

**ПРАКТИЧНІ НАВИЧКИ СТУДЕНТА-ЖУРНАЛІСТА:
МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ТВОРЧОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ**

У статті розглядається перелік можливостей, що розкривається перед студентами та випускниками спеціальності Журналістика. Подано приклади з життя журналістів-практиків, статистику та результати місцевого опитування.

Ключові слова: журналістика, студент, реалізація, перспективи, розвиток, пропаганда, медіа, творчість, практика

The article deals with list of opportunities, which revealed for students and graduates of the specialty Journalism. These are examples of journalists' personal practice, statistics and results of local poll.

Key words: journalism, student, realization, perspectives, development, propaganda, media, creativity, practice

Професія журналіста сьогодні приваблює багатьох молодих людей численними перевагами, широкими можливостями. Масово-інформаційна діяльність надає людині шанс самореалізуватися; вона містить елементи цілого ряду привабливих творчих професій, які самі по собі самодостатні й цікаві [1].

Зокрема за 4 роки навчання на бакалаврському рівні освіти за спеціальністю Журналістика в Херсонському державному університеті для студента відкривається ряд можливостей. Ефективність їх використання та результат залежить від здобувача. За 4 роки дослідження нами було помічено випадки, коли студенти не хотіли чи не вміли використовувати надані їм шанси.

У 2017 році на факультеті філології та журналістики (тогорічна назва) було відкрито студію для практичних занять майбутніх фахівців. Відповідно були створені списки на участь у проекті. Для студентів організовували інтерактивні семінари, практичні заняття, де вони вчилися знімати, записувати аудіопрограми, працювати в кадрі тощо. Серед усієї групи було 25% тих, хто взагалі не проявив ініціативу. Тобто вони не захотіли навіть спробувати освоїти нові знання.

Пізніше студенти подавали заявки на участь у різноманітних семінарах та тренінгах. Брали участь лише найактивніші та найбільш цілеспрямовані. Звідси виникає питання, чому студенти обрали цей факультет і саме цю спеціальність.

Після проведеного опитування маємо результати:

1. 50% прагнули стати журналістами;
2. 15% хотіли «засвітитися» на телеекранах;
3. 15% мріяли подорожувати і розширювати світогляд;
4. 10% обирали не професію, а нові враження;
5. 8% послушали батьків;
6. 2% не вистачило балів для вступу на інший факультет.

Ті 50% і стали для нас прикладом справжнього самовідданого студента, що здобуває нові знання не для мами чи працедавця, а для себе. На меті він має освоєння практичних навичок, щоб стати затребуваними на світових ринках праці.

Починаючи з першого курсу, викладачі кафедри організовували для студентів зустрічі з досвідченими журналістами, з професійними менторами та спікерами. Темою цих зустрічей були пошуки себе, зарплати журналістів, недоліки та переваги професії, труднощі роботи в редакціях, вміння знайти підхід до колег та керівництва. Серед організаторів: Академія української преси (АУП), Internews Україна, ГО «Чесно» та інші. Спікерами були журналіст Роман Бочкала, засновник АУП Валерій Іванов, телеведучий Володимир Науменко тощо.

Темами для професійних дискусій зі спікерами могли стати і негативні аспекти журналістики: жовта преса, пропаганда, чорний піар та інше. Метою таких семінарів були просвітницька діяльність та зворотна агітація. Молодь знайомилася з тим, як робити не потрібно, чого варто уникати у професійній діяльності, якщо хочеш досягти успіху і здобути гарну репутацію. Зокрема це стосується етики журналіста, вимог до оформлення матеріалів, дотримання стандартів та інше. Окрему увагу ми звернули на тему пропаганди, яка на даний час дуже актуальна.

Пропаганда – потужний інструмент управління суспільною думкою. У період Першої та Другої світових війн поняття пропаганди набуло безпрецедентного значення. Її сутність суперечить журналістським стандартам, перешкоджає роботі незалежних ЗМІ в демократичному суспільстві. Між тим використання пропаганди відзначається і в наш час, особливо в політичній сфері. В Україні проблема зарубіжної пропаганди набула особливої актуальності з поглибленням Кризи та військового конфлікту на Сході країни [2].

Надзвичайно гостро тема пропаганди постала через початок широкомасштабної війни росії проти України. У березні російські військові захопили будівлю Суспільного телемовника. Очевидно, загарбники хотіли позбавити свободи слова та місця роботи наших журналістів. Натомість оголосили про відкриті вакансії для своїх пропагандистських ЗМІ, які будуть поширювати вигідну для них інформацію.

Бажаючих було небагато. Підтвердженням цим слів є той факт, що керівницею телерадіокомпанії стала прибиральниця. Тому вже через декілька місяців рашисти відкрили медіашколу на базі окупованого Херсонського державного університету для охочих «навчатися» пропаганді. Курс триватиме два місяці замість чотирьох років навчання в університеті.

У публічному просторі оприлюднено фото, на яких можемо помітити школярів та студентів [5]. Тобто це група людей, на яких можна вплинути. Вони гнучкі, ніби пластилін, з якого можна виліпити кого завгодно.

Це також може бути один зі шляхів журналіста. Але в цьому випадку слово «журналіст» візьмемо в лапки. Це не буде професією, а скоріше умовним позначенням. Ми не говоримо про те, добре це чи погано, лише по факту – випускник спеціальності Журналістика може стати корисним ворогу під час війни. Ставати на цю дорогу чи ні – особистий вибір кожного, але в такому випадку мова йде не про реалізацію потенціалу, а скоріше про його поховання.

Одним із вирішальних факторів у виборі роботи для журналіста є зарплата. Фахівці Інституту масової інформації провели анонімне опитування серед українських журналістів [3]. Результати виявилися такими: київські медійники в середньому заробляють 19145 грн. Журналісти, що живуть в обласних центрах, отримують 10830 грн, а журналісти в райцентрах – 8237 грн.

Роботу чоловіків оцінюють на 11% більше, ніж роботу жінок-респонденток в обласних центрах, і на 9% – в райцентрах. Усього було отримано 185 відповідей від медійників. 83% – респонденти з регіонів України, 17% з міста Києва. 63% жінок, 37% чоловіків.

Свого часу мала досвід роботи в компанії Радіо «Таврія». Спочатку робота полягала в проведенні опитувань з приводу різних суспільних питань: перспективи для розвитку молоді, стан доріг у регіоні, сільська інфраструктура тощо.

Опитування займали 2-3 хвилини ефірного часу. До них висувалися вимоги: мова виключно українська; мінімум 10 реципієнтів, відповідно – 10 думок; потрібно дотримуватися гендерного балансу; не можна ставити питання закритого типу, відповіді на які стануть «так/ні»; опитувати слід різні групи населення; для запису краще мати професійне обладнання, яке дозволяє отримати «чистіший» звук.

Пізніше мала нагоду самотійно організувати ефірний простір та створювати авторські програми з цікавими особистостями. За період стажування створила до 10-ти програм на таку тематику: функціонування молодіжних громадських організацій; життя і

служба херсонських ветеранів; діяльність місцевих активістів; творчість письменників; діяльність волонтерів.

Після цього працювала 2 роки на студентському телебаченні Херсонського державного університету та півроку – на регіональному телеканалі [6, 7]. Навчилася писати сюжети, організувати зйомки, проводити інтерв'ю, працювати в команді з оператором, працювати з монтажером, за потреби – монтувати самій. За тиждень виходило до 10 сюжетів тривалістю 3-5 хвилин [8].

Отже, перед студентами відкривається велика кількість можливостей для реалізації та розкриття свого потенціалу. Головне при цьому не їхня кількість, а вміння студента користуватися цими можливостями. Найголовніша порада молодому поколінню – не віддавати всі роки навчання тільки теорії. Чотири роки, проведені без практики, найчастіше ведуть до роботи не за фахом. Можна розчаруватися, навіть не спробувавши попрацювати журналістом. Саме тому потрібно приділяти увагу пошукам себе і прагнути розкрити свій потенціал, шукаючи такий вид ЗМІ, який вам до душі (радіо, телемовник, онлайн-видання тощо).

ЛІТЕРАТУРА:

1. Михайлин І. Л. Основи журналістики. Підручник. 5-те вид. Київ: Центр учбової літератури. 2011. 496 с.
2. Каверіна А. С. Проблема пропаганди в українському медіапросторі. Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, 2015.
3. 1News. URL: <https://1news.com.ua/tsikave/nazvana-serednya-zarplata-zhurnalistiv-v-ukrayini.html>
4. ЗМІ та довіра до українських і російських ЗМІ. URL: <http://kiis.com.ua/lang=ukr&cat=reports&id=425&page=1>
5. Читомо. URL: <http://chytomo.com/propahandysty-vidkrkyly-mediaschool>
6. Український південь. URL: <https://fb.watch/fyQHZAQzF/>
7. Херсонський державний університет. URL: <https://www.facebook.com/khersonstateuniversity/videos/708769349566282/>
8. Херсонці. URL: <https://khersonci.com.ua/public/39248-khersonske-more-barv>

Рекомендує до друку науковий керівник доцентка Юріна Ю.М.