

IN THE SYSTEM OF SOCIAL COMMUNICATIONS

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2019.75.3>

UDC 007:070.422:342.813

Modernization of Journalistic Education in Ukraine: Positions of Students and Employers

Artem Zakharchenko

*PhD (social communications), Associate professor
Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv; research director in
the Center for the Content Analysis.
36/1 Illienka St., Kyiv, 04119, Ukraine
Corresponding author's e-mail address: artem.zakh@gmail.com*

Alla Petrenko-Lysak

*PhD (sociological science), Associate professor,
Faculty of Sociology of Taras Shevchenko National University of Kyiv
Academician Glushkov Ave., 4d, Kyiv, 03127, Ukraine
Corresponding author's e-mail address: alla_pl@ukr.net*

ABSTRACT

In this paper, we provide the recommendations regarding modernization of professional journalism education, compiled on local research of students of the Institute of Journalism of Taras Shevchenko National University of Kyiv, and on the survey of top priority employers. This study was caused by the issue of the level of students' professional training, as well as the wishes concerning improvement of educational process announced by both interviewed groups.

The objective of the study is to outline the request on improvement of the educational process at the Institute of Journalism, to specify its directions, basing on assessments and desires of stakeholders. Except the answers about the level of education and necessary skills, the questionnaire for students helped to make a list of media outlets, which were the most desirable workplaces for them. The second research stage dealt with the interviews with managers of media outlets specified by the students.

We ascertained that the key problems of media specialists education was the lack of practical work on the content taking into account the contemporary media stylistics and also complete misunderstanding by the students of the current political, economic and cultural realities.

As for the students' wishes, we found the strong request on strengthening their technical and managerial knowledge and skills.

KEYWORDS: journalistic education; employers; journalistic practice; professional standards.

Модернізація журналістської освіти: позиції студентів та роботодавців

Захарченко Артем Петрович, Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент
Петренко-Лисак Алла Олександрівна, факультет соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат соціологічних наук, доцент

Резюме

У статті подано рекомендації щодо модернізації фахової освіти журналістів, складені на основі локального дослідження думок студентів Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка та подальшого вивчення думки найпріоритетніших для них роботодавців. Анкетування студентів допомогло сформуванню переліку медій, які є для них найбажанішим місцем роботи. Другим етапом стали інтерв'ю з менеджерами зазначених студентами медій. Приводом для дослідження були побажання щодо покращення професійної підготовки студентів, які звучали від обох опитаних груп. Мета цієї статті – окреслити запит на вдосконалення освітнього процесу, його напрями, ґрунтуючись на оцінках та побажаннях зацікавлених сторін.

З'ясовано, що ключовими проблемами підготовки працівників медій є недостатня кількість практичної роботи над контентом з урахуванням стилістики сучасних медіа, а також майже повне нерозуміння студентами сучасних політичних, економічних та культурних реалій. Від самих студентів виявлено запит на посилення викладання технічних і менеджерських знань та навичок.

Ключові слова: журналістська освіта; роботодавці; журналістська практика; професійні стандарти.

Захарченко А.П., Петренко-Лысак А.А. Модернизация журналистского образования: позиции студентов и работодателей

В статье даны рекомендации по модернизации профессионального образования журналистов, составленные на основе локального исследования мнений студентов Института журналистики Киевского национального университета имени Тараса Шевченко и последующего опроса приоритетных для них работодателей. Анкетирование студентов помогло сформировать перечень медиа, которые являются для них желанным местом работы. Вторым этапом стали интервью с менеджерами указанных студентами медиа. Поводом для исследования были пожелания по улучшению профессиональной подготовки студентов, которые звучали от обеих опрошенных групп. Цель этой статьи – определить запрос на совершенствование образовательного процесса, его направления, основываясь на оценках и пожеланиях заинтересованных сторон.

Выяснено, что ключевыми проблемами подготовки работников медиа является недостаточное количество практической работы над контентом с учетом стилистики современных медиа, а также почти полное непонимание студентами современных политических, экономических и культурных реалій. От самих студентов выявлен запрос на усиление преподавания технических и менеджерских знаний и навыков.

Ключевые слова: журналистское образование; работодатели; журналистская практика; профессиональные стандарты.

1. Вступ

Стан журналістської освіти в Україні і його відповідність вимогам ринку останнім часом постають предметом професійних дискусій [1]. При цьому 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. Іншою стороною цієї взаємозалежності є імідж журналістської освіти: окремі очільники медій навіть висловлюють сумнів щодо того, чи брати взагалі на посади випускників саме журналістських факультетів та інститутів (наприклад, [1, с. 33]). Проте наше дослідження демонструє, що є певні позитивні зрушення.

У рамках ініціативи «Інститут журналістики по-європейськи» автори зібрали та порівняли оцінки підготовки фахівців в Інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка (далі – ІЖ КНУТШ), отримані від студентів (на першому етапі дослідження) та їх потенційних роботодавців (на другому етапі дослідження). Надалі ми узагальнили побажання до форми та змісту освіти, а також сформулювали вимоги редакцій до працівників, уклали своєрідні стислі «паспорти» цих спеціальностей.

Відтак, *об'єктом дослідження* є підготовка фахівців у галузі медій в ІЖ КНУТШ. *Предмет* – оцінка змісту навчання в ІЖ його студентами і вимоги потенційних роботодавців до результатів журналістської освіти. *Мета* – окреслити запит щодо вдосконалення навчального процесу в ІЖ, а також означити можливі напрямки такого вдосконалення, ґрунтуючись на побажаннях студентів та роботодавців.

2. Теоретичне підґрунтя

В Україні дискусії щодо освітньої підготовки кадрів для медіа є різноплановими та складними. В середині нульових років ХХІ ст. ключовою темою стало запровадження Болонського процесу, про що писали В. Різун [2], Ю. Єлісєнко [3] та ін. Згодом почався період дискусій щодо нових технологій. У 2011 р. у межах проекту British Council було сформовано два паспорти спеціальностей: «Журналіст мультимедійних видань засобів масової інформації» [4] та «Редактор мультимедійних видань засобів масової інформації» [5]. Останніми роками триває дискусія щодо відповідності цих освітніх програм вимогам ринку. Один з авторів цієї статті оприлюднював свої інноваційні методики практичного журналістського навчання у царині онлайнмедіа [6]. Якість фахової журналістської освіти регулярно і різнобічно досліджується громадською організацією «Детектор медіа» [7]. Важливо зазначити, що у світовому дискурсі найактуальніші питання, які обговорюються з цієї проблематики, збігаються з українськими: так само наголошується на нестачі надання практичних навичок під час журналістської освіти [8; 9].

Відмінність нашого дослідження від регулярних замірів ГО «Детектор медіа» полягає у тому, що ми фокусуємося на освіті конкретного навчального закладу – Інституту журналістики, а також подаємо думки як студентів, так і роботодавців стосовно конкретних професійних знань та умінь.

3. Методи дослідження

Дослідження проходило у два етапи.

На першому етапі опитано студентів бакалаврату та магістратури. Опитування проводилося методом роздаткового анкетування. Всього у березні-травні 2016 р. було опитано 357 студентів, які навчалися на той момент в Інституті журналістики. Анкетування проводилося студентами-волонтерами. Одне з основних завдань першого етапу – отримати від студентів інформацію про омріяні ними місця майбутньої роботи за фахом. Це дало змогу скласти перелік пріоритетних для студентів медій. Перелік охопив 12 медій різних

типів, представників яких надалі було опитано на другому етапі дослідження – вивчення думки роботодавців.

Крім того, опитування студентів мало на меті дізнатися, як оцінюють студенти освітні послуги ІЖ КНУТШ з їхньої фахової підготовки до майбутньої роботи.

Другий етап (вивчення думки роботодавців) проводився методом глибинного інтерв'ю у червні-серпні 2018 р. Мета вивчення думки роботодавців – з'ясувати перелік тих знань, умінь і навичок, яких вони очікують від студентів – своїх майбутніх працівників. Опитували головних редакторів медіа, їхніх заступників або керівників відділів, які найчастіше працюють з новими кадрами.

Повний перелік медіа, представників яких було опитано, такий:

- телеканали: 1+1, ICTV, Громадське ТБ;
- онлайн-медіа: Українська правда, LB.ua, Platfor.ma, BBC Україна;
- радіостанції: Громадське радіо;
- інформагенції: УНІАН, Українські новини;
- друковані медіа: Український тиждень, Новое время, День.

В сценарії глибинних інтерв'ю роботодавців ми передбачили запитання, які стосуються оцінки загального рівня компетентності випускників ІЖ КНУТШ, а також посад, на які вони готові взяти претендентів без досвіду або з мінімальним досвідом (виробнича практика, позаштатна робота під час навчання), і схарактеризувати знання та вміння, необхідні для отримання цієї посади.

Серед названих посад були не лише журналістські і редакторські, а й інші: дизайнер-верстальник, лінійний продюсер, більше редактор тощо. Ми вирішили не включати ці посади до результатів дослідження, адже в більшості випадків опитувані медіаменеджери заявляли, що не можуть характеризувати навички цих працівників, оскільки ті їм не підпорядковані.

4. Результати й обговорення

В результаті спілкування з роботодавцями ми отримали представлені далі дані у вигляді діаграм та цитат з глибинних інтерв'ю.

Релевантність даних опитування

В дослідженні було застосовано багатоступеневу стратифіковану вибірку студентів бакалаврату. Похибка дослідження становить 2,3%. Винятком є тільки студенти магістратури, до яких було застосовано стихійну випадкову вибірку з огляду на особливості навчального процесу. Тому дані, що характеризують магістратуру, ми надалі вважали приблизною оцінкою ситуації, а не її точним заміром.

Специфікою журналістських закладів вищої освіти є те, що певна частина студентів починає працювати вже з 1 курсу, і до 4 курсу ця частина зростає. Ми поставили студентам запитання щодо їх рівня зайнятості, і відповіді на нього представлено на рис. 1.

Майже весь менеджмент редакцій, опитаний на другому етапі дослідження, може оцінити рівень компетенції студентів ІЖ КНУТШ, адже має досвід їх працевлаштування. Представники опитаних редакцій, крім однієї, зазначили, що мають на момент опитування працевлаштованих студентів і випускників ІЖ, лише один редактор зазначив, що таких працівників не має, але неодноразово спілкувався зі студентами цього інституту на гостьових лекціях. У 8 з 13 опитаних редакцій працює від 1 до 5 випускників/студентів ІЖ, а 2 редакції відповіли, що вони мають від 6 до 10 і більше таких кадрів. Майже всі зазначали, що регулярно проводять співбесіди зі студентами/випускниками ІЖ КНУТШ як претендентами на посади.

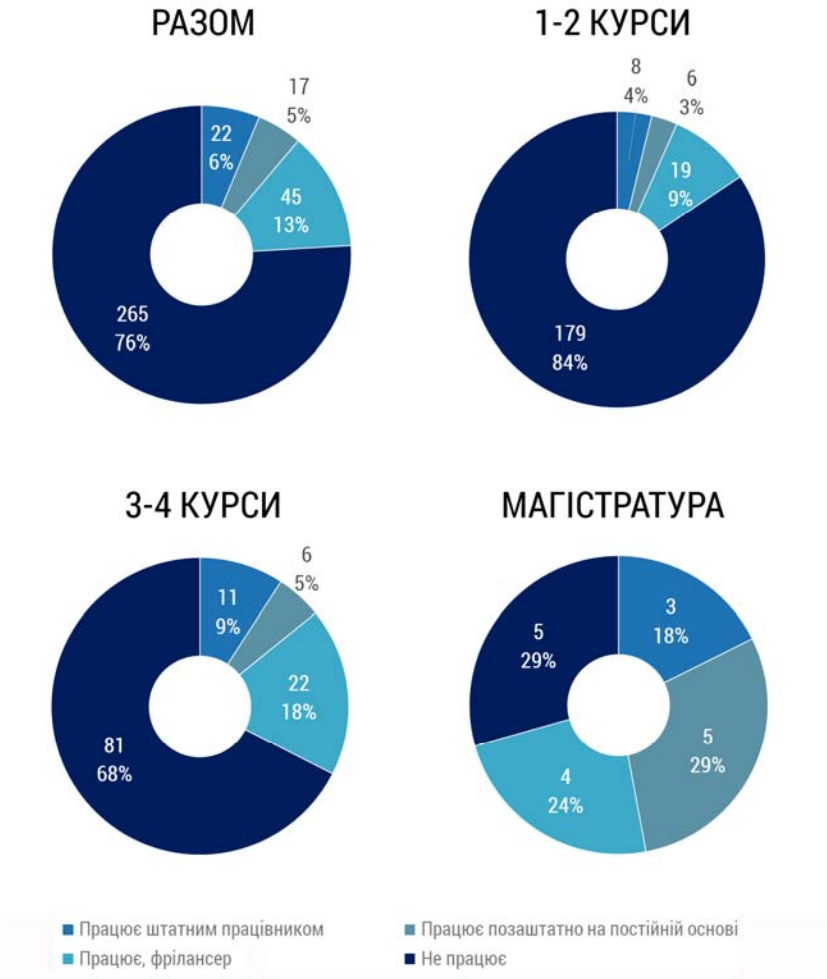


Рисунок 1. Працевлаштованість опитаних студентів

Загальний рівень підготовки, брак знань та вмінь

В опитуванні студенти оцінювали лише здатність навчального процесу формувати професійні навички, перед ними не ставилося запитання про загальний рівень підготовки в Інституті журналістики. Щодо цього питання ми надали можливість висловитися лише роботодавцям як зовнішнім спостерігачам. Із опитаних редакторів шестеро поставили оцінку 3 (на рівні інших вузів), і семеро – 4 (дещо краще за інші вузи).

Кілька медіаменеджерів заявили про помітне покращення якості підготовки студентів в останні 2–3 роки. «Був період, коли мене здебільшого розчарували випускники ІЖ, але останніх років три я змінив свою думку, і мені здається, що підготовка покращилася», – поділився враженнями редактор одного друкованого видання. «Минулого року, коли я читав лекцію, аудиторія була більш активною, аніж кілька років тому. Так само і ідеї статей з ІЖ останнім часом мені почали надходити», – підтверджує керівник онлайн-видання.

Опитування студентів і роботодавців містило запитання щодо знань та вмінь, яких не вистачає випусникам. У роботодавців це було відкрите запитання: вони самі формулювали позиції, якими не задоволені. Лише у разі неконкретної або неповної відповіді інтерв'юер підказував варіанти відповіді. В опитуванні студентів пропонувалося оцінити рівень підготовки за конкретним переліком знань та вмінь, сформованим попередньо на основі дискусії у Facebook-групі «Інститут журналістики по-європейськи».

Знання та вміння, яких найбільше бракує студентам та випусникам, дуже відрізняються в оцінках самих студентів та їх майбутніх роботодавців. На рис.2. порівняно позиції, які найчастіше називали в обох опитаних групах.



Рисунок 2. Порівняння відповідей студентів та роботодавців щодо знань та вмінь, яких не вистачає

Студенти набагато більше цінують навички, потрібні для керівних посад: керівника редакції чи відділу, журналіста-аналітика. Натомість, редактори закидають їм брак першочинних умінь, необхідних для роботи кореспондента або редактора стрічки новин: написання текстів, знання поточної ситуації в країні тощо. Серед самих студентів брак цих навичок відчувають лише близько третини опитаних. Натомість керівники редакцій чітко заявляють: що керівні посади без досвіду посісти неможливо. «Журналістом в принт або редактором рубрики без досвіду не візьмемо. Людина має спершу попрацювати на простішій роботі, а потім – можливо», – говорить редактор друкованого видання. «Робота

новинаря комусь може здатися рутинною, мовляв, я не для того 4–5 років учився в ІЖ, щоб працювати новинарем. Але вони дають реальні знання», – доповнює його інший опитаний.

Отже, студентам і викладачам, які формують зазначені навички, треба звернути увагу на навчання максимально наближених до практики навичок роботи.

Психологічна готовність, комунікаційний досвід

Окремим блоком критичних зауважень, які довелося почути від роботодавців, стало питання психологічної готовності студентів та випускників ІЖ до журналістської роботи. В анкетах не було окремих запитань щодо цього, однак під час інтерв'ю багато редакторів висловлювали свою думку з цього приводу.

Частина нарікань стосується «зіркової хвороби» у студентів та випускників. *«Люди після ІЖ... не розуміють, що робота на телебаченні – це журналістика... Всі бачать себе в кадрі ведучими. Те, що треба пахати, їх відштовхує одразу»,* – ділиться досвідом один із телевізійних редакторів. Щоправда, за словами представника преси, ця тенденція поступово зникає: *«Останнім часом у них більше мотивації працювати. Раніше здебільшого... вони хотіли стати телезірками».* Інший керівник друкованого видання навпаки оцінює мотивацію високо: *«Величезна перевага: вони хочуть бути журналістами, націлені на це. Все інше погано: англійська, загальна освіта».* Але теж відзначає своєрідну «експертну» форму «зіркової хвороби»: *«Потрібно уміти відмовитися від написання своїх думок, поки ти не колумніст і не аналітик. Це дуже поширено».*

Серед інших психологічних проблем називають страх і нерішучість, безвідповідальність, несамокритичність. *«Була дівчинка... яка казала, що вона не може записати коментар. Чому? Страшно! Бо це – народний депутат!»* – розповідають в одній з інформагенцій, додаючи, що впевненіші в собі ті студенти, які відвідували відкриті лекції політиків і ставили запитання. Точно таку саму історію розповідають і в друкованому виданні.

«Часто люди не розуміють, що таке – редакційне завдання, і що воно ніби як трохи обов'язкове до виконання. І що дотримання дедлайнів важливе», – доповнюють на телебаченні, припускаючи, що це, ймовірно, спричинено можливістю отримати в Інституті оцінку без виконання деяких завдань.

«Вони мають бути самостійними, не чекати завдань від редактора і не питати, до кого краще зателефонувати», – доповнює інший медіаменеджер.

Слід зазначити, що студенти також наголошують, що їм бракує комунікаційного досвіду: 44% опитаних заявили, що відчувають цю проблему.

Загальна ерудиція, знання поточного життя країни

8 із 13 опитаних роботодавців скаржилися, що випускники більшості журналістських навчальних закладів, не лише Інституту журналістики КНУТШ, необізнані щодо поточних подій в Україні в сфері політики, економіки, високої культури тощо. Наведемо лише кілька цитат різних медіаменеджерів.

«Президент, прем'єр – це вони ще розуміють, але за що відповідають Світовий банк і МВФ, що таке бюджет взагалі – не в курсі». *«Прізвисьце Іванни Климпуш-Цинцадзе вони записували просто під диктовку».* *«Вони навіть питають, як правильно писати – Іран чи Ірак. Не розуміють, що це різні країни. Не кажучи вже про Південний Судан».* *«Не можуть назвати склад парламенту за фракціями. Видно, що їх цього не вчать».* *«Не знають, чим фракція від групи відрізняється».*

При цьому причиною такої недорікуватості випускників можуть бути не лише викладачі та програми навчальних дисциплін. Адже серед студентів лише 35% зазначили, що їм не вистачає знань щодо тематики видань, в яких вони хочуть працювати. Решта вважають, що знають усе.

Між тим, редактори наголошують, що не можна просто вивчити всі необхідні теми. *«Потрібно щиро цікавитися»,* *«Людина має бути жадібною до інформації, голодною до*

усього що відбувається навколо», – такі побажання зафіксувало опитування. А для цього потрібно, перш за все, прищепити студентам звичку читати новини, і не лише під час своєї робочої зміни. *«Мене дивують студенти, які приходять на практику і кажуть: ой, а я новини не дуже читаю... Хоча це – як робити зарядку зранку»*, – запевняє менеджер друкованого видання.

Більше того, потрібно ретельно обирати, які видання читати. Адже, за словами опитаних роботодавців, дуже часто студенти орієнтуються на «Медузу» та інші російські медіа. *«Але навіть якщо прибрати всі політичні моменти, то ці медіа все одно не є трендсетерами, краще читати англомовні видання»*, – каже один із респондентів. А інший додає: *«потрібно читати не лише те видання, яке тобі читати комфортно. Потрібно інколи і спарські видання переглядати, і лояльні до неприємних тобі політиків»*.

Опитані редактори погоджуються, що журналісти повинні мати хоча б одну тему, за якою вони стежать ретельно, а крім того, моніторити й інші найважливіші події в країні і світі. А щодо тих речей, які запам'ятати не можуть, вони повинні вміти шукати і перевіряти інформацію.

Наслідки незнання тем: нездатність до фактчекінгу і виділення головного

Прямим наслідком описаного в попередньому пункті незнання ситуації в країні є нездатність критично оцінювати інформацію з різних джерел. На невміння фактчекінгу у випускників ІЖ, щоправда, поскаржилися лише 3 із 13 опитаних роботодавців, але пов'язували це з ненаданням відповідних знань та вмінь під час навчання.

«Іде людина на прес-конференцію – і вірить всьому. Немає в голові бекграунду, і тому не розуміють контексту чийось слів», – скажуться в інформаційній агенції.

Адже мало знати способи перевірки інформації: без необхідних знань про предмет публікації вони не допоможуть.

Інший наслідок необізнаності в питаннях політики або економіки – невміння «побачити новину», виділити головне. Слід не просто знати про існування концепції 5W (стандарт повноти подачі інформації, що передбачає відповіді на запитання Who?, What?, When?, Where?, Why? (Хто?, Що?, Коли?, Де?, Чому?)), а вміти їх виділяти в реальному масиві інформації. *«Буває, вони ідуть на подію, там летиться водичка, і вони не розуміють, що це водичка, і дають чотири новини, а потрібна одна»*, – додають в інформаційній агенції. Схожі ситуації описують ще двоє редакторів.

Практика: написання текстів, створення аудіовізуального продукту

Два етапи опитування виявили суперечність в оцінюванні навички написання текстів. Так, другим найпопулярнішим, після незнання тем, закидом від професіоналів стали зауваження щодо відсутності такої навички. Однак студенти (71%) не визнають такої нестачі у себе.

Роботодавці ж найбільше звертають увагу на два аспекти: хибну, застарілу стилістику і нестачу практичного досвіду.

«Їх не вчать розповідати історії, писати просто. Їх налаштовують на те, що журналістика – це дуже складний фах, і вони не дозволяють собі просто розповідати історії, як би вони робили в барі своєму другу», – пояснює редактор одного з інтернет-медіа. Керівник друкованого видання додає: *«Їх вчать жанрам, визначенням, але навіть як писати новину – ми завжди їм мусимо показувати. Хоча ми працюємо в новинах за загальновідомими стандартами»*.

Один з опитаних медіаменеджерів звернув увагу на нові жанри. *«Потрібно не зацілюватися на старих жанрах, які вивчають в університеті. Нові – наприклад, ті ж самі інфокарти, інтерактивні візуалізації – часто читаються набагато краще, і краще продаються, як партнерські»*, – запевняє він.

Схожі претензії і щодо телевізійного контенту. *«Часто люди не знають, що таке синхрон. Їм не дають можливості знімати. Як працює реальне телевізійне виробництво – вони не мають уявлення»*, – кажуть на одному з телеканалів.

Роботодавці радять організувати навчальний процес так, щоб студенти виконували якнайбільше практичної журналістської роботи, і при цьому залучати професіоналів, які би вчили писати сучасно, а не *«нафталіново»*, як висловився один з опитаних.

Технічні аспекти

Потреба володіти технічними навичками описана роботодавцями, як можливість, а не як необхідність. Більшість опитаних зійшлися на тому, що вони цілком можуть працевлаштувати випускника без знань монтажу, SMM або SEO, досвіду створення інфографіки, але всі ці уміння будуть бонусними при прийомі на роботу. І хоча багато хто зазначав, що за вище згадані функції у них у редакціях, як правило, відповідають окремі фахівці, саме вміння часто стає журналістові в нагоді, особливо якщо він – мультимедійний журналіст.

«Ваші студенти мають розуміти, що сьогодні журналіст – це багатофункціональний девайс. Щоб цікавіше і дорожче продати себе на ринку, треба вміти все. Чим більше ти вмієш робити з контентом, тим ти цікавіший для роботодавця», – запевняють в одному з телеканалів.

Найчастіше згадують про «мультимедійного журналіста» і вміння «виробляти контент на всі платформи»: телеканали і радіостанції, які мають у своїй структурі також веб-редакцію. Натомість, з опитаних редакторів веб-сайтів лише двоє заявили, що очікують від претендентів на посади навичок роботи з мультимедіа та інших технічних навичок. Решта запевняли, що з технікою у сучасного покоління проблем немає: мобільними телефонами і соцмережами користуються всі, а от писати вміють – не всі.

Цікаво прокоментували це питання в одній із інформагенцій: *«Треба навчити студентів використовувати стріми і селфі для роботи... Все це вони вже вміють... але не здогадуються, що їх відео, скажімо, може бути саме по собі новиною»*.

Окрема розмова стосувалася SMM як бажаної компетенції для багатьох посад. 47% опитаних студентів хотіли би краще орієнтуватися в цій сфері.

В одних редакціях наголошували на необхідності знання технічних аспектів: вибору часу для посту, врахування специфіки всіх соцмереж, їх технічних особливостей, які впливають на реакцію користувачів. Окремо підкреслювалися контентні навички: написання в будь-якому жанрі, *«від твіту до сценарію для відео, окремо для Facebook і для YouTube»*.

Інші медіаменеджери робили акцент на тому, що випускникам бракує знання комунікації в соцмережах, скажімо, вміння швидко залагоджувати будь-які скандали, які виникають довкола їх медіа.

Одна з інформагенцій подала компромісну версію: *«Кожен повинен уміти просувати самого себе як автора і кореспондента. Не лише для спілкування з друзями і родичами. На журналістів не покладається просування сторінки видання, лише просування себе самого. Журналістика стає авторською, є читачі, які проходять конкретно на автора»*.

Етика

Ставлення до етики і журналістських стандартів навіть серед професіоналів є суперечливим, не кажучи вже про студентів, серед яких ніхто не поскаржився на брак цього знання.

На необхідності дотримання етичних норм наголосили менеджери лише двох медіа, пов'язаних з іноземним фінансуванням. *«Етика і стандарти – це те, що не можна пересадити. Всьому іншому можна навчити, з більшим або меншим успіхом. А етики людина або дотримується, або ні. Мають розуміти, як відповідати на запитання: ким ми повинні бути під час війни, патріотами чи журналістами. Це для нас дуже важливо»*, – заявили в одному з них.

Натомість, в деяких інших медіа ставлення до етики коливається від байдужого до скептичного чи обережно-іронічного. *«Ваші випускники мені показували конспекти, в яких написано: журналіст – це лицар без страху і докору. Навіщо це»,* – поцікавилися на одному з телеканалів.

Таким чином, можемо зробити висновок, що навчання етики потрібне, але у формі, максимально позбавленій пафосу і формалізму, зосередженій на розборі практичних кейсів, де студентам слід навчитися ухвалювати конкретні рішення.

Знання іноземних та української мов

Знання студентами та випускниками Інституту журналістики іноземних мов мало суперечливі оцінки від роботодавців. На недостатній рівень англійської поскаржилися 3 опитаних медамеджери, а один, навпаки, заявив: *«З ІЖ студентів, які не знають англійської, мені давно не траплялося».* Однак в цілому на потребі розмовного рівня англійської наголошувала більшість опитаних роботодавців. Серед студентів на недостатню підготовку з іноземних мов поскаржилися 23% опитаних.

Одне видання скаржилось на рівень грамотності російської мови. *«Цьому не вчать зараз ніде, і ми просто не можемо знайти собі адекватних працівників»,* – зазначив респондент.

Натомість, двоє поскаржилися на низьку грамотність в українській мові: щоправда, не лише стосовно випускників ІЖ. *«З пунктуацією катастрофа у цій країні, таке враження, що всіх перестали вчити класі у четвертому»,* – заявив редактор одного телеканалу.

Опрацювання даних

Поки що слабкий запит роботодавців на навички з опрацювання даних: на брак цього досвіду поскаржилися двоє видань. *«Ніхто не користується цифрами для аналізу інформації, не може їх інтерпретувати»,* – заявили на одному з телеканалів. А в редакції онлайн-медіа додали: *«Робота з даними зараз потрібна кожному нашому журналістові, потрібно вміти не лише їх знайти, потрібно обробити, порівняти дані з різних джерел, а бажано і візуалізувати».*

Вочевидь, Інститут журналістики наразі дотримується правильної стратегії, пропонує студентам ці навички у форматі спецкурсу. Але надалі важливість цієї компетенції може суттєво зрости.

5. Висновки

Проведені опитування, без сумніву, не мають загальнонаціональної репрезентативності, а репрезентують передусім ситуацію в ІЖ КНУТШ станом на 2016 (опитування студентів) і 2018 (опитування роботодавців) роки. Проте вони показали, що навчальний процес варто вдосконалювати. Роботодавці вказали на дві системні проблеми: недостатнє вміння студентів працювати над контентом з урахуванням стилістики сучасних медіа, а також майже повне незрозуміння студентами сучасних політичних, економічних та культурних реалій разом з незвичкою стежити за новинами. Студенти ж неадекватно оцінюють рівень свого невміння, не вважаючи ці дві проблеми головними.

Від студентів є потужний запит на глибше вивчення технічних аспектів комунікації, на більшу кількість практики зі спілкування з героями та здобуття інформації, на медамеджерські вміння – такі, як планування роботи редакції, економіка редакції тощо. Роботодавці ж зазначають, що не беруть людей без досвіду на посади, в яких ці компетенції можуть знадобитися.

Щоправда, є і інші нагоди для використання менеджерських навичок: у разі запуску власного медіа-стартапу всі запитані студентами знання будуть необхідними ще на початку створення концепції. Але навіть знаючи все про медіапланування, фахівець, який не

вміє сучасно і яскраво писати, не зможе залучити достатню аудиторію і, в результаті, не виведе стартап на самоокупність.

Кожен зі сформованих нами блоків побажань на основі отриманих даних щодо змісту навчального процесу відкриває свої можливості. Окремі з піднятих питань варто врахувати, змінивши підхід до викладання наявних навчальних дисциплін. Інші – потребують впровадження нових дисциплін, чи то у форматі спецкурсів, чи то обов'язкових до вивчення предметів. Однак ігнорувати запити ринку праці та пропозиції від самих студентів теж не варто.

References

1. Dorosh, M., Kutovenko, O., Piddubna, O. et al. (2016), *Current Issues of Media Education Reforms in Ukraine*, Kyiv, 54 p., available at: https://ms.detector.media/content/files/telekritika_osvita_2016.pdf (accessed: 21 March 2019).
2. Rizun, V. (2006), “The idea of journalism education within the context of discourse about the university”, *Uchenye Zapiski Tavricheskogo Nacional'nogo Universiteta im. V. I. Vernadskogo. Philologija [Scientific Notes of V.I. Vernadsky Taurida National University. Philology]*, vol. 19 (58), pp. 335–344, available at: <http://journalib.univ.kiev.ua/Articles/ideya.pdf> (accessed: 21 March 2019).
3. Yelisovento, Yu. (2006), “Speciality in the shadow of profession or vice versa?”, *Naukovi Zapysky Instytutu Zhurnalistyky [Scientific Notes of Institute of Journalism]*, vol. 24, pp. 158–161, available at: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2115> (accessed: 21 March 2019).
4. British Council (2011), *Passport of Profession: Professional Standard: Editor of Multimedia Editions of Mass Media*, SCM, available at: http://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/redaktor_multimediynih_vidan.pdf (accessed: 22 March 2019).
5. British Council (2011), *Passport of Profession: Professional Standard: Journalist of Multimedia Editions of Mass Media*, SCM, available at: http://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/zhurnalist_multimediynih_vidan.pdf (accessed: 21 March 2019).
6. Zakharchenko, A. (2014), “Specificity of teaching of practical courses in the field of new media”, *Naukovi Zapysky Instytutu Zhurnalistyky [Scientific Notes of Institute of Journalism]*, vol. 55, pp. 277–281.
7. Zubchenko, Ya., Lytvynenko, V., Lutska, V., Piddubna, O. et al. (2018), “Journalism education in Ukraine: does the system work?”, Kyiv, 72 p., available at: https://detector.media/doc/images/news/archive/2016/142347/DM_joureducation_2018-WEB-compressed.pdf (accessed: 21 March 2019).
8. Deuze, M. (2000), “Journalism education: considering theory, goal, and changes”, *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, vol. 21(1), no. 1, pp. 137–152.
9. Greenberg, S. (2007), “Theory and practice in journalism education”, *Journal of Media Practice*, vol. 8(3), no. 3, pp. 289–303.

Submitted on 15.07.2019

Список літератури

1. Дорош М., Кутовенко О., Піддубна О. Актуальні аспекти реформування журналістської освіти в Україні. Київ, 2016. 54 с.
2. Різун В. Ідея журналістської освіти в контексті дискурсу про університет // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Филология. 2006. Т. 19 (58). С. 335–344.
3. Єлісовенко Ю. П. Спеціальність у тенетах професії чи навпаки? // Наукові записки Інституту журналістики. 2006. Т. 24. С. 158–161.
4. Професійний стандарт редактор мультимедійних видань засобів масової інформації скорочена версія. 2011. URL : http://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/redaktor_multimediynih_vidan.pdf (дата звернення: 22.03.2019)
5. Професійний стандарт журналіст мультимедійних видань засобів масової інформації скорочена версія. 2011. URL : http://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/zhurnalist_multimediynih_vidan.pdf (дата звернення: 21.03.2019).
6. Захарченко А. Специфіка викладання практичних курсів у царині нових медіа // Наукові записки Інституту журналістики. 2014. Т. 55. С. 277–281.
7. Зубченко Я., Литвиненко В., Луцька В., Піддубна О. Журналістська освіта в Україні: чи працює система? Київ, 2018. 72 с. URL : https://detector.media/doc/images/news/archive/2016/142347/DM_joureducation_2018-WEB-compressed.pdf (дата звернення: 21.03.2019)
8. Deuze M. Journalism education: considering theory, goal and changes // *Ecquid Novi: African Journalism Studies*. 2000. Vol. 21, No. 1. P. 137–152.
9. Greenberg S. Theory and practice in journalism education // *Journal of Media Practice*. 2007. Vol. 8, No. 3. P. 289–303.

Надійшла до редколегії 15.07.2019