

TELEVISION AND RADIO

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2022.81.10>

UDC 070:654.19:[331.5:303.62-057.87]

Criteria for Choosing the First Job in TV and Radio Journalism: a Survey of Students

Liudmyla Fedorchuk

<https://orcid.org/0000-0001-6485-9496>

*PhD (Philological Science), Docent of TV and Radio Department
Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of
Kyiv
36/1 Illienka str., Kyiv, 04119, Ukraine*

Corresponding author's e-mail address: e-mail: lfedorchuk@ukr.net

ABSTRACT

The main objective of this study was to extend the understanding of selection criterias for a future job in television and radio journalism by the Institute of Journalism students. The study also presents how the Russian full-scale invasion to Ukraine influenced the students' choices. The study is based on two methods - a students survey and a comparison of the survey results from 2021 and 2022.

The list of the most common criterias includes: ranking, content, audience, media independence, team, resources, salary, social networks, compliance with the standards and reputation.

A comparison of the following criterias for choosing radio and television shows that "Content" lost its absolute advantage among other criterias, although it remained the leader in 2022. "Team", "Compliance with standards" and "Media independence" increase their importance in comparison with the previous year. The criterion "Salary" showed the greatest growth, which may indicate a decrease in the respondents economic level and the expectation of further economic destruction due to the Russian war on the territory of Ukraine. A share of "Rating" and "Power" criterias has significantly decreased. As well as "Reputation" criterion is recorded only in 2022.

The results of the study are important for correcting the content of journalism education in general and the teaching of television and radio journalism in particular.

KEYWORDS: TV journalism; radio journalism; content; criterion; survey.

Критерії вибору першого місця роботи в теле- і радіожурналістиці: опитування студентів

Федорчук Людмила Петрівна, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Навчально-науковий інститут журналістики, кандидат філологічних наук, доцент кафедри телебачення і радіомовлення <https://orcid.org/0000-0001-6485-9496>

Резюме

Це дослідження мало на меті розширити розуміння того, які критерії обирають для себе студенти Інституту журналістики при виборі майбутньої роботи в теле- і радіожурналістиці. Дослідження також презентує, як вплинуло на вибір студентів повномасштабне вторгнення військ РФ на територію України.

Дослідження передбачало використання двох методів – опитування студентів та порівняння результатів опитувань двох років – 2021 і 2022.

Найбільш поширеними виявились такі критерії: рейтинг, контент, аудиторія, незалежність, команда, потужності, заробітна плата, соціальні мережі, дотримання стандартів, репутація.

Порівняння сумарних показників критеріїв для радіо і телебачення свідчить, що 'контент' втратив абсолютну перевагу серед критеріїв, хоча і лишився лідером у 2022 р. 'Команда', 'дотримання стандартів' і 'незалежність медіа' стали суттєво більш визначальними, ніж у попередньому році. Найбільший ріст показав критерій 'заробітна плата', що може свідчити про зниження економічного рівня опитаних й очікування подальшого руйнування економіки через війну РФ проти незалежної України. Суттєво зменшилась доля критерію 'рейтинг' та 'потужності'. А критерій 'репутація' з вагомими кількісними показниками фіксується лише у 2022 році.

Результати дослідження вагомі для корегування змісту журналістської освіти загалом і викладання теле- та радіожурналістики зокрема.

Ключові слова: тележурналістика; радіожурналістика; контент; критерій; опитування.

1. Вступ

Одним з головних критеріїв якості журналістської освіти є частка працевлаштованих студентів і випускників за фахом. Саме ринок виставляє об'єктивні оцінки процесу викладання в журналістській сфері. Компетентнісний підхід є визначальним і базовим для сучасної журналістської освіти і науки. Підтвердженням цьому є численні дослідження В. Різуна [1;2], С. Квіта [3], Б. Потятиника [4], І. Михайлина [5], Б. Носової [6], Н. Габор [7], М. Бутиріної [8] та ін. [9].

Кафедра телебачення і радіомовлення ННІЖ вже кілька років вивчає моделі професійного розвитку своїх студентів. Результати дослідження станом на 2020 рік представлені в статті О. Гояна, В. Гоян, А. Бессараб, Т. Білецької та Н. Зикун [10]. Опитування випускників щодо їх професійного становлення проводилось в рамках святкування кафедри 50-річчя і представлено у ювілейному посібнику «Кафедра мого успіху» [11].

У 2021 і 2022 рр. в ННІЖ було проведено опитування студентів про вибір першого місця роботи. Мета дослідження – виявити критерії вибору студентами телеканалів і радіостанцій як місць свого майбутнього працевлаштування. Завдання статті:

- згрупувати і визначити кількісні характеристики критеріїв вибору першого місця роботи;
- порівняти кількісні і якісні характеристики критеріїв у 2021 і 2022 роках.

Зазначимо, це порівняння особливо важливо, бо перший етап опитування проводився у відносно мирний час, а другий – під час повномасштабного вторгнення військ РФ на територію України.

2. Методи дослідження

Опитування відбувалося у два етапи з різницею у рік. У ньому брали участь студенти першого курсу Інституту журналістики. У травні 2021 р. було опитано 78 респондентів. У травні 2022 – 64. Студентам було запропоновано обрати для себе за пріоритетністю 3 телеканали і 3 радіостанції, де б вони хотіли працювати. Свій вибір кожен обґрунтував у довільній формі.

Студентам не пропонувалося обрати критерії з певного переліку. Кожен коротко писав, чому саме цей телеканал чи радіостанція посідає визначену ним позицію в рейтингу. Не регламентувалась і кількість критеріїв. Проаналізувавши всі відповіді, ми обрали найбільш поширені. Ними виявились такі критерії: рейтинг, контент, аудиторія, незалежність, команда, потужності, заробітна плата, соціальні мережі, дотримання стандартів, репутація. Все, що не потрапило в означені категорії, називаємо ‘інше’. Середнє число названих одним студентом критеріїв – 3.

Таким чином, ми отримали сукупну базу критеріїв вибору першого місця роботи майбутніми фахівцями на ринку.

Потім результати 2021 р. були порівняні з отриманими даними у 2022 р.

3. Результати та обговорення

Критерії були згруповані за принципом семантичної близькості.

Критерій ‘рейтинг’ об’єднує лексеми ‘рейтинг’ (як результат спеціальних досліджень на медіаринку) і ‘популярність’ (розмовний відповідник терміну ‘рейтинг’).

До критерію ‘контент’ ми зараховували як безпосередньо термін ‘контент’ (найчастіше вживався з означеннями ‘якісний’, ‘цікавий’, ‘сучасний’, ‘оригінальний’, ‘різний’, ‘власного виробництва’, рідше – ‘суспільно корисний’, ‘суспільно значимий’, ‘пізнавальний’, ‘інтелектуальний’, ‘інформаційний’, ‘розважальний’, ‘суто проукраїнський’, ‘українськомовний’), так і його синоніми – програми, передачі, формати, жанри, проекти.

Критерій ‘аудиторія’ визначався однозначно і часто супроводжувався визначеннями ‘різна’, ‘велика’, ‘широка’, ‘різновікова’, ‘молодіжна’.

‘Незалежність медіа’ (або ‘відсутність впливу’, або ‘відсутність цензури’, або ‘мінімальна цензура’, або ‘політична незаангажованість’) включає два складники – фінанси і вплив власників на роботу медіа. Щодо фінансування, то цей критерій зазначався для суспільних каналів і радіостанцій, Громадського радіо та «Громадське tv», іноді – для державних (Радіо Свобода, телеканал «Рада»). Медіаринок України характеризується домінуванням приватної власності. З неприхованим впливом власників на контент і політику медіа. Відносно свободою від впливу власника, вважають опитані, користуються творчі колективи каналів медіагрупи StarLightMedia.

Критерій ‘команда’ об’єднує лексеми ‘команда’, ‘колектив’, ‘журналісти’, ‘ведучі’. Найчастіше підкреслюється їх досвід і професіоналізм (як можливість навчитися у них), але поширені також були визначення ‘цікаві’, ‘зіркові’, а для радіо – ‘веселі ведучі’.

‘Потужності’ поєднують згадані критерії ‘покриття’ (для радіо) і ‘територія/зона поширення’ (для телебачення), ‘виробничі потужності’ (студії, сучасна знімальна і монтажна техніка, програмне забезпечення), а також альтернативні до ефіру платформи поширення контенту (‘онлайн трансляції’).

Заробітна плата теж стала критерієм вибору для частини опитаних студентів. Деякі навіть уточнювали, що цей канал чи радіостанцію обрали, бо рівень заробітної плати там вище середнього на теле- чи радіоринку України.

Розвиток і активність окремого медіа у соціальних мережах виявилась вагомим для частини реципієнтів. ‘Популярність контенту онлайн’ або ‘число підписників’ для студентів стали критерієм розвитку і перспективності обраного медіа.

‘Дотримання стандартів’ найчастіше згадується в контексті інформаційного мовлення і переважно саме так і формулювалось студентами. Поодинокі згадки про ‘збалансовані новини’, ‘неупереджені новини’, ‘об’єктивна інформація’, ‘правда про війну’ теж додані до названого критерію.

Критерії, що після групування згадувались у менше ніж 1% студентів, були об’єднані у категорію ‘інше’. У опитуванні 2021 р., наприклад, це були ‘наявність вакансій’ (1+1, Новий, СТБ), ‘наявність власної медіашколи / програми стажування’ (1+1), ‘ексклюзивні права на трансляції спортивних подій’ (Інтер, Setanta Sports, UA: Перший, Футбол 1/2/3), ‘конкурсне призначення на керівні посади’ (UA: Перший), ‘соціальні / благодійні кампанії’ / проекти’ (Cartoon, СТБ, Хіт ФМ), ‘реінтеграція окупованих територій’; ‘боротьба з пропагандою’ (Дом), ‘дає слово опозиції’ (Прямий), ‘престижність’ (СТБ), ‘можливість бути причетною до вирішення глобальних проблем’ (National Geographic), ‘продає свої формати за кордоном’ (СТБ, Радіо Люкс), ‘власна премія’ (Nickelodeon), ‘можливість працювати за кордоном’ (Україна), ‘вчить платити за якісний контент’ (Громадське tv), ‘репутація’ (1+1), ‘наявність нагород’ (ICTV, Інтер, СТБ, 1+1), ‘відсутність скандалів і конфліктів’ (СТБ, ICTV), ‘авторитетність медіа’ і ‘довіра людей’ (UA: Українське радіо), ‘місія’ (UA: Перший, UA: Українське радіо, Радіо Промінь), ‘наявність редакційного статуту і етичного кодексу’ (Громадське радіо, Радіо Свобода), ‘свій стиль’ (ICTV), ‘можливості для розвитку’ (ICTV, 1+1, Хіт ФМ), ‘слоган, що надихає’ (СТБ), ‘свобода вираження’, ‘місце творчості’ (Радіо Свобода). Але є і ‘російський шансон’ як критерій вибору радіо одного студента, ‘багато російської мови’ – у іншого (Русское радио Україна).

Серед ‘іншого’ у 2022 р. кілька разів фіксуємо ‘можливості для власного/професійного/кар’єрного розвитку/росту’ (1+1, ICTV, UA:Перший). Ще кілька зазначають ‘можливості розкрити власні здібності’ (1+1, Новий, Хіт ФМ), ‘можливість висловлювати власну думку’ (1+1, UA: Перший), ‘перспективи каналу’ (1+1), ‘авторитетність’ (UA: Перший).

Жодної згадки про російськомовний контент як бажаний не було зафіксовано. Державницька позиція була принциповою для 6 студентів і домінувала для всіх трьох позицій радіо і телебачення (‘щоб не був проросійський’, ‘проукраїнський канал/станція’).

Кількісні показники отриманих результатів опитування у 2021 р. представлено у табл. 1.

Дані табл. 1 свідчать, що у 2021 р. і для телебачення, і для радіо лідером серед критеріїв був ‘контент’. Але для телебачення друге місце посів ‘рейтинг’, а для радіо – ‘потужності’ (зона покриття сигналом). Суттєво відрізняються показники вагомості соціальних мереж – у 2,5 рази більше для ТБ, вдвічі більше вагомості критерію ‘дотримання стандартів’ для ТБ, ніж для радіо.

Таблиця 1.

Критерії вибору телекомпаній і радіостанцій у 2021р. (у відсотках)

Критерій	ТБ	Радіо
Контент	33,3	47,1
Рейтинг	17,0	9,7
Потужності	4,8	10,7
Аудиторія	8,3	6,8
Команда	6,9	7,3
Незалежність медіа	5,5	3,9
Соціальні мережі	6,6	2,4
Дотримання стандартів	4,8	2,4
Заробітна плата	2,8	1,0
Інше	10,0	8,7

Результати опитування у 2022 р. представлено у табл. 2. Студенти жодного разу не назвали розвиток чи активність медіа у соціальних мережах як критерій власного вибору. Натомість порівняно часто згадуваним виявився критерій ‘репутація’. Тому ми винесли цей критерій окремо.

Особливістю 2022 року стало дублювання критеріїв для обох рейтингів. 56% опитаних вказали, що критерій для радіостанцій ті ж самі, що і для телеканалів. Як бачимо в Таблиці 2, ‘контент’ залишається пріоритетним критерієм, хоча і зі значно нижчими кількісними показниками. Другу позицію з однаковими результатами посіли ‘команда’ і ‘незалежність’. Потім за вагомістю йдуть ‘аудиторія’ і ‘репутація’. ‘Дотримання стандартів’ і ‘заробітна плата’ замикають список.

Таблиця 2.

Критерії вибору телекомпаній і радіостанцій у 2022р. (у відсотках)

Критерій	ТБ	Радіо
Контент	13,8	23,7
Рейтинг	6,9	9,2
Потужності	4,6	3,9
Аудиторія	6,9	10,6
Команда	12,6	10,5
Незалежність медіа	12,6	10,5
Репутація	11,5	7,9
Дотримання стандартів	9,2	6,6
Заробітна плата	8,1	7,9
Інше	13,8	9,2

Порівняння сумарних (телебачення і радіо) показників по роках наведено у табл. 3.

Опитування в умовах повномасштабного вторгнення військ РФ показало, що суттєво зменшилась вага критерію ‘контент’. Меншу різницю, але теж у бік зменшення показали критерії ‘рейтинг’ і ‘потужності’. Натомість зростання більш ніж вдвічі бачимо у критеріях ‘незалежність медіа’ і ‘дотримання стандартів’. В 4 рази зріс критерій ‘заробітна плата’. Неартикульований у 2021 р. критерій ‘репутація’ через рік фіксується у понад 19% опитаних. Зросли також показники у ‘команда’ та незначно – ‘аудиторія’.

Таблиця 3.

Сумарні показники критеріїв вибору у 2021 і 2022 рр. (у відсотках)

Критерій	2021	2022
Контент	80,3	37,5
Рейтинг	26,7	16,1
Потужності	15,5	8,5
Аудиторія	15,1	17,5
Команда	14,2	23,1
Незалежність медіа	9,4	23,1
Соціальні мережі/ Репутація	9,0	19,4
Дотримання стандартів	7,2	15,8
Заробітна плата	3,8	16,0
Інше	18,7	23,0

4. Висновки

Це дослідження мало на меті розширити розуміння того, які критерії обирають для себе студенти Інституту журналістики при виборі майбутньої роботи. У підсумку виявилось, що визначальним є контент, що виготовляє той чи інший телеканал і радіостанція. Тільки вага цього критерію значно зменшилась у порівнянні 2021 і 2022 років. Також відбулася зміна акцентів – з розважального до інформаційного та інформаційно-аналітичного типу.

‘Команда’, ‘дотримання стандартів’ і ‘незалежність медіа’ стали суттєво більш визначальними у 2022 р., ніж у попередньому році. Найбільший ріст показав критерій ‘заробітна плата’, що може свідчити про зниження економічного рівня опитаних і очікування подальшого руйнування економіки через воєнні дії РФ на території України. Суттєво зменшилась доля критеріїв ‘рейтинг’ та ‘потужності’. А критерій ‘репутація’ з вагомими кількісними показниками фіксується лише у 2022 році.

Результати дослідження можуть бути значимими для корегування змісту журналістської освіти загалом і викладання теле- та радіожурналістики зокрема.

References

1. Rizun, V. (2006), “The idea of journalism education within the context of discourse about the university”, 17 p., available at: <http://journlib.univ.kiev.ua/Articles/ideya.pdf> (accessed 30 October 2022).
2. Rizun, V.V. (2007), “Journalism education and science in the context of new changes in educational and scientific fields”, *Ukrainian Journalism: Operating Conditions and Development Prospects: Collection of Scientific Works*, the Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy, Cherkasy, pp. 61-65.
3. Kvit, S. (2006), “The problems faced by journalism education in modern Ukraine”, *MAI ISTERIUM*, vol. 22, pp. 4–8, available at: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/14261/Kvit_Problemy_zhurnalistskoi_0svity_v_suchasni_Ukraini.pdf?sequence=1&isAllowed=y (accessed 30 October 2022).
4. Troshchynska, T. (2021), “Verification of information is the core of journalism - Borys Potiatynyk”, *Hromadske Radio*, available at: <https://hromadske.radio/podcasts/drive->

time/perevirka-informatsii-tse-i-ie-sertsevyna-zhurnalistyky-profesor-borys-potiatynuk (accessed 30 October 2022).

5. Mykhailyn, I.L. (2009), *Journalism Education and Science: a Textbook*, University book, Sumy, 336 p.

6. Nosova, B.M. (2019), “Journalistic education in the conditions of decentralized management in Ukraine”, *Proceedings of the All-Ukrainian Scientific and Practical Conference “Actual Problems of Media Space”*, 18 April 2019, Institute of Journalism, Kyiv, pp. 57–60, available at: https://www.destin-project.info/wp-content/uploads/2020/02/Nosova_thesis_DESTIN_conf_IJTSNUK_18042019.pdf (accessed 30 October 2022).

7. Habor, N. (2018), “Journalism education of Web 3.0 era: research, new skills, attempts to reboot”, *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism*, vol. 43, pp. 273–279, available at: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/8360> (accessed 30 October 2022).

8. Butyrina, M. (2020), “Competency-based approach to journalism education: Western experience and Ukrainian practice”, *Communications and Communicative Technologies*, no. 20, pp. 13-18, available at: <https://cct.dp.ua/index.php/journal/article/view/160/182> (accessed 30 October 2022).

9. Deineka, L. (Ed.) (2016), *Journalistic Education in Ukraine: Recommended Bibliographic List of Literature*, Lesya Ukrainka Volyn National University, Lutsk, 69 titles, available at: [http://194.44.187.2/eljournal/1/Oswita\(2\).pdf](http://194.44.187.2/eljournal/1/Oswita(2).pdf) (accessed 30 October 2022).

10. Goian, O., Goian, V., Biletska, T., Bessarab, A. & Zykun, N. (2020), “Communicative strategies of professional development of a TV and radio journalist: psychotypology and social model”, *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, vol. 9, no. 5, pp. 147-157, available at: <https://www.richtmann.org/journal/index.php/ajis/article/view/12207> (accessed 30 October 2022).

11. Goian, O. (Ed.) (2021), *The Department of My Success: To the 50th Anniversary of the Department of Television and Radio Broadcasting: a Scientific Textbook*, Institute of Journalism, Kyiv, 170 p.

Submitted 03.11.2022

Список літератури

1. Різун В. Ідея журналістської освіти в контексті дискурсу про університет, 2006. С.1-17. URL : <http://journalib.univ.kiev.ua/Articles/ideya.pdf> (дата звернення: 30.10.2022).

2. Різун В.В. Журналістська освіта та наука в контексті нових змін в освітній і науковій галузях // Українська журналістика: умови функціонування та перспективи розвитку: Зб. наук. пр./ Черкаський нац. ун-т ім. Б. Хмельницького. Черкаси, 2007. С.61-65.

3. Квіт С. Проблеми журналістської освіти в сучасній Україні // Магістеріум. Журналістика: електрон. версія журн. 2006. Вип.22. С.4-8. URL: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/14261/Kvit_Problemy_zhurnalist_skoj_ospity_v_suchasnij_Ukraini.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 30.10.2022).

4. Потятиник Б. Перевірка інформації – це і є серцевина журналістики // Громадське радіо, 30 березня 2021. URL: <https://hromadske.radio/podcasts/drive-time/perevirka-informatsii-tse-i-ie-sertsevyna-zhurnalistyky-profesor-borys-potiatynuk> (дата звернення: 30.10.2022).

5. Михайлин І. Л. Журналістська освіта і наука : підручник. Суми : Унів. кн., 2009. 336 с.

6. Носова Б. М. Журналістська освіта в умовах децентралізованого управління в Україні // Актуальні проблеми медіапростору: матеріали конференції (м. Київ, 18 квітня 2019 р.). Київ : Інститут журналістики, 2019. С.57-60. URL : https://www.destin-project.info/wp-content/uploads/2020/02/Nosova_thesis_DESTIN_conf_IJTSNUK_18042019.pdf (дата звернення: 30.10.2022).

7. Габор Н. Журналістська освіта епохи Web 3.0: дослідження, новітні навички, спроби перезавантаження // Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2018. Вип. 43. С. 273–279. URL : <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/8360> (дата звернення: 30.10.2022).

8. Butyrina M. Competency-based approach to journalism education: Western experience and Ukrainian practice // Communications and Communicative Technologies. 2020. No. 20. С.13-18. URL : <https://cct.dp.ua/index.php/journal/article/view/160/182> (дата звернення: 30.10.2022).

9. Журналістська освіта в Україні : рекомендац. бібліогр. список літ. / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, уклад. Л. Дейнека. Луцьк, 2016. 69 назв. URL : [http://194.44.187.2/eljourn/1/Oswita\(2\).pdf](http://194.44.187.2/eljourn/1/Oswita(2).pdf) (дата звернення: 30.10.2022).

10. Goian O., Goian V., Biletska T., Bessarab A., Zykun N. Communicative Strategies of Professional Development of a TV and Radio Journalist: Psychotypology and Social Model // Academic Journal of Interdisciplinary Studies. Vol. 9. No. 5. С. 147-157. URL: <https://www.richtmann.org/journal/index.php/ajis/article/view/12207> (дата звернення: 30.10.2022).

11. Кафедра мого успіху: до 50-річчя кафедри телебачення і радіомовлення: навч. посіб. / загал. ред. О. Гояна. Київ : Інститут журналістики, 2021. 170 с.

Надійшла до редакції 03.11.2022