

В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ КОМУНІКАЦІЙ: НОВІ ВІЗІЇ МЕДІАРЕДАКТОРСТВА

О. Кошелюк, Н. Благовірна, М. Рожило

*Волинський національний університет імені Лесі Українки,
вул. Винниченка, 30а, Луцьк, 43025, Україна*

Проаналізовано медіаредакторство на сучасному етапі, а також наслідки перформатування інформаційної сфери і, відповідно, нові вимоги до фахівця в умовах цифровізації. Авторки з'ясовують, яких редакторів потребує український / польський медіаринок-2021 з урахуванням запитів роботодавців щодо редакторських посад на сайтах вакансій www.work.ua (Україна) та www.pracuj.pl (Польща). Дослідження складається з двох частин: перша — зріз медіаринку, який показує, що українська медіасфера найбільше потребує редактора-журналіста та редактора-перекладача, в той час як польська — редактора ІТ з навичками програмування та спеціальних цифрових умінь; друга частина дослідження містить пропозиції вишколу редакторів-журналістів для успішної роботи в сучасних медіа.

***Ключові слова:** редактор, медіаринок, діджитал-комунікації, конвергентність, цифрові навички, мультикультурність.*

Постановка проблеми. Глобальна цифровізація медіапростору та швидкий розвиток новітніх технологій невинно і щораз більше перформатують ролі редактора у сучасному суспільстві. Останнім часом проблеми редакторства зазвучали особливо гостро у 2020-му разом із переходом у сферу тотальної онлайн-взаємодії, спровокованої поширенням COVID-19. На поверхні знову опинилася ідея важливості фахових редакторів — «кураторів культури» [10], які водночас виконують, як слушно зауважує авторитетна дослідниця едиторики Н. Зелінська, «наставницькі функції стосовно усього суспільства» [5, с. 70] не тільки у медійній та книжковій, а й освітній, науковій, адміністративній, медичній, політичній та інших сферах.

Ідея соціальної відповідальності редактора, — бо ж, врешті, «це не просто професія, це місія» [8, с. 19] бачити і скеровувати напрямок культурного поступу, — в новочасних українських реаліях зазвучала ще більш актуально. Брак якісних медіафахівців-редакторів відчутний у кризових публічних комунікаціях, зокрема і на найвищому державному рівні, новому розмахові неперевіреної мережевої інформації, переході від «пандемії до інфодемії» [9], проблемах запуску й реалізації проєкту всеукраїнської школи онлайн навесні 2020. Неприємних ситуацій із теле- та мережевими «ляпами» можна було уникнути, аби медіаредакторство спрацьовувало чітко і не було так примусово «розпорошено» у контексті професійного вишколу. З одного боку, конвергентність інформаційного простору, що додає «нівелювання звичної й нібито очевидної грані між виробниками медіаповідомлень і їх споживачами»

[7, с. 117], запустила нові значно ширші від усіх попередніх можливості роботи редактора з контентом різних медіаплатформ. З іншого боку, зріс також рівень соціальної відповідальності редактора в умовах швидкої журналістики і цифрової культури, яка «стрімко модернізується, майже повсюдно відвойовує територію у традиційної книжкової культури, зокрема як носій (акумулятор) контенту» [6, с. 113]. Редакторів доводиться докладати зусиль медіакритичності та медіаторчості, на яких наполягає Е. Огар, щоби перетворити контент у якісний медіапродукт. Отже, зростає перелік необхідних фахових редакторських компетенцій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Ролі редактора у мінливому цифровому світі присвячено низка наукових розвідок як в українському, так і закордонному науковому просторі. Зокрема, тему неодноразово піднімали у дискусіях Н. Благівірна, К. Гендерсон, Н. Зелінська, І. Келвін, Ш. Козак, Е. Огар, Я. Прихода, М. Тимошик, Н. Ші та інші. Українські науковці загалом торкаються питань відповідальності, підготовки та важливості редакторства в системі соціальних комунікацій (Н. Благівірна, Н. Зелінська, Е. Огар, Я. Прихода, М. Тимошик). Закордонні учені розглядають редактора в контексті культури (Н. Ші), досліджують редакторські ролі під час створення та випуску новин (К. Гендерсон, І. Келвін) чи з погляду історичного значення (Ш. Козак). Однак зупиняємося саме на освітніх тенденціях і трансформаціях сучасного медіаредакторства, що під впливом конвергентних стратегій розвитку змінює медіаринок і розуміння того, якими компетентностями має володіти сучасний фахівець. Тут нам резонують думки Н. Зелінської [5], Е. Огар [6] та дослідження Я. Приходи [8] про потребу кваліфікованих редакторів на українському медіаринку. Також змінами у журналістській освіті цікавляться А. Захарченко, А. Петренко-Лисак, Я. Зубченко, В. Литвиненко, В. Луцька, О. Піддубна та ін. Зауважмо, сфера медіа та інформації динамічна, підпадає під вплив нових чинників і факторів, які ми не можемо оминати у розвідці і яких в такому ракурсі не торкалися дослідники. Серед факторів: 1) близькість українського та європейського медіаринків, що зобов'язує враховувати, як мінімум, тенденції у ближньоевропейському інфопросторі (ми обрали для порівняння польський медіаринок, що обумовлено логікою взаємодій, близькістю регіональних зв'язків, орієнтованістю українських абітурієнтів на отримання та/або удосконалення фахової освіти; 2) постійний розвиток та вплив діджитал-технологій на сферу медіаредакторства, яка докорінно змінює саму сферу та якість редакторської роботи.

Мета статті. У нашому дослідженні з'ясуємо, яких редакторів потребує український та польський медіаринок і вимоги до вишколу редакторів-журналістів, аби відповідати сучасним запитам.

Виклад основного матеріалу дослідження. У ході наукового вивчення було здійснено аналіз найбільших сайтів вакансій www.work.ua (Україна) та www.pracuj.pl (Польща), період дослідження складає 30 днів протягом квітня 2021. Усього проаналізовано 284 оголошення про редакторські вакансії від медіаструктур України та Польщі: 160 із сайту www.work.ua та 124, розміщених на польському ресурсі www.pracuj.pl. З урахуванням тенденцій розвитку ближньоевропейського медіаринку можна робити припущення про майбутні вектори, які будуть нам співзвучні, зважаючи на

близькість та резонансність медіаполя, що, зрештою, так чи інакше відображається на прагненні до більш тісної освітньої взаємодії через неформальну та формальну освіту. Українська академічна система, зокрема, активно постулює подвійне дипломування з журналістики (і не тільки) між закладами вищої освіти України та Польщі, що, з одного боку, дає розвиток галузі на міжкультурному рівні, інтеграцію журналістсько-редакторського фаху, можливості вийти на новий рівень, а з іншого, — усвідомлення потреби збереження власних традицій і множення українського культурного досвіду.

Спочатку окреслимо, якого фахівця-редактора шукають роботодавці в Україні. Аналіз запитів медіаринку (рис. 1) дає уявлення про затребуваність редакторського фаху. Прикметно, що 62,5 % усіх оголошень стосуються Києва та області, зважаючи на можливості та перспективи розвитку нових, розширення мережі існуючих в регіоні медій. Усі запитовані українськими роботодавцями редакторські посади передбачають накладання додаткових фахових обов'язків, фактично злиття компетентностей, багатозадачність редактора. Рис. 1 узагальнює модифікації редакторських посад та їх новочасні візії, пропоновані реальними гравцями ринку. Цей поділ суттєвий з огляду на орієнтацію та векторність фахової підготовки редактора для умов українського медіаринку.



Рис. 1. Найбільш запитовані українськими роботодавцями редакторські посади.
Джерело: www.work.ua, квітень 2021

Схематично зображені блоки розподілимо на три частини: перший блок із умовним акцентом «редактор-журналіст» (сюди ж зараховуємо запити щодо редакторів-журналістів, редакторів-авторів, редакторів новинних стрічок-новинарів тощо); другий блок має акцент «редактор-контент-менеджер», до якого зараховуємо інформаційні повідомлення про пошук редакторів соціальних мереж, редакторів-копірайтерів, SMM-менеджерів-редакторів, SEO-редакторів тощо. Третій блок умовно позначимо «редактор-перекладач», до нього враховуємо усі запити щодо редакторів-перекладачів, редакторів зі знанням іноземних мов, редакторів іноземних проєктів, редакторів англійських (іноземних) сайтів, редакторів англійських академічних статей тощо. При цьому перший та другий блоки становлять 51,3 % усіх редакторських вакансій, що вказує на чітку орієнтацію практичної сфери до поєднання та укрупнення власне редакторських, журналістських, рекламних та SMM-функцій з оглядом на перевагу міжкультурної діяльності.

Поряд із нечисленними в українській медіасфері запитами щодо книжкового редактора, фіксуємо нестачу редакторів, які рівноцінно можуть працювати з паперовими та електронними медіа, у конвергентних, віртуальних редакціях. Тут чи не вперше для українського ринку медій виявляємо тенденцію працедавців отримати редактора інформаційних технологій (ІТ), редактора кросмедійних проєктів, редактора-програміста. Щоправда, поки ця тенденція дуже несмілива в українських і, — навпаки, — є просто мейнстримом у західних, зокрема польських ЗМІ.

Ера нових мережевих технологій, візуалізації та конвергентності, розвитку кросмедіа і взаємодоповнення різних видів інформаційного впливу на аудиторію породжують потребу застосування сучасним редактором цифрових технологій, що «сприяють удосконаленню старих форм кодифікації знань» [2, с. 153], а також відточують уміння редактора працювати з мультимедійними історіями, візуальним контентом (інфографікою, таймлайнами, інтерактивними елементами, віртуальним простором, 3D-зображеннями, об'єктами доповненої реальності чи застосунками на основі роботи штучного інтелекту).

Редактор повинен не тільки вміти творчо підійти до роботи з усіма візуалізованими елементами, проявити медіатворчість, за словами Е. Огар [6], а й «побачити все в сукупності» на мікро- і макрорівнях очима редактора і читача — зробити так, аби мультимедійна історія була цілісною, текстові та візуальні елементи доречними, інформативними, створювали загальний позитивний вплив на аудиторію. Саме редактор повинен стежити за взаємодоповненням чи й навіть взаємовиключенням цих елементів в разі необхідності, адже нагромадження тексту можна (там, де це доречно) замінити інфографікою, довгий опис хронології подій — таймлайном, фактаж, показ реалістичності об'єкта — за допомогою віртуалізацій чи доповненої реальності. І навпаки, редактор може взаємовиключити нагромадження візуалізацій, які іноді замість того, щоб удосконалювати, значно ускладнюють сприймання інформації через надто часті і довгі, одноманітні візуалізації, їх недоречне розміщення тощо. Відповідальність редактора, творче опрацювання текстів, так само як і візуальних компонентів, виховують естетичне читацьке сприймання — ця відповідальна місія лежить на редакторові. Інакше засилля конвергентних текстів без коректного їх редакторського осмислення буде створювати «ефект смітника», переважуватиме сприймання і аж ніяк не сприятиме оплатності контенту.

Вивіряння балансу, формування оптимального поєднання та взаємодоповнення тексту і технічного оформлення — першочергове завдання редактора. Якщо додати до цього переліку редакторський обов'язок щодо перевірки інформації, мобільність у творенні інформаційних продуктів та високу соціальну відповідальність, то стає зрозумілим, чому «роль редактора в електронному виданні так і не набула звучання» [1, с. 249]. Цьому аж ніяк не сприяє розмитість редакторських обов'язків та швидкість їх зміни у конвергентних медіа, єдине, що залишається стабільним — удосконалення цифрової грамотності, тих самих «digital hard skills» фахівця-редактора, що змушують його не тільки стежити за найновішими програмами, онлайн-сервісами, соціальними медіа, журналістськими та видавничими цифровими інноваціями, а й слідувати за гібридними текстами, які продукуються

для читача, робити їх максимально доступними у сприйманні цільовою аудиторією. На основі аналізу медіаринку України та Польщі можемо робити припущення, що в Україні попит на редакторів ІТ у майбутньому зростатиме. Ці зміни відображено на рис. 2.

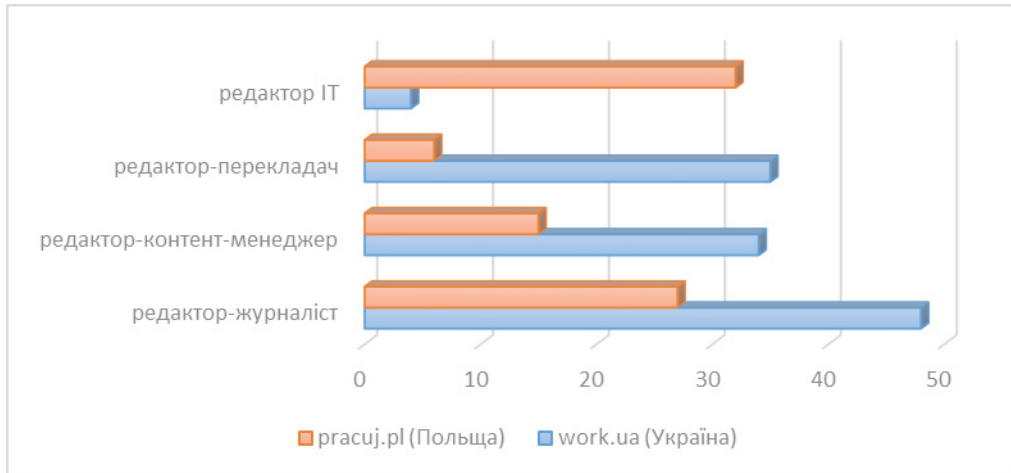


Рис. 2. Зріз медіаринку України та Польщі, к-сть оголошень.
Джерело: www.work.ua, www.gracuj.pl, квітень 2021

Рис. 2 засвідчує також інші тенденції розвитку редакторського фаху в українському медіасередовищі. Порівнюючи із загальними даними 2011 року, оприлюдненими у дослідженні Я. Приходи [8], вкажемо на суттєві зміни у пошуку фахівця-редактора: якщо запити вітчизняної медіасфери ще 10 років тому орієнтувалися на редактора, який переважно міг би працювати в українському інформаційному сегменті, то сьогоднішні роботодавці, як показує зріз медіаринку, активно потребують фахівця мультикультурного, редактора-перекладача, який володіє іноземними мовами на достатньо високому рівні, аби продукувати іншомовний контент і працювати з ним.

Для українських медіа редактор-перекладач стоїть на другому місці за запитами після універсального редактора-журналіста. Порівняймо дані (рис. 2): перше місце фіксуємо за універсальним редактором-журналістом (48 оголошень із подібними вакансіями), друге місце — про працевлаштування редакторів-перекладачів (35 оголошень). Високий показник запитів українських роботодавців щодо редакторів-перекладачів можна пояснити спрямованістю вітчизняних медіа до використання контенту закордонних інфоагентств, активним створенням іншомовних проєктів, посиленням співпраці з іноземними донорами на міжкультурному рівні.

Як вислід, тенденція мультикультуралізму і запити стейкхолдерів щодо редактора-перекладача формуватимуть вектори освітніх програм підготовки фахівців на сучасному ринку праці і в українському академічному полі. Звернемо увагу, актуальні пропозиції вступу 2021 до ЗВО України пропонують тільки 1 освітню програму

серед бакалаврського та магістерського рівнів «Журналістика та міжкультурна комунікація» (Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк). Це пояснюється тим, що західний регіон більш гостро відчуває потребу в міжкультурній взаємодії, програми підготовки фахівця-редактора орієнтовані на можливість праці за спеціальністю або спорідненими спеціальностями як в Україні, так і за кордоном. Редактор-видавець зі знанням іноземних мов може формувати та редагувати контент для читацької аудиторії ширшого охоплення, мультинаціональних спільнот, а це не завжди легко робити з огляду на інший тип менталітету, соціальні стереотипи, культуротворчі фактори тощо. Універсалізація редактора та його можливість до міжкультурної творчості шляхом отримання додаткових компетенцій у сфері мовної підготовки (англійська та інші іноземні мови) є визначальними.



Рис. 3. Потреби редакторів-перекладачів для українського та польського медіаринку, к-сть оголошень.

Джерело: www.work.ua, www.pracuj.pl, квітень 2021

Рис. 3 підтверджує наші спостереження: сучасному медіаринку України потрібні редактори зі знанням англійської, німецької, польської, іспанської, французької, італійської, нідерландської, чеської, норвезької мов. Разом із тим польськомовний сегмент медіаринку не так гостро відчуває потребу в редакторах зі знанням іноземних мов, та й спектр представлених мовних навичок обмежується виключно потребами додаткового володіння англійською, німецькою і російською мовами. Англійськомовних редакторів, як свідчить наше дослідження, потребують найбільше, щоправда, потреби українських ЗМІ у 6 разів більші, ніж польських.

В українській медіасфері на сучасному етапі вирізняються такі акценти: орієнтованість на фахівця універсального, редактора-журналіста зі знанням іноземних мов, готового працювати в мультикультурному середовищі та для багатонаціональної аудиторії, доєднується до прагнення поступового залучення фахових редакторів мультимедійних проєктів. Інша тенденція, яку помітно і яка поглиблюється, — це редактори, дотичні до сфери реклами, зв'язків із громадськістю, соціальних медіа тощо.

Підготовка редактора-журналіста сьогодні повинна враховувати запити ринку праці та спрямованість розвитку медіа, які ми окреслили вище. Врахування тенденцій повною мірою в освітніх програмах підготовки редактора-журналіста (061 журналістика) не видається можливим, адже освітня програма, рівноцінно, як і кількість освітніх компонентів у ній, регламентована кредитним та процентним співвідношеннями між блоками загальної та професійної підготовки і вибірковими компонентами, практиками тощо. З одного боку, це дає можливість видозміни та перенаповнення самих освітніх компонентів — скажімо, введення тем лекційного, практичного характеру, завдань для самостійної роботи, спрямувань практик, а з іншого, — розпорошені теми не дають такої цілісної картини, як окрема освітня компонента. ЗВО, які готують редакторів-журналістів, повинні знаходити баланс, оптимально поєднувати не тільки освітні компоненти, а й їх наповнення, аби відповідати тенденціям розвитку галузі та запитам медіаринку. До прикладу, вже згадувана освітня програма бакалаврського рівня «Журналістика та міжкультурна комунікація», запропонована у Волинському національному університеті імені Лесі Українки, побудована саме з огляду на ці тенденції: по перше, враховує два вектори журналістської освіти, які дають змогу отримати редакторський та журналістський вишкіл, по друге, має спрямування на міжкультурну діяльність (вивчення окремих освітніх компонент циклу професійної підготовки на кшталт «Кросмедіа і кроскультура», «Мультикультурні проєкти» або окремих тем, наскрізного виходу на міжкультурність в інших дисциплінах загального циклу (до прикладу, «Іноземна мова та міжкультурна комунікація»), вибіркового блоку, курсових / кваліфікаційних робіт (проєктів), практики. Третє — врахування при підготовці редактора-журналіста можливостей роботи з контентом соцмереж, рекламою, різними типами інформації та медіа, просування контенту в медіапросторі тощо.

Цілком очевидно, у подальшому вектори підготовки фахівців медіасфери будуть змінюватися з огляду на превалювання тих чи інших ринкових особливостей, а постійне переосмислення редакторських ролей і оновлення освітніх програм неминуче. Варто також прицільніше стежити за потребами ринку щодо редакторів інформаційних технологій, редакторів мультимедійних проєктів, оскільки самі ці запити поки в українському сегменті не набрали достатніх обертів, однак близькі до нас польські медіа уже фіксують це як пріоритет. Редактор-фахівець конвергентних медіа та мультимедійності, редактор-програміст — лише питання часу для українського ринку. І тут, звісно, ми щораз опиняємося у пастці: редакторські функції значно розширюються, вбирають у себе все нові й нові компетентності на вимогу часу, модифікуються, поєднують вже навіть не два, а три, чотири і більше фахових рівні. Натомість український медіаринок, часто вимагаючи універсалізму від фахівця-редактора, не готовий «піднімати ставки», оплата праці залишається порівняно невисокою, бо ж усе, що формує дохід медіа, в тому числі й «перехід від безкоштовного медіаспоживання до платного залежить не лише від економічних чинників (низька платоспроможність населення), а й від бажання засобів масової інформації спільними зусиллями вибудувати стратегії контентотворення та контентопоширення» [3, с. 328]. Припускаємо, якщо й надалі інтегрувати до

редакторської відповідальності компетентності суміжних сфер, відносно якісний медіапродукт / якісне медіа знайти стане все важче хоча би з огляду на неможливість виконання редактором мультизавдань однаково якісно в умовах швидкої журналістики. Випуск неякісного продукту — загроза фінансовій незалежності медій і більш глобальна проблема формування (вірніше спотворення) читачьких смаків, загального рівня медіакультури. Розірвати замкнене коло таки доведеться, найімовірніше, через «розвантаження» редактора завдяки фокусуванню і детермінації фахових обов'язків або ж делегування частини редакторських функцій роботизованим допоміжним системам, зокрема, системам штучного інтелекту.

Українське медіаредакторство спрямоване не тільки на українські реалії, а й зарубіжні. Затребуваність фахівця-редактора з міжкультурної комунікації бачиться актуальною. Щоправда, як наголошують дослідники, «якість підготовки медійних кадрів залежить не лише від узгодженості навчальних програм із запитами ринку, а й від адекватності мотивації студентів до навчання та усвідомлення ними своїх професійних потреб» [4, с. 38]. Мотивація ж великою мірою є наслідком поцінування праці редактора у суспільстві і на ринку праці, переосмислення ролі сучасного медіаредакторства, розвитку та модернізації сфери, фахових компетенцій і вимог як віддзеркалення цих змін, престижності редакторської фахової підготовки.

Висновки. Наше дослідження нових візій медіаредакторства дає підстави зробити висновки у двох площинах. Перша з них торкається розвитку сучасного українського та ближньоєвропейського ринку ЗМІ, аналізу потреб у редакторських кадрах. Порівняння запитів українських та польських медій щодо вакансій редактора на основі найбільших сайтів вакансій України www.work.ua та Польщі www.pracuj.pl дає нам підстави говорити про спільні та відмінні риси. Зокрема, зріз медіаринку показує: українська медіасфера найбільше потребує редактора-журналіста та редактора-перекладача, в той час, як польська — редактора ІТ з навичками програмування та спеціальних цифрових умінь. Зважаючи на це, в Україні попит на редакторів мультимедійних проєктів та цифрових технологій у майбутньому зростатиме, однак цьому має сприяти саморегуляція медіабізнесу та інші фактори привабливості професії медіаредактора. Як польський, так і український сегмент потребують універсального редактора-журналіста, здатного працювати з різними типами інформації, але ця універсалізація і покладання на редактора додаткових подвійних, потрібних тощо функціональних обов'язків, на наш погляд, ризикують якістю медіапродукції і, власне, якістю та незалежністю (також фінансовою) медій як таких. Універсалізація редактора доповнюється його можливістю до міжкультурної творчості.

На тлі зрослої відповідальності медіаредактора в епоху цифрового інфопростору, формування діджитал- та медіакультури аудиторії, з одного боку, та якості сучасного мережевого контентотворення, з іншого, престижність редакторського фаху як ніколи важлива. З цього, власне, постають результати другої площини нашого дослідження — удосконалення підготовки фахівця-редактора за запитами ринку для множення культурного досвіду через професійну діяльність. Тенденції медіаринку такі, як універсалізація редакторсько-журналістського фаху та мультикультурність повинні знаходити відображення в освітніх програмах підготов-

ки сучасного фахівця (наразі в Україні за освітньою програмою «Журналістика і міжкультурна комунікація» провадять підготовку тільки у Волинському національному університеті імені Лесі Українки, де якраз і враховано викладені вище запити стейкхолдерів). Перебудувати вишкіл редакторів-журналістів важливо з урахуванням не тільки зрізу медіаринку «тут-і-тепер», а й того, що тільки зароджується в українських реаліях як тенденція, і є вже зараз мейнстримом у ближньому європейському медіапросторі — розширення діджитал-компетенцій сучасного фахівця.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Городенко Л. Теорія мережевої комунікації. Київ : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2012. 387 с.
2. Городенко Л. Трансформація інформації у мережевій комунікації. *Наукові записки [Інституту журналістики]*. 2013. Т. 51. С. 152–155.
3. Женченко М. Цифрові трансформації видавничої галузі : монографія. Київ : Жнець, 2019. 440 с.
4. Захарченко А., Петренко-Лисак А. Модернізація журналістської освіти: позиції студентів та роботодавців. *Наукові записки [Інституту журналістики]*. 2019. Т. 2 (75). С. 36–47.
5. Зелінська Н. Редагування як форма соціальної відповідальності: на перехресті дослідницьких парадигм. «*Наука байдужа до біографій своїх творців...*» : вибрані твори. Львів : Українська Академія друкарства, 2013. С. 66–73.
6. Огар Е. Медіаосвіченість видавців в епоху цифрових технологій: актуальні проблеми професійного вишколу. *Поліграфія і видавнича справа*. 2017. № 1 (73). С. 108–115.
7. Порпуліт О. Інформаційно-комунікаційний і технологічний виміри медіапростору. *Поліграфія і видавнича справа*. 2018. № 1 (75). С. 114–124.
8. Прихода Я. Редактор у системі соціальних комунікацій. *Вісник книжкової палати*. 2011. № 12. С. 18–20.
9. Sandu A. From Pandemic to Infodemic. *BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*. 2020. Vol. 11. № 2. URL: <https://www.brain.edusoft.ro/index.php/brain/article/view/1033> (дата звернення: 6.05.2021).
10. Shea N. Curators of Culture: Redefining the Role of Editors. *Publishing Research Quarterly*. 2018. № 3. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12109-018-9571-6> (дата звернення: 6.05.2021).

REFERENCES

1. Horodenko, L. (2012). *Teoriia merezhevoi komunikatsii*. Kyiv : Akademiia Ukrainskoi Presy, Tsentri Vilnoi Presy (in Ukrainian).
2. Horodenko, L. (2013). *Transformatsiia informatsii u merezhevii komunikatsii: Naukovi zapysky [Instytutu zhurnalistyky]*, 51, 152–155 (in Ukrainian).
3. Zhenchenko, M. (2019). *Tsyfrovi transformatsii vydavnychoi haluzi*. Kyiv : Zhnets (in Ukrainian).
4. Zakharchenko, A., & Petrenko-Lysak, A. (2019). *Modernizatsiia zhurnalistykoï osvity: pozysii studentiv ta robotodavtsiv: Naukovi zapysky [Instytutu zhurnalistyky]*, 2 (75), 36–47 (in Ukrainian).

5. Zelinska, N. (2013). Redahuvannia yak forma sotsialnoi vidpovidalnosti: na perekhresti doslidnytskykh paradyhm: «Nauka baiduzha do biohrafii svoikh tvortsiv...» : vybrani tvory. Lviv : Ukrainska Akademiia drukarstva, 66–73 (in Ukrainian).
6. Ohar, E. (2017). Mediaosvichenist vydavtsiv v epokhu tsyfrovyykh tekhnolohii: aktualni problemy profesiinoho vyshkolu: Polihrafiia i vydavnycha sprava, 1 (73), 108–115 (in Ukrainian).
7. Porpulit, O. (2018). Informatsiino-komunikatsiinyi i tekhnolohichni vymiry mediaprostoru: Polihrafiia i vydavnycha sprava, 1 (75), 114–124 (in Ukrainian).
8. Prykhoda, Ya. (2011). Redaktor u systemi sotsialnykh komunikatsii: Visnyk knyzhkovoi palaty, 12, 18–20 (in Ukrainian).
9. Sandu, A. (2020). From Pandemic to Infodemic: BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience, 11, 2. Retrieved from <https://www.brain.edusoft.ro/index.php/brain/article/view/1033> (data zvernennja: 27.04.2021) (in English).
10. Shea, N. (2018). Curators of Culture: Redefining the Role of Editors: Publishing Research Quarterly, 3. Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1007/s12109-018-9571-6> (data zvernennja 27.04.2021) (in English).

doi: 10.32403/0554-4866-2021-1-81-89-99

IN THE ERA OF DIGITAL COMMUNICATIONS: NEW VISIONS OF MEDIA EDITORSHIP

O. Kosheliuk, N. Blahovirna, M. Rozhylo

*Lesya Ukrainka Volyn National University,
30a, Vynnychenka St., Lutsk, 43025, Ukraine
kosheliukolena@gmail.com,
blahovirna.natalia@vnu.edu.ua,
marija_levchuk@ukr.net*

The article deals with media editorship in modern world and aftereffects of the reforming of information space and appropriately new professional requirements due to the conditions of digitalization. The study elucidates which editors of Ukrainian and Polish media market in 2021 according to the employers' requests for editor positions on vacancy sites like www.work.ua (Ukraine) and www.pracuj.pl (Poland) need. The research consists of two parts. The first one analyses the media market and shows that the Ukrainian media sphere needs an editor-journalist and a translator-editor the most, while the Polish one needs an IT editor with programming skills and special digital skills. In Ukraine, the demand for editors of multimedia projects and digital technologies will grow in the future. However, this should be facilitated by self-regulation of the media business and other factors of attractiveness of the media editor profession. Polish and Ukrainian media sectors need universal editor-journalists working with different types

of information and media. But this universalization and the imposition on the editor on top of everything else double, triple etc. functional responsibilities, in our opinion, risk both the quality of media production and, in fact, the quality and independence (also financial) of the media as they are. The universalization of the media editor fills up with his ability to intercultural creativity.

The second part of the research offers the propositions about training for editors-journalists and their successful work with convergence media. The increased responsibility of the media editor in the era of digital information space, the formation of digital and media culture of the audience, on the one side, and the quality of modern online content creation, on the other side, the prestige of the editorial profession is more important than ever. Media market tendencies in particular universalization of editors and journalists profession position as far as multiculturalism of editorship are reflected in the study programs of modern Ukrainian education (program “Journalism and Intercultural Communication” by Lesya Ukrainka Volyn National University). Improving the education of a specialist in editing and journalism in Ukraine is inevitable according to the changes in media and requests of media employers. Professionals in media editorship multiply the cultural experience through professional activity.

Keywords: *editor, media market, digital communications, convergence, digital skills, multiculturalism.*

Стаття надійшла до редакції 20.05.2021.

Received 20.05.2021.