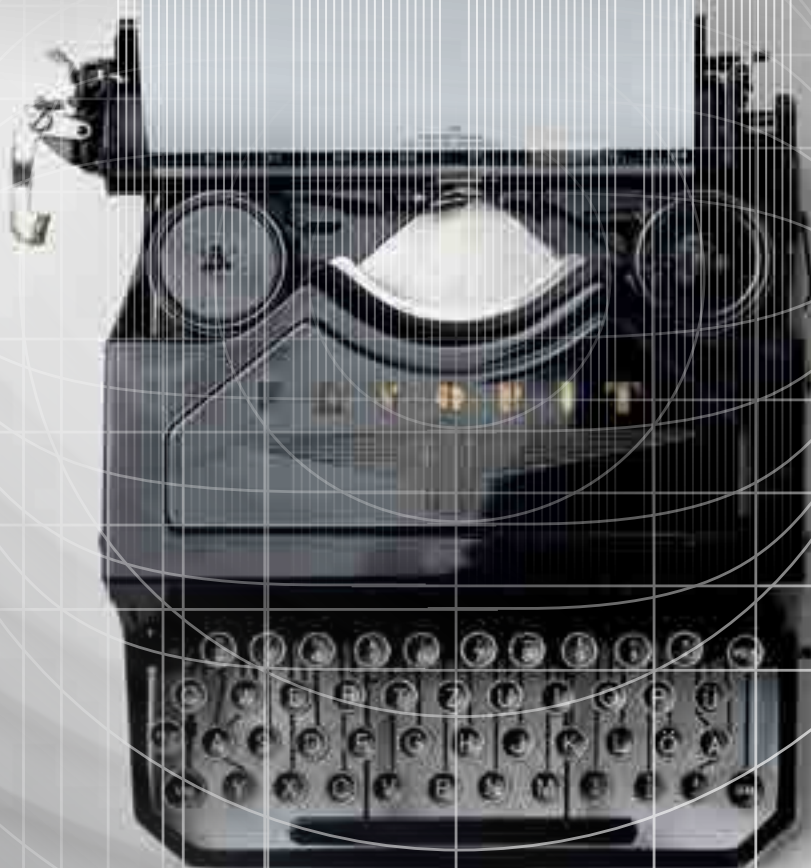


СТАН ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ НА ФАКУЛЬТЕТАХ ЖУРНАЛІСТИКИ В УКРАЇНІ (результати пілотного дослідження)

ГО «Детектор медіа» ■ Київ ■ 2016 ■

СПЕЦІАЛЬНИЙ ЗВІТ





Стан журналістської освіти на факультетах журналістики в Україні (результати пілотного дослідження).

Спеціальний звіт. – К.: «Детектор медіа», 2016. – 48 с.

Загальна редакція:

Діана Дуцик
Роман Шутов

Дизайн та верстка:

Яна Добрянська

ГО «Детектор медіа» провела дослідження якості журналістської освіти в українських ВНЗ. У результаті виявлені ключові проблеми у змісті та організації журналістської освіти, з'ясовано погляди представників медіаіндустрії та випускників журналістських факультетів щодо якості підготовки журналістів у вишах для цілісного розуміння ситуації, проблем у журналістській освіті та можливостей для покращення її якості.

Дослідження здійснено в рамках проекту «Сприяння вдосконаленню системи медіаосвіти в Україні», що підтримується Міністерством закордонних справ Чеської Республіки. Зміст публікації є виключно відповідальністю ГО «Детектор Медіа» і не обов'язково відображають позицію Міністерства закордонних справ Чеської Республіки.

ЗМІСТ

Вступ

Резюме

Розділ 1. Методологія

Розділ 2. Результати рейтингового оцінювання факультетів та кафедр журналістики українських ВНЗ

2.1. Навчальна програма та викладацький склад

2.2. Ресурси, технічна оснащеність та можливості для професійного розвитку під час навчання

2.3. Взаємодія з індустрією

2.4. Включеність у міжнародний контекст

2.5. Комунікація з зовнішньою аудиторією та випускниками . Присутність та активність онлайн

Розділ 3. Журналістська освіта очима випускників журналістських факультетів: результати фокус-групових обговорень

Розділ 4. Журналістська освіта очима медіа індустрії: результати анкетування

ВСТУП

Критика якості журналістської освіти в Україні з кожним роком посилюється. Медіаринок часто незадоволений рівнем знань та умінь випускників факультетів журналістики. У деяких редакціях принципово не беруть на роботу випускників із журналістською освітою, оскільки вважається, що вони не мають ані достатньо знань, ані практичних навичок, необхідних для роботи в сучасних умовах складного і постійно мінливого медіаринку.

Очевидно, що система журналістської освіти потребує серйозної реформи. ГО «Детектор медіа» намагається привернути увагу до цієї проблеми усіх стейкхолдерів. Саме з цією метою на початку 2016 року ми проаналізували, де в Україні готують фахівців спеціальності «Журналістика», та провели експертні обговорення на тему реформи журналістської освіти, залучивши викладачів та представників медіаринку.

Продовженням цієї роботи стало це пілотне дослідження стану журналістської освіти на факультетах журналістики в Україні, яке було б неможливим без підтримки Міністерства закордонних справ Чеської Республіки.

Ми розглядаємо це дослідження лише як один із кроків на шляху до системних змін в сфері журналістської освіти. У першу чергу потрібна нова система оцінювання якості журналістської освіти. Також потребує нових підходів і система ліцензування у цій сфері. Поки ми не спостерігаємо зацікавленості Міністерства освіти України стимулювати зміни в галузі журналістської освіти. Ще менше зацікавленості демонструють вищі, які, як показала комунікація з ними у процесі збору інформації для дослідження, залишаються надміру консервативними і не гнучкими до змін.

Збереження status quo лише збільшить існуючу прірву між системою журналістської освіти та медіаринком, який теж перебуває у не найкращому стані за останні 25 років. Загалом це не сприятиме посиленню демократії в Україні, яка неможлива без незалежних і професійних медіа. Саме тому представники медіаринку, освітяни, громадські організації, які працюють у сфері медіа, а також держава, мають об'єднати зусилля для створення нової системи журналістської освіти. ■

Виконавчий директор
ГО «Детектор медіа»
Діана Дуцик

РЕЗЮМЕ

Дослідження якості журналістської освіти в Україні, яке ґрунтувалось на оцінюванні низки показників діяльності кафедр та факультетів журналістики, а також опитуванні представників медіаіндустрії та випускників журналістських факультетів, виявило такі головні тенденції та проблеми:

- Навчальні плани, за яким здійснюється підготовка майбутніх журналістів, за формальними ознаками є переважно досить збалансованими в сенсі співвідношення практичних та теоретичних курсів. Утім, зміст навчальних курсів викликає багато питань та критики з боку випускників та представників медіаіндустрії. Переважна більшість опитаних незадоволені наповненням курсів, недостатньою увагою до практичних навичок та якістю викладання загалом.

- Значною мірою підхід до викладання журналістики в українських ВНЗ визначений спадком філологічної традиції, адже чимало кафедр журналістики були створені на базі факультетів філології. Такий спадок перетворився на своєрідний тягар, оскільки, **по-перше**, навчальні плани часто перенасичені дисциплінами, пов'язаними з філологією; **по-друге**, сама філософія підготовки журналіста визначена філологічною традицією.

- За формальними критеріями, викладацький склад переважної більшості кафедр представлений як науковцями, так і практиками, однак у значній кількості випадків практичний журналістський досвід викладачів є доволі скромним. Фокус-групи з випускниками журналістських факультетів також засвідчили, що студенти часто незадоволені якістю викладання та рівнем компетентності викладачів.

- Технічне забезпечення факультетів журналістики є нерівномірним: лише декілька ВНЗ мають добре обладнані студії для виробництва аудіовізуального контенту, ньюзруми та мультимедійні аудиторії, тоді як переважна більшість факультетів мають лише комп'ютерні класи та деяку фото- і відеотехніку. Найбільшою проблемою, як продемонстрували фокус-групові обговорення з випускниками, є не лише слабка технічна база факультетів, а те, що на практиці доступ навіть до існуючої техніки є обмеженим на багатьох факультетах.

- Брак зв'язку з медіаіндустрією є однією з найсерйозніших проблем, на яку вказують представники журналістської спільноти та випускники. Одним з індикаторів проблеми, зокрема, є те, що,

як показало опитування представників медіа, дуже багато працівників редакцій не мають журналістської освіти та не відчують її нестачі. Разом з тим, аналіз діяльності факультетів та кафедр журналістики свідчить про позитивну тенденцію поширення таких форматів залучення медіапрактиків, як майстер-класи та гостьові лекції. Утім, взаємодія факультетів журналістики з медіа, схоже, обмежується такими контактами та співпрацею у рамках проходження студентами практик; натомість, змістовних проектів співпраці (наприклад, спільних медіапродуктів, літніх шкіл тощо) практично немає.

- Аналіз діяльності факультетів та кафедр журналістики показав, що вони є слабо інтегровані у міжнародний контекст. Переважна більшість опитаних кафедр має лише декілька проектів співпраці із закордонними партнерами, часто ці проекти не мають безпосереднього журналістського спрямування. Лише у чотирьох ВНЗ з тих, що надали відповіді, є гостьові курси, які викладають фахівці з-за кордону. Факультетам також бракує ініціативності у розробці проектів та залученні грантів. Українським залишається рівень міжнародної мобільності студентів, попри збільшення можливостей, які пропонують міжнародні програми.

- Симптоматичною також є проблема з комунікацією кафедр та факультетів із зовнішньою аудиторією. Із 39 факультетів та кафедр, які готують майбутніх журналістів, лише 20 мають окремий сайт. З цих 20 сайтів тільки 2 містять вичерпну інформацію про викладачів, студентів, випускників, навчальний процес, розклад, діяльність факультету/кафедри і т.ін. Переважна більшість сайтів містить неповну інформацію та рідко оновлюються. Схожою є ситуація з представництвом факультетів/кафедр журналістики у соцмережах: сторінки не є динамічними, у контенті переважають анонси подій, мало змістовної інформації, яка би сприяла професійному розвитку студентів. Відсутність відповідей значної частини факультетів/кафедр журналістики на запити, які були надіслані в рамках цього дослідження, також засвідчила брак відкритості навчальних інституцій у комунікації з середовищем. ■



Розділ 1.

МЕТОДОЛОГІЯ

МЕТОДОЛОГІЯ

Дослідження якості журналістської освіти в українських ВНЗ має на меті виявити ключові проблеми у змісті та організації журналістської освіти, з'ясувати погляди представників медіаіндустрії та випускників журналістських факультетів щодо якості підготовки журналістів у вишах для цілісного розуміння ситуації, проблем в журналістській освіті та можливостей для покращення її якості.

Дослідження складається з декількох компонентів: рейтингу факультетів/кафедр/шкіл журналістики, опитування представників медіаіндустрії та випускників журналістських факультетів м. Києва. Збір даних здійснювався методом опитування факультетів/кафедр/шкіл журналістики (через офіційні запити), онлайн-анкетування представників медіаіндустрії та проведення 2 фокус-груп із випускниками факультетів журналістики м. Києва.

У ході дослідження було отримано відповіді на запити від 19 з 39 факультетів журналістики, які функціонують в українських ВНЗ. Решта факультетів, які не змогли надати відповіді, були також частково включені в дослідження: дослідницька група проаналізувала їх онлайн-присутність та активність, що були визначені як один із показників комунікативної спроможності факультетів журналістики.

Також було опитано шляхом онлайн-анкетування представників 39 редакцій у п'яти областях України: Львівській, Одеській, Вінницькій, Сумській та Запорізькій. У фокус-групових обговореннях взяли участь 12 випускників журналістських факультетів м. Києва.

Рейтинговий компонент дослідження ґрунтується на оцінюванні декількох ключових категорій/блоків показників (індикаторів), які були визначені дослідницькою групою як такі, що відображають якість освітньої підготовки, умови для професійного розвитку та середовище, що їх пропонують факультети журналістики.

Категорії/блоки індикаторів рейтингу

навчальна програма та викладацький склад;

ресурси, технічна оснащеність та можливості для професійного розвитку під час навчання;

взаємодія з медіаіндустрією;

включеність у міжнародний контекст;

комунікація із зовнішньою аудиторією та випускниками.

У кожному компоненті були визначені конкретні показники, оцінювання яких здійснювала дослідницька група проекту на основі отриманих відповідей від факультетів/кафедр/шкіл журналістики, що взяли участь у дослідженні.



1

Навчальна програма
та викладацький склад
(максимальна
кількість балів – 6)

Зміст навчальної програми та рівень викладання є ключовими складниками якісної освіти. Ґрунтуючись на цьому, дослідження враховувало такі показники:

- збалансованість навчального плану;
- наявність інноваційних курсів;
- викладацький склад;
- розвиток та мобільність викладачів.

Вищу оцінку отримали факультети, в навчальному плані яких більше практичних курсів професійного спрямування та інноваційних курсів; більше викладачів мають науковий ступінь та практичний досвід; також було враховано, наскільки активними є викладачі факультету, чи беруть вони участь у програмах професійних та академічних стажувань, конференціях, тренінгах тощо.

2

Ресурси, технічна
оснащеність та
можливості для
професійного розвитку
під час навчання
(максимальна
кількість балів - 5)

Цей компонент рейтингу відображає рівень забезпечення факультетів журналістики ресурсами та можливостями для застосування навичок і знань безпосередньо під час навчання.

Технічна оснащеність є важливою складовою якісного навчання журналістів, адже дозволяє студентам створювати різні типи контенту, пробувати себе у різних журналістських жанрах, опановувати нові технології виробництва контенту, наприклад, різні формати мультимедійних проєктів. Не менш важливою є також спрямованість факультету/кафедри/школи на стимулювання практичного застосування отриманих знань та навичок у «реальних умовах» під час навчання.

Відтак, у цій категорії дослідження оцінювались такі показники:

- наявність стажувань/практик із відривом від навчання;
- наявність практики виробництва та публікації контенту студентами під час навчання;
- технічне забезпечення (наявність студій, мультимедійних аудиторій, доступу до інтернету).

3

**Взаємодія з
медіаіндустрією
(максимальна
кількість балів - 3)**

У цьому компоненті оцінювався рівень активності взаємодії факультетів/кафедр/шкіл журналістики зі ЗМІ та медіаіндустрією. Критерій був запропонований із тих міркувань, що сучасна журналістська освіта потребує постійного контакту з медіаіндустрією для адаптації навчальної програми до потреб медіаринку.

Оцінювались такі показники:

- наявність налагоджених партнерських зв'язків зі ЗМІ;
- залученість представників медіаіндустрії до навчального процесу.

4

**Включеність у
міжнародний контекст
(максимальна
кількість балів - 5)**

Ця категорія критеріїв була запропонована з огляду на важливість інтеграції у міжнародний контекст сучасних вишів загалом та факультетів/кафедр/шкіл журналістики зокрема. Враховуючи особливу динамічність розвитку медіа та технологій, які впливають на журналістику, інтегрованість у міжнародний контекст сприяє активнішій реакції на нові виклики, дозволяє адаптувати навчальну програму, інтегрувати досвід партнерів і таким чином покращувати навчальний процес.

У цьому компоненті оцінювались такі індикатори:

- наявність партнерських зв'язків із закордонними університетами та організаціями, участь у грантових програмах (міжнародні НУО, фонди);
- наявність гостьових курсів викладачів з-за кордону;
- мобільність студентів (участь у програмах обміну, наприклад, Erasmus; міжнародних професійних літніх школах, воркшопах та тренінгах).

Крім того, у цьому компоненті оцінювались також **партнерство і проекти співпраці з українськими університетами** (спільні програми, навчальні та дослідницькі проекти, конференції тощо).

5

**Комунікація із
зовнішньою аудиторією
та випускниками
(максимальна
кількість балів - 4)**

У цьому блоці рейтингу оцінювались: відкритість кафедр/факультетів/шкіл журналістики в українських вишах для потенційних вступників та зацікавлених осіб, доступність інформації про діяльність факультетів та взаємодія із випускниками.

У розробці індикаторів цього блоку ми виходили з того, що сучасний факультет журналістики повинен демонструвати відкритість до контакту як зі своїми випускниками, так і зовнішньою аудиторією, а також ефективно комунікувати та забезпечувати доступ до детальної інформації про свою діяльність. Отже, у цьому компоненті оцінювались такі показники:

- відстеження працевлаштування випускників;
- комунікація з випускниками;
- комунікація з потенційними вступниками та зовнішньою аудиторією;
- присутність та активність он-лайн.



ОСОБЛИВОСТІ ТА ОБМЕЖЕННЯ МЕТОДОЛОГІЇ

Представлена методологія рейтингу є пілотним проектом, який у майбутньому може доповнюватись або змінюватись відповідно до зауважень та пропозицій зацікавлених сторін, експертів.

Особливістю цього підходу є спроба розробити індикатори якості журналістської освіти, яку пропонують українські факультети/кафедри/інститути/школи журналістики, та здійснити їх оцінювання. Цей рейтинг відрізняється від більш поширених в Україні підходів до рейтингування вишів, які часто ґрунтуються на оцінці експертів, представників професійних спільнот тощо.

Разом із тим, методологія має низку обмежень, які варто враховувати, аналізуючи результати рейтингового дослідження. По-перше, дослідницька група покладалась на надані кафедрами відповіді і не мала змоги відстежувати та перевіряти усю отриману інформацію. По-друге, формат відповіді на офіційний запит є доволі гнучким; тому різні факультети/кафедри/школи по-різному представили інформацію про себе, дехто у максимально повному обсязі, дехто – в обмеженому. Різні формати відповідей та їх деталізація могли позначитись на оцінці тих чи інших критеріїв. Чи не найважливішим обмеженням методології є те, що оцінювання здійснювалось у формальних рамках, яке дозволяло дослідження: аналізувались письмові відповіді, а не безпосередньо зміст навчального процесу та інші аспекти діяльності факультетів/кафедр/шкіл журналістики.

Незважаючи на суттєві обмеження методології рейтингу, дослідження відображає ключові тенденції та проблеми в системі журналістської освіти в Україні. Це може стати важливим кроком для системного аналізу якості журналістської освіти в нашій країні, оскільки, фіксує сучасний стан справ у сфері підготовки журналістів в українських вишах та пропонує індикатори для подальшого відстеження змін. Крім того, опитування представників медіаіндустрії та випускників факультетів журналістики доповнює картину, окреслену в рейтингу, та дозволяє ідентифікувати ключові проблеми журналістської освіти в Україні. ■



Розділ 2.

РЕЗУЛЬТАТИ
ДОСЛІДЖЕННЯ



НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА ТА ВИКЛАДАЦЬКИЙ СКЛАД

Рейтинг вищих навчальних закладів було зроблено на підставі офіційних відповідей самих установ. З 39 офіційних запитів до всіх вищих навчальних закладів України відповідь надійшла лише від 19. Тільки 13 з них дали повну інформацію і додали навчальні плани. На жаль, більшість вишів України, які готують журналістів, ігнорують українське законодавство щодо публічності інформації (зокрема Закони України: «Про доступ до публічної інформації» від 2011 року та «Про вищу освіту» від 2014 року (ст. 16, п. 2.7)).

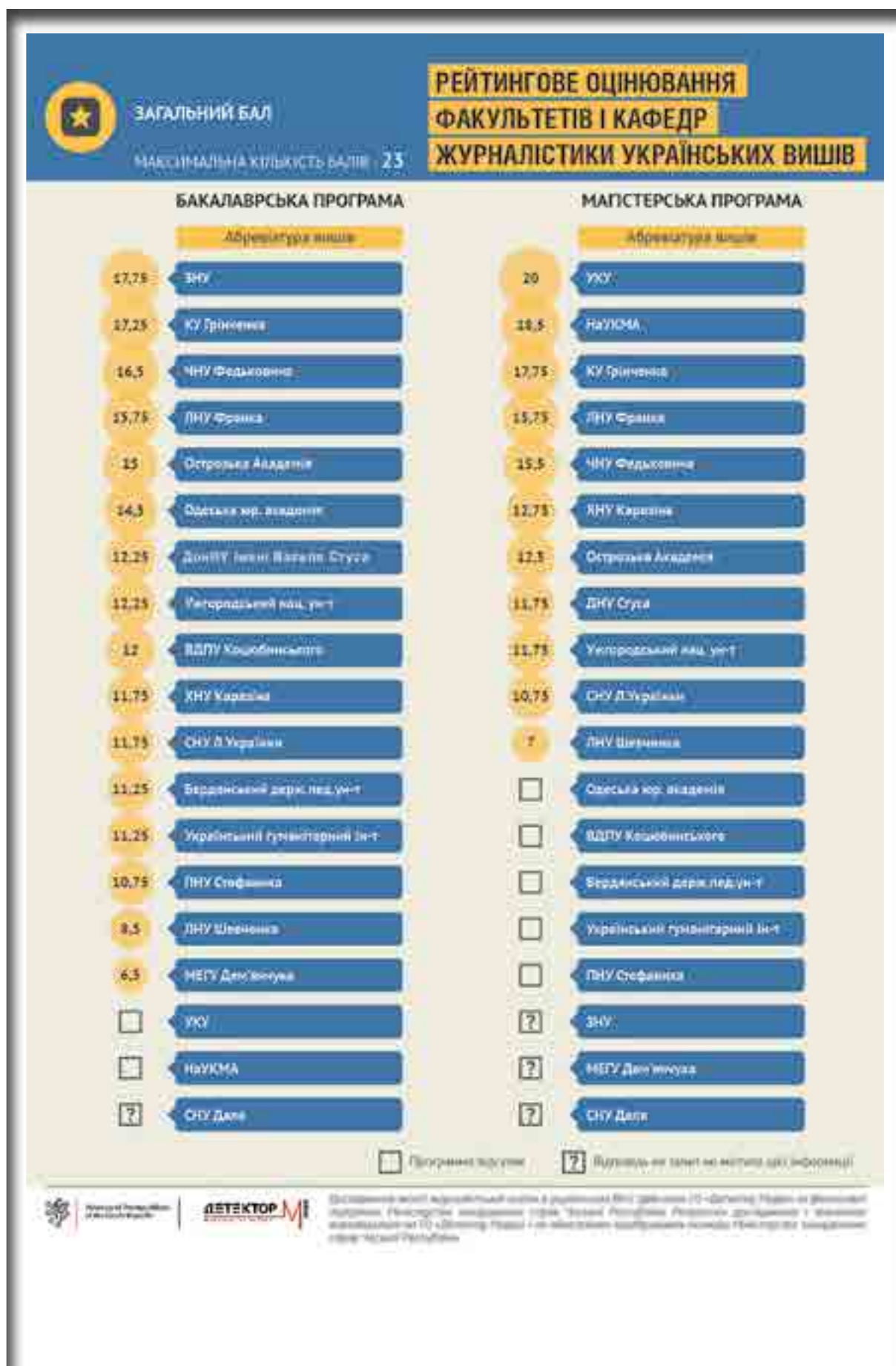


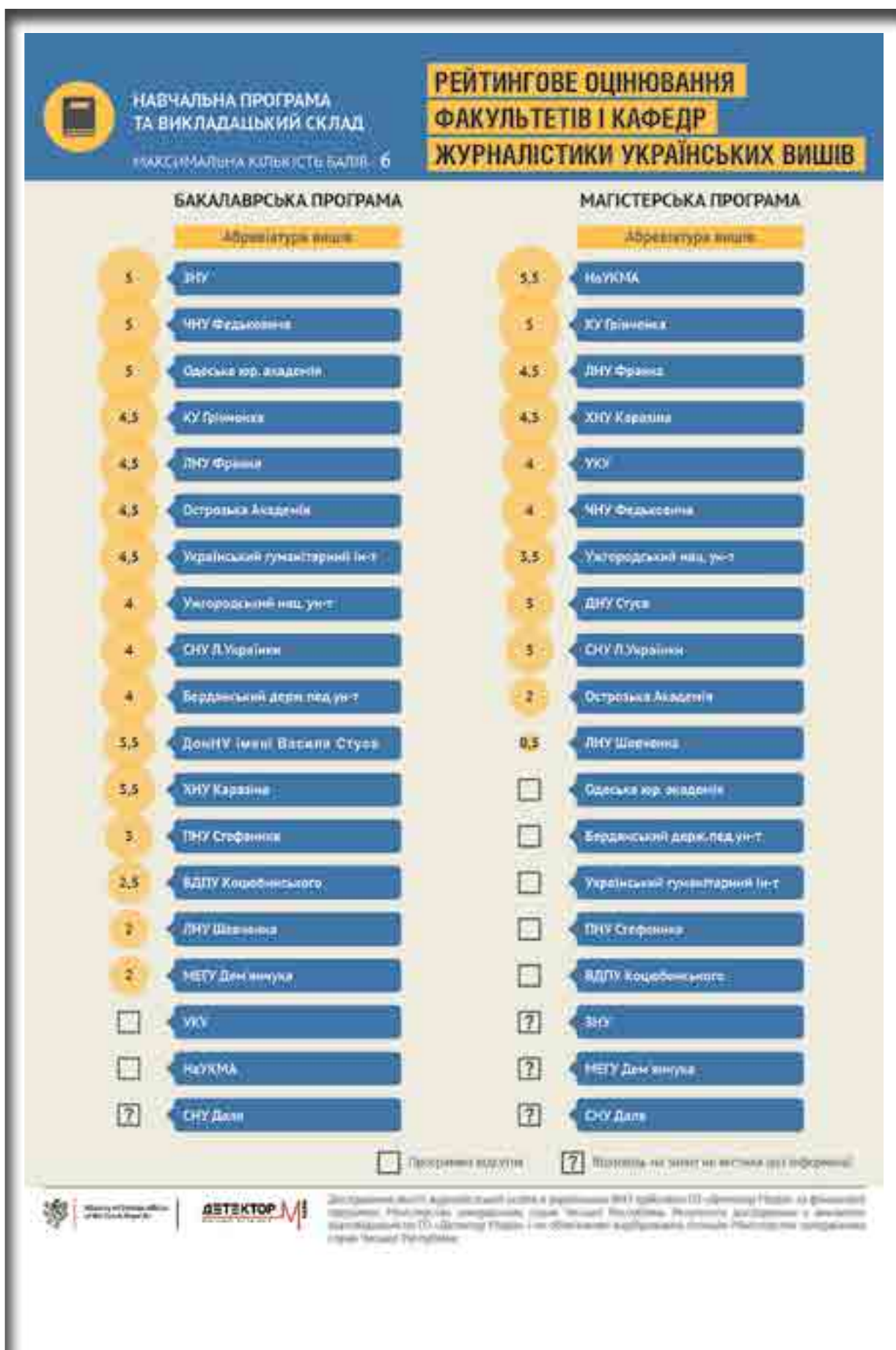
BIMBUNG KEMAHARAJAN SUDARMA MA BAHU

[illegible]

STUDY TIP The value of $\cos^{-1} 0$ is $\frac{\pi}{2}$ and the value of $\cos^{-1} 1$ is 0.

[illegible]





Професійно орієнтовані дисципліни

Оскільки навчальні плани дають найбільше уявлення про структуру процесу підготовки фахівця, то в першу чергу, вони розглядались із точки зору викладання дисциплін практичного професійного спрямування. Бо саме на це звертають найбільшу увагу роботодавці. Відразу необхідно зазначити, що до дисциплін фахового спрямування не були включені українська та іноземні мови, дисципліни, спрямовані на вивчення літератури та історії, а також навчальні та виробничі практики.

Аналіз **бакалаврських планів** показує, що формально у більшості освітніх програм показники наявності дисциплін професійного спрямування становлять від 30% до 45% годин, виділених на навчання студентів протягом 4 років. Серед лідерів можна назвати Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича та Бердянський державний педагогічний університет, у яких навчальні плани більше, порівняно з іншими, орієнтовані на вивчення фахових дисциплін.

Натомість у Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна на кафедрі журналістики практична складова, спрямована на здобуття фахових знань, становить трохи більше як чверть від загальної кількості годин. Дещо більше годин на предмети практичної професійної підготовки віддано у Донецькому національному університеті, але, на жаль, ця цифра не становить і третини від загальної кількості годин.

Дещо гірша ситуація з фаховими курсами складається на **магістерських програмах**. У більшості університетів магістрам пропонуються теоретико-дослідницькі курси, пов'язані з науковою діяльністю. Це зумовлено тим, що за законом «Про вищу освіту» підготовка магістрів може здійснюватися за двома програмами: освітньо-професійною або освітньо-науковою.

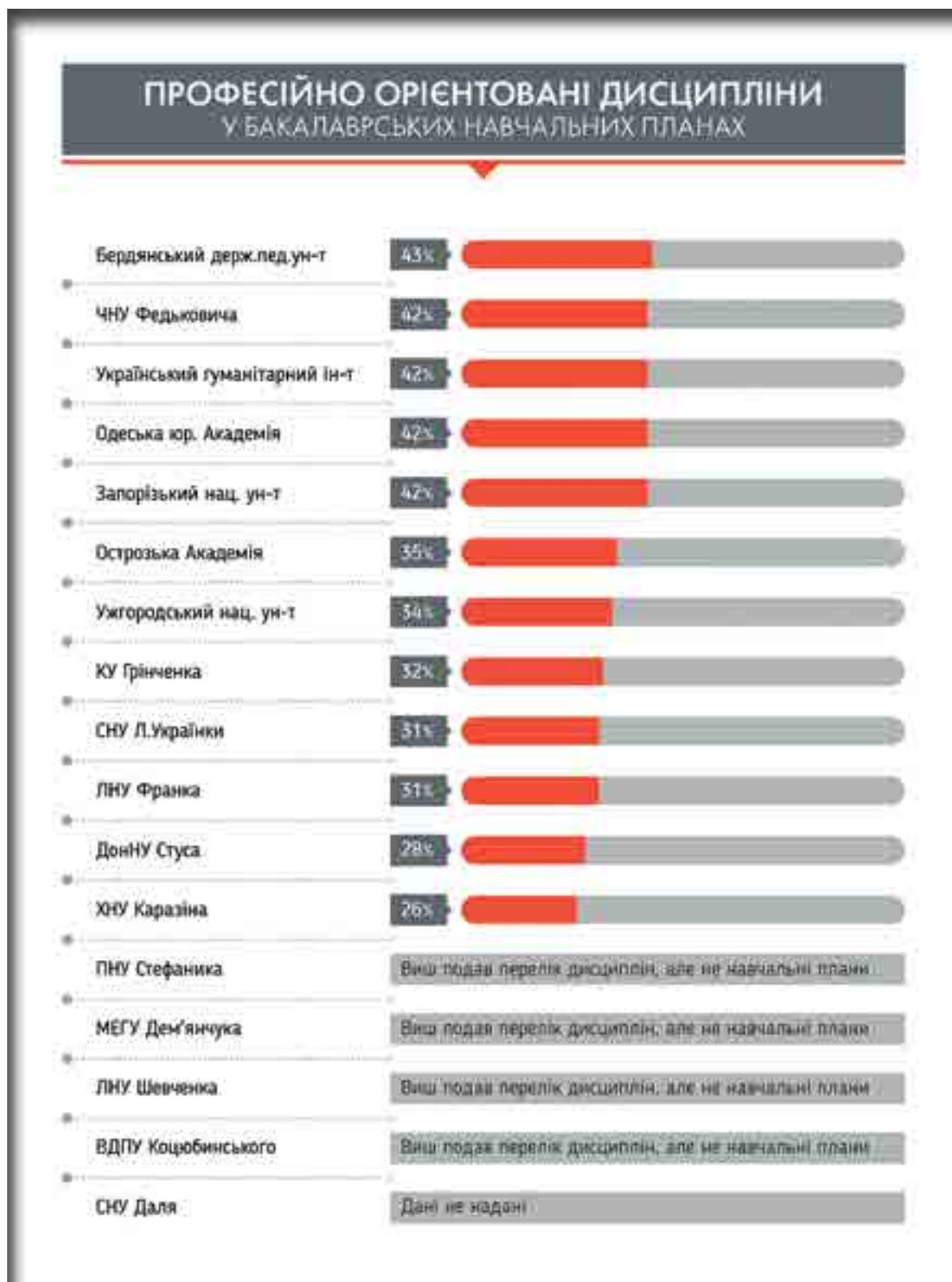
Серед вишів, які здійснюють практичну підготовку магістрів, лідерами є дві магістерські школи журналістики – Українського католицького університету та Національного університету «Києво-Могилянська академія». В обох дисципліни практичного професійного спрямування подолали 50-відсотковий бар'єр.

На відміну від бакалаврської, у магістерській програмі Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна частка професійно спрямованих фахових дисциплін становить 38%, і за цим показником він трохи поступається Київському університету імені Бориса Грінченка та посідає четверте місце.

Якщо говорити про предмети, які викладаються майбутнім журналістам, слід відразу зауважити, що більшість кафедр усе ще тяжіють до свого філологічного минулого. І спрямування дисциплін різняться лише тим, із якої кафедри (мовознавчої чи літературознавчої) походить теперішня профільна кафедра журналістики.

Наприклад, здобувачам бакалаврського ступеня з журналістики у Східноєвропейському національному університеті імені Лесі Українки викладають 40 кредитів (із 240 можливих) протягом 4 років навчання, пов'язаних із вивченням української мови. Це не враховуючи дисциплін з літератури та двох іноземних мов. А от бакалаврам Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна пропонується опанувати близько 50 кредитів дисциплін з літератури, серед яких окремо від зарубіжної літератури читається російська.

Інша крайність - відсутність будь-яких дисциплін, спрямованих на вивчення літератури. З 11 університетів, які надали свої навчальні плани бакалаврських програм, у 4 узагалі не викладають літературу, яка є необхідним предметом для майбутніх медійників, оскільки сприяє



розвитку навичок образного мислення. Тож літературу не викладають у Запорізькому національному університеті, Українському гуманітарному інституті (м. Буча), Бердянському державному педагогічному університеті та Київському університеті імені Бориса Грінченка.

Також більшість університетів не вважають за потрібне викладати для журналістів основи політології. У 7 з 11 вишів цей предмет або зовсім відсутній у планах, або ж читається як дисципліна за вибором.



Більшість планів містять стандартний набір дисциплін (як-от, газетна журналістика, телевізійна журналістика, радіожурналістика та інтернет-журналістика), що є класикою підготовки майбутніх журналістів в Україні. Значна кількість університетів не мають вузьких спеціалізацій за видами медіа, що зумовлено, перш за все, кількістю студентів. Адже наші журналістські інститути/факультети мають одну, а у кращому випадку, дві групи студентів по 25 осіб. А це відповідно всього дві групи зі спеціалізації, що не дає можливості широкого вибору. Тому такий вид освітньої програми називають підготовкою «універсального журналіста».

Не повною мірою виші використовують і так звану внутрішню мобільність студентів, завдяки якій можна було б створити умови для формування тематичної спеціалізації майбутніх медіафахівців. Адже студенти могли б вибирати дисципліни на інших факультетах свого університету, отримуючи необхідні знання з тієї чи іншої галузі сус-

пільної діяльності. На це у навчальних планах, відповідно до нового закону «Про вищу освіту», має бути закладено до 25% навчального часу. Сьогодні ж, аналізуючи плани, можна бачити лише наявність деяких назв дисциплін, що відображають тільки намагання спонукати студентів до обрання тематики, якою вони хотіли б займатися у майбутньому. Адже дисципліна у обсязі не більше 4-х кредитів (2% загального часу) може лише побіжно ознайомити з певною проблематикою.

Магістерські ж програми, як уже згадувалося, є надто затеоретизованими. Навіть у нових навчальних планах, які вступили в дію лише в цьому році, більшість вишів пропонують певну кількість дисциплін, пов'язаних із соціальними комунікаціями. Хоча такої галузі наукових знань де-юре вже не існує, а де-факто аспіранти та докторанти, що вступили минулого року до університетів, іще протягом 3 років зможуть захищати свої дисертації у цій галузі.

Більшість університетів обрали для своїх журналістських магістратур дослідницький напрям, тому у планах, які нам вдалося переглянути, лівову частку становлять дисципліни, пов'язані з методиками медіадосліджень та викладанням журналістскознавчих курсів.

Практичну магістратуру пропонують своїм студентам лише кілька університетів. Це дві школи журналістики – Українського католицького університету й Національного університету «Киево-Могилянська академія», а також Київський університет імені Бориса Грінченка. Перші два ведуть підготовку «універсального журналіста», а от останній зосередився на підготовці телевізійників.

Інноваційні курси

Варто звернути окрему увагу на впровадження інноваційних курсів у навчальні програми факультетів/інститутів журналістики. Інноваційними вважаємо всі дисципліни, які можуть дати студентам навички створення конкурентного медіапродукту в умовах інформаційного суспільства. Підставою оцінки інноваційності стали не лише навчальні плани, а й деталізовані відповіді установ на офіційний запит.

Усі університети у своїх відповідях вказали, що у них викладаються інноваційні дисципліни, подаючи перелік таких предметів. Слід зазначити, що недоцільно вважати загальні курси з інтернет-журналісти-



ки (в різних інтерпретаціях) інноваційними, оскільки онлайн-медіа вже давно серед лідерів залучення аудиторії. Дивним також видалося включення в переліки інноваційних дисциплін медіаосвіти й медіаграмотності, а також журналістського розслідування. Хоча, якщо в курсі останнього читаються особливості роботи з базами даних та фактчекінг, то його можна вважати інноваційним.

У багатьох університетах уже викладають такі курси як інфографіка, пошукова оптимізація текстів для онлайн-середовища (SEO), блогінг, журналістика даних, мультимедійні платформи, соціальні медіа, робота конвергентної редакції та онлайн-едитологія [едитологія – теорія редагування – ред.].

Є дисципліни з некоректними назвами. Приміром, відразу у двох вишах – Львівському національному університеті імені Івана Франка та Національному університеті «Острозька академія» – студентам пропонують опанувати курси з **дрон-журналістики** та **чекінг-журналістики**. А Український гуманітарний інститут (м. Буча) пропонує студентам «Підкастинг» [правильно – подкастинг, бо від англ. podcast - ред.], а також як інноваційний курс «Основи креаціонізму» [теологічна і світоглядна концепція, згідно з якою основні форми органічного світу (життя), людство, планета Земля, а також світ у цілому, розглядаються як безпосередньо створені Творцем або Богом - ред.].

У деяких навчальних закладах дійсно інноваційних курсів може бути понад 5, і це хороший показник, а в деяких – не більше 2-х, але сьогодні ця кількість уже не може вважатися достатньою. Лише Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука відносить до інноваційних дисципліни, які важко визнати такими лише за назвою – соціальну інформатику та прикладні соціально-комунікаційних технології. Хоча, можливо, і ці предмети можуть бути інноваційними, залежно від того, про що розповідають у ході їх викладання.

Офіційні відповіді і надані навчальні плани мали розбіжності у наявності дисциплін. Можливим поясненням може бути те, що зазначені у відповідях інноваційні курси переважно є предметами за вибором, тож можуть включатися у програму вивчення так званими робочими (оперативними) планами.

Тож із формальної точки зору збалансованість навчальних планів щодо викладання професійно орієнтованих дисциплін у більшості навчальних закладів, які надали дані для дослідження, витримано. Проте, якщо розглядати запропоновані в планах дисципліни більш детально, картина буде не такою оптимістичною. Також залишається відкритим питання якості викладання цих дисциплін.

Науковці чи практики

За інформацією, наданою самими вишами, більше половини складу викладачів переважної більшості кафедр є науковцями-практиками.

У 14 з 18 вишів від 50 до 90 відсотків представників кафедри мають наукові ступені. Система вищої освіти України вимагає від викладачів здобуття наукового ступеня. Наявність наукових ступенів у викладачів відслідковується при проходженні ліцензування та акредитації спеціальності. У таких випадках найбільше цінуються доктори наук. Окрім того, університет є не лише освітньою, а й науковою структурою, тому наукові напрацювання співробітників бувають важливіші навіть за методичні, особливо коли мова йде про рейтинги ВНЗ, які стали сьогодні трендом.

У 12 навчальних закладах більше половини членів кафедр, що випускають журналістів, мають практичний журналістський досвід. Серед



них два навчальні заклади мають понад 75% практиків у викладацькому складі кафедр. Це Могиланська школа журналістики НаУКМА та Львівський національний університет імені Івана Франка.

Регіональні університети у своїх відповідях дуже часто згадують про те, що їхні викладачі є членами Спілки журналістів України, при цьому не вказуючи, у яких медіа працює чи працювала особа, що має таке посвідчення. У багатьох випадках практичним досвідом викладачів вважають участь у редколегіях наукових журналів і навіть редагування студентських навчальних видань (у таких випадках ми не зараховували такий досвід в оцінюванні показника). У цьому дослідженні ми також не враховували роботу редактором у книжкових виданнях як практичний журналістський досвід. Тож насправді у 6 з 18 вишів практичний досвід мають менше половини викладачів кафедр, що готують журналістів.

Викладацька мобільність

Було проаналізовано динаміку так званої мобільності викладачів протягом останніх двох навчальних років.

Майже у всіх закладах викладачі так чи інакше намагаються удосконалювати свої навички. Більше пощастило тим навчальним закладам, які змогли вибороти гранти під програми розвитку професійних навичок викладачів. Це, зокрема, Національний університет «Одеська юридична академія» та Могиланська школа журналістики (НаУКМА). Майже всі їхні викладачі пройшли за останні роки тренінги та стажування в рамках грантових програм.

У 7 з 18 університетів за два останні роки у програмах мобільності брали участь лише один-два викладачі. Хоча три-чотири роки тому у деяких із цих університетів були грантові програми з розвитку медіанавичок викладачів. Зокрема, Ужгородський університет брав участь у дворічній програмі розвитку медіанавичок «Training for Trainers» від шведського медіаінституту FOJO.

У 9 з 18 вишів майже половина викладачів профільних кафедр взяла участь у програмах підвищення кваліфікації чи професійних стажуваннях, або ж відвідала міжнародні конференції, переважно філологічного напрямку.



Існує також так звана внутрішньоукраїнська мобільність професорів, яка має свої національні особливості. Відомо, що деякі поважні професори працюють за сумісництвом у двох, а то й трьох вищих навчальних закладах одночасно, причому іноді – в різних містах. Дехто з них справді викладає, використовуючи, зокрема, сучасні інформаційні технології (лекції у Skype). Проте переважна більшість професорів за сумісництвом лише формально числяться в інших вишах, бо в країні не вистачає профільних професорів на всі 39 освітніх закладів, що готують працівників медіагалузі. Норми МОН вимагають від кафедр визначену кількість професорів як умову для ліцензування й акредитації, про що згадувалось вище.

2

РЕСУРСИ, ТЕХНІЧНА
ОСНАЩЕНІСТЬ ТА
МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ
ПРОФЕСІЙНОГО
РОЗВИТКУ ПІД ЧАС
НАВЧАННЯСтажування/практика
з відривом від навчання

Згідно з інформацією, яку надали виші, практика або стажування інтегровані у навчальні плани всіх кафедр/факультетів/шкіл журналістики, оскільки є обов'язковим компонентом нормативної частини програми підготовки. Майже на всіх факультетах журналістики, які надали відповіді на запити, у навчальному плані передбачено 3 і більше практик.

Виятком є Школа журналістики УКУ та Могилянська школа журналістики, які мають лише магістерські програми з тривалістю навчання 2 роки, тому навчальний план передбачає лише одну практику з відривом від навчання.

Практично всі факультети/кафедри, що взяли участь у дослідженні, надали інформацію про ті ЗМІ, у яких проходять стажування їхні студенти. Хоча цей критерій (практики та стажування) є вкрай важливим для аналізу якості журналістської освіти, його оцінювання методом відповіді на запит показує лише формальний аспект, адже залишається відкритим питання, наскільки змістовним є проходження практики студентами, наскільки повноцінно вони залучені у робочий процес, чи передбачає практика активне навчання з боку редакторів і т.д. Очевидно, ситуація може суттєво відрізнитись у різних ЗМІ та на різних факультетах. Глибший аналіз якості практик для студентів, що їх пропонують факультети та ЗМІ, потребує продовження дослідження із застосуванням інших методів (наприклад, опитування студентів, фокус-групові обговорення).

Виробництво та публікація контенту студентами під час навчання

Переважаюча більшість опитаних факультетів та кафедр журналістики декларує, що студенти регулярно публікують свої матеріали у факультетських або університетських медіа, а також у професійних медіа, де проходять практику. Втім, лише декілька університетів фіксують студентські доробки на окремих веб-сторінках, збираючи таким чином портфоліо робіт студентів, яке доступне он-лайн. Зокрема, Запорізький національний університет зробив окрему сторінку на платформі blogspot, а Школа журналістики УКУ викладає посилання на матеріали своїх студентів на окремій сторінці свого сайту.

Серед університетських медіа найпоширеніші друковані видання, хоча дедалі більше факультетів та кафедр журналістики розвиває мультимедійний напрям, наприклад, студентські канали на YouTube. У рамках дослідження ми не здійснювали детального аналізу студентських медіа, проте побіжний огляд виявив чимало проблем. По-перше, у багатьох випадках онлайн-платформи, на яких розміщуються матеріали студентів, рідко оновлюються. По-друге, є питання до якості студентських медіа. Часто вони нагадують формат любительських стінгазет або вісників факультетів чи вишів, де основний контент – новини факультету чи університету. Загалом бракує креативних проєктів студентських медіа.

Технічне забезпечення

Технічне забезпечення факультетів/кафедр журналістики є нерівномірним. Серед університетів, які взяли участь у дослідженні, найкращою ситуація з технічним оснащенням є в Інституті журналістики Київського університету ім. Бориса Грінченка, Запорізькому національному університеті, Львівському національному університеті ім. Івана Франка, Школі журналістики УКУ та Могилянській школі журналістики. У цих університетах є власні студії для теле- та радіовиробництва, мультимедійні аудиторії та wi-fi доступ до інтернету. Значна частина факультетів має мультимедійні аудиторії, деяку відеотехніку, комп'ютерні класи. Найбільшою проблемою є студії для виробництва контенту. У декількох вишах студенти мають доступ до студій регіональних та місцевих ЗМІ, згідно з наданою інформацією (зокрема,



Прикарпатський національний університет, Український гуманітарний інститут в м. Бучі).

Ситуація з доступом до інтернету загалом є позитивною: усі факультети журналістики, які надали відповіді на запити, декларують наявність доступу до інтернету.

Рівень технічної оснащеності пов'язаний із активністю факультетів у питанні залучення зовнішніх грантів. Практично в усіх випадках, де на факультетах є обладнані студії, лабораторії з виробництва контенту, ньюзруми, це стало можливим завдяки грантовій підтримці (наприклад, в Ужгородському національному університеті, Бердянському державному педагогічному університеті, Національному університеті «Острозька академія», Чернівецькому національному університеті та ін.).

Найскладнішою ситуація з технічним забезпеченням навчального процесу, особливо в частині виробництва контенту, є в тих вишах, які були вимушено переміщені з окупованих територій.

3

ВЗАЄМОДІЯ З ІНДУСТРІЄЮ

Партнерство зі ЗМІ

Відповідно до інформації, наданої кафедрами та факультетами журналістики, майже всі опитані кафедри/факультети/школи журналістики мають епізодичні проекти співпраці з українськими ЗМІ – у формі майстер-класів, короткотривалих тренінгів, гостьових лекцій, конференцій, круглих столів. Постійна ж співпраця здебільшого відбувається у форматі проходження практики студентами на базі місцевих, регіональних та всеукраїнських ЗМІ.

Формалізація такого партнерства є досить поширеною практикою: на багатьох кафедрах журналістики існує традиція укладання договорів з представниками медіаіндустрії стосовно проходження стажування студентами бакалаврських і/чи магістерських програм з журналістики на базах всеукраїнських та регіональних ЗМІ (наприклад, кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю Вінницького державного педагогічного університету ім. М. Коцюбинського, кафедра теорії і практики журналістики факультету журналістики ЛНУ ім. І. Франка, факультет журналістики Запорізького національного університету, кафедра журналістики Ужгородського національного університету, кафедра журналістики Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, кафедра журналістики Чернівецького університету ім. Ю. Федьковича).

Деякі виші угоди про співпрацю зі ЗМІ стосовно студентських практик не укладають, однак співпрацюють на постійній основі з місцевими та всеукраїнськими ЗМІ (як-от Школа журналістики УКУ, Могилянська школа журналістики). У цьому випадку така форма співпраці тримається або ж на бажанні регіональних ЗМІ залучити до своїх редакцій безкоштовну робочу силу та на майбутнє відібрати собі серед них найкращих, або ж високий рівень підготовки студентів стимулює ЗМІ звертатися до кафедр журналістики з проханням до студентів пройти у них стажування (наприклад, Могилянська Школа Журналістики, УКУ).

Також існує співпраця вишів одного регіону з медіа іншого регіону.

Так, наприклад, кафедра журналістики з Вінниці має налагоджені контакти зі ЗМІ з Чернівецької, Хмельницької, Житомирської, Івано-Франківської областей та м. Києва. Співпраця зі східними чи південними медіа не згадується.

Особливу увагу в категорії «партнерство зі ЗМІ» цього дослідження привернули відповіді деяких журналістських кафедр.

Зокрема, кафедра журналістики і видавничої справи Луганського національного університету ім. Тараса Шевченка зазначила, що втратила свої партнерські зв'язки зі ЗМІ через бойові дії та вимушену евакуацію до районного міста Старобільськ, що знаходиться у прифронтовій зоні східної України, однак планує найближчим часом відновити свою попередню співпрацю.

Кафедра нових медій факультету журналістики ЛНУ ім. І.Франка відповіла, що «кафедра нових медій тісно співпрацює з усіма регіональними ЗМІ», хоча перелік конкретних ЗМІ не надавався.

Кафедри журналістики також у переліку своїх партнерів з медіаіндустрії вказали ЗМІ, які вже тривалий час не працюють чи нещодавно припинили своє існування (наприклад, у відповіді Українського гуманітарного інституту були згадані «Радіо «Ірпінь» та журнал «Оксамит», які вже не функціонують як ЗМІ).

Нечіткою була відповідь Бердянського державного педагогічного університету: «кафедра співпрацює з місцевими ЗМК, але спільних проектів наразі немає».

Залученість представників ЗМІ до навчального процесу

Усі вищі більшою чи меншою мірою долучають представників ЗМІ до навчального процесу. Здебільшого йдеться про проведення майстер-класів чи тренінгів кілька разів на рік. Однак є й такі кафедри журналістики, де відбуваються регулярні (щомісяця або й частіше) лекції та майстер-класи практиків (наприклад, Могиланська школа журналістики, Школа журналістики УКУ).

За рахунок грантів та міжнародних донорів дедалі поширенішим у навчальному процесі стає формат майстер-класів. Їх проводять відомі українські та іноземні журналісти, медіаексперти. Серед лідерів ВНЗ, які активно використовують подібну практику, слід виокремити такі: Ужгородський університет, Запорізький національний університет, Школа журналістики Українського католицького університету, кафедра нових медій факультету журналістики ЛНУ ім. І. Франка, Могиланська школа журналістики, Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки, Національний університет «Острозька академія», Чернівецький університет ім. Ю. Федьковича.

На всіх кафедрах/факультетах/школах журналістики, які відповіли на інформаційний запит у рамках дослідження, медіапрактики викладають чи співвикладають навчальні курси. Відмінність лише в тому, який відсоток у співвідношенні викладачів з паралельним практичним журналістським досвідом до тих, які не працюють у сфері медіаіндустрії, а займаються виключно викладацькою діяльністю.

Зазвичай викладачі, які працюють у ЗМІ, є сумісниками на кафедрах журналістики. Однак бувають і такі випадки, коли викладач-практик читає курс чи його частину без офіційного працевлаштування у ВНЗ.



4

ВКЛЮЧЕНІСТЬ У МІЖНАРОДНИЙ КОНТЕКСТ

Партнерство із закордонними університетами та організаціями, участь у грантових програмах

Дослідження виявило загальну проблему зі слабкою інтегрованістю у міжнародний контекст українських кафедр та факультетів, які готують журналістів. З 19 університетів, які надали відповіді на запити, лише 4 факультети журналістики змогли надати достатньо детальну інформацію про проекти співпраці із закордонними кількістю понад 5. Лідерами за цим показником стали: Чернівецький національний університет ім. Федьковича, Донецький національний університет ім. В. Стуса, Школа журналістики Українського католицького університету та Могилянська школа журналістики (НаУКМА). Решта кафедр мають по декілька проектів співпраці з міжнародними партнерами (університетами, неурядовими організаціями тощо). П'ять університетів не вказали жодного проекту міжнародного партнерства або співпраці.

Значна частина університетів лише вказували партнерів, не конкретизуючи, які саме спільні проекти були здійснені. З одного боку, це може свідчити про прогалини у відповідях на запит. З іншого боку, існує також ймовірність, що значна частина таких партнерств – задекларовані наміри без конкретних прикладів їх реалізації. Переважна більшість згаданих міжнародних проектів – програми коротких стажувань, партнерства в рамках літніх шкіл, гостьові лекції, переклад публікацій і т.п. Значно менш поширеними є програми глибшої співпраці, такі як партнерство в рамках програм Erasmus або Tempus (лише кілька вишів, зокрема Чернівецький національ-

УЧАСТЬ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ ВНЗ У ПРОЕКТАХ МІЖНАРОДНОЇ СПІВПРАЦІ

ВСЬОГО 19 ВНЗ. З НИХ:

5 і більше проектів співпраці

4



3-5 проектів співпраці

5



1-3 проекти співпраці

4



Не вказали жодного проекту

6



ний університет), спільні дослідження тощо. Лише кілька університетів є учасниками міжнародних досліджень, як-от: міжнародний проект «Мова конфлікту. Агресія та аргументація», у якому задіяна кафедра журналістики Донецького національного університету; міжнародне дослідження висвітлення конфлікту в Україні, очолюване шведським університетом Södertörn University, до якого була залучена Могиланська школа журналістики та декілька інших.

Цікаво, що найбільше проектів співпраці українських кафедр та факультетів журналістики саме з польськими університетами та організаціями, особливо яскраво ця тенденція прослідковується в західних областях, але не обмежена ними. Прикладом такої співпраці є спільне видання польсько-українського словника медійної термінології Острозькою академією та Католицьким університетом Іоана Павала II в Любліні.

Аналіз відповідей на запити показав, що однією з найбільших проблем у контексті міжнародної співпраці є якість проектів співпраці. Наприклад, кафедри часто подають як проекти міжнародної співпраці програми культурних обмінів серед молоді (такі як Study Tours to Poland), однак зміст цих програм зазвичай не має нічого спільного з професійним отриманням журналістських навичок та відповідних знань. Деяким проектам співпраці, хоч і пов'язаним із журналістикою, бракує ґрунтового освітнього потенціалу (наприклад, телемости з колегами з інших університетів). Хоча такий формат є цілком прийнятним і може бути дуже корисним, потенціал його впливу доволі обмежений.

Лише незначна частина вказаних проектів безпосередньо пов'язана з ґрунтовною навчальною підготовкою журналістів або дослідженнями медіа.

Ще однією суттєвою проблемою, яку виявило дослідження, є те, що кафедри та факультети журналістики є здебільшого реципієнтами програм, які здійснюють неурядові організації за підтримки закордонних донорів (Посольства США, ОБСЄ, програми ПРООН та ін.), а не ініціаторами проектів. Іншими словами, факультети є переважно реактивними, а не проактивними у пошуку та розробці проектів. Більше того, чимало факультетів не користуються можливостями, які пропонують давно відомі в Україні програми, такі як програма імені Фулбрайта. Лише декілька журналістських факультетів, які надали відповіді, залучають представників програми ім. Фулбрайта до навчального процесу (УКУ, МШЖ, Запорізький національний університет).

Разом із тим, є позитивні приклади активної взаємодії з третім сектором та міжнародними фондами. Наприклад, Школа журналістики УКУ, за підтримки програми MyMedia, ініціювала та здійснила чимало тренінгових проектів. Могиланська школа журналістики, за підтримки закордонних фондів, зосередилась на навчанні практик верифікації інформації та фактчекінгу.

Окремо варто звернути увагу на активні зусилля Донецького національного університету, який розпочав низку проектів співпраці з міжнародними неурядовими організаціями після вимушеного переїзду до Вінниці. Враховуючи значну увагу світової спільноти загалом та зокрема донорського середовища до України після подій Майдану та початку конфлікту на Сході, українські виші мали би активніше пропонувати ідеї проектів, які потенційно могли бути підтримані донорами. Як показало дослідження, деякі факультети журналістики, як-от Донецький національний університет, змогли активізувати свою діяльність, проте більшість університетів не відійшли від звичного формату діяльності.

Слабка інтегрованість журналістських факультетів у міжнародний контекст, невелика кількість партнерств та проектів співпраці є симптомом загальних проблем української вищої освіти, якій бракує зорієнтованості назовні через слабку конкурентоздатність.

Співпраця з українськими університетами

Абсолютна більшість факультетів/кафедр журналістики, які надали відповіді на запити, задекларували тісну співпрацю з іншими кафедрами журналістики українських університетів. Лідером згадувань є Інститут журналістики Національного університету ім. Тараса Шевченка. Втім, переважна більшість відповідей не містила конкретики щодо проектів співпраці, лише загальні тези про проведення спільних конференцій, публікацій матеріалів конференцій, участь у спецрадах під час захистів кандидатських та докторських робіт. Крім того, доволі поширеним є формат гостьових лекцій українських викладачів з інших університетів, однак у більшості випадків йдеться про поодинокі лекції, рідше – про гостьові курси викладачів з інших університетів. Серед проектів співпраці практично немає спільних навчальних проектів або досліджень. Декілька університетів згадували участь їх викладачів у програмі Digital Media for Universities, яку здійснювала Могилянська школа журналістики за підтримки Фонду «Розвиток України».

Гостьові курси

Згідно з інформацією, наданою факультетами, повноцінні гостьові курси із залученням викладачів з-за кордону є лише в Інституті журналістики Київського університету ім. Бориса Грінченка, Школі журналістики УКУ, Могилянській школі журналістики та Українському гуманітарному інституті. В УКУ та Києво-Могилянській Академії закордонні викладачі залучені через програму академічних обмінів ім. Фулбрайта.

Гостьові лекції іноземних колег є більш поширеними серед факультетів, як засвідчили відповіді, що пояснюється відносною легкістю організації таких заходів, порівняно із запрошенням гостьових викладачів на весь семестр.

Мобільність студентів

Міжнародна мобільність студентів (участь у програмах обміну, міжнародних літніх школах, конференціях, тренінгах тощо) факультетів журналістики є загалом дуже низькою. Лише у 8 з 19 університетів, які взяли участь у дослідженні, студенти стали учасниками програм міжнародної мобільності за останній рік. В абсолютній більшості випадків кількість студентів-учасників таких програм є дуже невеликою, по кілька осіб від факультету. Найкраща ситуація з міжнародною мобільністю студентів – у Школі журналістики УКУ.

Серед програм мобільності найбільш популярними є проекти в рамках програми Erasmus+. Зокрема, учасниками студентських обмінів за цією програмою стали студенти Донецького, Прикарпатського, Запорізького і Львівського національних університетів та Школи журналістики УКУ.

Окрім участі в проектах програми Erasmus+, студенти факультетів журналістики також брали участь у тематичних літніх школах та семінарах. У деяких випадках міжнародна мобільність представлена молодіжними програмами культурного обміну, які зазвичай не пов'язані з безпосереднім професійним навчанням.





Відповіді кафедр та факультетів також засвідчили, що існує проблема з розумінням того, що являють собою програми мобільності для студентів. Декілька факультетів згадали програму «Work & Travel in the USA» як приклад міжнародної мобільності їхніх студентів, хоча ця програма передбачає лише працевлаштування студентів на тимчасові роботи на період канікул.

Таким чином, можна констатувати недостатній рівень залучення українських студентів журналістських факультетів до програм міжнародної мобільності, які покликані сприяти їхньому професійному та академічному розвитку.

5

КОМУНІКАЦІЯ ІЗ ЗОВНІШНЬОЮ АУДИТОРІЄЮ ТА ВИПУСКНИКАМИ. ПРИСУТНІСТЬ ТА АКТИВНІСТЬ ОН-ЛАЙН

У рамках дослідження ми ставили за мету з'ясувати, в який спосіб вищі комунікують із зовнішньою аудиторією. Аналіз здійснений на підставі відповідей, отриманих від факультетів/кафедр/шкіл журналістики, та на підставі огляду їхніх офіційних сайтів та сторінок у соцмережах. Абсолютно всі кафедри та факультети, що надіслали нам відповіді на

Дні відкритих дверей

інформаційний запит, відзначають, що регулярно проводять дні відкритих дверей. Різняться лише формат та частота проведення заходу: хтось запрошує абітурієнтів раз на рік, хтось робить це двічі чи навіть тричі.



Огляд сайтів

Із 39 вищих навчальних закладів, які готують журналістів, окремий сайт кафедри (факультету, інституту чи школи) журналістики наявний лише у 20-х із них. Лише два із цих сайтів (Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка та Школи журналістики УКУ) містять вичерпну інформацію про викладачів, студентів, випускників, мають актуальну електронну адресу для швидкої комунікації з кафедрою журналістики, інформують про перебіг навчального процесу, розклад, майстер-класи, дозволяють ознайомитись із навчальними курсами та отримати інформацію щодо студентських проектів, побачити їхні роботи, знайти умови вступу. Ці два сайти регулярно оновлюються.

Деякі кафедри журналістики мають лише сторінку на сайті факультету, до складу якого входять. Інформація про кафедру містить кілька абзаців, що не дає жодного уявлення про журналістську освіту у відповідному виші.

Також, факультети/кафедри, швидше за все, недооцінюють рівень впливу їхнього представлення в інтернеті для власного іміджу. Деякі сайти містять інформацію, яка може нашкодити репутації вишу. Так, на сайті відповідного факультету Дніпропетровського національного університету ім. Олеся Гончара у розділі про випускників зазначена така інформація: «Імідж факультету у світі зміцнюють Межидов Тамерлан (керівник відділу міжнародних зв'язків прес-служби Президента Чеченської Республіки [йдеться про Рамзана Кадірова – ред.], РФ), Рааб Басель (речник Генерального штабу Міністерства оборони Сирії)».

Найпоширеніші недоліки сайтів факультетів/кафедр/шкіл журналістики:

- інформація щодо викладачів неповна (на деяких сайтах ця інформація взагалі відсутня), або ж у списку викладачів відсутні світлини деяких з них, дані обірвані та містять граматичні й орфографічні помилки;
- немає електронних адрес факультетів/кафедр, на деяких сайтах вказано одну адресу на весь університет. Під час телефонного спілкування з представниками вишів з'ясовувалося, що електронні адреси на сайтах застарілі;
- інформація (новини, доробки студентів тощо) не оновлюється або оновлюється дуже рідко, в деяких випадках навіть раз у кілька років;
- часто розділи не відкриваються або їхнє наповнення не відповідає назві. Наприклад, на одному із сайтів у підрозділі «гранти-стипендії» розміщений допис про захід на кафедрі журналістики, а лінк під назвою «бакалаврський мінімум» веде на сторінку з нормативними документами університету;
- тексти в різних розділах не вичитані, містять грубі помилки;
- у більшості сайтів – застарілий дизайн;
- деякі сайти критично повільно вантажаться, що в цілому свідчить про те, що якості їх роботи не приділяється достатньо уваги і не прикладається достатньо зусиль для усунення проблем (оновлення кодів, заміна серверів тощо).

Загалом сайти факультетів/кафедр журналістики у більшості випадків не задовільняють інформаційні потреби користувачів (ні абітурієнтів, ні студентів, ні викладачів, ні інших зацікавлених осіб).

Огляд активності в соціальних мережах

Усі висновки та оцінки були зроблені станом на 19 вересня 2016 року.

Лише 52%, або 20 із 39 навчальних закладів для журналістів мають представництво у соціальних мережах. Серед них 90% користуються послугами «Вконтакте», 55% – Facebook, 25% ведуть Twitter і 5% мають акаунти в Instagram.

Регулярність оновлення

Більшість навчальних закладів розміщують інформацію у соцмережах нерегулярно. Наприклад, одна зі спільнот протягом 19 вересня опублікувала у своєму Facebook п'ять дописів. Хоча нічого не викладала 12 попередніх днів, а до того опублікувала лише 10 постів за все літо, й 8 із них у червні.

Проблема літніх перерв у публікаціях із об'єктивних причин притаманна багатьом вишам, хоча є й такі, що зупиняли інформаційну діяльність на цілих 5 місяців.



На офіційний сайтах університетів можна знайти посилання на не оновлювані упродовж двох, а то й чотирьох років сторінки у соцмережах.

Проте більшість закладів усе ж розміщують інформацію регулярно: рекордсмени (Школа журналістики УКУ, факультет філології та журналістики СНУ ім. Лесі Українки) здатні публікувати до 9 дописів на день, не зменшуючи їх кількість навіть на вихідних. Загалом, майже всі вищі, що мають представництво у соціальних мережах, оновлюють інформацію в них частіше ніж раз на тиждень.

Контент

Далеко не в усіх спільнотах інформація, що публікується, пов'язана з журналістикою. Більшість сторінок кафедр/факультетів журналістики містять багато реклами культурних подій, вакансій, лекцій, тренінгів, при чому швидше загальнокультурного або освітнього спрямування, ніж конкретно журналістських.

Сторінка Класичного приватного університету складається переважно з реклами. З початку навчального року тут опубліковано 16 рекламних дописів і лише 3, що стосувалися життя інституту. Причому серед реклами журналістських вакансій та майстер-класів з розвитку компаній тут є також анонс фестивалю кави і пошук ілюстраторів, і реклама театру одного актора. Полтавський національний педагогічний університет імені В.Г. Короленка у соціальних мережах рекламує кастинг місцевого Х-Фактору, студентські еста-

фети, вечірки й набір у команду з черлдингу. За 19 днів від початку навчання, тобто з 1 вересня 2016 року, тут так і не з'явилося жодного пов'язаного з журналістикою допису.

Сторінки факультетів/кафедр часом містять також рекламні пропозиції написання курсових і дипломних робіт. У першу чергу йдеться про ті сторінки чи групи у соціальних мережах, які виші давно не оновлюють.

Рекламу «переписую лекції, семінари та реферати» можна знайти в соціальній мережі за посиланням з розділу «Дозвілля» на офіційному сайті Прикарпатського національного університету ім. В.Стефаника. При чому сама сторінка зареєстрована у «Вконтакті» як користувач(!), а не як спільнота. Так само зареєстрована сторінка Бердянського державного педагогічного університету. Кафедра журналістики Острозької Академії здійснює комунікацію у форматі «обговорення» у мережі «Вконтакті».

Проте є декілька спільнот (Чернівецький національний університет ім.Ю.Федьковича, Могиланська школа журналістики, Школа журналістики УКУ), які розміщують матеріали, що створені самими студентами вишу, публікують фото та відео з навчальних заходів і лекцій від запрошених експертів. А платформа Школи журналістики УКУ під час «Форуму видавців» у Львові навіть повноцінно висвітлювала його перебіг завдяки студентським роботам, у тому числі й фото.

Загалом більшість вишів заповнює стрічку, в першу чергу, анонси подій у стінах університету та за його межами. На другому місці – новини й офіційна інформація на кшталт розкладу занять чи порядку оформлення різноманітних документів. Найменше уваги приділяють звітним публікаціям про діяльність чи активність студентів.

Чи є сторінки у соціальних мереж певних університетів офіційними, дуже складно визначити, адже не завжди посилання на відповідну спільноту можна знайти на офіційному сайті.

Відстеження інформації про працевлаштування випускників

На запитання, чи відстежують інформацію про працевлаштування випускників, відповіли лише 15 вишів з 19, які надали інформацію для дослідження. Варто зазначити, що два з чотирьох, які не відповіли, ще не мають випускників, а інші два – просто уникнули цього розділу у своїх відповідях.

Серед тих, хто все ж надав інформацію, 9 вишів просто вказали, що відстежують інформацію про працевлаштування, не зазначаючи, як саме це роблять.

Інші шість роз'яснили відповідні механізми. Серед них переважає підтримка контактів із випускниками у соціальних мережах та ведення баз даних. Окремі виші проводять тематичні публікації з історіями своїх випускників на власних сайтах.

Заходи за участю випускників, судячи з відповідей, організовують лише в шести вишах.

На жаль, в рамках дослідження не було можливості оцінити реальну якість цієї комунікації і врахування цієї інформації в роботі кафедр.



Розділ 3.

ЖУРНАЛІСТСЬКА ОСВІТА ОЧИМА ВИПУСКНИКІВ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ ФАКУЛЬТЕТІВ: результати фокус-групових обговорень



У рамках дослідження було проведено дві пілотні фокус-групи з випускниками кафедр/інститутів/шкіл журналістики м. Києва: Київського міжнародного університету, Інституту журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, Могилянської школи журналістики, Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна», Київського славистичного університету, Київського національного університету культури і мистецтв, Національного авіаційного університету, Київського університету культури, Київського університету ім. Бориса Грінченка.

12 випускників цих вишів, які працюють у журналістиці – в онлайн-виданнях, на телебаченні, у друкованих ЗМІ – взяли участь в обговоренні стану журналістської освіти в Україні.

Зокрема, учасники говорили про свої враження від університетської журналістської освіти, яку вони отримали, плюси та мінуси їхньої підготовки, навчальний процес в цілому. Також респонденти висловлювались з приводу того, чи допоміг їхній журналістський університетський бекграунд на практиці в реальному професійному житті, з якими проблемами вони стикнулись, коли почали працювати журналістами, чого їм бракувало. Наостанок, журналісти-практики запропонували своє бачення того, якою має бути сучасна журналістська освіта в Україні.

Основні висновки за результатами фокус-групового обговорення наступні:

1

Філологія замість журналістики:

10 респондентів з 12 констатували той факт, що їхнє навчання на журналістському факультеті було більше схожим на філологічну підготовку.



Анна,
Національний
авіаційний університет:

«Моє навчання на журналістиці – це така конкретна літературна підготовка. Ця освіта, яку пропонують в університеті, і практична журналістика – вони не перетинаються взагалі ніяк».



Мар'яна,
Інститут журналістики
КНУ ім. Тараса Шевченка:

«Зараз я не пішла би туди вчитися, тому що єдиний плюс, який був – це хороша філологічна школа. Фаховими дисциплінами абсолютно не задоволена, рівень був низький. Дуже часто назви дисципліни не відповідали суті того, що ми вивчали».

2

Теорія замість практики:

9 респондентів із 12 зазначили, що їхнє навчання було більше теоретичним, ніж практичним. Приклади були різні: у студентів не було технічної бази, або ж вона була в дуже обмеженій кількості (1 фотоапарат на групу з 25-40 студентів, 2 відеокамери, обмежений доступ до комп'ютерів тощо); практичним дисциплінам вчили викладачі, які ніколи не працювали у ЗМІ, не були компетентними в предметі.



Анна,
Національний
авіаційний університет:

«Коли ми закінчували 4-ий курс бакалаврату і 5-ий магістратури, нам давали анкетку. Там було про плюси та мінуси освіти, яку ми отримали. На питання, що ви хотіли би змінити, ми всі написали: давайте зменшувати час на загальні дисципліни і збільшувати час на професійні предмети. І нічого не змінилось – теперішні студенти скаржаться на це ж саме».



Андрій,
Київський
міжнародний університет,
Інститут журналістики:

«У нас було мало викладачів, які нас справді навчали чомусь практичному, тому, що відповідає вимогам та викликам професії. Здебільшого інші дисципліни були із серії переливання з пустого в порожнє. І це стосується не лише журналістської освіти, а й усієї системи освіти в цілому».



Владислав,
Київський
університет культури:

«Ще одна проблема – адміністративна: коли старий колектив витісняє нових викладачів. І це при тому, що часто викладачі з досвідом, яким уже на пенсію треба виходити, не працювали у професії взагалі, не знають, як працює журналістика на практиці».

3

Престиж університету не гарантує високої якості навчання:

усі респонденти згадали про той факт, що нерідко абітурієнти вибирають виш за тим, на скільки він престижний. Особливо якщо це стосується журналістики. Стереотипом ще й досі залишається те, що диплом журналіста Інституту журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, наприклад, дасть можливість отримати престижну роботу. А це – помилкове судження, адже роботодавців цікавить не стільки назва вишу, зазначена в дипломі, а навик та знання, з якими потенційний працівник приходить, щоб влаштуватись на роботу.



Мар'яна,
Інститут журналістики
КНУ ім. Тараса Шевченка:

«Вчитися було дуже легко, хороші оцінки дуже легко отримувати, а можна було особливо й не вчитися: підготуватися за один день до іспиту. Нецікаво було часто. Все, що я вмію – лише завдяки тому, що пішла рано працювати журналістом. Довчилась лише заради диплому, бо, казали мені, що у престижному ж вузі вчуся!»

4

Низький рівень викладацького складу

10 респондентів з 12 були не задоволені викладачами, які їх навчали. Відірваність від практичного середовища, радянський підхід викладання, ігнорування зауважень з боку студентів, небажання покращувати навчальні плани та змінювати старі дисципліни на ті, які відповідають реаліям професії – ось головні недоліки освітян м.Києва, які готують майбутніх журналістів.



Анна,
Національний
авіаційний університет:

«Самі викладачі дуже рідко є журналістами. Навіть ті, хто читає профільні предмети, не має практичних навиків, не розуміє специфіки журналістської професії! За місяць практики у інформаційному виданні я дізналася більше, ніж за чотири роки у виші».



Мар'яна,
Інститут журналістики
КНУ ім. Тараса Шевченка:

«Свого часу нам поставили викладати нові медіа викладачів, які до того викладали щось пов'язане з мовою. Люди не те що практики, навіть теорії не знали – вони самі її вивчали, пишучи свої навчальні плани, готуючись до лекцій».



Андрій,
Київський
міжнародний університет,
Інститут журналістики:

«Ми вчили те, що було колись – не те, що є сьогодні. У нас був викладач – він і сьогодні викладає пресу й журналістику, – який наводив журналістські приклади своєї юності: говорив про те, як він писав про колгоспи у вісімдесятих роках».



Владислав,
Інститут журналістики
КНУ ім. Тараса
Шевченка:

«У нас є найбільша проблема – адміністративна. Ось нещодавній приклад. У нас були два молоді викладачі, і їм не продовжили контракт на подальшу роботу, бо викладачам пенсійного віку треба було додати години. І це реально люди, які живуть минулим радянським часом і вчать по підручниках 70-80-х років, яких уже і в бібліотеці мало».

5 | Студентська мобільність – мало поширене явище:

за 11 років існування в Україні Болонської системи освіти студентська мобільність так і залишається малопоширеним явищем на кафедрах журналістики в українських вишах. Як показали результати двох фокус-груп, жоден респондент/респондентка не брали участі у міжнародних навчальних обмінах паралельно зі своєю програмою навчання. Більше того, така практика у більшості ВНЗ не вітається під час навчального року – заохочуються лише літні практики чи тренінги на досить короткий термін (1-2 дні).

Якою має бути журналістська освіта в університетах (думки випускників):

- Університетська журналістська освіта має відповідати потребам українського медіаринку. Світові тенденції теж мають бути враховані, однак наша медіаіндустрія має свою специфіку, свої вимоги (звісно, тут не йдеться про «джинсу» та політику власника ЗМІ, під яку має підлаштовуватись колектив).
- Журналістська освіта має постійно, а не епізодично, співпрацювати з медіаіндустрією, залучати її представників до навчального процесу, втілювати спільні проекти, проводити конференції. Постійний діалог між цими ключовими ланками у журналістській професії допоможе покращити якість освіти.
- Підготовка з журналістики має відбуватися, здебільшого, на магістерському рівні. Відповідно, кіль-

кість бакалаврських програм із журналістики слід скоротити.

- Журналістська освіта має бути відокремленою від піару та реклами.
- Атестація кафедр журналістики має проводитися незалежними експертами. Перевірки в тому вигляді, які відбуваються зараз, неефективні: навчальний процес не зазнає позитивної динаміки в своєму реформуванні.
- Курси та навчальні плани мають реагувати на зміни як у медіасередовищі, так і в країні загалом. Наприклад, наразі важливими дисциплінами мають бути ті, які навчають журналістів професійній та інформаційній безпеці, методам протистояння пропаганді, уникненню мови ворожнечі тощо. ■



Розділ 4.

ЖУРНАЛІСТСЬКА
ОСВІТА ОЧИМА
МЕДІАІНДУСТРІЇ:
результати
анкетування



В рамках дослідження було проведено анкетування представників 39 редакцій (радіо, газет, телебачення й інтернет-видань) у 5 областях України: Львівській, Одеській, Вінницькій, Сумській та Запорізькій. При цьому до уваги бралися

ЗМІ не лише обласного, а й локального рівня». Анкетування було здійснене за допомогою онлайн-опитника.

69,2 % опитаних нами представників індустрії - старші 30-ти років. 51,3 % - чоловіки.

Чи варто журналісту мати фахову освіту?

51,3 % опитаних респондентів самі не мають журналістської освіти, у більшості вони отримали спеціальність істориків, педагогів та філологів. І лише одна людина (з двадцяти трьох) визнала це «суттєвим ускладненням для своєї професійної діяльності» як журналіста.

Із 48,7 % опитаних, які мають профільну освіту, 41,4 % вважають, що це стало перевагою для їхньої кар'єри.

Оцінюючи загальну ситуації в галузі, зауважимо, що 35,9 % респондентів заявляють, що в їх редакції працює «меншість» людей із журналістською освітою. «Практично немає» таких фахівців у 17,9 % редакцій. У той же час «переважною більшістю» людей із журналістською освітою укомплектовані 30,8 % закладів, абсолютною більшістю профільних журналістів може похизуватися лише 15,4 % ЗМІ.

Чи задоволені в редакціях якістю підготовки журналістів?

І разом із тим на запитання «Чи варто журналісту мати фахову вищу освіту?» ствердно відповідають 46,2 % працівників галузі.

Проте наразі самою якістю такої підготовки журналістів задоволені всього 7,7 % опитаних нами респондентів. Беззаперечним лідером



журналістської освіти, на думку працівників галузі, є Києво-Могилянська академія: за неї свої голоси віддали 25,6 % респондентів. 23 % вважають найкращим Київським національним університетом імені Тараса Шевченка і 20,5 % - Український католицький університет. Крім цих вишів, у відкритих відповідях згадували лише Львівський національний університет імені Івана Франка, що набрав 10,2 % голосів.

Що ж практикуючі журналісти відносять до недоліків профільної освіти? Головним чином це «архаїчність, сконцентрованість на теоретичних знаннях, [...] відсутність достатніх знань та навичок у викладацького складу, [...] застаріла або взагалі відсутня технічна база, [...] глибока корумпованість, [...] наявність у навчальній програмі низки непотрібних предметів», «поверхове засвоєння навичок монтажу, відео- та фотозйомки», «відірваність від реальних умов роботи», «слабкий конкурсний відбір».

Разом із тим, серед позитивів навчання вони виділяють (варто зазначити, що 53% не назвали переваг узагалі): «універсальні знання, що подаються у поєднанні з іншими базовими гуманітарними науками», «студентський обмін із іншими країнами», «сильне патріотичне виховання», «обізнаність із законодавчою базою про інформацію», «широкий світогляд та практичний досвід», «залучення практиків, міжвузівська комунікація», «виховання високих етичних стандартів».

Цікаво, що 46,2 % опитаних редакцій покладаються не лише на виші, а й мають власні програми підготовки майбутніх кадрів. 81,6 % влаштовують стажування для студентів місцевих навчальних закладів. При цьому їм найчастіше доводиться навчати випускників цілком очевидним практичним речам: «пошуку і збору інформації», «опрацюванню матеріалу», «редагуванню текстів, монтажу, роботі з голосом», «униканню штампів у матеріалі», «вмінню правильно писати та висловлювати свою думку», «бачити інформацію з різних боків та задавати запитання», «не боятися», «працювати з оператором, режисером», розрізняти жанри.



Чого бракує журналістській освіті?

На питання, яких конкретно знань та навичок бракує у журналістській освіті, редакції у 33 % випадків просто використовують формулювання «практичних». Інші ж додають: «уміння з пошуку та підготовки матеріалів», «опору маніпуляціям», «перевірки джерел», «мовної підготовки», «системності, дисциплінованості, такту», «знання сучасної термінології», «основ дикторської майстерності», «вміння якісно вести інтерв'ю», «роботі із соцмережами», «володіння новітніми форматами подачі інформації», «навичок спілкування з людьми із мало захищених верств населення», «гарного знання іноземних мов», «літературного рівня», «розуміння, що таке журналістика».

Зацікавленість та стурбованість професійної спільноти можна зрозуміти, адже 46,2 % редакцій визнають, що мають потребу у випускниках журналістських факультетів.

Що рекомендують представники медіаіндустрії

Респонденти залишили також свої рекомендації:

- «Замість факультетів журналістики потрібні школи журналістики, де за рік спеціалістів різних профілів, які вирішили стати журналістами, вчили б основ журналістики»
- «Варто частіше залучати редакторів комерційних видань у якості викладачів»
- «Найкращий спосіб здобути фах журналіста в Україні — це взяти і піти працювати в ЗМІ»
- «Студентів потрібно навчати і тому, як вибиратися з інформаційного смітника, а не тільки тому, як його створювати»
- «Теорія повинна засвоюватись практичною дією, а не умовною практикою. І спеціалізація була б не зайва!»
- «У нас навчають журналістиці (редакторській справі) люди, які не стали якісними журналістами (редакторами). Також у наших вишах набагато більше уваги приділяється етичним нормам журналістики ... замість вивчення сучасних інформаційних технологій та тенденцій їх розвитку»
- «Журналістики необхідно з першого курсу вчитися на практиці, у виданні. Журналіст повинен багато писати саме журналістських матеріалів. І вчитися саме у практикуючих журналістів та редакторів...»
- «На мій погляд, треба залишити лише магістерські програми у кількох вузах і перейти на систему підготовки, як у акторів чи режисерів». ■



ГО • Детектор медіа •
Київ - 2016



ГО «Детектор медіа» ■ Київ ■ 2016 ■