

## СТУДЕНТСЬКЕ ТЕЛЕРАДІОМОВЛЕННЯ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ МЕДІАРИНКУ: УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД

Віта Гоян, Олесь Гоян

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,  
Інститут журналістики,  
вул. Мельникова, 36/1, м. Київ, Україна,  
e-mail: vitagoian@gmail.com*

Статтю присвячено особливостям організації студентського телерадіомовлення України, специфіці програмування студентських радіостанцій і телестудій.

*Ключові слова:* студентське радіомовлення і телебачення, ефір онлайн, цільова аудиторія, спеціалізація, формат, медіаринок.

Студентське телерадіомовлення можна сміливо розглядати як окремий різновид масової комунікації, зорієнтований на молодіжну, студентську аудиторію, своєрідний канал обміну та поширення інформації в межах одного чи й багатьох вищих навчальних закладів, творчий майданчик для всіх, хто має бажання експериментувати в аудіовізуальній мас-медійній сфері.

Студентське телебачення і радіо активно розвивається в усьому світі, причому популярними телевізійними та радіопроєктами опікуються не завжди майбутні журналісти. Різноманітні аудіовізуальні твори створюють однаково активно і “фізики” і “лірики”, які мовлять у “коридорних ефірах”, локальних і глобальних мережах. Спостерігаючи за розвитком цього сегменту масової комунікації, можна зробити висновок, що ті станції й студії, які є справді студентськими (де контент виробляється і контролюється безпосередньо студентами, які виступають у ролі журналістів, операторів, редакторів, режисерів чи медіаменеджерів), – оригінальні, незаангажовані, сміливі. Хоча є й такі студентські телерадіокомпанії, які частково дублюють функції муніципальних медіа, є й такі, що слугують “рупором” університетської адміністрації, навіть такі, що поширюють “вигідну” інформацію, крутять “джинсу”. Можливо, просто копіюють стиль гравців професійного телерадіоринку, або не знають як має виглядати і звучати студентське ефірне слово. У цьому контексті університетські медіа – це також цікавий предмет дослідження і як сфери соціальних комунікацій, і як нового сегмента медіаринку.

Отже, студентське телерадіомовлення – це телебачення і радіо, організоване та створене студентами для студентів. Нині можемо простежити певну системність, структурованість цього типу мовлення, а, отже, говорити про його спеціалізацію та формат. А ще про перерозподіл телерадіоефіру не лише за політичними чи фінансовими впливами, а й за новими комунікаційними можливостями мас-медіа, новими векторами самореалізації. Особливо це помітно в молодіжному секторі: молодь у різних сферах

соціального життя прагне бути першою, що не може не позначатися на розвитку того чи іншого ринку праці. Це стосується й медіаринку, коло професійних суб'єктів якого розширюється, зокрема завдяки студентським телерадіомовцям.

Професійні телерадіокомпанії працюють на свого глядача і слухача, чітко дотримуючись спеціалізації, верстки програм, формату мовлення – тоді буде успіх, прибуток і визнання. Студентське радіо й телебачення, яке ще донедавна асоціювали лише з навчальними лабораторіями спеціалізованих навчальних закладів, має реальні перспективи, оскільки зорієнтоване на “свою” достатньо впливову аудиторію. Слухачі й глядачі студентських медіа – це люди молодого віку, які озброєні сучасними знаннями й уміють бути конкурентними, ініціативними, прагматичними.

Тема студентських медіа є **актуальною** для соціальних комунікацій, що підтверджують, зокрема, перші наукові розвідки, присвячені студентському телерадіомовленню. Скажімо, в листопаді 2012 року в Інституті журналістики Київського національного університету успішно пройшов науковий колоквіум “Студентське телерадіомовлення в світі”, який об'єднав дослідників студентських медіа з різних університетів України. Наукові розвідки, зорієнтовані на аналіз діяльності Campus Radio Ukraine Київського національного університету імені Тараса Шевченка, старожилів українського студентського ефіру – Київському РадіоКПІ та новачкові – студентському телерадіо – Білоцерківського національного аграрного університету, студентським радіостанціям Австрії, Італії, Франції, студентським телестудіям Запоріжжя, Лулео, Йорку, Глазгоу, Саутхемптона, Бонни, Москви, Варшави, студентським телерадіомовцям США та Канади тощо, – відкрили нові грані студентського аудіовізуального руху.

Важливо, що студентські медіа стають предметом дослідження на рівні дисертаційних праць. Ось як розмірковує у своїй роботі Анна Колесникова, що пише про типологію студентського радіомовлення: “Студентство неоднорідне як за своїм соціальним складом, так і за матеріальним становищем або ціннісним орієнтиром. Сучасні студенти націлені на кар'єрне зростання, високий соціальний статус, економічний успіх. З іншого боку, сучасна молодь володіє широким колом інтересів і величезними можливостями, а також потенціалом для їх реалізації. Однак не кожен студент знає про те, як реалізувати свій творчий та інтелектуальний потенціал... Студентське радіо (а також телебачення, – авт.) може стати своєрідним провідником у студентському житті, майданчиком, який об'єднує студентів, місцем, де вони можуть обмінюватися думками, вирішувати проблеми, визначати свої подальші життєві орієнтири” [1]. Отже, йдеться про корпоративність цільової аудиторії, а це важлива характеристика для будь-кого типу мультиплікаторів.

Студентське телерадіомовлення стає інструментом реалізації стратегії університету (інституту, коледжу) та його корпоративних завдань. Зрештою, маючи студентську телекомпанію чи радіостанцію, адміністрації легше і простіше тримати контакти зі студентами та абітурієнтами, залучати партнерів, провадити міжнародну співпрацю, налагоджувати зв'язки з громадськістю. Студентський телерадіоефір – це і навчання, й паблік-рілейшнз проектів та їхніх виконавців, і трамплін до професійного телерадіомовлення. Хоча не варто у цій ситуації вдаватися до порівняльної характеристики

студентських медіа й, наприклад, успішних комерційних телерадіоканалів: мовці мають різні завдання й різну аудиторію.

Студентське телерадіомовлення онлайн має непогані шанси щодо охоплення аудиторії, оскільки молодь, зазвичай, чимало вільного часу витрачає на соціальні мережі, інформаційні чи розважальні портали. Онлайн-мовлення не передбачає значних фінансових резервів, що дає змогу з мінімумом програмного забезпечення досягнути максимальної ефективності. Причому число студентських телерадіостанцій і телерадіостудій (за даними національних і зарубіжних інтернет-досліджень) постійно збільшується. Зростає й кількість спеціалізованих тренінгів і семінарів для студентів, які намагаються створювати якісний телерадіопродукт.

Ще однією важливою складовою студентського телерадіомовлення онлайн є те, що воно, не ставлячи за головну мету отримання прибутку, реалізує основні функції професійного телебачення і радіомовлення: інформування, просвітництва й розважання. І ці функції цілком адекватні для тих, хто навчається – отримувати знання, тобто додаткову інформацію; розвивати ерудицію, тобто пізнавати світ; не забувати про вікові особливості, тобто навчаючись – відпочивати й розважатися.

Нині варто ширше розуміти межі цільової аудиторії студентського телерадіомовлення. Тому можна погодитися з думкою медіаексперта Андрія Куликова, який вважає, що “студентське радіо – це не те, що виготовляють студенти для студентів” [2]. Безперечно, студенти складають більшість телеглядачів чи радіослухачів такого типу мовлення. Потенційною аудиторією також є школярі – майбутні абітурієнти, які планують вступати до того чи іншого ВНЗ, а отже, дізнаються більше за допомогою онлайн. Це також випускники, які згадують свої студентські роки, або просто ті, хто поділяє формат чи спеціалізацію мовлення.

Однією з особливостей радіоформату й телеспеціалізації “college”, який ще називають “campus” [3] є своєрідна універсальність. Формат характерний не лише для студентської спільноти, що обрала за фах телерадіожурналістику чи телерадіомистецтво. Він допомагає майбутнім медикам чи економістам, історикам чи юристам, з одного боку – виокремити онлайн “свою” аудиторію, з іншого – розповісти усім про себе.

Нині в Україні працюють такі студентські радіостанції, радіостудії та радіопроекти: ОСТрадіо (Національний університет “Острозька академія”, м. Острог), Радіо-УКУпочці (Український католицький університет, м. Львів), Студентське радіо (Харківський Інститут економіки ринкових відносин і менеджменту), Наша хвиля (Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького), Радіо-Квіт (Національний університет “Києво-Могилянська Академія”), Радіо-КПІ (Національний технічний університет “Київський політехнічний інститут”), Радіо-UNiverse (Запорізький національний університет), Радіо БАТІ (Бережанський агротехнічний інститут НУБІП України), Радіо-Юнітон (Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського), Радіо SIA-FM (Білоцерківський національний аграрний університет), Радіо Savuch-FM (Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди), Радіо-АГРО (Дніпропетровський державний аграрний університет), Хвилинка НАУ (Національний авіаційний університет, м. Київ),

Радіо-СумДУ (Сумський державний університет), Студентське радіо Житомирського державного університету імені Івана Франка, Маріупольського державного університету, Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського, Львівського національного університету імені Івана Франка, Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля.

Також треба перелічити телеканали, телестудії й телепроекти: Стефаник-ТВ (Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ), НУК-ТВ (Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова, м. Миколаїв), Med-TV (Івано-Франківський національний медичний університет), СТБ - ІФНТУНГ (Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу), ХПІ-online (Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут"), Телестудія ЛДКМ, програма "СТУДЕНЬ" (Луганська державна академія культури і мистецтв), ТАК-ТВ (Коледж преси і телебачення, м. Миколаїв), Юніверс-ТВ (Запорізький національний університет), ІМВ-ТВ (Інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка), StudTimes-TV (Вінницький національний технічний університет), ЖДТУ-TV (Житомирський державний технологічний університет, м. Житомир), КПІ-TV (Національний технічний університет "Київський політехнічний інститут"), Студентське телебачення Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського, Національної юридичної академії імені Ярослава Мудрого, Сумського державного університету, Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, Прикарпатського юридичного інституту Львівського державного університету внутрішніх справ, Чорноморського державного університету імені Петра Могили у Миколаєві, Одеського національного морського університету, Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова у Києві, Білоцерківського національного аграрного університету.

Отже, більшість вищих навчальних закладів в Україні, яка розвиває студентські телерадіомовні проекти, не має на меті готувати професійних телерадіожурналістів. Зауважимо, що загалом 39 вищих навчальних закладів займаються професійною підготовкою журналістів [4]. Однак, і це парадокс, бо не всі вони нині конкурентні на ринку студентського телерадіомовлення.

Така ситуація з форматом або спеціалізацією college (або campus) цілком зрозуміла, оскільки самі студенти, зазвичай, є керівниками, менеджерами різних ланок, журналістами, операторами, режисерами, зрештою, більшою частиною цільової аудиторії такого типу мовлення. Намагаючись виявити себе у багатьох галузях тієї чи іншої професії, вони прагнуть в телерадіоєфірі якомога швидше запропонувати щось своє, оригінальне. І... починають вибирати з того, що вже є в наявності. А вибір, як правило, один і той самий.

Щодо радіо: радіостанції поділяють на дві форматні категорії – розмовні та музичні. Основною специфікою розмовних форматів є переважаюче співвідношення інформаційних, інформаційно-аналітичних, інформаційно-розважальних та аналітичних програм над музичним контекстом. Це формати "All News" ("Всі новини"), "Talk" ("Розмовне

радіо”), “Financial” (“Радіо фінансової, економічної та біржової інформації”), “Public” (“Громадське радіо”), “Children’s” (“Радіо для дітей”), “Ethnic” (“Радіо для національних спільнот”) та “All Sport” (“Увесь спорт”). До музичних належать формати, в яких доля музичного контексту є визначальною порівняно з розмовним (інформаційним). Це основні музичні формати, розраховані на достатньо великі аудиторії (“AC”, “CHR”, “National CHR”, “EHR”, “MOR”, “Heart of Rock”, “Oldies”, “Nostalgia”, “Easy Listening”, “Soft Spectrum”, “Shanson”), та спеціалізовані формати, розраховані на окремі слухачські аудиторії (“Heart of the Seventies”, “Alternative”, “Urban Contemporary”, “Swing Era”, “Natural Sound”, “AC Christian”, “Natural Sound”, “NAC/SJ”, “Classical”, “Modern Drive”, “Spanish”) тощо. Стосовно телебачення, то більше застосовують поняття спеціалізації каналу, до яких належать інформаційні, пізнавальні, розважальні (музичні, спортивні, мотиваційні, дитячі та ін.) канали.

Авторські програми чи проекти, в яких поєднується інформаційне мовлення з окремим розмовним і музичним контекстом, реалізуються як окремі радіостанції чи телеканали. Майже всі ці радіостанції чи телеканали працюють онлайн, отже мають певні особливості побудови плей-листа чи верстки. Головне, що їх поєднує – це корпоративність тематики в межах одного університету, що, з одного боку, дає змогу чітко виокремити цільову аудиторію, з іншого – дещо обмежує її.

Варто звернути увагу на студентський телерадіопроект, який зорієнтований на реалізацію цього важливого конкурентного чинника – першості та рівня якості. Справа в тому, що концептуальні особливості роботи медіаплатформи Campus Radio Ukraine і Студент-TV передбачають порівняльні характеристики й організацію певного рівня змагань.

Campus Radio Ukraine – це всеукраїнське студентське інтернет-радіо формату college, яке стартувало онлайн із серверів Київського національного університету імені Тараса Шевченка 16 листопада 2010 року, у День працівників радіо, телебачення та зв’язку. Перший прямиий ефір зі студії радіостанції відбувся 16 березня 2011 року. Телеканал Студент-TV запрацював онлайн через рік, 16 листопада 2011 року з програмним наповненням Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка з серверів партнерської медіакомпанії.

Важливим аспектом діяльності медіаплатформи Campus Radio Ukraine/Студент-TV є фестивальний рух, який з 2013 року втілюється як Всеукраїнський фестиваль телерадіопрограм “Студентський МІКС”. Як засвідчила практика проведення телерадіофестивалів в Україні протягом останніх років, студентські телерадіопрограми вже почали з’являтися у тих чи інших професійних номінаціях на різних фестивалях. Однак такі спроби часткові, нестабільні й мало результативні. Фестиваль “Студентський МІКС” не лише продемонструє амбітні наміри молоді – апробувати в ефірі різні жанри та формати, шукаючи власний стиль, а й доведе, що насправді є “цікаві роботи, які вже сьогодні можуть звучати на професійних радіостанціях <...> є талановиті студенти, які можуть нині готувати конкурентні теле- й радіопрограми” [5].

Медіаплатформа Campus Radio Ukraine/Студент-TV прагне розвивати конкурентний чинник в українському студентському телерадіоєфірі. Бо насправді в Україні по-

ступово формується ринок студентського телебачення і радіомовлення. Він принципово позбавлений основного економічного чинника – прибутку, однак характеризується не менш важливим показником, який притаманний ринковим відносинам – конкуренцією.

Інформаційні, пізнавальні та розважальні телерадіопроекти на спільній медіа-платформі об'єднують аудиторію навколо спільних студентських проблем, дозволяють більше дізнатися один про одного. І найважливіше, що студенти всієї України можуть на одному сайті розповісти про своє життя і показати його так, як вони це бачать. У цьому й полягає певна відмінність цього проекту від тих, які характерні для більшості вищих навчальних закладів України.

Отже, для того, щоб зробити певне відкриття у тій чи іншій галузі, необхідно мати достатній рівень знань, час і неабиякий терпець. Та молодь прагне отримати якомога більше якомога швидше. В результаті чуємо та бачимо радіостанції й телеканали, які “вже десь колись були”, бо зорієнтовані вони лише на одного глядача чи слухача – їхнього автора.

Однак можна вилучити й позитив: студенти пізнають ази професії на матеріалі, який вже здобув визнання й становить базову основу фаху. Цілком природно, що верстка студентського телеканалу чи форматування радіоэфіру поєднає більшість відомих форматів чи спеціалізацій. Але не всі, хто береться за створення чогось “свого” в телерадіофері, розуміють, що творчий експеримент має спиратися на професійне підґрунтя. А цьому також треба вчитися – серйозно і постійно.

Проаналізовані у цій статті основні аспекти становлення студентського телерадіомовлення дають змогу зробити **висновок**, що цей тип мовлення потужно розвиватиметься й надалі, свідченням чого є помітне зміцнення статусу студентських аудіовізуальних медіа: розширюватиметься медіаринок, удосконалюватимуться комунікаційні технології, урізноманітнюватимуться творчі й технічні засоби передачі актуальної інформації, ініціатива витіснить інертність. Досвід організації та ведення студентського телерадіоэфіру, без сумніву, знадобиться в житті. Бути першим і кращим як журналіст, режисер, оператор, ведучий – це не лише успіх в ефірі. Це майстерність перемагати. Тому знання сучасних телерадіомовних технологій, специфіки медіамаркетингу та медіаменеджменту, зрештою, набуті комунікаційні навички допоможуть стати першим і кращим у будь-якій професії й досягти успіху у будь-якій суспільній сфері.

#### Список використаної літератури

1. Колесникова А. В. Типологическая характеристика современного студенческого радиовещания : дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / А. В. Колесникова. – Тольятти, 2011. – 196 с. – Режим доступа : <http://www.disserscat.com/content/tipologicheskaya-kharakteristika-sovremennogo-studencheskogo-radioveshchaniya#ixzz2Gzahj4K7>
2. Андрій Куликов про студентське радіо. – Режим доступу: <http://www.youtube.com/watch?v=JF6yFoybzK>
3. Campus Radio. From Wikipedia, the free encyclopedia. – Режим доступу : [http://en.wikipedia.org/wiki/Campus\\_radio](http://en.wikipedia.org/wiki/Campus_radio)
4. То скільки ж в Україні факультетів журналістики? – Режим доступу : <http://osvita.mediasapiens.ua/material/13485>

5. Оголошено прийом робіт Всеукраїнського фестивалю телерадіопрограм “Студентський МІКС”.  
– Режим доступу : <http://www.telekritika.ua/news/2013-01-11/78084>

Стаття надійшла до редколегії 10.09.13

Прийнята до друку 08.10.13

## **STUDENTS BROADCASTING IN THE CONTEXT OF MEDIA MARKET DEVELOPING: UKRAINIAN EXPERIENCE**

**Goyan Vita, Goyan Oles**

*Taras Shevchenko Kyiv National University, Institute of Journalism,  
Melnykova Str. 36/1, Kyiv, Ukraine,  
e-mail: vitagoian@gmail.com*

This article describes Ukrainian student broadcasting formation, special features of student radio and television studios programming.

*Key words:* students radio and TV broadcasting, online, target audience, specialization, format, media market.

## **СТУДЕНЧЕСКОЕ ТЕЛЕРАДИОВЕЩАНИЕ В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ МЕДИАРЫНКА: УКРАИНСКИЙ ОПЫТ**

**Вита Гоян, Олесь Гоян**

*Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко,  
Институт журналистики,  
ул. Мельникова, 36/1, г. Киев, Украина,  
e-mail: vitagoian@gmail.com*

Материал посвящен обзору студенческого телерадиовещания Украины, особенностям программирования студенческих радиостанций и телестудий.

*Ключевые слова:* студенческое радиовещание и телевидение, онлайн эфир, целевая аудитория, специализация, формат, медиарынок.