журналістів «Торонто ТБ» у першу чергу стали популярними серед аудиторії, завдячуючи своїй праці в телеекрані. Як бачимо вони (та багато інших ведучих візуального медіа), успішно трансформували, точніше удосконалили свої робочі навички на іншій медіа платформі, де довелося знову розпочинати боротьбу за аудиторію

(де й до нині продовжують працювати). Вітчизняні та закордонні журналісти, телеведучі намагаються трансформувати свою діяльність на інші платформи, персоналізуючи їх, діючи окремо від офіційної студії телеканалу.

Додамо, що до повномастштабного вторгнення, основна кількість тележурналістів, котрі також намагалися охопити простори Інтернету будували свої програми в стилі бесіди, розмови, де, як правило, запрошували в гості політиків, митців, спортсменів, інколи й представників медицини. на початку 2021 року видання «the babel» опублікувало перелік найпопулярніших в youtube журналістів та діячів відповідної сфери (див. Таблиця 1.1. Найпопулярніші інтерв'юери України), де популярність визначалася кількістю підписників на той чи інший канал [31]. Зазначимо, що до таблиці ми занесли дані лише про тих особистостей, котрі є ведучими на телебаченні.

Таблиця 1.1. Найпопулярніші інтерв'юери України

Прізвище та ім'я журналіста	Назва каналу в Інтернеті	Назва програми на телебаченні	Аудиторія в Інтернеті (2021 р.): Кількість підписників	Аудиторія в Інтернеті (2024 р.)
Дмитро Гордон	В гостях у Гордона	В гостях у Гордона	1,65 мільйона	3,84 млн
Яніна Соколова	Яніна Соколова	Рандеву	670 тисяч	1,1 млн.
Данило Мокрик	МокРес	Мокрик по живому	448 тисяч	1,02

Роман Скрипін	skrypin.ua		265 тисяч	419 тисяч
Маша Єфросініна	Екзамен		345 тисяч	740 тисяч
Анатолій Анатоліч	Зе Інтерв'юер	Ранок на Україні	201 тисяча	373 тисячі
Дмитро Поворозню к	Трендець	Коментатор телеканалу «2+2»	300 тисяч	378 тисяч
Віктор Вацко	Вацко Live	Коментатор ТРК «Україна»	107 тисяч	157 тисяч

Інформація, котру зібрали журналісти веб-видання «the babel» досить промовисто демонструє, що аудиторія в Інтернеті є досить різноманітною, схильна віддавати перевагу тим персонам, хто має більшу впізнаваність, візуальну популярність, використовують маркетингові стратегії для популяризації власного іміджу (наприклад Д. Гордон у міні перервах своїх інтерв'ю рекламує продукцію власного магазину, говорить про благодійність його організації і т.п.).

Перші чотири позиції у таблиці займають ведучі, котрі в основному говорять на тематику політики, війни, залучають до ефіру митців. При чому троє «останніх» ведуть ефіри українською мовою, у той час як Д. Гордон переважно російською (аргументуючи це широким спектром його аудиторії, яка розуміє відповідну мову).

Двоє журналістів – виключно спортивного характеру, де вони практикують студійні розмови з представниками відповідної сфери або виїзді студії до популярних спортсменів нашої країни. Єфросиніна та Анатоліч значно відомі як ведучі ранкових програм, а їх програми-бесіди є ніби продовженням журналістського універсалізму.

Стосовно показників аудиторії, які наведені у таблиці, можемо сказати, що підписників у Д. Гордона додалося більше ніж у двічі (за майже 3 роки), що є досить вражаючим показником. Стосовно Я. Соколової та Р. Скрипіна, то їх канали зібрали за відповідний період у півтори рази більше від того, що мали. Якщо Д. Мокрик, як і М. Єфросиніна, подвоїли «армію» своїх пошанувачів у більше ніж два рази, то А. Анатоліч дещо не дотягнув до відповідного результату за цей період. Д. Поворознюк та В. Вацко «обмежилися» цифрою, яка сягнула семидесяти восьми та п'ятдесяти тисяч відповідно.

Як можна інтерпретувати такі результати:

– правильним підбором гостей, які відповідають запитам та інтересам аудиторії. Наприклад, обговорюючи війну, Д. Гордон запрошує в гості представників різних професій (політики, військові, політологи, митці, експерти з військової тематики та ін.) та країн (України, Грузії, Вірменії, Латвії, Литви, Америки, Британії та інших). Тобто намагається охопити максимальну кількість аудиторії універсальними темами та гостями;

– на своєму каналі медіа працівники також пропонують відео контент, в яких вони виступають не лише в ролі ведучих чи автора програми, але й для аудиторії доступний той продукт, де вони вступають в ролі гостя студії, тобто інтерв'юють саме їх;

– намагаються чергувати хронометраж кожного епізоду, де годинні ефіри (часто і значно довші за тривалістю), змінюються значно коротшими: відео дайджести, нагальні звернення, реакції на ті чи інші події.

Зовсім банальним явищем стала бінарна (інколи й значно кратніша) діяльність ведучих телевізійних каналів: Яніна Соколова паралельно з програмою на «5 каналі», створює з командою продукт для платформи Youtube:

«Яніна Соколова продовжила пояснювати, для чого вона створила «Вечер»: «Нашою метою були росіяни, і нашою метою була вата, яка не до кінця розуміла, що вона вата. Як тобі це пояснити... Ну, є ж "хорошіє русскіє", є глядачі "хороших русскіх". І глядачі "хороших русскіх" закінчуються у своєму демократичному розвитку і лояльності та прихильності до України тоді, коли чіпають якийсь момент їхньої імперськості. Взагалі, на мою думку, всі хороші русскі, яких ви зараз бачите в ютубі, – це люди з беззаперечним геном імперськості, який з них нікуди не йде. Що б ви не робили – він нікуди з них не йде» [25].

У червні 2021 року (напередодні Дня журналіста), одна із авторок «24 каналу» створила матеріал під назвою «Осадча, Горбунов, Остапчук: найпопулярніші ведучі України» Авторка матеріалу не вказує, за якими саме позиціями вона визначила популярність, проте навела таку аргументацію для створення відповідного переліку: «Багато українських глядачів нетерпляче чекають на ту чи іншу програму, щоб побачити улюблених ведучих. За ними стежать у соціальних мережах, мріють про зустріч та розмову. З нагоди Дня журналіста ми підготували для вас особливу добірку, у якій розповімо про те, як бібліотекарям, філологам, економістам, акторам та іншим вдалося стати найпопулярнішими ведучими на вітчизняному телебаченні» [21].

Проаналізувавши відповідний список (див. Таблиця 1.2. Найпопулярніші Телеведучі аналогового телебачення (до повномасштабного вторгнення), ми побачили значну відмінність стосовно медіа персон у порівнянні з попереднім. Тобто, перелік осіб, що запропонований журналісткою «24 каналу», в основному містить імена тих медіаперсон, котрі працюють на традиційному телебаченні і через силу різних обставин вони не мають (майже кожен) популярних веб-каналів в Мережі.

Таблиця 1.2. Найпопулярніші телеведучі аналогового телебачення (до повномасштабного вторгнення)

Прізвище та ім'я журналіста	Назва телеканалу	Назва програми на телебаченні	Під час повномасштабного вторгнення
Катя Осадча	1+1	Світське життя	Голос
Юрій Горбунов	1+1	Танці з зірками	Голос, Сніданок з 1+1
Володимир Остапчук	ТРК Україна	Маска, Співають Всі	«Ліс рук» (телеканал «Дім»)
Дмитро Комаров	1+1	Світ навиворіт	Світ навиворіт, документальні проєкти про війну
Лілія Ребрик	ТРК Україна	Ранок з Україною	Декретна відпустка
Анатолій Анатоліч	ТРК Україна	Ранок з Україною	YouTube канал «Зе інтерв'юер»

Проте відповідні фахівці трансформували свою професію у інших напрямках:

- 1) ведуть декілька проєктів на телебаченні;
- 2) працюють на суспільних розважальних івентах, різноманітних подібних масових заходах;
- 3) здійснювали спроби трансформувати свою аудиторію та роботу на веб-платформи, проте не мали успіху;
- 4) одні пішли шляхом примноження ведення інших проєктів, іншим не зовсім вдалося трансформувати свої навички роботи в аналоговому телебаченні на інші платформи.

Той перелік, який був запропонований працівницею «24 каналу» є досить суб'єктивним, оскільки містить у списку (в основному) представників

інфотейменту. Так звана аналітична журналістика відсутня. Проте, промовистим є той факт, що майже ніхто не намагався трансформувати свою роботу на платформи, оскільки це є непросто, зважаючи на тип телеведучого, де ранкові програми, розважальні шоу не знайшли свого поціновувачі на альтернативних майданчиках.

І нарешті ,останню статистику, котру проаналізуємо у цьому підрозділі, стосується телеведучих та їх показників в Інтернеті: соціальні мережі, онлайн платформи та глядачі «Ми звикли вважати, що саме за ведучим у кадрі глядачі впізнають канал і вирішують, чи залишатися на ньому, чи перемикатися. Крім того, поширене уявлення, що популярні ведучі мають «свою аудиторію», яку можуть забирати при переході з одного телеканалу на інший» [43].

У цьому дослідженні, який датується Жовтнем 2022 року (тобто вже безпосередньо часи повномасштабного вторгнення), автори намагалися виявити різноманітні факти про активність телеведучих в Інтернеті:

- а) аудиторія та її показники;
- б) причини популярності;
- в) тип продукованого контенту в Мережі.

«На одній фокус-групі з телеглядачами ми дізналися, що більшість людей шукає сторінки ведучих у соціальних мережах. І цікавляться при цьому не особистим життям чи гарними фотографіями, а думками ведучого та його позицією щодо війни. А також звіряють те, що пише ведучий у соцмережах або говорить на своєму ютуб-каналі, з наративами, які лунають в ефірі – чи не можна зловити зірку на непослідовності?

Так нам спало на думку дослідити ютубівський і соцмережний вимір життя відомих телеведучих. Щоправда, тут виникає проблема з вибіркою, адже реєстру популярних телеведучих в Україні, як ви розумієте, немає. Тому ми musiли скласти список самі, й наперед перепрошуємо тих, хто не знайде себе в цьому матеріалі.

Для ведучих ми обрахували «індекс диджитал-популярності» – сумарну кількість підписників у фейсбуку, інстаграмі, телеграмі та ютубі. Можна було

би, звісно, додавати сюди інші соцмережі, але ці чотири – ті, що є практично в усіх популярних ведучих. І, як ми побачили, телезірки, популярні в одній мережі, навчилися переводити свою аудиторію на іншу платформу» [43].

Варто вказати, що автори власне зізнаються в певній слабкості репрезентативності відповідного дослідження, оскільки не має чіткої вибірки популярності вітчизняних телеведучих. Ба більше, не існує актуальної ідентифікації професії телеведучого: «Можна сперечатися, чи є Гордон телеведучим, однак чимало українців дізналися про нього і полюбили його саме в цій ролі» [43]. Подібна дискусія точиться достатньо тривалий період, проте, нині, умови диктує аудиторія, яка чітко дає зрозуміти кого вона і ким бачить, що є актуальним, а чого не вартує уваги.

На наш погляд, вітчизняний медіаринок є контрольованим окремими бізнес-структурами, котрі штучно формують медіа ринок, де щирим, висококваліфікованим не так просто зайняти своє місце. За результатами опитування, до топ-десяти увійшли (окрім згаданого Гордона, який посів першу позицію) «... кілька «мандрівників» – Нікітюк, Бедняков, Комаров, – і Сергій Притула, який фактично перейшов із категорії розважальних телеведучих у категорію політиків, громадських діячів, а потім – волонтерів. Осадчу і Горбунова можна вважати радше інстаблогерами, бо більшість їхніх читачів здобуті саме в цій мережі, в тому числі за допомогою технології гівевеїв. Ектор, Анатоліч та Карпачов мають вузьку тематичну спеціалізацію» [43].

Автори дослідження відзначають, що у фокусі уваги відповідних медіа персон перебувають різні теми, серед яких найбільш популярними (на думку споживачів контенту) є:

- а) політика;
- б) військова тематика;
- в) психологія.

Окрім перерахованих тем, журналісти намагаються ознайомити своїх пошанувачів зі своїми вподобаннями в їжу, дозвіллі, говорять про сімейне життя, гумористичні коментарі, оголошують збори фінансові та інші соціальні

ініціативи. Бачимо, що такі дії є також одним із елементів трансформації роботи телеведучого, де основною ціллю є розширення своєї традиційної аудиторії, утримання діючої. Телеведучі ніби прагнуть показати реципієнтам залаштунки свого позаефірного життя, діляться досвідом, прагнучи наблизитися до пошановувачів.

«Загалом можна констатувати, що присутність ведучих у соцмережах та на цифрових платформах стає необхідністю. Телеглядачі, особливо під час війни, активніше шукають у соцмережах та ютубі знайомі обличчя з екранів. Для ведучих це додаткова можливість формування власної відданої аудиторії та ближчого знайомства з нею. Для телеканалів – більша впізнаваність, розширення аудиторії й можливість посилити свій бренд» [43].

Досить характерною трансформацією роботи вітчизняних ведучих та журналістів є їх об'єднання з іншими представниками відповідної сфери або суміжної для створення спільного контенту. Ще до початку повномасштабного вторгнення вітчизняні медіа працівники взяли за практику (у когось регулярно, у когось перманентно) вести бесіди (так звані підсумки) з колегами «по цеху» медійному.

В. Портніков був та є регулярним гостем інформаційних програм (в Інтернеті) на каналі Я. Соколової та Є. Кисельова, Д. Гордон постійно спілкується з колегами В. Головановим, Н. Влащенко, О. Бацман (його ж дружиною), власний мoneofір та закордонними ведучими, тощо. Вже згадана О. Бацман має регулярні ефіри (з 2022 року, щоп'ятниці) з телеведучим політичного ток-шоу «Свобода слова» С. Шустером та іншими медіа персонами.

Як правило, така програма має тривалість до години, де обговорюють найбільш важливі епізоди, що відбулися на тижні, будують прогнози, пропозиції щодо різних ситуацій, тощо.

На наш погляд така практика, є інколи вдалою, а інколи не зовсім. Все залежить від тих рис, про які ми говорили у першому підрозділі: компетентність, поінформованість, ерудованість, інтелектуальні здібності

ведучого випуску. Досить показовим та непрофесійним (на наш погляд) було ставити майже у кожному ефірі запитання «Коли, на Ваш погляд, має закінчитися війна?» (регулярно авторами такого «креативу» були Д. Гордон та О. Бацман, Є. Кисельов та інші). З позиції емоцій аудиторії, вони розуміли, для чого це робили, але якщо говорити про раціональність та «зрілість» його, виглядає, м'яко кажучи непрофесійно.

Проте, це один із етапів трансформації журналістського функціонування в Мережі, де злиття ведучих є неминучим, особливо при обговоренні дискусійних тем. вважаємо, що така практика буде продовжена й надалі, матиме успіх серед аудиторії, за умов, якщо ведучий:

а) готується до ефіру відповідально та належним чином, серйозно ставиться до обраної тематики;

б) враховує інтереси аудиторії, а не послуговується правилом «Запитую те, що мені цікаво»;

в) розуміється глибинно на всіх темах, що обговорюються у програмі, є авторитетним експертом;

г) не дозволяє собі нецензурну лексику, лайливі вираження і тому подібні етичні огріхи.

Відзначимо, що через ланцюжок різних подій, ставлення до телеведучого та контенту, котру продукує, зі сторони аудиторії змінилося. Це значить, що у наш час старі бізнес-моделі не витримують конкуренції і руйнуються значно швидше, ніж проходить процес створення переконливої бізнес-моделі для ЗМІ в Інтернеті.

У наш час ведучий не може ігнорувати чи то думку експерта, чи аматора, з якими він розділяє певні завдання журналістики: збір інформації, аналіз, коментування і розслідування. Співпраця - це незамінна ланка в розвитку нової соціальної журналістики. Сфера журналістики розширюється за рахунок інших учасників світу медіа.

Не варто забувати і про афекти «зливу» інформації ,коли журналісти співпрацювали з різними «джерелами»: кейси «Вікілікс», «Панама пейперс» та

інших, коли вони змінили уяву про джерела інформації, продемонстрували, хто має доступ до секретних документів та як їх невимушено можна винести на публіку.

У такому цифровому світі цифрових технологій, має бути хтось авторитетний, котрий працюватиме як фільтр від неякісних «домішків» у висококваліфікованому продукті. Саме цю роль відводить нині медійна сфера телеведучому: прибрати зайве, користуватися лише перевіреним, надійним.

Отже, якість журналістської інформації, у першу чергу, пов'язана з професіоналізмом журналіста.

Нова журналістика цілодобово генерує процес розповсюдження повідомлень, інтерактивного продукту. Трансформаційні процеси передбачають опануванням медійником нових компетенцій. Проте роль фундаментальних якостей при цьому дедалі затребуваніші й актуальніші: якісні тексти, схильність до розслідувань і вміння вести його, професійна етика, експертні судження, критичний аналіз.

«Велика кількість інформації не є проблемою, проблемою є відсутність критеріїв відбору, брак застосування фільтрів. Очевидною є також і місія журналіста в організації демократичних дебатів. Ключові позиції посідають онлайн портали і твіттер, що з'єднують інформаційні потоки за рубриками: політика, суспільство, світ, культура, технології» [58].

Отже, еволюція технологій, конвергентність журналістики сприяли процесам трансформації роботи телеведучого: від зміни локації мовлення, до обов'язків та принципів роботи медіафахівця. Тепер телеведучий є розпорядником власного каналу, підбирає гостей, котрі цікаві і йому, і аудиторії, проводить опитування з пошановувачам, рекомендує надсилати запитання, які їх цікавлять та було б доречно поставити гостю студії.

Трансформація також полягає у обов'язках ведучого:

– він інформує аудиторію про канали його/її співбесідника, анонсує зустрічі;

- проводять фінансові збори коштів для військових та постраждалих від війни;
- комунікують з аудиторією через дописи, коментарі, зауваження та пропозиції;
- безпосередньо розробляють рекламний продукт, розміщують ролик у себе на платформі, отримують персональний дохід від тієї чи іншої маркетингової продукції;
- беруть на себе відповідальність за поширення інформації, слугують у ролі фільтру від неякісних повідомлень та інше.

У наступному підрозділі, ми оглянемо специфіку роботи журналіста під час війни, телевізійного у тому числі.

1.3. Робота журналістів у період війни

Коли починається війна або у період передвоєнний, працівники медіа відіграють досить таки значну роль. Вони мають моніторити справу в армії, підготовку держави до таких подій, подавати правильні меседжу аудиторії. Ба більше, бути голосом керівництва держави: як на всередині країни, так і зовні: «...зростаючий збройний потенціал Української держави сприяє підвищенню її міжнародного статусу, частково компенсуючи тимчасову економічну слабкість. Зазвичай потужна армія приваблює союзників, підсилює дипломатію, робить зовнішньополітичну пропаганду переконливішою» [8, с. 85].

Саме такі налаштування для медіа дає один із представників військової сфери нашої держави, політик та діяч В. Горбулін. Його заклики пов'язані з тим, щоб працівники медіа сфери частіше говорили про нашу міць, збройні сили, підбираючи якісніші, доречніші фрази, які б змушували одних тремтіти від того голосу, а інших пишатися. Як бачимо, роль журналіста є ключовою та важливою.

Давайте поставимо запитання: Хто ж він такий, військовий журналіст? Стає таким автоматично, коли говорить про війну? Чи це фактор часу: якщо збройний конфлікт присутній, тоді й маєш ідентифікатор відповідного медіа фахівця?

Розглянемо, що стосовно цього питання говорять вітчизняні та закордонні джерела.

«Великий тлумачний словник сучасної української мови» визначає дефініцію «воєнний» таким чином «...стосується до війни, пов'язаний з нею» [5, с. 155]. Тобто варто її розуміти як таку, яка активується, коли йдуть бойові дії на території, тоді журналісти, які описують відповідні події є воєнними.

Щодо терміну «військовий», то він у тому ж словнику тлумачиться як такий, що «...стосується війська, прийнятий, установлений у війську, в армії» [5, с. 145]. А це значить, що нагальною умовою для функціонування такого ЗМІ повинна бути армія (збройні сили): незалежна, чітко виокремлена на державному рівні інституція. А щоб таке медіа (військове) ефективно працювало, вони мають плідно співпрацювати з відповідним органом.

Вітчизняний дослідник Ю. Костюк підкреслює, що «військовими» вважають ті медіа: «...які регулярно висвітлюють військові питання, репрезентують суспільству процеси функціонування оборонного комплексу. Їх існування можливе в часи миру та в період війни, а мовлення безпосередньо присвячене висвітленню питань життєдіяльності Збройних сил, конкретних осіб, що формують порядок денний відповідного органу тощо» [23, с. 34].

Здається, що тут все зрозуміло і вичерпно. Ті журналісти, котрі говорили про армію до 2014 року варто називати «військовими». Відповідно «воєнною» варто називати ту, що виникає під час проведення бойових дій, де головним завданням є висвітлення ходу подій, підтримку поінформованості аудиторії, військових та аудиторію за кордоном. « Військовий журналіст та воєнний – це може бути одна й та сама особа, яка до війни висвітлювала питання армії, а в період гарячої фази пішла на фронт і подає суспільству інформацію з передової, з окопів» [23, с. 33]

Говорячи про природу буття військових медіа, то варто відзначити, що їх робота є і важливою, і має бути чітко продуманою, скоординованою з відповідальними структурами, особами. Військовий, як і воєнний журналіст, мають пройти відповідну підготовку, вишкіл, мати навички, знати свої права та обов'язки, розуміти обмеження, котрих варто дотримуватися та багато інших деталей. Такі медіа «...розраховані на забезпечення читачів, радіослухачів і телеглядачів інформацією, на створення необхідних умов для її осмислення та практичних дій на її основі» [9].

Досить важливим є аспект своєчасного усвідомлення тележурналістом того факту з ким він працюватиме, хто ці люди та яка специфіка їх комунікації (або, навіть її відсутності): «Маючи справу з такими специфічними темами, як збройні сили та оборона, розвідувальні служби та національна безпека, журналісти в ідеалі повинні отримувати відповідні знання про предмет» [19].

Що ми маємо на увазі, коли говоримо про попередню підготовку та кваліфікацію журналіста для висвітлення відповідних подій (чи то перебуваючи безпосередньо на передовій або дистанційно висвітлюючи цю тематику).

Одну із відповідей нам надає Комісія з журналістської етики: «Це проходження спеціального тренінгу з роботи у ворожому середовищі і з надання першої медичної допомоги. Також необхідно отримати акредитацію ЗСУ для роботи в районах бойових дій і за кілька днів до виїзду надіслати запит прес-офіцеру або прес-офіцерці бригади, де ви плануєте працювати. Потрібно мати захисне спорядження (бронежилет, каска), а також аптечку.

Під час подання запиту на акредитацію журналісти надають лист від редакції і копію редакційного посвідчення або копію посвідчення Національної спілки журналістів України чи іншої спілки журналістів. Фрілансери можуть отримати акредитацію, якщо нададуть клопотання від редакції, з якою співпрацюють. Таким чином, блогери не можуть отримати акредитацію ЗСУ для роботи в зоні бойових дій, оскільки не мають стосунків із редакцією і займаються своєю діяльністю на волонтерських засадах» [22].

Нагадаємо, що навіть пишучи про війну, журналіст має бути прихильником загально прийнятних стандартів професії, чітко відмежовувати свою поведінку від аматорів, пам'ятати, що не все, що публікують цивільні та, навіть військові є правильним рішенням: з позиції гуманності, конфіденційності та інших характеристик (див. *Таблицю 1.3.*)

Таблиця 1.3. Робота з інформацією журналіста та не представника професії (військового, цивільного)

Військові	Професійні журналісти
знімаю, про що хочу, пишу, коли хочу	спеціально навчені збирати, перевіряти і подавати інформацію
відсутність збалансованості, суб'єктивізм	знімають не те, що хочуть, а те, що суспільно важливе
унікальні кадри з малодоступних місць, ефект присутності	наявність редакційної політики, планів і завдань
оперативність залежить від обставин: іноді відео з'являється після переведення підрозділу на нове місце	дотримання журналістських стандартів та Кодексу етики.

Професор, доктор історичних наук Юрій Шаповал свого часу написав наукову статтю, де намагався дати власний погляд щодо процесу хронології збройних конфліктів: «Важка це справа – писати про війну. Хоч як пиши – нікому не догодиш. Праві скажуть, що ти недостатньо правий і спотворюєш історію, а ліві – що ти націоналіст і також спотворюєш історію. Тому багато моїх колег-істориків застосовують простий як граблі, але надійний засіб: у різних аудиторіях виступають по-різному, підлаштовуючись під тих, хто їх слухає, розставляючи відповідні акценти» [53].

Такий маніфест-порада є досить практичним і для працівників тележурналістики, адже описувати події на фронті, навколо нього є справою досить таки складною: кров, зброя, біль, полон, жертви, біженці, втрачені домівки, поламані душі та багато іншого негативу вона несе. Одночасно, не попереджаючи та з максимальною жорстокістю і підготуватися тут дуже непросто.

За часи повномасштабного вторгнення траплялися випадки (насправді корисного характеру), коли ті ж історики, намагаючись упередити «катастрофу» журналістського плану при написанні того чи іншого матеріалу, намагалися дивитися на умовний текст не з позиції історії, а з точки зору «перспектив історії» (мислячи наперед).

Подібне ми помічали і під час підбору дефініцій для опису ситуації: «війна», «конфлікт», «внутрішній конфлікт» (останнє є абсолютно неприпустимим і відзеркалює ворожі наративи). Також існували контраверсійні думки стосовно правопису країни агресору (з великої літери чи малої), винні чи не винні письменники країни агресора, які створювали свій контент ще століття тому і т.п.

Після того, як група агресорів вчинила теракт на Каховському водосховищі і підірвала його, в українському медіапросторі виник певний колапс (провалля), оскільки не всі розуміли як писати про відповідну подію, на які джерела посилатися та інші аспекти. «Полегшити» життя українських представників медіа спробував провідний вчений, історик, один із найпотужніших інтелектуалів сьогодення Тімоті Снайдер. На одному із веб-джерел він розмісти матеріал де надав поради, як писати про подібну катастрофу: «Ось мої думки про те, як відповідально висвітлювати цю подію.

1. Уникайте спокуси почати розповідь про цю рукотворну гуманітарну та екологічну катастрофу з "урахування точок зору обох сторін". Це не журналістика.

2. Заяви російських речників про те, що Україна мала до цього якийсь стосунок (в цьому разі – підірвала дамбу), не є частиною розповіді про реальну

подію в реальному світі. Це частина іншої розповіді: розповіді про всі обурливі заяви, які Росія робила про Україну з моменту першого вторгнення в 2014 році. Якщо брати до уваги російські заяви про дії України, то тільки в такому контексті.

3. Подавати російські заяви поряд з українськими – несправедливо щодо українців. У цій війні те, що говорили російські речники, майже завжди було неправдою, тоді як українські речники здебільшого говорили правду. Таке зіставлення точок зору обох сторін передбачає їхню рівність, а це унеможливорює розуміння читачем цієї важливої різниці.

4. Якщо необхідно процитувати російського речника (наприклад, Дмитра Пескова), варто згадати, що ця конкретна особа брехала про кожен аспект цієї війни з самого її початку. Це контекст. Читачі, які підхоплюють розповідь у середині, повинні мати змогу розуміти цю деталь.

5. Якщо цитується російська зовнішня пропаганда, корисно також цитувати російську внутрішню пропаганду. Цікаво, що російські пропагандисти вже давно стверджують, що українські дамби повинні бути підірвані, а російський парламентар сприймає за належне те, що Росія підірвала дамбу, та радіє смертям і руйнуванням, які спричинені цим.

6. Коли розповідь починається з урахування точок зору обох сторін, читачам натякають, що об'єкт фізичного світу (наприклад, дамба) насправді є лише елементом наративу. Їх спрямовують у неправильний жанр (літературу) саме тієї миті, коли потрібен аналіз. Це робить ведмежу послугу їхній свідомості.

7. Дамби – це фізичні об'єкти. Питання про те, чи можуть вони бути зруйновані і як саме – це питання для людей, які знають, про що вони говорять. Хоча ця цінна стаття "The New York Times" має вищезгадані недоліки, вона має велику перевагу в тому, що розглядає дамби як фізичні об'єкти, а не як предмети наративу. З такого погляду стає зрозуміло, що дамба могла бути зруйнована лише вибухом зсередини.

8. Росія контролювала відповідну частину дамби, коли вона вибухнула. Це суттєва частина контексту. Це переважає те, що хтось сказав. Коли розслідується вбивство, детективи думають про знаряддя злочину. У Росії вони були. Україна їх не мала.

9. Ця історія не починається з моменту вибуху дамби. Читачі повинні знати, що протягом останніх 15-ти місяців Росія вбивала українських цивільних і руйнувала українську цивільну інфраструктуру, тоді як Україна намагалася захистити своїх людей та інфраструктуру, яка підтримує їхнє життя.

10. Умови, в яких відбувся підрив, також варто оцінити з точки зору історії. Військова історія пропонує важливе пояснення. Наступаючі армії не підривають греблі, щоб перекрити собі шлях до просування. Відступаючі армії підривають дамби, щоб сповільнити просування іншої сторони. У відповідний момент Україна наступала, а Росія відступала» [45].

Надзвичайно прикро що за весь період існування незалежності держави, вже понад десятирічну війну з кровожерливим ворогом, медіа спеціалісти та фахівці не змогли упорядкувати питання поведінки журналіста при висвітленні військового конфлікту, не виписали ті норми, стандарти, які для численної кількості фахівців будуть корисними, доречними.

Навіть самі журналісти інколи мають труднощі з поясненням того, на що варто спиратися (які є мірила на законодавчому рівні) при подачі інформації про війну: «Інтерв'ю з журналістами та обговорення в форматі фокус-групи показали відсутність єдиного, домінантного підходу до висвітлення конфлікту й тем, дотичних до конфлікту. Натомість можна спостерігати значний плюралізм у підходах, професійних орієнтирах та високий рівень непевності щодо «...правильного» висвітлення тем, пов'язаних із конфліктом, серед журналістів. ... українська спільнота досі не виробила універсальних правил та настанов, триває пошук професійних орієнтирів у журналістському середовищі. Крім того, такий редакційний плюралізм показує відсутність координованої державної цензури медіа в умовах війни» [38, с. 3].

Нині в Україні готують багатьох студентів до професії журналіста, ведучого зокрема. Але найкраще навички та умови роботи у відповідний час гуртуються професіоналом безпосередньо на практиці, тобто на передовій та її околицях.

На жаль, деяким журналістам доводиться за це віддати найдорожче – здоров'я, ба більше і своє життя. «Рекордна загальна кількість журналістів у всьому світі наразі затримана 533, відповідно до щорічного огляду насильства та жорстокого поводження з журналістами, опублікованого Репортерами без кордонів (RSF). Цього року кількість загиблих знову зростає – до 57, 65 журналістів у заручниках, а 49 вважаються зниклими безвісти» [59].

Така статистика, що подається поважною організацією «репортери без кордонів» є досить промовистою та сумною. Кожен відповідальний журналіст, обираючи місце роботи та тематику, має пам'ятати про існування подібних статистичних даних, розуміти їх реальність та вразливу небезпечність. «Загалом 57 поплалися життям за своє зобов'язання повідомляти новини у 2022 році – це на 18,8% більше, ніж у 2021 році, після дворічного періоду відносного спокою та історично низьких показників. Війна, яка почалася в Україні 24 лютого 2022 року, є однією з причин такого підйому. За перші шість місяців війни загинули вісім журналістів» [59].

Незважаючи на такі страшні цифри, небезпеку, ризик та неадекватність ворога, багато представників журналістської професії продовжують говорити про війну: щиро, відверто, максимально деталізовано.

Вони прагнуть підтримати бойовий дух військових, допомогти колегам, тим, хто потребує допомоги, наблизити, врешті решт, перемогу. «Питання про те, чи повинні ЗМІ активно виступати за мир чи діяти як нейтральний хронікер подій, тим важче відповісти, оскільки дві універсальні цінності часто взаємно несумісні. Що стосується останньої війни в Іраку, то такими цінностями були, наприклад, права людини та мир» [56].

16 лютого в Україні відзначають День військового журналіста – дата, суть якої та глибину ми змогли повністю осягнути лише після 24 Лютого 2022

року. Саме завдяки таким хоробрим і професійним нашим громадянам, увесь світ побачив, що таке діяльність агресора, про їх злочини та нелюдське ставлення до громадян України. Тележурналісти, радійники, представники діджитал платформ та фахівці з фотоапаратом зафіксували чималу кількість такого контенту:

«— Жахливе влучання російського снаряду в житловий будинок у Маріуполі, чоловік, який плаче над тілом вбитої росіянами дружини в Харкові, де авторами виступають М. Чернов, Є. Малолетка;

– Сміливі Ліберови (прим. автора – Влада та Костянтин) сідають в машину та рушають туди, де зараз найгарячіше: торік це був Миколаїв, Херсон, потім – Донбас, тепер на їхній сторінці кадри з Бахмута. Фотографії Ліберових перепубліковують найвпливовіші світові видання і президент України;

– Журналістка й документалістка Юлія Кочетова висвітлює війну з 2014 року. Юля розпочинала кар'єру як редакторка новин, тож перехід у воєнну журналістику став логічним продовженням її попередньої роботи. Матеріали її публікують найвідоміші медіа світу: ViceNews, DerSpiegel, Reuters... В інтерв'ю журналістка зізнається, що іноземні медіа часто просять її знімати біль і трагедії, загиблих людей та понівечені тіла, але вона вважає надважливим не тільки документувати жахіття війни, але й транслювати в світ історії незламних українців – не жертв, а воїнів» [19].

Саме так пишуть про журналістів фоторепортерів їхні колеги під час війни: вони допомагають зафіксувати злочини, показати війну такою, яка вона є, де мінімум ретуші та максимум реальності.

На жаль, деякі фотографи втратили життя саме через прагнення зробити знімок який наблизить до перемоги: «1 квітня після тривалих пошуків у районі села Гута Межигірська на Київщині поліція знайшла загиблим фотографа та документаліста Макса Левіна.

Максим у супроводі Олексія Чернишова, військовослужбовця та в минулому фотографа, відправились у Гуту Межигірську 13 березня документувати наслідки російської агресії. Вони залишили машину та пішли в

бік села Мощун. З того часу зв'язок із обома чоловіками зник. Пізніше стало відомо, що в районі, де Макс збирався працювати, розпочались інтенсивні бойові дії.

Місцезнаходження та доля Олексія Чернишова наразі не встановлена. Понад 10 років Максим працював у редакції LB.ua, також співпрацював з агентствами Reuters, BBC, TRT World, Associated Press, Hromadske. Його фото публікували Wall Street Journal, TIME, Breaking news Poland та інші. Більшість його документальних проєктів пов'язані з війною в Україні. "Кожен український фотограф мріє зробити фото, яке зупинить війну", – пояснював журналіст.»допоможе «завершити війну» [17].

Окрім виконання своїх прямих обов'язків – інформувати суспільство про перебіг подій, намагатися зняти стрес, працівники відповідної сфери борються за справедливість, умови людського життя: «Зміцнення миру та міжнародного взаєморозуміння, просування прав людини та протидія расизму, апартеїду та підбурюванню до війни вимагають вільного потоку, ширшого та краще збалансованого поширення інформації. У цьому провідний внесок мають ЗМІ. Цей внесок буде ефективнішим у тій мірі, в якій інформація відображатиме різні аспекти теми, що розглядається» [57, с. 214].

Ми вже неодноразово говорили, що тележурналісти, як представники пізнаваної верстви населення, використовують свій статус та популярність, щоб допомогти зібрати гроші, одяг, продукти та інші необхідні речі для військових і не лише.

Кожен свідомий журналіст, намагається хоч на йоту полегшити життя, на секунду пришвидшити перемогу і на краплю зменшити кількість сліз, печалі. «Після повномасштабного вторгнення РФ в Україну 24 лютого 2022 року, багато зірок телеканалу 1+1 почали допомагати військовим, медикам і біженцям. Хтось з українських артистів вступив до ТРО та ЗСУ, а хтось розгорнув волонтерську діяльність» [21].

І подібних дописів, історій про допомогу можна знайти чимало. Тележурналіст трансформується не лише у професійному плані, але й соціальному.

«1. Робота журналістів під час війни є важливою, необхідною та відповідальною.

2. Під час війни журналісти не можуть продовжувати працювати в такому самому режимі, в якому вони працювали в мирний час.

3. Деякі зі стандартів журналістики в умовах бойових дій є небезпечними для життя та здоров'я як самих журналістів, так і інших людей, а деякі можуть завдати шкоди державній безпеці.

4. Представлення «балансу думок», «іншої точки зору» під час захисту країни від військової агресії неможливе.

5. Журналісти та медіа мають нести відповідальність (моральну й не тільки) не тільки за достовірність інформації, що поширюється, а й за можливі наслідки її оприлюднення з точки зору безпеки.

6. Супротивник невпинно моніторить інформаційне поле. 80% розвідувальної інформації береться з відкритих джерел. Про це слід постійно пам'ятати й фільтрувати всю публічну інформацію й тим більше матеріали ЗМІ.

7. Гонитву за якомога швидким оприлюдненням інформації слід відкласти до мирного часу. Якщо є хоча б один шанс, що швидке поширення якоїсь новини може бути шкідливим з безпекової точки зору, треба відкладати оприлюднення такого матеріалу.

8. Головними джерелами інформації, яку можна й слід оприлюднювати без додаткової перевірки, на час війни стають органи влади, насамперед - Генеральний штаб Збройних сил та Міністерство оборони.

9. Журналістам та редакціям доведеться консультуватися з силовими структурами та займатися самоцензурою під час підготовки матеріалів.

10. Жоден сюжет чи стаття не варті життя його авторів» [15].

Всі ці пункти були запропоновані редакцією газети «День», як гайдлайн для працівників професії журналістика. Можна дискутувати, додавати до кожного з пунктів щось, але ми лише зауважимо на останньому пункті, де мова ведеться про життя фахівця, тим факторам, що йому загрожують. Не залишившись живим, не зможеш розказати нації про чергові злочини, оригінальні історії та ін.

Ті медіа експерти, котрі мають досвід висвітлення війни, можуть переповідати багато різноманітних історій, але розумний, вольовий та досвідчений, обов'язково розкаже про те, як на війні зберегти... себе. Як журналісту не втратити гуманність, розуміння цінності життя, просто не з'їхати з глузду.

Досвідчений закордонний кореспондент, який перебував у ролі журналіста в багатьох місцях збройних зіткнень, написав книгу «Як писати про війну». рекомендуючи свою роботу аудиторії до ознайомлення Ш. Шмікл зазначає, що книгу варто сприймати як: «Рекомендації від досвідчених журналістів-ветеранів щодо подолання емоційних труднощів під час висвітлення війни» [60].

Одне із ключових питань, що є у епіцентрі професійної, медійної (і не тільки) дискусії – емоційні проблеми, що виникали у журналістів, як результат роботи у зоні бойових дій або пов'язані з відповідною діяльністю. Один із дослідників підкреслює, що недостатньо лише засвоїти правила поведінки та безпеки, раціонального використання захисного спорядження на фронті.

Звісно, що такі опції є неодмінними при перебуванні ведучого на виконанні небезпечного завдання, але нагальним правилом є також турбота про стресові ситуації та здатність їх долання. «Варто попідкуватися про свій емоційний стан до того, як травма порушить вашу здатність ясно мислити і добре виконувати свою роботу. Ви будете схильні посилювати емоційність своїх матеріалів, бо саме цього очікують від журналістики» [60].

Автор цих рядків Ш. Шмікл має практичний досвід перебування у зоні бойових дій як журналіст, тому ділиться тими порадами, котрі персонально

імплементував у своїй ситуації. Ба більше, за його словами такі дії є дієвими та ефективними. Перелік порад, що покликані допомогти медіа працівникам під час перебування на фронті (або при висвітленні тематики війни) від ризику ментальних зривів, неврологічних захворювань і т.п., були виписані лаконічно у шість пунктів:

«1) Завжди дотримуйтеся заздалегідь складеного плану. Встановіть зв'язок з вашою редакцією, сім'єю та іншими журналістами.

2) Якщо замінюєте кореспондентів у зоні бойових дій або до них долучаєтесь, намагайтеся отримати якнайбільше порад від колег.

3) Журналістів, які мають військову підготовку, часто сприймають за своїх. Тому завжди потрібно дотримуватися професійної дистанції від військ.

4) Спіть, харчуйтеся якнайкраще, за можливості робіть вправи. Якщо не можете поговорити з тим, кому довіряєте, просто запишіть свої відчуття.

5) Дозвольте собі нормальні людські реакції. Ви хоробрий журналіст, але й людина з глибокими емоціями, які можуть потім заважати роботі.

6) Варто занепокоїтись, коли безсонні ночі, провали пам'яті керують щоденними емоціями, і не можете їх позбутися. Таке може статися після пережитого травматичного досвіду – наприклад, бомбардування» [60].

І на останок поговоримо про обмеження, лімітації, котрих зазнає робота журналіста, телеведучого зокрема. Як правило, вони чітко написані та зафіксовані у вітчизняних та міжнародних законодавчих нормах: і щодо правил поведінки на бойових позиціях, і комунікації з військовими, і стосуються контенту, котрий не варто публікувати.

Про розміщення військових підрозділів, розкриття імен та інших деталей про воєнного, переміщення техніки. Така та інша подібна інформації є заборонена не лише для оприлюднення, але є незаконною ще на етапі збирання таких даних. Журналіст має пам'ятати, що відповідні порушення несуть за собою адміністративні та кримінальні покарання.

Телеведучий, окрім власного обмеження від подібної діяльності, має закликати до таких кроків суспільство, проводити для них ознайомчу роботу,

просвітницьку. Чітко пояснювати, що у таких дій не має жодного позитиву, лише принесе шкоду.

Серед ключових виділимо таке «...кореспонденту не бажано брати до рук зброю та робити фото у такому вигляді, оскільки подібний фактаж може стати причиною судового слідства чи неприязні з боку того чи іншого військового підрозділу, діяльність яких він висвітлює» [56].

Ця норма є обов'язковою до виконання, проте зауважимо, що вона не гарантує захисту життя, оскільки ворог не завжди є зразковим носієм міжнародним норм та законодавства (свідченням чого є кейс М. Левіна, про який ми говорили раніше). Деякі експерти-правники говорять, що зброю може використати представник медіа, коли випадок кваліфікуватиметься як право людини на самозахист та загроза її життю.

Маємо нагадати ще один важливий аспект роботи «медійника» під час війни, а саме про категорії та види інформації. Журналістові обов'язково потрібно брати до уваги ті обмеження, які існують у доступі до інформації та власне, її розповсюдженні. «Не вся інформація може бути вільна запитана та використана. Адже є й інформація з обмеженим доступом – таємна, конфіденційна, службова. В час дії воєнного стану особливо важливо дотримуватись «букви закону» і не публікувати тих даних, які можуть прямо чи опосередковано зашкодити безпеці держави та її громадян. Але законодавство про доступ до публічної інформації, яке і визначає ці види інформації з обмеженим доступом, не змінювалось з моменту початку повномасштабного вторгнення, тому якщо ви працювали з інформацією – підходи, обмеження та покарання залишилися тими ж, що й раніше» [51].

Нагадаємо, що 34 стаття Конституції України передбачає, що під час війни заради національної безпеки можливі й допустимі обмеження у аспекті свободи слова. Така норма є нагальною, обов'язковою до виконання, оскільки її ігнорування або неправильне використання може завдати шкоди, з іншої сторони, принести зиск ворогу.

Власне працівники журналістської сфери мають різні думки стосовно цього, ми б хотіли процитувати у цьому випадку М. Гонгадзе: «Ви сприймаєте самоцензуру як відповідальний крок оцінки своїх дій. Але часто журналісти можуть стримувати себе у висвітленні складних тем. Не всі повідомлення стосуються війни, є багато внутрішніх проблем. Невже у країні стало все прекрасно? Ні. Є корупція і багато інших проблем. Журналісти себе обмежують, не роблячи певні матеріали. Журналісти-розслідувачі перейшли в розслідування військових злочинів, припинивши розслідувати, наприклад, корупційні скандали. З іншого боку, суспільство не готове до будь-якої негативної інформації. Мовляв, нехай буде та корупція, головне, щоб припинилися обстріли. І це нормальна реакція, коли питання безпеки виходять на перший план стосовно соціальних проблем. Але я не сприймаю самоцензуру як хорошу річ. Для відповідального журналіста це, можливо, і має якийсь сенс. Однак загалом це досить небезпечно» [20].

Отже, у першому розділі ми познайомилися із персоною телеведучого. Проаналізували ключові аспекти та риси такої персони: інтелектуальність, знання мови, розуміння своєї аудиторії, ерудованість, здатність до гнучкої реакції на зміни у навколишньому (професійному середовищі).

Дослідили моменти трансформації професії телеведучого, окреслили аспекти та характеристики відповідної процесії: які альтернативні платформи для роботи обирає сучасний телеведучий, які елементи промоції та недоліки існують.

В останньому підрозділі цього розділу ми поговорили про роботу журналіста під час воєнних дій: про обов'язки та обмеження, що варто робити для підтримування ментального здоров'я фахівця.

РОЗДІЛ II ТРАНСФОРМАЦІЯ РОБОТИ ТЕЛЕЖУРНАЛІСТКИ

2.1. Характеристика професійної діяльності ведучої Наталії Мосейчук

Журналістка, котра є у фокусі нашого дослідження, має досить багату біографію, а її медійна діяльність чітко засвідчує про процеси трансформації, котрі відбуваються у житті журналістів вузального медіа: «Наталія Мосейчук, телеведуча 1+1 та Єдиного марафону новин, YouTube блогерка, кураторка проєкту Право на Освіту, Школи Супергероїв та загальнонаціональної премії для вчителів Global Teacher Prize Ukraine» [38].

Для багатьох глядачів та експертів, журналістка відома фразою «Не вірте на слово політикам», котру вона регулярно адресувала аудиторії, коли розпочинала випуски своїх програм (зокрема успішного телепроєкту «Право на владу»).

Тележурналістка є працівницею телеканалу «1+1»: ведучою програм «Право на владу», «ТСН», яка до повномасштабного вторгнення була однією із інформаційних програм нашої країни. Новини на відповідному каналі часто є політично виваженими, інколи не зовсім, що залежить від тематики новини та кого вона стосується.

Одним із елементів успіху відповідної програми є ведучі, котрі стали упізнаваними особистостями, допомогли програмі досягти пристойних рейтингових показників та авторитетності. Алла Мазур, Ігор Слісаренко, Людмила Добровольська, Олесь Терещенко та інші були (деякі і про цього часу залишаються) обличчям програми.

Однією з таких ведучих інформаційних випусків новин є Наталія Мосейчук, яка завдячуючи створеному образу, стилю, розстановці акцентів, виваженості (проте існували поодинокі випадки, коли телеведуча під час ефіру дозволяла собі надмірну емоційність), м'якості у ставленні до співбесідників та

іншим характеристикам стала однією із найпомітніших ведучих інформаційних програм у вітчизняній хроніці тележурналістики.



Рисунок 2.1. Наталія Мосейчук

Коротко про її біографію: «Мосейчук Наталія Миколаївни. Випускниця факультету іноземних мов. Ведуча телеканалу «1+1». Наталія Мосейчук народилася в Теджені (Республіка Туркменістан) у сім'ї військового. Освіту здобула у Житомирському педагогічному інституті на факультеті іноземних мов, який закінчила 1995 року.

Ще під час навчання почала працювати журналістом та ведучою на житомирському обласному телебаченні. 1997 року здобула першу популярність як ведуча інформаційно-розважальної програми «Ранкове ревію» на телеканалі «Інтер». З 1998 року – ведуча новин на телеканалі ЮТАР, а з наступного – ведуча новин телекомпанії «Експрес-Інформ». 2003 року Наталія Мосейчук стала ведучою служби інформації «5-го каналу». У цей час вона створює і веде телепрограму «VIP-жінка».

У серпні 2006 року почала працювати ведучою ТСН на каналі «1+1», а з вересня паралельно – автор та ведуча проекту «Приховане життя» про публічний та непублічний бік життя відомих політиків. З березня 2007 співведуча програми «ТСН. Підсумки». Нагороджена відзнакою Верховної Ради України.

Названа Журналістом року в сфері електронних ЗМІ. У 2013 році отримала премію Телетріумф у номінації «Ведуча інформаційної програми». Володарка національної премії Людина Року [33].

Наталія Мосейчук за весь період своєї професійної діяльності має певні здобутки: му 2009 році визнана «Людиною року» в номінації «Журналіст року в сфері електронних ЗМІ».

Як бачимо, випускниця Житомирського педагогічного інституту (спеціальності іноземна філологія, 1995 рік), ще у ході процесу здобуття освіти прагнула опанувати інше професію – журналістика. Про її журналістський шлях ми можемо знайти дані у таблиці 2.1. (*Етапи журналістської роботи Н.Мосейчук*).

Таблиця 2.1. Етапи журналістської роботи Н.Мосейчук

Рік	Медіа	Програма	Посада
1993	Житомирське обласне телебачення	Новини	Ведуча
1997	ТК «Інтер»	Ранкове ревію	Ведуча
1998	ТК «Ютар»	Новини	Ведуча

1999	ТК «Експрес інформ»	Новини	Ведуча
2003	ТК «5 канал»	Служба інформації	Ведуча
2006	1+1	ТСН	Ведуча
2016	1+1	«Право на владу»	Ведуча
2023	1+1	Мосейчук +	Ведуча
2023	Youtube	Тема з Мосейчук	Ведуча

Переглянувши чималу кількість різноманітних програм за участю ведучої Н. Мосейчук, ми можемо дати їй таку характеристику: досить спокійна ведуча, врівноважена, має приємний тембр голосу, вдумлива. Комфортно себе почуває в кадрі, відповідно і наявна гармонізація з камерою, створення відчуття легкості закріплення та представлення такого образу аудиторії.

Журналістка є жінкою середнього віку (народилася 30.05.1973 року), має вишуканий смак (як в ефірі програм, так і поза офіційними випусками). Вбрання стримане, але не має ознак чіткого дрес-коду, що дозволяє просувати аудиторії образ «дружньої бесіди», спілкування.

Переважають темні та світлі кольори, з відтінками коричневого та синього. Досить часто зовнішній образ доповнюється аксесуарами, такими як намисто чи сережки, які доповнюють її стиль, а не є виділяючими факторами.

За словами вітчизняної дослідниці образу телеведучої С. Лісової: «Зовнішність Наталії Мосейчук приваблива, така, що запам'ятовується, хоча

риси обличчя не ідеально-гармонійні. Контури обличчя не витончені, а навіть строгі – овальне лице, близько посаджені очі, тонкий ніс. У такому образі відчувається своєрідна сила та витримка. Голос приємний, середньої висоти, помітне деяке «окання». У манері говорити мовні періоди доволі короткі, тобто зниження й підвищення тембру відбувається швидко; мовна мелодія має свій характерний темп».

Наталія Мосейчук ідеально вміє керувати своєю мімікою та жестами. Дуже часто можна помітити, що ведуча нахилиє голову вправо. На мові жестів це допомагає здобути прихильність, що в роботі з теле аудиторією є одним з найважливіших завдань. Ведуча професійно виявляє свої емоції перед телекамерою, показуючи тільки те, що вимагає від неї сюжет. Це вдало створена «маска-образ» [28, с.59].

Говорячи про стиль подачі емоцій, як бачимо, на думку С. Лісової телеведуча «одягає маску», ніби вдаючи те, що мав робити у цей момент пересічний українець. Ми погоджуємося з дослідницею та для підтвердження наведемо три епізоди, які чітко характеризують трансформацію образу Мосейчук, які виявилися у ході проведення програм.

Перший кейс датується весною 2019 року, де в одному з випусків програми «Право на владу», журналістка досить емоційно висловилася у сторону представниці цеху (та «5 каналу» Яніни Соколової).

Отже на 44 (хвилині):36 (секунді) Наталія Мосейчук перериваю дискусію-бесіду між вже згаданою телеведучою та Русланом Рябошапкою – представником команди кандидата в Президенти В. Зеленського (нагадаємо, що події відбувалися перед виборами в країні, коли команди Порошенка та Зеленського шукали будь-які майданчики, щоб покорити один іншому в нерациональності рішення балотування на відповідну посаду).

Вона робить це тихо, спокійно, витягує вперед руку, ніби жестикуляцією демонструючи (у сторону Соколової) «Зупиніться. Досить». А потім вимовляє досить палкий моноспіч, який супроводжувався гучними оплесками в

аудиторії: «Що стосується співчуттів. Чи не здається вам, що політики часто мусолять цю тему заради своїх політичних рейтингів? Коли я побачила Червону, бійця, яка загинула, коли я побачила, в якому бліндажі сидять бійці, то подумала - йолки-моталки! Наші бійці досі копають бліндажі лопатами...

Потім побачила у побратима Червоної зелену пляшку, п'ятилітрову баклажку, куди воду наливають. Туди засипали гречку, ця гречка смердить в тій пляшці! Вони заслуговують на це?! Вони повинні бути найбагатшими людьми в цій країні! Вони повинні бути героями в цій країні! Їх повинні поважати!.. Це повага до них?! А потім політики почали висловлювати співчуття! Так горіть ви в пеклі зі своїми співчуттями! Вибачте» [39].

Очевидно, що така вербальна атака не сподобалася журналістці Соколовій (котра на той момент була діючою працівницею «5» телеканалу Президента Порошенка, а Мосейчук представницею «1+1», який активно лобював інтереси кандидата В. Зеленського: його особистість, інтереси та ініційовані ним програми). Вона почала захищатися та ставити запитання ведучій «Право на владу»:

– Чому Ви говорите це мені?

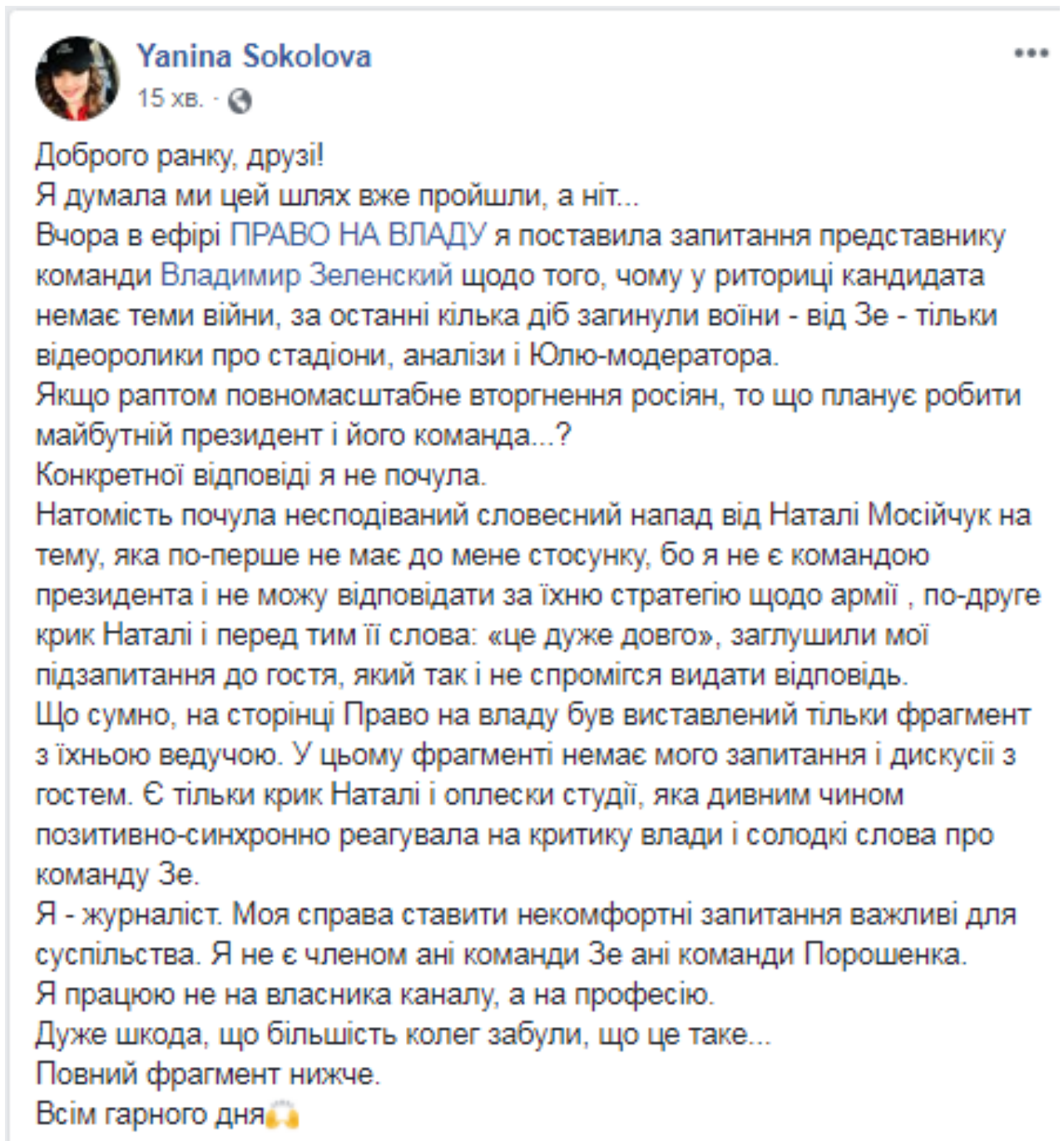
На що Н. Мосейчук опонувала:

– Мовчала довго, але більше не може дивитися та слухати, як політики та інші, грають на цьому. Як вітають один одного зі святами, але нічого не говорять про військових і т.д.

Не маючи досвіду з аспектів маніпуляції в журналістиці, не будучи глибоко зануреними в політичну, медійну вітчизняну кухню, зі сторони можна погодитися з глядачами в студії, які кожне критичне слово телеведучої супроводжували аплодисментами, ніби підтримуючи її ,вкладаючи в кожен оплеск слова «Молодець, пані Наталю. Ось так треба. Кожен свідомий патріот так би вчинив на Вашому місці».

Яніна Соколова зовсім незабаром залишила свою реакцію стосовно відповідної ситуації Окрім того вона прокоментувала цю ситуацію з

аплодисментами: «Там існує людина, яка створює улюлюкання та оплески аудиторії. Тобто є редактор, який підіймає руку – і всі повинні аплодувати. Коли вона почала спіч із цими нотами, редактори підняли руки, щоб



аплодувала зала» (дивись *Рисунок 2.2.*) [6].

Рисунок 2.2. Реакція Яніни Соколової

У тому ж інтерв'ю Соколова говорить, що для неї Мосейчук як фаховий журналіст вже більше не існує, оскільки не відстоює баланс думок, захищає лише одних (окрім того додамо, що до «1+1» Наталія Миколаївно працювала саме на «5 каналі»).

Минув час, пройшли вибори і посаду очільника держави отримав (законним способом) вже В. Зеленський, а П. Порошенко та його команда пішли в опозицію. Відповідні ролі зайняли і медіа персони, котрі підтримують цих політиків, телеведучі зокрема.

Не оминула подібна участь і Н. Мосейчук, котрій тепер варто було б критикувати владу (коли є за що, а таких випадків чимало), говорити у тому ж риторичному напрямку, що й до обрання Володимира Олександровича. Натомість... маємо:

- декілька ексклюзивних інтерв'ю з Президентом (одне під час повномасштабного вторгнення);

- «доступ» до інших високопосадовців адміністрації та уряду, з якими проходять бесіди з міткою «ексклюзив».

Авжеж, певна (поверхнева) критика існує, запитання до урядовців та діючих керманців держави виникають. Проте вони не є гострими, існують певні виправдання (війна, Covid-19 та інші фактори), які медіа працівниця використовує для аналізу діяльності влади.

Інший показовий випадок, це прихід працівників студії «1+1» до суду, де відбувалося слухання щодо обрання запобіжного заходу щодо одного із олігархів нашої країни: «Телеведучі та журналісти телеканалу 1+1 готові взяти на поруки олігарха Ігоря Коломойського, проти якого сьогодні триває суд. Про це повідомила журналістка каналу Наталя Мосейчук у залі суду... Ми намагаємося дивитися на цю ситуацію відсторонено. Як ви бачите, це не позначається на інформаційній політиці каналу. Немає такого, щоб нам хтось і щось казав, щоб ми щось говорили. Але використати процесуальні можливості, як то робота Ігоря Валерійовича над цими документами не в СІЗО СБУ, а в себе дома на Дніпропетровщині... Ми скористалися такою можливістю звичайно і запропонували варіант взяття на поруки» [32].

Тобто журналістка, котра має авторитет та вплив на аудиторію, публічно прийшла до суду, щоб не просто сказати, що людина не винна, але й сприяти його звільненню чи то взяти його на поруки. І на такий крок вона наважується під час війни, коли в судах розглядається більше справ про звичайних, цивільних осіб, проте Н. Мосейчук та колеги по редакції зайняли саме таку, на наш погляд, неприйнятну позицію.

На наш погляд, такі діє є неприпустимими для публічної особи, тим паче журналіста. Люди сприймають тебе як авторитета, то й хто в ефірах бореться з олігархією, а в реаліях... все зовсім навпаки.

Ще одним контрверсійним вчинком з боку Наталії Мосейчук, як журналістки є інтерв'ю зі Спартаком Суботою. Ця розмова сталася після того, як відповідний «герой» потрапив до скандалу, що пов'язаний з його біографією. «Мосейчук запросила Субботу в студію та спровокувала скандал. У багатьох людей виникла підозра, що журналістка хоче відбілювати його. Нещодавно розгорівся скандал навколо психотерапевта Спартака Субботи, який протягом тривалого часу в популярних медіа будував своєрідні «декорації» навколо свого образу. А журналістка Наталія Мосейчук на своєму Youtube-каналі взяла інтерв'ю у Спартака Субботи. Така новина викликала хвилю невдоволення серед українців, адже претензій до Спартака чимало» [7].

Отже, ситуація була така, що пан Субота завойовував собі авторитет серед певної аудиторії, надаючи підтримку та допомогу, що не в останню чергу трималося на його освіті. Але з часом виявилось, що він ошукував своїх поціновувачів, не маючи відповідного диплому.

Суспільство обурилося такому шахрайству Суботи, що неодмінно сказалося на його авторитеті та реноме, ставленні зі сторони людей. Проте Н. Мосейчук вирішила взяти у нього інтерв'ю після такого скандалу.

У цієї історії є дві сторони, де одна професійна. Вона полягає у тому, що журналісти мають надати право висловитися усім сторонам конфлікту, тому з цієї позиції є логічним надання «слова» Спартаку Суботі. Але ж... а хто, та інша сторона, яка йому опонує та намагатися виказати іншу точку зору. До того ж не завжди варто давати слово шахраям, що б зрозуміти, що так не варто було діяти.

Такий крок радше схожий на прагнення телеведучої допомогти тому, хто опинився наодинці або ж ... вони є знайомими і Мосейчук прагне «відбілити» відповідну особу.

2.2. Робота журналістки під час війни

Окрім ведення «Єдиного телемарафону» з початком повномасштабного вторгнення, телеведуча стала автором та «дирижером» двох абсолютно нових проєктів:

- 1) «Мосейчук +» (стартувала телепрограма дев'ятого червня на телеканалі 1+1);
- 2) Тема з Мосейчук (перший випуск вийшов 16 Листопада 2023 року на платформі телеведучої в YouTube».

На сторінці телеканалу «1+1 Україна» в Мережі можна знайти таку інформацію щодо нової телепрограми популярної вітчизняної журналістки: «Авторський проєкт ведучої Наталії Мосейчук - "Мосейчук+" на телеканалі "1+1 Україна" показує відверті розмови з українцями - людьми, які впливають на долю нашої країни, які своїми вчинками рухають країну вперед та визначають її майбутнє. Це глибокі історії про тих, хто щодня чесно виконує свою роботу, кому знайоме слово відповідальність, хто став фундаментом країни та міцно тримає тил та передову. У розмові із ведучою герої розповідають, як вони переживають війну та глибоку трансформацію країни, на чому тримаються, які складні рішення доводиться приймати та головне – як бачать майбутнє України» [41].

Зі статистичними деталями відповідної програми можна ознайомитися у таблиці 2.2. (До того ж інформацію про останні два випуски (за участі Б. Кротевича та І. Клименка), ми подали вже після того, як був написаний цей дипломний проєкт).

Таблиця 2.2. Статистичні дані проєкту «Мосейчук+»

Про що випуск/про кого	тривалість	кількість переглядів
Люди З Мечникова	1:18:45	168 тисяч
Незламний Львів	1:45:17	139 тисяч
Кім і його команда	57:52	482 тисячі
Харків герой	1:11:42	269 тисяч
Хранитель національної пам'яті	1:17:32	59 тисяч
В. Зеленський	1:17:03	1,4 млн.
К. Буданов	1:24:17	1,9 млн.
Л. Вайкуле	59:08	781 тисяча
О. Данілов	1:15:43	440 тисяч
Д. Кулеба	1:24:30	355 тисяч
М. Бродський	44:43	62 тисячі
А. Єрмак	52:56	362 тисячі
Д. Арахамія	1:15:18	710 тисяч
В. Ющенко	2:25:59	655 тисяч
Ж. Дуйсембін	1:24:52	167 тисяч
Б. Кротевич	1:41:26	218 тисяч
І. Клименко	1:53:43	60 тисяч

Всі випуски відповідного проєкту, можна переглянути на платформі YouTube, що значно нам полегшило роботу у питанні пошуку відповідного контенту. Кожна програма відбувається за участю Н. Мосейчук, яка у початкових випусках намагалася розказати про міста та їх очільників, людей,

котрі там мешкають, а вже з випуску № 6 (де співбесідником був діючий Президент України В. Зеленський) перейшла на персони.

Як наслідок, на момент верстки цього диплому було створено 17 (сімнадцять) випусків, де кожен має свою хронологію, попит серед аудиторію та гостя. Якщо проводити зріз статистики, то він виглядатиме приблизно наступним чином:

– прем'єрний випуск був присвячений персоналу лікарні імені Мечникова: «Я хочу подякувати від імені всіх мам, дружин та дітей всьому персоналу лікарні імені Мечникова: лікарям та прибиральницям, няням та кухарям, водіям та менеджерам, логістам! Всім! Сьогоднішня прем'єра на каналі 1+1 Україна та ютьюб каналі Наталії Мосейчук- це шана вашому щосекундному подвигу. Ваша вахта триває 9 років війни. Ваші очі бачили стільки крові, стільки трагедій, стільки відчаю! Ваші руки перенесли тисячі бійців, перелили неймовірну кількість крові! Зробили мільйони перев'язок!» [29];

– крайній (на передодні другої роковини повномасштабного вторгнення) був випуск, де Н. Мосейчук веде розмову з очільником Міністерства внутрішніх справ України Ігорем Клименком. До кожного випуску, під титрами, телеведуча залишає текст-преамбулу спеціально для аудиторії. У конкретному цьому випуску вона залишила такий текст: «Дякую міністру МВС Ігорю Клименку за розмову. Записали цей епізод до другої річниці вторгнення. Говорили чесно про поліцейських, які зрадили присязі у 22 му. Про вплив політиків на органи. Про «вітринний» характер реформ, про те, чи є індульгенція від фронту поліцейських. А ще про те коли населення отримає право на зброю. Коли поліцейські проходять тест на добродієність. Чи будуть брати участь в «полюванні на ухилянтів». І наскільки реально в Україні встановити диктатуру Закону? Дивіться. Бережіть себе і UA » [18];

– говорячи про хронологію, то найкоротшим був випуск з Міхаелем Бродським, Надзвичайним та Повноважним Послом Держави Ізраїль в Україні

(менше ніж 45 хвилин), а найтривалішою була розмова з В. Ющенком (третім Президентом часів незалежності): майже дві з половиною години, де вони говорили про становлення держави, давали оцінку різним політичним особистостям, роздуми про війну;

– найбільшу популярність серед аудиторії викликав епізод, де телеведуча вела розмову з очільником вітчизняної розвідки К. Будановим (ледь не два мільйони переглядів), а найнижчі показники (не враховуючи випуску з І. Клименком, оскільки минуло мало часу) у програми за участі А. Дробовича, який є очільником Українського інституту національної пам'яті, військовослужбовцем ЗСУ. Тут же додамо, що цифру в понад мільйон переглядів досяг ще один випуск, де Н. Мосейчук інтерв'ювала Президента України.

Згідно наведеної статистики ми бачимо, що проєкт користується популярністю, в основі є обговорення питань війни та навколо неї (що є абсолютно логічним зважаючи на ці часи).

Завершуючи тему програми «Мосейчук+» процитуємо власне телеведучу: «Проєкт «Мосейчук+» – це люди, які оточують нас, люди вчинків та лідерства. Ми будемо додавати до плюса різні міста, різних людей, різні випадки». Для мене було важливо показати в цьому фільмі нашу точку сили, тому що за 15 місяців війни там, де вона відступила, ми забули, якими були на самому початку: згуртованими, сконсолідованими, були готові ділитися всім, що в нас є. Це потрібно повертати», – розповіла Наталія» [54].

Тепер поговоримо про іншу програму, яка функціонує виключно на платформі YouTube і має назву «Тема з Мосейчук», яка вперше вийшла до ефіру 16 Листопада 2023 року. Формат програми відрізняється від того, що презентує аудиторії телеведуча в «Мосейчук +»:

- гості в студії (як правило 3-4 особи);
- є тема програми, яку обговорюють та навколо якої ведуча та співбесідники тримають діалог;

– ведуча як правило виступає у ролі модератора, тобто задає тему і тон, а потім спостерігає за тим, що відбувається за столом.

Сама ведуча надала такий анонс нового проекту: «Відтепер і кожного четверга я буду рада бачити за своїм круглим столом всіх вас інакомислячих і одностумців, правих і лівих. Головне своїх. Ми будемо багато говорити, пити чай, каву. Намагатися слухати і розуміти один одного. Це буде стрім посеред війни, щоб зберегти нормальність. О 19:00 канал Наталії Мосейчук. Тема з Мосейчук» [40].

Для початку подамо традиційну статистику, яку презентуємо у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3. Статистика програми «Теми з Мосейчук»

Номер випуск	тривалість	кількість переглядів
1	2:08:20	145 тисяч
2	2:04:44	89 тисяч
3	2:43:03	102 тисячі
4	2:08:54	83 тисячі
5	2:04:49	115 тисяч
6	2:13:01	94 тисячі
7	2:05:52	78 тисяч
8	2:07:40	46 тисяч
9	1:10:31	40 тисяч
10	2:13:11	124 тисячі
11	1:14:00	30 тисяч

12	2:11:12	66 тисяч
13	2:21:22	207 тисяч
14	1:17:51	55 тисяч
15	2:11:40	146 тисяч
16	2:34:35	88 тисяч
17	2:32:38	161 тисяча

Згідно наведеної інформації, ми бачимо, що показники серед аудиторії не настільки успішні, ніж у «Мосейчук +». Проте це можна пояснити тим, що це є виключно веб програмою, де аудиторія поки менша ніж у аналогові мовлення. Окрім того, допускаємо фактор кратності випусків з Н. Мосейчук, тобто аудиторії краще дивитися її розмови віч на віч, аніж бесіди за столом з більшою кількістю гостей.

Зріз та аналіз програм має такі вихідні результати:

– прем'єрний випуск датований 16 Листопада 2023 року, зібрав непогану аудиторію. Окрім опису про програму під випуском телеведуча та її команда залишає посилання на різноманітні збори для військових;

– крайній випуск був випущений в ефір 22 Лютого 2024 року (ми додали цю інформацію вже після верстки основного тексту нашого наукового дослідження) на передодні другої роковини масштабного вторгнення ворога. «Друзі, наближаємося до 2 річниці вторгнення. Змінилася війна. Ми. Обставини у партнерів. Багато що. Пропоную чесно поговорити про наші шанси. Сьогодні керівники регіонів, які одного разу вже зробили неможливе. Кім. Синегубов. З фронту на добу спеціально на ефір просила приїхати генерала Фацевича (звільняв Київ). Давид Арахамія розкаже про геополітичний ескіз на фоні війни. І Богдан Кротевиц (Тавр) включиться безпосередньо з фронту. Приходьте о 19.00 на ютуб Мосейчук. Доросла розмова про війну» [40].

– найтривалішим був випуск № 3 (понад дві години та сорок хвилин), а найкоротшою була програма № 9 (година десять хвилин та тридцять одна секунда), де Н. Мосейчук розмовляла з Віталієм Куликом - політологом, футурологом, директором Центру досліджень проблем громадянського суспільства;

– найкраще дивилися випуск № 13 (понад 202 тисячі переглядів, а темою для обговорення була відставка Залужного), менше всього уваги привернув епізод № 11 (також проходив у форматі бесіди Н. Мосейчук з Ігорем Ліскі - голова наглядової ради EFI Group, співзасновник Українського інституту майбутнього, де обговорювали тему бізнесу).

Якщо говорити про цю програму як експеримент чи додатковий майданчик для обговорення, то тут ми бачимо позитивні сторони. А якщо говорити про трансформацію роботи телеведучої, додавання чогось нового в її роботі, то ми цього не можемо віднайти. Це є мініформатом програми «Право на владу», але без:

- а) аудиторії;
- б) оплесків;
- в) чисельної кількості гостей;
- г) простору.

Очевидно, що ведучій затісно у такому форматі. А щодо реальності ефірів, то тут варто процитувати одну із авторок «Детектору медіа» М. Леончук: «Нове шоу Наталії Мосейчук. Якщо ви, як і я, не дивились його трансляцію на ютубі, Лена Чиченіна зробила це за нас і написала мало не справжню п'єсу. Ні, не писала, дешифрувала її, бо що? Бо справжня п'єса – це конструктор, де всі дії персонажів не інтуїтивні, як у прозі, а добре продумані, акти та яви сплановані і передаються обов'язково у діалогах. Герої говорять живою, розмовною мовою, а не довгими «книжними» реченнями. Вся п'єса відбувається в одному місці, де жваво перед глядачами розвивається драматична історія «Придуток, не придуток, головне – щоб не був вражиною» [27].

Іншими словами, телекритики виявили негативне ставлення до відповідного проєкту за авторством Наталії Мосейчук, радше говорять не про програму з власними думками, а про п'єсу, де гості говорять реченнями ,котрі вони візували ще до ефіру.

Всі вище проаналізовані нами данні, дають нам право стверджувати про те, що на професійному рівні *трансформації телеведучої, журналістки Мосейчук, не відбулося (хоча спроби мали місце)*. Це та ж телеведуча, особистість, з тими ж інтересами та «фаворитами», котра симпатизує одним та «по-журналістськи» ставиться до інших. Вона більше робить акценту на голосі, тембрі, провокаціях, а менше на якостях телеведучого.

Тележурналістка має чудову дикцію, гарний голос, мелодійну мову, ерудованість, здатність до сентиментальності, тобто небайдужістю, приємну зовнішність. Ось ці показники сприяли частковій трансформації певних елементів образу телеведучої:

- вона стала значно публічнішою;
- використовує відповідні показники до залучення аудиторії, при організації зборів для військових;
- залучена до тематики освіти та допомоги талановитій молоді, питанню освіти.

ВИСНОВКИ

Від самого початку своєї роботи у професії телевізійний журналіст проходить різні етапи становлення, розвитку, вагання і т.п. Одні елементи сприяють його удосконаленню, інші ігноруються або не вдається опанувати, що впливає на його рівень. Професіонал має бути гнучким та ефективно реагувати на ті виклики та інновації, які диктує час та обставини: розвиток технологій, пандемії, навіть війна.

Сучасний телепростір функціонує у двох вимірах, які журналісту візуального медіа варто опановувати, кон'юктурно поєднувати:

а) стрімкий розвиток технологій, які посилюють роль аудиторії та зменшують вплив власне журналіста у процесі селекції контенту та теми для обговорення;

б) війна, яка породжує небезпеку, негативно впливає на психологічний стан журналіста, моральні кондиції, які варто опановувати собі, так і допомагати аудиторії.

У ході нашого дослідження, ми намагалися вивчити, якими якостями має бути наділений сучасний телеведучий. До переліку таких ми включили:

- освіченість;
- інтелектуальний розвиток;
- компетентність;
- вміння працювати психологом або стресостійкість (як для себе, так і для аудиторії);
- універсальність: війна спонукала журналістів до заглиблення у відповідну тематику, адже при відсутності відповідних компетенцій, розмова з військовими буде непрофесійною;
- володіння державною мовою на високому рівні, протистояння агресорській: тут ми відстежили певний прогрес у телеведучих, але деякі продовжують говорити російською, коли мають на меті просунути контент відповідній аудиторії;

– гнучкість (де можемо асоціювати з процесом трансформації), де фахівець оперативно враховує переваги та недоліки інновацій, вчасно та якісно подає контент щодо воєнної тематики та інше.

Ми ознайомилися з вимогами та стандартами роботи журналіста, телевізійного зокрема ,під час воєнних дій, що включає:

- дотримання правил безпеки;
- компетентність та чіткість у подачі відповідної інформації;
- розуміння та чітке дотримання обмежень, у ході висвітлення воєнної тематики;

- чітке усвідомлення вразливих факторів (як на фізичному, так і ментальному рівні), котрі загрожують фахівцеві під час створення подібного контенту;

- володіння достатнім рівнем знань з Міжнародного гуманітарного права, обов'язків та прав журналіста у часи війни.

У практичному розділі наша увага була сконцентрована на роботі журналістки Наталії Мосейчук. Ми вивчили її кар'єрну біографію (навели поетапні кроки у ній), ознайомилися з декількома скандальними кейсами у її професійному житті, проаналізували трансформацію телеведучої: як у програмному контенті, так і у зміні робочого майданчику.

Нами було встановлено, що за період з 24 Лютого 2022 року, аналізована нами журналістка створила декілька нових проєктів («Мосейчук +» та «Теми з Мосейчук»). Ознайомившись з відповідним контентом, ми виявили, що образ Н. Мосейчук залишився тим же самим:

- спокійна та атмосферна мова;
- вдумливий погляд під час розмови з гостями програми;
- схильність до сентиментальності, виявлення емоцій (сльози, сум, глибоке замислення);
- провокаційність у запитаннях, що б спровокувати співбесідника на певну реакцію, тощо.

Тобто можемо сказати, що телеведуча з часів повномасштабного вторгнення здійснила фізичну трансформацію (коли почала виробляти контент для Інтернет платформи Youtube). З іншої сторони, перед нами, все та ж журналістка, котра має певні преференції перед діючою владою (чого не може бути у серйозного фахівця медійної сфери, оскільки така особа має завжди ставити чиновникам і керівництву ті питання, які хвилюють суспільство, є незручними для політиків. На прикладі Н. Мосейчук, такий підхід є досить ситуативним, точковим).

На основі таких досліджень, ми можемо зробити висновок, що трансформація роботи журналістки відбулася частково: у місці зміни майданчика для розміщення контенту – так, але не у підході до роботи журналіста з політиками, можновладцями і т.п. (під час війни зокрема).

Список використаних джерел

1. Андрющенко М. Телеведучий у системі телебачення: іміджеві аспекти URL: <https://bit.ly/37YuSer> (дата звернення 15.10.2023).
2. Білоскурський О., Сергієнко І. Які телеведучі найпопулярніші в ютубі та соцмережах. URL: <https://detector.media/blogs/article/203945/2022-10-20-yaki-televeducchi-nauropulyarnishi-v-yutubi-ta-sotsmerezkhakh/> (дата звернення 15.11.2023).
3. Булкот Г.В., Іроанья А.І. Місце ведучого в сучасному інформаційному просторі та його професійні якості. URL: <https://bit.ly/3nqXZwm> (дата звернення 10.12.2023).
4. Буняк В. «Журналісти мимоволі стають психологами, хоча самі потребують допомоги». Експерти і практики про психологічну стійкість медійників під час війни. URL: <https://detector.media/community/article/205403/2022-11-29-zhurnalisty-mymovoli-stayut-psykhologamy-khochha-sami-potrebuyut-dopomogy-eksperty-i-praktyku-pro-psykhologichnu-stiykist-mediynukiv-pid-chas-viynu/> (дата звернення 14.11.2023).
5. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. та голов. ред. В. Т. Бусел. Київ; Ірпінь: Перун, 2005. 1728 с.
6. Вона для мене вже не журналіст, – Яніна Соколова про конфлікт з Мосейчук. URL: https://24tv.ua/vona_dlya_mene_vzhe_ne_zhurnalist__yanina_sokolova_pro_konflikt_z_moseychuk_n1191393 (дата звернення 25.12.2023).
7. Воліковська У. Мосейчук запросила Субботу в студію та спровокувала скандал. URL: <https://scotch.glavcom.ua/live/mosejchuk-zaprosila-subbotu-v-studiju-ta-sprovokovala-skandal-934489.html> (дата звернення 25.12.2023).
8. Горбулін В., Власюк О., Кононенко С. Україна і Росія: дев'ятий вал чи Китайська стіна. Київ : НІСД, 2015. 132 с.

9. Горевалов С. Друковані органи Збройних сил незалежної України. URL: http://franko.lviv.ua/faculty/jur/.../PART-5_16.htm (дата звернення: 25.12.2023).

10. Гоян В. Творчість телевізійного ведучого: теоретико-прикладний аспект. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1652> (дата звернення 25.11.2023).

11. Гуменюк Н. Відповідальний журналіст гарантує якість інформації. URL: <https://nsju.org/novini/vidpovidalnyj-zhurnalyst-garantuye-yakist-informacziyi-natalya-gumenyuk/> (дата звернення 10.11.2023).

12. Десятник Г., Полешко С. Професія: телевізійний ведучий: тексти лекцій та практичні вправи. Київ: Вид-во Інституту журналістики КНУ, 2016. 173 с.

13. Дячук К. У мережу потрапило відео з лайкою ведучої «Сніданку з 1+1». Вона та команда вже вибачилися. URL: <https://imi.org.ua/news/v-merezhu-potrapylo-video-z-lajkoju-veduchoyi-snidanku-z-1-1-vona-ta-komanda-vzhe-vybachylsya-i59247> (дата звернення 15.02.2024).

14. Журавель Д. Замість пропаганди Кремля. Українські блогери, які розносять вщент російські міфи та фейки. URL: <https://shotam.info/zamist-propahandy-kremlia-ukrainski-blohery-iaki-roznosiat-vshchent-rosiyski-mify-ta-feyku/> (дата звернення 19.12.2023).

15. Журналістика воєнного часу. URL: <https://day.kyiv.ua/article/media/zhurnalistyka-voennoho-chasu/> (дата звернення 19.12.2023).

16. Завадецька А. «Екосистема фейків». Дослідження VoxCheck про поширення російської дезінформації у Європі. URL: <https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplivi/post/33454/2023-11-11-ekosistema-feykiv-doslidzhennya-voxcheck-pro-poshyrennya-rosiyskoi-dezinformatsii-u-ievropi/> (дата звернення 15.12.2023).

17. Загинув документаліст і фотограф Макс Ленін. URL: https://lb.ua/society/2022/04/02/512000_zagynuv_dokumentalist_i_fotograf.html?fbcl

id=IwAR1DZ3ipa3FSApxcmQtZPIQBw8wowSSWnpWFBQa1vwVKNZs6vpzxeB
Cіcuw (дата звернення 21.12.2023).

18. Ігор Клименко. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=8OwxhpdOEJ0&list=PLXAgonkUgU3dzfA-LASqCrTrk0e5wGjo-&index=1> (дата звернення 23.02.2024).

19. Їхніми очима: українські журналісти, які висвітлюють війну на весь світ. URL: <https://vogue.ua/article/culture/lifestyle/jihnimi-ochima-5-ukrajinskih-zhurnalistov-yaki-visvitlyuyut-rosiysku-agresiyu-na-uves-svit-52500.html> (дата звернення 19.12.2023).

20. Карп'як В. Медіа під час війни: Мирослава Гонгадзе про самоцензуру, марафон та відкритість. URL: <https://suspilne.media/culture/487876-media-pid-cas-vijni-miroslava-gongadze-pro-samocenzuru-marafon-ta-vidkritist/> (дата звернення 23.12.2023).

21. Кобак Х. Осадча, Горбунов, Остапчук: найпопулярніші ведучі України. URL: https://showbiz.24tv.ua/naupopulyarnishi-veduchi-ukrayini-dobirka-povini-shou-biznesu_n1647300 (дата звернення 19.12.2023).

22. Комісія з журналістської етики. Роль професійних журналістів і блогерів під час війни. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3716082-rol-profesijnih-zurnalistiv-i-blogeriv-pid-cas-vijni.html> (дата звернення 19.12.2023).

23. Костюк Ю. Військове та воєнне радіомовлення України. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2019 № 1 (37). С. 17-26.

24. Кот Г., Масюк М. Створення іміджевого образу сучасного телеведучого: аспекти виразності та перевтілення. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво. 2020, № 3(1). С. 48-56.

25. Крижня М. «Будем бороться з аудиторією Арестовича і Мосейчука». Яніна Соколова перезапустила шоу «Вечер». URL: <https://detector.media/medialife/article/222472/2024-02-02-budem-borotysya-z->

audytorii eyu-arestovycha-i-moseychuk-yanina-sokolova-perezapustyla-shou-vecher/
(дата звернення 15.12.2023).

26. Кукуруза Н. В. Майстерність ведучого: Навчальний посібник. URL: <https://bit.ly/2LEblat> (дата звернення 11.12.2023).

27. Леончук М. Нове шоу Наталії Мосейчук і уроки Революції гідності. URL: <https://detector.media/lysty-do-spilnoty-dm/article/219633/2023-11-22-nove-shou-natalii-moseychuk-i-uroky-revolyuetsii-gidnosti/> (дата звернення 28.01.2024).

28. Лісова С. Іміджева стратегія ведучої українських телевізійних новин. Міжнародний науковий журнал. Київ, 2016 р. С. 56–61.

29. Люди з Мечникова. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=O-7TTrVlCzQ&list=PLXAgonkUgU3dzfA-LASqCrTrpk0e5wGjo-&index=18> (дата звернення 28.11.2023).

30. Машкова Я. Українські медіа та війна. підсумки моніторингів ЗМІ 2022 року. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/ukrayinski-media-ta-vijna-pidsumky-monitoryngiv-imi-2022-roku-i49921> (дата звернення 28.11.2023).

31. Мещерякова К., Гаєвський Д. Все ще думаєте, що цікаві розмови тільки у Дудя? «Бабель» зібрав усі головні і популярні українські інтерв'ю на YouTube – про політику, бізнес, спорт та літературу. URL: <https://babel.ua/texts/59789-vse-shche-dumayete-shcho-cikavi-rozmovi-tilki-u-dudya-babel-zibrav-usi-golovni-i-populyarni-ukrajinski-interv-yu-na-youtube-pro-politiku-biznes-sport-ta-literaturu> (дата звернення 27.01.2024).

32. Мигаль М. Зірки 1+1 хочуть взяти Коломойського на поруки. URL: <https://glavcom.ua/country/incidents/zirki-11-khochut-vzjati-kolomojskoho-na-poruki-958565.html> (дата звернення 27.12.2023).

33. Мосейчук Наталія Миколаївни. URL: <https://zu.edu.ua/graduated30.html/> (дата звернення 27.12.2023).

34. Неборак Б., Павлов Д. Мирослава Барчук: «Я завжди відчуваю наближення катастроф через мову». URL: <https://theukrainians.org/myroslava-barchuk/> (дата звернення 10.12.2023).

35. На BBC News послабили вимоги до дрескоду ведучих. URL: <https://ms.detector.media/telebachennya/post/31234/2023-02-21-na-bbc-news-poslabyly-vymogy-do-dreskodu-veduchykh/> (дата звернення 27.11.2023).

36. Новинарі – люди, які звикли працювати в екстремальних умовах. URL: <https://1plus1.ua/tsn/novyny/novinari-ludi-aki-zvikli-pracuvati-v-ekstremalnih-umovah-golovna-produserka-tsn-tetana-bilous-pro-robotu-pid-cas-vijni> (дата звернення 15.11.2023).

37. Носяр К. Головні чинники створення позитивного іміджу телеведучого на вітчизняному телебаченні. URL: <https://bit.ly/2ITaXUu> (дата звернення 08.03.2023).

38. Орлова Д. Висвітлення конфлікту на Сході в українських медіа. Спеціальний звіт. Київ : ГО «Детектор медіа». 19 с.

39. Опанасенко О. Жахлива статистика: скільки журналістів вбили росіяни за час повномасштабного вторгнення. URL: <https://glavcom.ua/country/society/zhakhlyva-statistika-skilki-zhurnalistiv-vbili-rosijani-za-chas-povnomasshtabnoho-vtorhnennja-914565.html> (дата звернення 18.11.2023).

40. Покатіс В. В ефірі я намагалася зробити все, щоб донести думку до людей: що розчавити нас не вдасться – Наталія Мосейчук. URL: <https://womo.ua/v-efiri-ya-namagalasya-zrobiti-vse-shhob-donesti-dumku-do-lyudey-shho-rozchaviti-nas-ne-vdastsya-nataliya-moseychuk/>(дата звернення 27.12.2023).

41. Право на владу. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=mDQOJL7L7lk&t=2482s> (дата звернення 28.12.2023).

42. Прем'єра. Тема з Мосейчук. 1 випуск. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=1iyIy27uMv0&list=PLXAgonkUgU3fa0f8PiLw3zeQxDv7arsvg&index=17> (дата звернення 30.01.2024).

43. Про проєкт. URL: <https://1plus1.ua/mosejchuk/novyny> (дата звернення 15.01.2024).

44. Сергієнко І., Білоскурський О. Які телеведучі найпопулярніші в ютубі та соцмережах. URL: <https://detector.media/blogs/article/203945/2022-10-20-yaki-televeduchi-nauropulyarnishi-v-yutubi-ta-sotsmerezhakh/> (дата звернення 30.11.2023).

45. Сиротюк Ю. Відомі телеведучі. В чому секрет успіху? URL: <https://te.20minut.ua/blogs/vidomi-televeduchi-v-chomu-sekret-uspihu.html> (дата звернення 13.12.2023).

46. Снайдер Т. Дамба Каховського водосховища: десять порад, як писати про катастрофу. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2023/06/8/7405837/> (дата звернення 03.12.2023).

47. Спалек М. У поті чола свого будуватимеш бренд. Вісім авторських ютуб-каналів телеведучих – успішні й не дуже. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/31153/2023-02-08-u-poti-chola-svogo-buduvatymesh-brend-visim-avtorskykh-yutub-kanaliv-televeduchykh-uspishni-y-ne-duzhe/> (дата звернення 12.12.2023).

48. Струк М. Більшість журналістів думають, що добре справляються зі стресом. URL: <https://medialab.online/news/spravlyayutysya-zi-stresom/> (дата звернення 29.11.2023).

49. Ткачук Ю. Як уникнути емоційного вигоряння – розповіла телеведуча Олена Кот. URL: <https://lifestyle.segodnya.ua/ua/lifestyle/psychology/kak-izbezhhat-emosionalnogo-vygoraniya-rasskazala-vedushchaya-elena-kot-1591861.html> (дата звернення 08.12.2023)

50. Тлумачний словник української мови. За ред. В. Калашника. Харків : Прапор, 2004. 992 с.

51. Чернецька С. ЗМІ і війна: особливості поширення інформації та фото під час воєнного стану. URL: <https://www.ppl.org.ua/zmi-i-vijna-osoblivosti-poshirennya-informacii-ta-foto-pid-chas-voennogo-stanu.html> (дата звернення 15.11.2023).

52. Шальман Т. М. Телеведучий і аудиторія телепрограми: взаємодія і взаємовплив. URL: <https://bit.ly/3gLaiRz> (дата звернення 16.01.2024).

53. Шаповал Ю. Як писати про війну? Замість рецензії на одну публікацію. UR: <https://cutt.ly/03IqIRn> (дата звернення 16.12.2023).

54. Я би сказала, що це місце болю та надії", – Наталія Мосейчук розкрила подробиці прем'єрного випуску свого авторського проєкту. URL: <https://1plus1.ua/mosejczuk/novyny/a-b-skazala-so-ce-misce-bolu-ta-nadii-natalia-mosejczuk-rozkrila-podrobiti-premernogo-vipusku-svogo-avtorskogo-proektu> (дата звернення 30.01.2024).

55. Як стати телеведучою. URL: <https://uaeu.top/kariera-i-biznes/yak-stati-televeduchoyu.html> (дата звернення 18.11.2023).

56. Eilders Chr. Media under fire: Fact and fiction in conditions of war. URL: <https://www.corteidh.or.cr/tablas/a21917.pdf> (дата звернення: 14.12.2023).

57. Gilboa E. Media and Conflict: Framing Issues, Making Policy, Shaping Opinion, Transnational, Ardsley New York, 2002.

58. La Croix. URL: <http://www.la-croix.com/Culture/Actualite/Plus-de-deontologie-pour-retablir-la-confiance-dans-les-medias-2013-11-06-1056687> (дата звернення: 14.12.2023).

59. Mercier A. War and media: Constancy and convulsion. URL: <https://www.corteidh.or.cr/tablas/a21918.pdf> (дата звернення: 16.12.2023).

60. Schmicle Sh. Reporting war. URL: <https://cutt.ly/m3U6VcD> (дата звернення: 26.12.2023).

61. Sherer E. At on encore besoin des journalistes? Manifeste pour un "journalisme augmenté". Paris, PUF, 2012. P. 14.

62. Tarver E. 3 Predictions for TV in the Next 10 Years. URL: <https://www.investopedia.com/articles/investing/021816/3-predictions-tv-next-10-years.asp> (дата звернення 28.11.2023).

63. The future of television. URL: <https://www.globallogic.com/insights/blogs/the-future-of-television/> (дата звернення 28.11.2023).

64. Zucchi K. 5 reasons the cable TV is dying. URL: <https://www.investopedia.com/articles/personal-finance/062315/5-reasons-cable-tv-industry-dying.asp> (дата звернення 28.12.2023).

ABSTRACT

The main goal of this work is to analyze the peculiarities of TV presenters' activities during the process of their transformation.

The object of research is the professional activity of the TV presenter of the 1+1 TV channel Natalia Moseychuk.

The subject of the study is the transformation of a TV presenter during an armed conflict.

To achieve the purpose of the study, we have fulfilled the following tasks:

- 1) to reveal the theoretical aspect of studying the modern image of a TV presenter;
- 2) to analyze and highlight the scientific works that studied the elements that form a TV journalism professional and are mandatory for his or her transformation
- 3) to highlight the specific characteristics of the work of a journalist working in a war;
- 4) to characterize the success or lack thereof of the transformation process of the TV presenter of the 1+1 TV channel Natalia Moseychuk during the military conflict.

The scientific novelty of the presented study consists in a practical study of the specifics features of journalist transformation in data evolution period, war time as well. Presenting the professional road of national TV presenter N. Moseychuk, identify her features, analyse the professional activity during the full scale war in Ukraine..

Key words: TV presenter, journalist, war, transformation, competencies.

**Декларація
академічної доброчесності
здобувача освітнього ступеня магістра**

ЗНУ

Я _____, студент (ка) _____ курсу,
форми навчання _____, факультету _____,
спеціальність _____, адреса електронної пошти _____,
- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Адаптація діяльності блогерів до умов війни» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомена;
- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (студент) _____

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (науковий керівник) _____