

\*\*\*\*\*

## МЕДІА-ОСВІТА

\*\*\*\*\*

УДК 621.396.7

**В. В. Гоян, О. Я. Гоян**

### **СТУДЕНТСЬКА ІНФОРМАЦІЙНА ТЕЛЕРАДІОПРОГРАМА «НОВИНИ УНІВЕРСИТЕТУ ШЕВЧЕНКА»: ТРИ РОКИ ЕФІРУ**

*У статті висвітлено різні аспекти організації та діяльності студентського телерадіомовлення в закладі вищої освіти. Досвід виробництва «Новин Університету Шевченка» – телевізійної та радіопрограми, що три роки поспіль висвітлює актуальні події в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка на мультимедійній платформі Campus Radio Ukraine/Студент-TV, корисний для осмислення та узагальнення. Можна стверджувати, що цей популярний тип мовлення формує й певний тип масової комунікації, цільовою аудиторією якого є переважно студенти й викладачі, а також абітурієнти, які розглядають той чи інший університет як перспективний для навчання заклад освіти.*

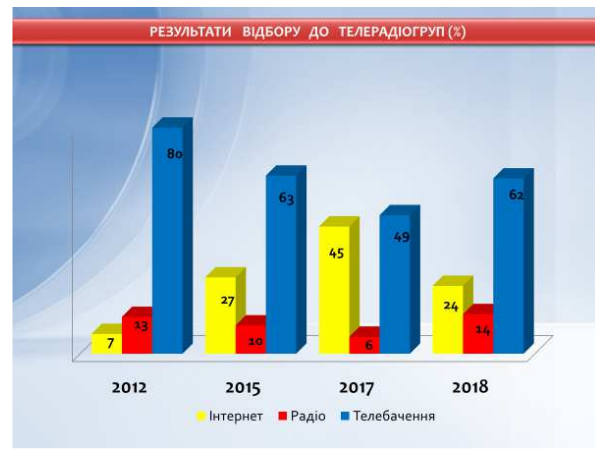
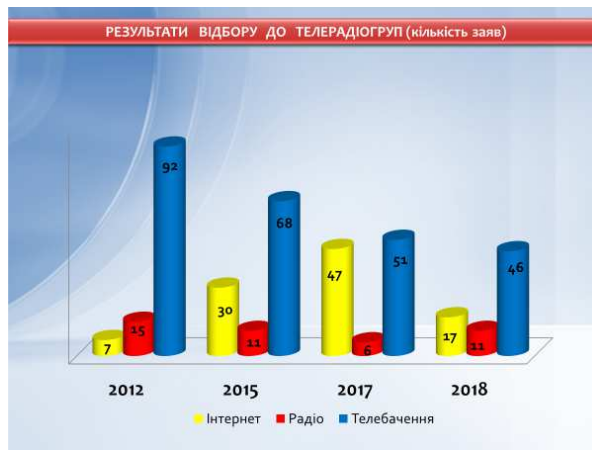
**Ключові слова:** студентське мовлення, формат телерадіопрограми, новини університету Шевченка, знімальна й репортерська групи, медіаплатформа.

#### **I. Вступ**

Студентське телерадіомовлення, яке ще називають кампус- (campus) чи коледж- (college) мовлення, нині формує певний тип масової комунікації, цільовою аудиторією якого є переважно студенти й викладачі, а також абітурієнти, які вивчають можливості й статус того чи іншого навчального закладу. Структуру цього типу мовлення ще асоціюють з молодіжним мовленням, бо вікові особливості аудиторії схожі, однак маємо певні відмінності в організації й типології. Якщо студентське телерадіомовлення – це студенти, які створюють аудіовізуальний контент, як правило, про свій університет, навчання, дозвілля, отже, розповідають про студентів і для студентів, то молодіжний телерадіоефір висвітлює не лише студентську тематику, а й актуальні проблеми, які можуть цікавити молодь. Водночас варто уточнити, що не всі студентські медіа торкаються лише нішевих, студентських тем.

Кафедра телебачення і радіомовлення Інституту журналістики з 2012 р. щорічно фіксує статистику обрання спеціалізації на підставі заяв, які подаються студентами II курсу для вибору фаху. Ці дані необхідні для того, щоб вчасно реагувати на «студентську кон'юнктуру» внесенням змін до навчальних планів чи пропозиціями започаткування нових аудіовідеопроектів, заснованих на принципі поєднання теорії й практики телерадіомовлення. Якщо у 2012 р. помітних «загроз» для спеціалізації телебачення і радіомовлення щодо кількості заяв не спостерігалось, крім того, що більшість студентів уже традиційно обирала телеспеціалізацію й завдяки конкуренції (у середньому 3 особи на місце) кафедрі вдавалося легко набирати групу тележурналістів (30 осіб), а також доформувувати групу радіожурналістів (30 осіб), то в подальші роки ситуація почала змінюватися. З розвитком медіатехнологій та популярністю блогерської журналістики, соціальних мереж, онлайн-ресурсів, які створили можливості для індивідуального продукування аудіовідеоконтенту й просування його за допомогою трьох екранів – телеприймача, комп'ютера, смартфона, а також зі штучним поділом медіа на «традиційні» й «нові», (який, вважаємо, не є достатньо коректним, бо маємо такі базові та законодавчо унормовані види медіа, як телебачення, радіомовлення, пресу, водночас інтернет-технології, які сприяють розвитку цих медіа й допомагають їм функціонувати в нових формах і форматах. – Авт.), ситуація з пріоритетами стала помітно іншою й загалом вплинула на вибір студентів щодо майбутньої спеціалізації. Отже, кількість заяв, поданих передусім на телеспеціалізацію, почала зменшуватися, оскільки зростає зацікавленість інтернет-спеціалізацією як певною альтернативою традиційній журналістиці.

Варто зауважити, що кількість заяв, поданих на радіоспеціалізацію протягом усього періоду дослідження, суттєво не змінювалася й становила від 6 до 14% від усієї кількості заяв.



Тому важливо було створити на кафедрі телерадіопроект, який, з одного боку, відповідав би основам підготовки бакалаврів й навчальним програмам в Інституті журналістики, з іншого – був би позитивно сприйнятий студентами, оскільки саме вони мали би виявляти в ньому свій творчий і професійний потенціал. Отже, проект «Новини Університету Шевченка», який почав виходити з 2016 р., загалом змінив статистику заяв у 2018 р. на користь телебачення і радіомовлення. Студенти отримали постійну мультимедійну практику, яка базувалася на поєднанні функціональної специфіки телебачення, радіомовлення й інтернет-технологій, тобто поєднання на одній конвергентній платформі всіх можливих напрацювань, які стосуються сучасної журналістики. Окрім того, до проекту в Інституті підключилася також кафедра кіно- і телемистецтва, яка готує ведучих, операторів, режисерів, звукорежисерів. Таким чином «Новини Університету Шевченка» стали базовим проектом двох профільних і випускових кафедр, своєрідною платформою студентського телерадіомовлення, яке можна розглядати як окремий різновид масової комунікації, зорієнтований на молодіжну, студентську аудиторію, своєрідний канал обміну та поширення інформації в межах одного чи й багатьох закладів вищої освіти, творчий майданчик для всіх, хто має бажання експериментувати в аудіовізуальній мас-медійній галузі й опанувати на практиці теорію.

## II. Постановка завдання та методи дослідження

Отже, студентське телерадіомовлення – це телебачення і радіо, організоване та створене переважно студентами для студентів. Послідовне дослідження цієї теми в контексті розгляду теоретичних та практичних засад телерадіожурналістської освіти, здійснюване авторами статті протягом кількох років (2007–2019 рр.), вказує на наявність системності та структурованості студентського мовлення, а, отже, застосування спеціалізації та формату. Також варто звернути увагу на публікації А. Колесникової та Г. Ренської, які вивчають формати студентського телебачення та радіо й науково обґрунтовують моделі такого типу мовлення [1].

Огляд програмного продукту аналогічних медіапроектів декількох українських закладів вищої освіти, де організовані університетські медіацентри й телерадіостудії, зокрема Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського, Маріупольського державного університету, Бердянського державного педагогічного університету, Сумського державного університету, Запорізького національного університету та інших, окреслює широкий тематичний спектр подій, висвітлених студентами у своїх ефірах. Здебільшого це свідчить про прагнення відпрацювати на практиці теоретичні аспекти фахової діяльності телевізійного й радіожурналіста, використовуючи потужності університетських студій. Тому **метою** статті є огляд положення «Про Новини Університету Шевченка», який прийнятий в Інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, отримав схвальні відгуки студентів і пропонується іншим профільним ЗВО як консалтинговий продукт. **Завдання** статті формулюються як знайомство з концепцією новинної студентської телерадіопрограми, яка є частиною навчальних планів двох випускових кафедр Інституту журналістики, а також як детальний гайдлайн для того, щоб можна було уявити нові механізми й технології, які застосовують в Інституті журналістики для підготовки мультимедійних журналістів. І цей підхід на сьогодні є чи не найбільш виправданим, адже сучасна журналістика, за словами Б. Потятинника, переживає «драматичні зміни», оскільки «втратили кошино неприступність кордони між пресою, радіо і телебаченням» [2, с. 18].

Ця теза також є співзвучною з міркуваннями авторів щодо видових, типологічних, жанрових, трансформацій у сучасних медіа. Важливим аспектом нашої розвідки є осмислення змін, що похитнули парадигму культури. У матеріалі окреслено тенденцію до перерозподілу телерадіоефіру не лише за політичними чи фінансовими впливами, а й за новими комунікаційними можливостями та технологіями мас-медіа і новими векторами самореалізації. «Електронні технології стають простором для формування принципово іншої – віртуальної культури», – переконана А. Бессараб [3, с. 44]. Особливо це помітно в молодіжному секторі: молодь у різних сферах соціального життя прагне до першості, що позначається на розвитку того чи іншого ринку праці.

Така закономірність не оминула й сучасного медіаринку, кола професійних студентських аудіовізуальних медіа.

Для визначення місця й ролі студентського телерадіомовлення в системі українських медіа й у навчальному процесі вітчизняних ЗВО був використаний системний метод, для створення моделі студентського телерадіопроекту, який би відповідав сучасним навчальним програмам, – описово-аналітичний метод, для інтерпретації та окреслення масиву тих знань, які необхідно отримати викладачу й студенту, щоб спільно створити успішний навчальний телерадіопроект, – контент-аналіз, для розуміння актуальності й необхідності функціонування в Україні студентського радіомовлення як єдиної системи, на яку впливають соціальні та ринкові фактори становлення й розвитку професійного телебачення і радіо, – порівняльний метод.

### III. Результати

Фактично студентське телерадіомовлення покликане стати інструментом реалізації стратегії університету (інституту, коледжу) та його корпоративних завдань, адже, маючи власну студентську медіаплатформу (телекомпанію, радіостанцію, онлайн-платформу), адміністрації зручніше тримати контакт зі студентами та абітурієнтами, залучати партнерів, провадити міжнародну співпрацю, налагоджувати зв'язки з громадськістю. Організація замкнутого творчо-виробничого циклу – від планування та розробки теми – до висвітлення в телевізійній чи радіопрограмі на студентському каналі має неабиякі переваги. І ось деякі з них. Для викладачів – це можливість оновлювати та коригувати зміст фахових дисциплін відповідно до вимог професійного середовища, наповнювати теоретичний курс реальними практичними складниками та неформально підходити до оцінювання знань (а це – реальні бали, здобуті протягом семестру, виконані модульні роботи, курсові проекти). Для студентів – це цінний досвід колективної творчості, гідний рядок у резюме, успішний старт у професії. Зрештою, це паблік рилейшнз медіапроектів і тих, хто їх створює.

Авторські програми чи проекти, в яких поєднується інформаційне мовлення з окремим розмовним і музичним сегментом, реалізуються як окремі радіостанції чи телеканали. Майже всі вони 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, дозволяє чітко виокремити цільову аудиторію, з іншого – дещо обмежує її.

«Інтернет-телебачення та інтернет-радіо набувають усе більшої популярності як принципово нові канали розповсюдження інформації. Журналістові, який працюватиме в редакції інтернет-мовлення, потрібно знати як специфіку мультимедійних ЗМК, так і основні принципи мовлення ефірного телебачення і радіомовлення», – стверджує О. Гресько [4, с. 136]. З тезою дослідниці варто погодитися, розробляючи основні засади функціонування студентського телерадіоканалу онлайн.



Концептуальні особливості роботи медіаплатформи Campus Radio Ukraine/Студент-TV, яка уже понад п'ять років працює в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка, передбачають порівняльні характеристики й організацію певного рівня змагань. Медіаплатформа прагне розвивати конкурентний чинник в українському студентському телерадіоефірі. Бо насправді в Україні поступово формується ринок студентського телебачення і радіомовлення. Він принципово позбавлений основного економічного чинника – прибутку, однак характеризується не менш важливим показником, який притаманний ринковим відносинам, – конкуренцією. Як влучно висловилася К. Горська, «в епоху "другої усності" медіаконтент помітно поінакшав, суттєво змінився й медіаландшафт. Екосистема медій перестала бути однополярною. Сучасний медіапростір мозаїчний, професійні новинні організації ділять його з блогерами, представниками громадянської журналістики, активістами соціальних мереж, доповнюючи одне одного» [5, с. 239]. Погоджуючись із цією тезою, додамо, що в такий оновлений медіасвіт прагнуть інтегруватися й студентські медіа, які, як показує практика, успішно адаптуються до медіастратегій конвергентних редакцій та мультимедійних медіаплатформ.

Інформаційні, пізнавальні та розважальні телерадіопроекти на спільній медіаплатформі об'єднують аудиторію навколо спільних студентських проблем, надають змогу більше дізнатися один про одного. І найважливіше, що студенти всієї України можуть на одному сайті розповісти про своє життя та показати його так, як вони це бачать. У цьому й полягає певна відмінність аналізованого у статті медіапроекту від тих, які характерні для більшості закладів вищої освіти України.

Третій сезон телевізійних і радіопрограм «Новини Університету Шевченка» дає уявлення про можливість створення студентської телерадіопрограми в межах навчального процесу.



Телерадіопроект «Новини Університету Шевченка» була створена на базі Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка у 2016 р. як творчовиробничий проект, що об'єднав ініціативи студентів та викладачів двох провідних кафедр – телебачення і радіомовлення та кіно- і телемистецтва. Інформаційна складова цієї телерадіопроекти базується на актуальних подіях з факультетів та інститутів Університету Шевченка. Студенти, які опановують журналістський фах, а саме телевізійне і радіовиробництво, працюють над пошуком та розробкою цікавих для університетської аудиторії тем. В об'єктиві – факультетські науково-практичні конференції та семінари, лекції провідних світових науковців, творчі зустрічі, спортивні змагання, розваги та відпочинок, гуртожиток та їдальня, вохор на важливі теми, ярмарки вакансій, програми академічної мобільності, концерти в Мистецькому салоні, факультетські конкурси та забори й багато інших хвилюючих аспектів студентського життя.

Характерною особливістю цього проекту є те, що він реалізує навчальні плани з підготовки телерадіожурналістів, телеоператорів, режисерів, сценаристів, звукорежисерів та ведучих телепрограм і радіопрограм у межах дисциплін фаху: телерадіожурналістика, телерадіовиробництво, телерадіоменеджмент, студійний практикум, майстерність ведучого телепрограм, майстерність ведучого радіопрограм та інших. Проект вирізняється можливістю спробувати на практиці модель будь-якої професії телебачення і радіомовлення. Наприклад, майбутні ведучі телепрограм і радіопрограм самі знімають і монтують журналістські матеріали, звукорежисери, режисери та оператори охоче працюють у кадрі в телевізійних сюжетах, а майбутні журналісти сфери телебачення і радіо продюсують телерадіовиробництво, верстають випуск, зрештою, самостійно здійснюють зйомки, озвучування та монтаж. Усі студенти готують тексти, записують інтерв'ю й демонструють практичні знання на навички роботи в творчій телевізійній групі (чи репортерській радіогрупі), здобуваючи не лише бали на модульних контрольних, а й професійні коментарі, дружні вподобайки, перегляди на медіаплатформі Campus Radio Ukraine/СтудентTV, в соцмежах та на YouTube.

Організація й періодичність випусків телерадіопроекти «Новини Університету Шевченка» базується на основі навчальних планів кафедр, в яких передбачена низка виробничих завдань, як-от: пошук і розробка теми, організація зйомки і записів, перегляд матеріалу, написання та редагування тексту, озвучування та монтаж сюжету тощо. Студенти відпрацьовують усі елементи технології телевізійного і радіовиробництва та мають нагоду рецензувати випуски програм один одного на практичних заняттях з фаху. Варто додати, що цим проектом опікуються студенти других-третьох курсів, які готують випуски за встановленим графіком, а тому змінюють один одного (група-групу) з періодичністю у два-три тижні. Також варто зауважити, що базовими складовими технологіями студентської телерадіопроекти є також відеодизайн, фотодизайн, музичний одяг, студійне оформлення та декорації.

Ці міркування ілюструє Концепція виробництва телерадіопроекти «Новини Університету Шевченка», розроблена авторами статті. Варто зауважити, що Концепцію складають окремо Положення про телепрограму і Положення про радіопроекти «Новини Університету Шевченка», яка у третьому сезоні зазнала певних змін, зважаючи на нові технології виробництва. Випуски радіопрограм, як і телепрограм, нині готують у студіях міжкафедральної навчальної медіа-

лабораторії Інституту журналістики у відеOVERSІЇ з розміщенням на Студент-TV, YouTube, соцмережах, партнерських сайтах, а також з аудіодублюванням на Campus Radio Ukraine. У відеOVERSІЇ радіоПРОГРАМИ сюжети (репортажі, інтерв'ю тощо) готують як аудіоФОТОКАСТИ (використовуються ФОТОКАМЕРИ, СМАРТФОНИ, інша аудіОВІДЕОТЕХНІКА).

Отже, у Положеннях зазначено, що інформаційні телеПРОГРАМИ й радіоПРОГРАМА й радіоПРОГРАМА «Новини Університету Шевченка» зорієнтовані на висвітлення актуальних подій, які відбуваються у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка. Учасники проекту отримують інформацію про події в Університеті з Центру комунікацій КНУ імені Тараса Шевченка, від пресцентрів факультетів та інститутів Університету тощо, та приймають рішення про актуальність подій для випусків телевізійної й радіоПРОГРАМИ. Студенти та викладачі забезпечують підготовку сюжетів для кожного конкретного випуску телеПРОГРАМИ і радіоПРОГРАМИ (формування знімальних груп (для телеверсії) і репортерських груп (для радіоверсії), організація зйомок та записів сюжетів, замовлення виїзду на зйомку (запис), монтаж сюжетів), фінальне зведення випусків телеПРОГРАМИ і радіоПРОГРАМИ, студійний запис ведучих для кожного конкретного випуску телеПРОГРАМИ і радіоПРОГРАМИ, а також участь телеоператорів і, за потреби, режисерів у зйомках сюжетів та студійному записі.

Опановуючи творчо-виробничі елементи в ході підготовки випуску телевізійної чи радіоПРОГРАМИ «Новини Університету Шевченка», студенти набувають корисних у майбутньому практичних знань. Доречно згадати слова Г. Сацук про те, що «кожна професія починається з чогось простого, з основ, які постійно удосконалюються і зрештою приведуть до вершин професійної майстерності» [6, с. 99].



Засвоєнню основ професії певним чином сприятиме розуміння творчо-виробничої послідовності. Нижче коротко окреслимо професійні дії творчої команди, викладені в Концепції проекту.

Керівник проекту «Новини Університету Шевченка» курує всі етапи виробництва проекту й сприяє промоції проекту; отримує від керівників випусків звіти про дотримання графіка виходу випусків телеПРОГРАМИ і радіоПРОГРАМИ, їхню кінцеву якість, готовність випусків до виходу в ефір на медіаплатформі Campus Radio Ukraine/Студент-TV, оприлюднення в соцмережах, на партнерських сайтах.

Керівник випуску телевізійної (радіоПРОГРАМИ) здійснює поточний контроль за організацією та проведенням зйомок і записів, написанням та озвучуванням текстів, монтажем сюжетів та підготовкою монтажного плану, відповідає за терміни подачі матеріалів до програми; вводить підготовку й реалізацію випуску як практичний сегмент фахової дисципліни та прописує в навчальній програмі параметри оцінювання роботи студента згідно з навчальним планом дисципліни; призначає випускового редактора випуску, формує знімальні групи (журналіст та оператор для телеверсії) та репортерські групи (для радіоверсії), а також відповідальних за монтаж аудіовідео-сюжетів; планує випуск зі зазначенням дати, часу зйомок і монтажу та повідомляє керівнику проекту; подає на кафедру телебачення і радіомовлення графік зйомок сюжетів знімальних груп не пізніше, ніж за 3 (три) дні до першого запланованого виїзду.

Знімальні групи (для телеПРОГРАМИ) і репортерські групи (для радіоПРОГРАМИ) узгоджують із керівником випуску та випусковим редактором необхідні деталі щодо зйомки та запису, подають заявку на отримання камери (додаткового обладнання – штатив, мікрофони, акумулятор, накамерне світло (за потребою) не пізніше, ніж за 2 (два) дні до виїзду на зйомку; несуть відповіда-

льність за цілісність та робочий стан камери та додаткового обладнання; вчасно отримують і повертають камери (камери видаються і повертаються у робочі дні з 9.00 до 18.30. Якщо зйомка запланована на час до 9.00 ранку, то камеру видають у переддень до 18.30. Якщо зйомка закінчується після 18.30, то камеру повертають не пізніше наступного дня до 11.00); перевіряють перед виїздом на зйомку цілісність, робочий стан і комплектність знімального та додаткового обладнання, зарядку акумулятора; після повернення камер та додаткового обладнання звітують про їхній робочий стан, цілісність та комплектність; відповідають за якість відзнятого телевізійного матеріалу, роздруковують сценарій сюжету (де вказують назву, авторів сюжету, титри до синхронів) і передають сценарій випусковому редактору.

Випусковий редактор стежить за дотриманням графіка виробництва, якістю монтажу та озвучування сюжетів; завантажує до комп'ютера змонтовані сюжети в теку «Новини Університету Шевченка», далі – у теку з прізвищем керівника випуску, створює теку з номером випуску і завантажує всі необхідні матеріали; формує мікрофонну папку випуску (монтажний план, тексти сценаріїв) та підшиває матеріали до теки «Новини Університету Шевченка» не пізніше ніж за 2 доби до запису ведучих у студії, завантажує до комп'ютера папку з готовими титрами (відповідально за титри обирає знімальна чи репортерська група) та файл-документ із повним переліком осіб для фінальних титрів програми; знайомить ведучих програми з особливостями випуску (черговість і тематика сюжетів, коректність відтворення та наголоси в прізвищах авторів сюжетів тощо), бере участь у студійному записі; бере участь у фінальному монтажі та зведенні випуску.



У Положеннях про телепрограму і радіопрограму наголошено на вимогах щодо титрування сюжетів і матеріалів, схемі прийняття сюжетів до ефіру, причинах, які можуть вплинути на відмову в трансляції того чи іншого телевізійного чи радіоматеріалу. Це також важливі деталі, які допоможуть майбутнім журналістам якісно виконувати редакційні завдання, ретельно звіряти факти та відбирати інформацію, відповідально ставитися до створення телевізійного чи радіоматеріалу.

Монтаж сюжетів здійснюють у професійних програмах аудіовідеомонтажу. Змонтовані сюжети завантажують у теку «Новини Університету Шевченка» у вихідних форматах MP4 з кодеком H.264 або MPEG2 (для телепрограми і радіопрограми). Звуковий ряд радіопрограм у форматі mp3 також готують для онлайн-потоків Campus Radio Ukraine.

Ведучі випуску отримують від випускового редактора монтажний план і роздруковані сценарії кожного сюжету випуску, за потреби – й відеоматеріали (для телепрограми) і фотоматеріали (для радіопрограми); самостійно готують підводки до сюжетів, озвучують анонс до програми (за потребою), відповідають за візуально-вербальну якість студійного запису. Отже, ведучі пишуть текст і, використовуючи суфлер, відтворюють його перед камерою (мікрофоном) під час запису. Це один зі складників творчості ведучих інформаційних програм – уміло працювати з текстом інформаційного повідомлення, подавати фактаж природно й виразно. Керівник групи ведучих навчає студентів створювати такі студійні тексти та підводки до сюжетів, які будуть зрозумілими для усного сприйняття. Робота з ведучими включає ретельне тренування голосового та мовного апарату, шліфування інтонаційної культури. «В інформаційному мовленні саме за допомогою голосу, його тембру й сили звучання, мелодики й протяжності, підвищення й пониження тону теле- і радіожурналісти зосереджують увагу глядача / слухача на головних фактах, важливих положеннях, сутності подій, що здебільшого становлять сенс інформаційного повідомлення», – слушно зауважує Ю. Єлісовенко [7, с. 164].

Телепроект тісно співпрацює з аналогічним радіопроектом: «Новини Університету Шевченка» – це обмін аудіовізуальною інформацією, спільний виїзд груп для підготовки телесюжету і радіо-матеріалу, загальне сприяння в реалізації ідей. І цей творчий альянс не випадковий.

#### IV. Висновки

Отже, досвід провадження цього екранного проекту корисний для студентів як теле-, радіо-журналістів, так і кіно-, телемитців з огляду на можливість реалізувати власні професійні амбіції. Особливо це стосується майбутніх ведучих телепрограм та радіопрограм, які під час виробничої практики на телеканалах чи радіостанціях у кращому разі працюють як репортери чи асистенти журналістів. А ще практика роботи у творчих групах вчить майбутніх журналістів, телеоператорів, режисерів, сценаристів, звукорежисерів творити в команді.

#### Список використаної літератури

1. Колесникова А. В. Типологическая характеристика современного студенческого радиовещания: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. Тольятти, 2011. 196 с.; Гоян О. Я. Ренська Г. І. Студентське телерадіомовлення в Україні: уміти чути й бачити інших. *Наук. зап. Ін-ту журналістики*. Київ: Ін-т журналістики, 2013. Т. 50. С. 84–88.
2. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика: навч. посібник. Львів: ПАІС, 2010. 246 с.
3. Бессараб А. О. Соціально-комунікаційні технології формування інтересу до читання української книги: монографія. Запоріжжя: КПУ, 2016. 360 с.
4. Гресько О. В. Телерадіомовлення України в міжнародній комунікації: монографія. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2016. 304 с.
5. Горська К. Медіаконтент: трансформація на перехресті аналогової та цифрової культур: монографія. Київ: Інтерсервіс, 2016. 380 с.
6. Сащук Г. М. Вступ до спеціальності: телевізійна журналістика: навч. посібник. Київ: Грамота, 2010. 184 с.
7. Єлісовенко Ю. П. Ораторське мистецтво: постановка голосу й мовлення: навч. посібник / за ред. В. В. Різуна. Київ: Атіка, 2008. 304 с.

#### References

1. Kolesnikova, A. V. (2011). Typological characteristics of modern student broadcasting: PhD diss. (philol. sci.): 10.01.10., Tolliyatti, 196 p. (in Russian); Renska, H. I., Goian, O. Ya. (2013). Student broadcasting in Ukraine: to be able to hear and to see others. *Scientific Notes of the Institute of Journalism*, 50, 84–88 (in Ukrainian).
2. Potyatunyk, B V. (2010). Internet Journalism. Lviv, PAIS, 246 p. (in Ukrainian).
3. Bessarab, A. O. (2016). Social and communication technologies of interest in reading Ukrainian books. *Zaporizhzhya, KPU*, 360 p. (in Ukrainian).
4. Gresko, O. V. (2016). Broadcasting of Ukraine in international communication. Kyiv, 304 p. (in Ukrainian).
5. Gorska, K. (2016). Mediacontent: transformation at the crossroads of analogue and digital cultures. Kyiv, 380 p. (in Ukrainian).
6. Sashchuk, G. V. (2010). Introduction to the specialty: TV journalism. Kyiv, 184 p. (in Ukrainian).
7. Ielisovento, Yu. P. (2008). Public speaking: statement of voice and speech. Kyiv, 304 p. (in Ukrainian).

Стаття надійшла до редакції 08.01.2019.

#### Гоян В. В., Гоян О. Я. Студенческая информационная телерадиопрограмма «Новини Університету Шевченка»: три года эфира

Статья охватывает различные аспекты организации и деятельности студенческого телерадиовещания в высшем учебном заведении. Опыт создания «Новостей Университета Шевченко» – телевизионной и радиопрограммы, которая три года подряд освещает актуальные события в Киевском национальном университете имени Тараса Шевченко на мультимедийной платформе *Campus Radio Ukraine / Студент-TV*, полезный для осмысления и общения. Можно утверждать, что этот популярный тип вещания формирует и определенный тип массовой коммуникации, целевой аудиторией которого являются преимущественно студенты и преподаватели, а также абитуриенты, которые рассматривают тот или иной университет как перспективу для обучения.

**Ключевые слова:** студенческое вещание, формат телерадиопрограммы, новости Университета Шевченко, съемочная и репортерская группы, медиaplatforma.

#### Goian V., Goian O. Three Years of Student Information TV and Radio Programme «Shevchenko University News» on the Air

**Research methodology.** The place and role of student tv and radio broadcasting in Ukrainian media system and in the educational process of domestic non-governmental organizations involved systems, descriptive and analytical, and comparative approaches and content analysis.

**Results.** The article covers various aspects of the organization and activities of student television and radio broadcasting in a higher education institution. The experience of «Shevchenko University News» production, a television and radio programme that highlights current events at the Kyiv

*National Taras Shevchenko University for three consecutive years on the Campus Radio Ukraine / Student-TV multimedia platform is useful for comprehension and generalization.*

*At the present stage, it's reasonable to assert that this popular type of broadcasting also forms a type of mass communication, the target audience of which is mainly students and teachers, as well as entrants who consider a certain university as a prospective educational institution. The structure of this type of broadcasting is associated with youth broadcasting, because age features of the audience are similar, but the article emphasizes the differences in organization and typology. Whereas student television broadcasting is backed by students creating audio and visual content, as a rule, regarding their university, studies, leisure, therefore, students are both their topic and audience, the youth television broadcast covers not only student issues but also actual problems that may be of interest to young people. These events do not relate directly to student life, but are important for young people. At the same time, the article specifies that not all student media cover only niche topics. An overview of the programmes of similar media projects of other Ukrainian higher education institutions, where the university media centres operate, shows a wide thematic spectrum of events presented by students in their television and radio programs. This points to the desire to try to apply the theory that students get in classrooms in practice within their major classes.*

**Novelty.** *The article considers the educational television and radio project, the production of which is close to modern media technologies, classes, independent work with students, which can be taken into account during the preparation of curricula and programs in many Ukrainian universities.*

**Practical significance.** *The results of the research can be used in specific Ukrainian NGOs to prepare similar TV and radio projects.*

**Key words:** *student broadcasting, format of television and radio programs, Shevchenko university news, film and reporter groups, media platform.*