

Міністерство освіти та науки України  
Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола

Циклова комісія дисциплін  
видавничої справи та  
редагування

## **ДИПЛОМНА РОБОТА**

на тему:

### **СТУДЕНТСЬКЕ РАДІО: СТРУКТУРА, ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧНЕ НАПОВНЕННЯ, СПЕЦИФІКА РОБОТИ РЕДАКТОРА**

Виконав:

студент групи В–41

відділення комп'ютерних

та видавничих технологій

Комінярський Роман Миколайович

Науковий керівник:

Зубик Юлія Василівна

Оцінка \_\_\_\_\_

**Комінярський Р. М. Студентське радіо: структура, жанрово-тематичне наповнення, специфіка роботи редактора. Рукопис.**

Дипломна робота на здобуття кваліфікації молодшого спеціаліста зі спеціальності «Видавнича справа та редагування». Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола. Тернопіль, 2020. 79 с.

Дипломна робота присвячена дослідженню студентського радіо. Окреслено історію становлення студентського радіомовлення як окремого самостійного типу ЗМІ. Здійснено огляд студентських радіостанцій України. У роботі пророблений типологічний аналіз студентських радіо, визначенні їх особливості, освітні можливості. Також у роботі розроблена концепція та продуманий формат студентського радіо для Галицького коледжу ім. В. Чорновола.

**Ключові слова:** *студентське радіо, типологія, освітні можливості, студентська молодь, класифікація, систематизація.*

## ЗМІСТ

ЗМІСТ .....	3
ВСТУП .....	4
РОЗДІЛ 1. СТУДЕНТСЬКЕ РАДІО ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНЕ ЯВИЩЕ В СИСТЕМІ ЗМК.....	6
1.1. Студентське радіомовлення: історія становлення та окреслення поняття .....	6
1.2. Специфіка сучасної студентської молоді як аудиторії .....	12
1.3. Стратегія діяльності та освітні можливості студентського радіо, проблеми їх реалізації.....	17
РОЗДІЛ 2. ТИПОЛОГІЯ РАДІО. АНАЛІЗ СТУДЕНТСЬКИХ СТАНЦІЙ.....	28
2.1. Типологічні підходи до вивчення радіо в системі ЗМІ.....	28
2.2. Типологічна характеристика студентських радіостанцій України.....	33
РОЗДІЛ 3. Розробка та концепції діяльності радіо Галицького коледжу ім. В. Чорновола «Галицьке радіо».....	49
3.1. Концепція і модель «Галицького радіо».....	49
3.2. Окреслення мінімального штату працівників «Галицького радіо», організація роботи редакції.....	64
ВИСНОВКИ.....	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....	72
ДОДАТКИ.....	76

## ВСТУП

Протягом останніх 10-15 років в Україні сформувався новий тип радіомовлення – студентське радіо. Не дивлячись на те, що коло його реальних і потенційних слухачів доволі вузьке і обмежене, як правило, тільки частиною молодіжної аудиторії, розвивається таке ЗМІ доволі активно. З'являються нові студентські радіостанції, молодь створює різноманітні радіопроєкти, з'являються цілі платформи для обміну досвідом, виходять дослідження науковців, присвячені студентському радіо. Зокрема на цю тематику пишуть Ю. В. Костюк, В. В. Гоян, О. Я. Гоян, Н. С. Барабаш, Г. І. Ренська, А. А. Добчинський, Л. Д. Болотова та багато інших.

Студентське радіомовлення можна сміливо розглядати як окремий різновид масової комунікації. Це такий собі творчий майданчик, де молодь має можливість реалізовувати свої сміливі ідеї, творити, експериментувати.

**Актуальність** роботи зумовлена тим, що студентське радіо у Тернополі ще ніхто не досліджував, також, основуючись на розроблену нами концепцію, згодом буде створено студентське радіо Галицького коледжу.

**Наукова новизна роботи** полягає в тому, що у світі існує чимало фахової літератури про студентське радіо, втім немає єдиної прийнятної для всіх вищих навчальних закладів концепції, яку можна було б використати для створення радіо у Галицькому коледжі, ми ж таку концепцію розробили.

**Мета** дослідження — комплексний аналіз існуючих в Україні студентських радіостанцій, розробка концепції студентського радіо Галицького коледжу.

Для досягнення мети дослідження поставлено такі **завдання**:

- окреслити поняття «студентського радіо»;
- дослідити специфіку сучасної студентської молоді як аудиторії радіо;
- описати освітні можливості студентського радіо;
- дослідити типологічні особливості студентських радіостанцій;

- оглянути тематичне і змістовне наповнення студентських радіостанцій України;
- визначити специфічні особливості студентського радіо як типу ЗМІ;
- розробити концепцію і формат студентського радіо Галицького коледжу;

**Об’єктом** дослідження роботи є студентські радіостанції України.

**Предметом** дослідження — концепція і формат студентського радіо Галицького коледжу.

Для вирішення поставлених у роботі завдань була використана система **методів** наукового дослідження, а саме: аналіз і синтез, комплексний, функціональний і типологічний аналіз.

**Теоретичне значення** дослідження полягає у тому, що його висновки є внеском у розвиток студентських радіостанцій, оскільки поглиблюють знання про особливості та потенціал такого типу ЗМІ.

**Практичне значення** роботи полягає у тому, що, основувшись на ній, розроблену в ній концепцію, буде створено студентське радіо Галицького коледжу ім. В. Чорновола.

Основні теоретичні та практичні положення роботи та запропоновані висновки можуть бути використані:

- у навчальному процесі, під час викладання дисциплін: «Робота в засобах масової комунікації», «Теорія публіцистичних жанрів», «Вступ до спеціальності», «Основи редакторської майстерності»;
- у практичній діяльності навчальних закладів;
- у професійній діяльності викладачів, студентів, дослідників тощо;
- у подальшій роботі над дослідженням і розширенням теми.

**Структура роботи:** вступ, три розділи, список використаних джерел та додатків. Налічує 79 сторінок.

# РОЗДІЛ 1. СТУДЕНТСЬКЕ РАДІО ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНЕ ЯВИЩЕ В СИСТЕМІ ЗМК

## 1.1. Студентське радіомовлення: історія становлення та окреслення поняття

Радіо називають винаходом, який докорінно змінив світ. І досі ведуться дискусії на тему того, хто насправді став батьком першого радіоприймача: італійський науковець Гульєльмо Марконі чи російський вчений Олександр Попов. Втім, вони обидва мають завдячувати й іншим людям, які спричинилися до цього винаходу: Майклу Фарадею, Джеймсу Максвеллу, Едварду Хьюзу, Ніколу Теслі, Генріху Герцу.

Ніхто достеменно не знає, коли відбувся перший повноцінний радіоефір. Систематично радіопередачі в Америці та Європі розпочали транслюватися на початку 20-х років XX ст. У США, наприклад, перша радіомовна станція почала працювати у 1920 р. [12, с. 15]. В Україні ж регулярне радіомовлення започаткували на чотири роки пізніше — 16 листопада 1924 року.

Що ж до студентського радіо, то його поява безпосередньо пов'язана із чи не основною потребою людей, які відвідують той чи інший навчальний заклад — інтелектуальним розвитком. А це, серед іншого, у першій половині минулого століття та й сьогодні залишається метою багатьох радіостанцій. Перші програми освітнього характеру, які мали на меті чогось навчити слухачів, розповісти про щось, з'явилися, до прикладу у Великобританії, за два роки після початку функціонування регулярного мовлення — в 1922 році. Початково «навчальні», освітні передачі транслювалися в ефірах великих корпорацій, таких як NBC (National Broadcasting Company). Популярним у Сполучених Штатах свого часу був проєкт під назвою «American School of the Air» (приблизний переклад з англійської — Американська школа в прямому ефірі). Щодня в рамках програми слухачам розповідали про цікаві наукові факти, відкриття, історичні розвідки, новинки музики, зачитували рецензії на літературу. Детальніше про освітні можливості радіо йтиметься у наступних підрозділах роботи. Подібні освітні, просвітницькі програми стали

першої ідеєю студентського радіо, їх можна вважати предками сучасного студентського радіомовлення.

Існує декілька гіпотез щодо того, коли і в якому навчальному закладі вперше з'явилося студентське радіомовлення. Можливо, «це був університет св. Джозефа (St. Joseph's University), в якому студенти почали мовити у 1922 році. За іншою версією першим «college-radio» можна вважати станцію WRUG в Юніон-коледжі Нью-Йорка, там наче в ефір вийшли вперше 14 жовтня 1920 року». [5, с. 174].

Загалом радіо як засіб навчання із року в рік ставало усе популярнішим. Його використовували для трансляцій навчальних програм, за допомогою нього передавалися цілі курси і домашні завдання студентам заочної форми навчання, які проживали далеко від вишів, котрим було важко до них добиратися, або у кого не було на проїзд і проживання в місті коштів, зазвичай це була молодь, що проживала у сільській місцевості.

Розвитку студентського радіо сприяли й уряди багатьох держав: для некомерційних станцій виділяли певні діапазони частот. В Америці така практика діє і сьогодні. «Частоти 87,9 – 91,9 МГц FM діапазону передбачені для мовлення шкіл, коледжів, університетів, релігійних об'єднань» [5, с. 174].

Феномен студентського радіо в широкому розумінні виник у США в 1960-х роках, коли Fm-мовлення тільки набирало обертів. Тодішні студентські радіостанції транслювали новини, музику, часто освітні програми і лекції. Під кінець 1970-х років настала криза студентського радіо, зросла конкуренція, радійники-професіонали стверджували, що студентські станції є «другосортними». Тоді багато студентських станцій припинили трансляції, аби пройти технічну модернізацію, деякі назавжди покинули ефірний простір. Кінець 1990-х років став розквітом для студентських радіо, багато в чому це пов'язано із поверненням популярності «коледж-року» (пізніше він отримав назву альтернативний рок).

В Європі сьогодні теж достатньо добре розвинута сітка студентських радіостанцій. У Великобританії існує асоціація студентських радіостанцій The

Student Radio Association (SRA), яка об'єднує студентські радіостанції, допомагає в створенні нових, а також, спільно з BBC проводить щорічну премію The Student Radio Awards.

Із розвитком науково-технічного прогресу збільшуються та покращуються форми та можливості існування студентських радіостанцій. Все частіше вони утворюються і працюють за допомогою інтернету, а не викуповують окремі хвили чи не проводять дротове сполучення у корпусах навчальних закладів, економлячи при цьому значні кошти.

Окрім цього, враховуючи те, що зазвичай студентське радіо не розраховане на цілодобове мовлення, інтернет забезпечив таку можливість зв'язку зі слухачами як подкаст. Науковець І. Карпенко в роботі «Типологічні і функціональні особливості мережевого радіомовлення» [20, с. 23] наводить три варіанти походження цього терміна:

- від злиття слів iPod (назва популярного плеєра компанії Apple) і терміну broadcasting (мовлення);
- від розшифровки визначення Personal On – Demand Casting;
- від Personal Option Digital Casting.

Дослідник вважає, що «подкастинг утілив в собі усі позитивні сторони радіомовлення, посиливши їх перевагами нового каналу поширення інформації — інтернету». Ми згодні з цією точкою зору. Серед позитивних моментів сторін подкастингу можна виокремити:

- гнучкість графіку і легкість поширення інформації,
- безмежність охоплення аудиторії,
- можливість самостійного вибору програм, новин і музичних треків, що з'являється у слухача, який використовує цю технологію «прийому» станції.

Останнє ствердження є найбільш важливим, оскільки аудиторія має можливість отримувати на певному сайті підписку на програми, що цікавлять її, епізоди ефірів, які носять назву «подкастів», слухати їх на власний розсуд у будь-якому порядку, у будь-який принагідний для неї час і у будь-якому місці.



Ще один варіант безкоштовного розміщення радіоматеріалів студентської станції в інтернеті — соціальні мережі. Завдяки їм можна швидко отримувати відгуки слухачів про радіопрограми, робити голосування, анкетування, розіграші, вікторини, загалом — використовувати в діяльності своєї радіостанції елементи інтерактивного спілкування зі слухачами.

Освоєння студентськими радіостанціями віртуального простору і зростання їх числа в мережі інтернет ми вважаємо одним із найперспективніших напрямків розвитку студентського радіомовлення.

В Україні перші студентські радіостанції почали з'являтися наприкінці 90-х. Хоча, варто зауважити, спроби створити радіопрограми для молоді та студентів були ще за Радянського союзу як на рівні окремих вишів, так і всесоюзні. Зі всіх молодіжних радіостанцій найбільш яскравою, мабуть, була «Юність», яка виникла як продовження і разом з тим як більш досконала форма існування на радіо програм для молоді.

Сучасне українське радіомовлення для студентської молоді знаходиться на етапі динамічного розвитку. Стрімке збільшення кількості студентських радіостанцій в останнє десятиліття викликало необхідність наукового осмислення цього явища і опису його типологічних характеристик.

Багато дослідників сьогодні виокремлюють студентське радіомовлення серед інших видів масової комунікації: «(студентське радіо — автор) — це окремий різновид масової комунікації, зорієнтований на молодіжну студентську аудиторію, своєрідний канал обміну та поширення інформації в межах одного чи багатьох вищих навчальних закладів, творчий майданчик для всіх, хто бажає експериментувати в аудіовізуальній мас-медійній сфері». [14, с. 31].

Студентське радіо дуже активно розвивається в усьому світі. Проте популярними радіопроєктами далеко не завжди опікуються майбутні журналісти. Аудіотвори різноманітних жанрів і своєрідних спрямувань однаково активно створюють і «фізики», і «лірики». «Спостерігаючи за розвитком цього сегменту масової комунікації, можна зробити висновок, що

ті станції і 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». У цьому контексті університетські медіа — це також цікавий предмет дослідження і як сфери соціальних комунікацій, і як нового сегмента медіаринку [14, с. 31].

Студентське радіо має реальні перспективи в розвитку, адже орієнтується на «свою» аудиторію, слухачі подібного університетського медіа — молоді люди, «озброєні» знаннями і сучасними технологіями, які вміють бути конкретними, практичними та ініціативними. Хоча сьогодні треба розуміти межі цільової аудиторії студентського радіо дещо ширше. Із думкою медіаексперта Андрія Куликова про те, що «студентське радіо — це не те, що виготовляють студенти для студентів, воно для всіх» [16, с. 85], не погодитися важко. Безсумнівно, студенти — це більшість слухачів, але потенційною аудиторією є також і школярі, які можуть стати в майбутньому абітурієнтами вишу. Цікавими радіостанції такого типу можуть бути і для випускників, які ностальгують за студентськими роками, котрим близький такий формат і специфіка мовлення. Якщо «станція» буде цікавою, енергійною, а в ефірах лунатимуть і певні теми, що стосуватимуться не лише студентського життя, навчання і розваг молоді, то не виключено, що її слухатимуть і дорослі слухачі, які ніяким чином не пов'язані із певним вищим навчальним закладом.

Студентське радіо часто стає предметом досліджень фахівців. Про його роль у житті молодого покоління у своїй дисертації Анна Колесникова розмірковує так: «Студентство неоднорідне як за своїм соціальним складом, так і за матеріальним становищем або ціннісним орієнтиром. Сучасні студенти націлені на кар'єрне зростання, високий 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, як реалізувати свій творчий та інтелектуальний потенціал. Студентське радіо 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» [22, с. 56].

Студентське радіо — це і практичне навчання, закріплення теоретичних знань, отриманих на лекціях з різноманітних предметів, і певна візитівка як самого студента, так і вишу, в якому той здобуває освіту, ну і, звичайно ж, величезний трамплін, надійний старт у професійній діяльності.

Є чимало фахових науковців, які займаються вивченням проблем медіа. Частина із них присвячує свої праці темі радіожурналістики, а позаяк більшість науковців є практикуючими викладачами різноманітних університетів і постійно знаходяться в тісному контакті із молоддю, то й студентське радіо не залишається поза увагою. Тракткування поняття «студентське радіо» у різних дослідників дещо різниться, але здебільшого сходиться до одного. Зупинимось на цьому детальніше.

Сам термін «студентське радіо» використовується у вітчизняній та закордонній науковій літературі нарівні із такими поняттями як «college-радіо», «кампус-радіо». Зазвичай ці поняття вживаються як близькі за значенням, як синоніми. Як правило, цими поняттями позначають «станції, які орієнтовані на студентську аудиторію, в підготуванні їх медіапродукту задіяні студенти, програмна політика безпосередньо пов'язана з інтересами молодого слухача» [5, с. 171]. Це можуть бути, наприклад, програми, присвячені подіям у вищому навчальному закладі (коледжі), різним музичним напрямам, молодіжним культурам і таке подібне – все, що може зацікавити молодіжну аудиторію.

Дослідники ж Гоян В. В. та Гоян О. Я у своїй праці «Студентське телебачення і радіо в Україні: формування нового медіаринку» студентське телебачення і радіо об'єднують в одному дуже лаконічному визначенні:

«Студентське телерадіомовлення — це телебачення і радіо, організоване та створене студентами для студентів» [13, с 69]. Зрозуміло, що слухати його можуть і не студенти. Дослідники вважають основною умовою, ознакою, наявності якої певне радіо можна вважати студентським — безпосередню задіяність студентів у його функціонуванні.

Подібний сенс можна відшукати і в скупому визначенні поняття «студентське радіо» у Вікіпедії: «Студентське радіо (англ. campus radio) — це тип радіостанції, політику якої формують студенти вищого навчального закладу».

Ми узагальнимо існуючі визначення поняття «студентське радіо» у науковій літературі і надалі в роботі будемо користуватися саме таким трактуванням.

Студентське радіо — організована і структурована сукупність радіопрограм, які виготовляють студенти, спрямованих передусім на молоду аудиторію певного вищого навчального закладу чи сукупності таких закладів задля освітніх, навчальних, соціалізаційних та інших цілей.

## **1.2. Специфіка сучасної студентської молоді як аудиторії**

Молодь відіграє величезну роль у сучасному суспільно-політичному житті країни. Від наявності у молодих людей соціальної позиції, від їхньої впевненості у завтрашньому дні і активності залежать темпи розвитку і напрямки руху України. Українська молодь завжди вирізнялася наявністю інтересу до подій, що відбуваються у їхній Батьківщині, і ніколи не стояла осторонь, а навпаки — завжди із великим завзяттям і наполегливістю відстоювала свою позицію. Тут не зайвим буде згадати і Революцію на граніті, і Помаранчеву, і Революцію гідності. У всіх цих подіях українська молодь була чи не найбільшою рушійною силою.

Узагальнюючи різноманітні наукові погляди на молодь як на окрему особливу соціальну групу, можна зробити висновок, що основними

параметрами молодіжного середовища є: вікові рамки, соціально-психологічні особливості, соціальний статус, соціокультурна поведінка, самоідентифікація.

Студентство займає особливе місце у соціальній групі «молодь», в силу здійснення ними важливої місії — поповнення і розвиток професійної інтелігенції. Молодіжні проблеми студентства стали предметом наукового (соціологічного, психологічного, педагогічного і філософського) аналізу. Їх можна поділити на дві групи. До першої можна віднести специфічні молодіжні проблеми: визначення сутності студентства як соціальної групи, її місця і ролі у суспільстві, визначення критеріїв вікових груп, дослідження специфіки процесу соціалізації, аналіз різноманітних аспектів діяльності неформальних об'єднань, молодіжних рухів. Другу групу проблем молоді складають загальносоціальні проблеми: освіта, сім'я, професійний вибір. Специфікою сучасного студентства є його неоднорідність.

Життєві принципи, свідомість студентства багато в чому, як і інших соціальних груп, формують ЗМІ. Вплив цей на ціннісні орієнтири молоді може бути як позитивним, так і негативним.

«Сучасні науковці характеризують студентство як самостійну групу, яка є невід'ємною частиною молоді і відрізняється від інших наявністю високого рівня особистісної і групової культури, зв'язків із різноманітними поколіннями і шарами суспільства. Групу, яка володіє великим ресурсом адаптації до соціально-економічних умов, які постійно й інтенсивно змінюються» [22, с. 52].

Ціннісні орієнтири студентської молоді — важливий предмет досліджень в різних галузях гуманітарної науки. Це, на наш погляд, пов'язано із тим, що, по-перше, ціннісна орієнтація студента з часом стає ціннісною орієнтацією молодого спеціаліста, в більших масштабах — цілого покоління молодих спеціалістів; по-друге, ціннісна орієнтація молоді багато в чому відображає в цілому прийняті в суспільстві життєві орієнтири, слугує таким собі індикатором соціального становища суспільства.

Сучасне молоде покоління несе на собі відбиток майнової нерівності, різних стартових конкурентних можливостей в реалізації свого духовно-творчого потенціалу — все це помітно позначається на змінах в молодіжній культурі, її поглядах, принципах, ідеалах, цінностях і світогляді.

На жаль, сучасні ЗМІ, здебільшого розраховані на масову аудиторію, не сприяють ослабленню негативних рис молодого покоління. Сучасні ЗМІ в основному молодь розважають.

Саме в молодому віці свідомість молодої людини володіє особливою сприйнятливістю, здатністю переробляти і засвоювати величезний потік інформації. В період молодості розвиваються критичність мислення, прагнення дати власну оцінку різним явищам, пошук аргументів і шляхів втілення своєї оригінальності. Разом з тим в цьому віці ще зберігаються деякі установки і стереотипи, властиві попередньому поколінню. Це пов'язано з тим, що період активної діяльності стикається у молодої людини з обмеженим характером практичної, творчої діяльності.

Звідси в поведінці студентської молоді дивовижне поєднання суперечливих якостей і рис: прагнення до ідентифікації і відокремлення, конформізм і негативізм, наслідування і заперечення загальноприйнятих норм, прагнення до спілкування і відчуженість від зовнішнього світу.

ЗМІ є важливим фактором соціалізації молоді, формування її світогляду. Однак сьогодні професійний журналістський корпус часто безвідповідальний. Особливо це стосується тем, в освітленні яких необхідно дотримуватися стандартів і не порушувати меж дозволеного. Форма подачі матеріалу в багатьох публікаціях про наркотики, проституцію, кримінальний світ може навіть приваблювати молодь, а не викликати належну реакцію відторгнення. Деякі ЗМІ насаджують дух споживацтва, рекламують насильство, жорстокість, протиправну поведінку, яка орієнтована на легке і швидке збагачення, провокують розвиток шкідливих звичок, сприяють розвитку психологічного дискомфорту. Це посилюється тим фактом, що нестійкість і

суперечливість молодіжного свідомості створює цілий ряд психологічних проблем, впливає на форми поведінки і діяльності особистості.

Студентські ЗМІ ставлять собі за мету підвищувати культурний рівень молоді, формувати ціннісні орієнтири, відчуття єдності в своїй соціальній групі.

Особливістю аудиторії студентського радіо є те, що вона постійно змінюється, оновлюється, запити та інтереси випускників суттєво відрізняються від першокурсників, які прийшли їм на зміну.

«Інформаційне поле, створене ЗМІ, одночасно стає і місцем громадської дискусії, а аудиторія утворює форум для обміну зауваженнями і думками. Відображення точки зору соціальної групи, людей, об'єднаних схожими інтересами, цінностями і нормами поведінки, дозволяє молодій людині не тільки поверхово розглядати проблеми, що виникли у світі, а й значно заглиблюватися в пошуки причин їх виникнення» [22, с. 64].

Студентське радіо як раз може стати майданчиком, де все це здійснюватиметься. Редакції такого ЗМІ необхідно враховувати особливості молодіжної аудиторії, її ціннісні орієнтири, активно працювати зі своєю аудиторією (робити різноманітні опитування, анкетування, обговорення), роблячи цим самим зі свого слухача активного учасника дискусії.

Підсумовуючи усе написане, виділимо основні характеристики студентської молоді як цільової аудиторії студентського радіо.

«Сучасні студенти орієнтовані на кар'єрний ріст, високий соціальний статус, економічний успіх. Для багатьох вища освіта є лиш інструментом для отримання певного статусу, а не інструментом отримання знань і підвищення свого інтелектуального рівня» [22, с. 64].

Студентство неоднорідне як за соціальним складом, матеріальним становищем, так і за ціннісними орієнтирами.

Величезне значення під час навчання у виші відіграють мотивація, її молодь сьогодні надзвичайно потребує.

Студентське радіо здатне супроводжувати молодь протягом всього студентського життя, стати майданчиком, який об'єднає студентство, місцем, де молодь зможе обмінюватися думками, обговорювати проблеми, визначати свої подальші життєві орієнтири.

Основні завдання студентського радіо можна поділити на дві групи.

Перша група завдань:

- сприяти підвищенню загального культурного рівня студентів;
- сприяти формуванню ціннісних орієнтирів студентської молоді;
- надавати допомогу в реалізації творчого потенціалу вузівської молоді;
- мотивувати, стимулювати активну життєву позицію;
- давати інформацію, якої не дають нестудентські ЗМІ.

Друга група завдань:

- сприяти реалізації стратегії вузу і його корпоративних завдань;
- сприяти формуванню корпоративної культури студента, створення відчуття єдності з іншими студентами і викладачами;
- мотивувати вчитись, підвищувати свій інтелектуальний та професійний рівень.

Виходячи зі всього вище написаного, сформуємо основні типологічно-формуючі напрямки, які ми враховуватимемо при розробці інформаційної та змістовно-тематичної складової моделі студентського радіо:

- визначення позиції студента у співтоваристві вишу;
- формування ставлення до навчання, науки, професії;
- виявлення ставлення до громадської діяльності;
- формування ставлення до мистецтва і культури;
- виявлення ціннісних орієнтирів сучасного студентства;
- прояв активної життєвої позиції;
- прояв творчих здібностей.



### **1.3. Стратегія діяльності та освітні можливості студентського радіо, проблеми їх реалізації**

Не дивлячись на те, що у світ уже вийшло чимало праць, присвячених темі студентського радіомовлення, багатьом надзвичайно важливим особливостям цього типу журналістської діяльності автори не надають значної уваги. Серед них — освітня функція студентського радіо, яку слід розглядати, як одну із найголовніших типологічних ознак. У цьому підрозділі хочемо описати освітні можливості студентського радіомовлення, обґрунтувати значимість освітньої складової в його типологічній характеристиці, виділити проблеми, які виникають в процесі підготовки майбутніх журналістів на базі студентського радіо, визначити можливі підходи до їх вирішення.

Про недооціненні освітні можливості студентського радіо може свідчити аналіз фахової дослідницької літератури і сучасна практика.

Найбільш широко представленим у науковій та навчальній літературі є наступний набір функцій студентського радіомовлення:

- інформаційні функції (власне інформаційна, рекламна);
- функції, що забезпечують соціальне управління суспільством (інтегративна, функція вираження і формування громадської думки, функція спілкування, виховна функція, агітаційно-пропагандистська, організаторська);
- культурно-просвітницькі функції (естетична, освіти, рекреативна функція) [39, с 112].

При розкритті безпосередньо просвітницької функції в сучасних дослідженнях радіо розглядається як «ефективний засіб отримання знань і прилучення до досягнень світової культури широких верств населення» [39, с. 125].

Нерідко озвучуються ідеї, згідно з якими культурно-просвітницька функція полягає в тому, щоб «брати участь в пропаганді і поширенні в житті суспільства високих культурних цінностей, виховувати людей на зразках

загальносвітової культури, тим самим сприяючи всебічному розвитку слухача» [7, с. 91].

Іншими словами, йдеться передусім про тлумачення освітньої або просвітницької функції радіо в найширшому, узагальненому сенсі. При цьому не зачіпаються такі можливості радіомовлення, як поширення безпосередньо навчальних програм, присвячених якійсь конкретній галузі знань. Не враховується потенціал радіостанцій в якості бази підготовки майбутніх журналістських кадрів. Звичайно, частково це обумовлено тим, що нині трансляція освітніх програм вже не практикується (це було характерно, швидше, для початкового періоду розвитку радіомовлення в нашій країні і за її межами, коли ще гостро стояла проблема ліквідації неписьменності, а радіо і телебачення були найбільш доступними і ефективними джерелами поширення інформації). А питання підготовки журналістів є актуальними лише для вузької частини професійного співтовариства. Проте коли йдеться про університетське радіо, згадані аспекти необхідно брати до уваги.

Аналіз діяльності сучасних українських студентських радіостанцій показує, що на практиці вони здебільшого переслідують такі цілі:

- інформування студентської молоді, розвиток особистості студента, формування активної життєвої позиції;
- залучення до корпоративної культури університету, створення відчуття спільності усередині студентського співтовариства.

Виходячи з власних спостережень, можна відмітити, що студентські радіостанції переважно присвячують свій етер та програми новинам про життя вищого навчального закладу, молодіжним проблемам, музиці і т. д. Адміністрація вишу, у свою чергу, зацікавлена, щоб молоді журналісти більше розповідали про досягнення вищого навчального закладу, створювали для нього позитивний імідж. Пізнавальна, освітня тематика у студентському ефірі, безумовно, присутня, але займає, як правило, мізерну долю.

У теоретичній літературі при осмисленні функцій сучасного радіо загалом і студентського мовлення зокрема освітньому аспекту також

приділяється дуже скромна увага. Освітню складову розглядають переважно як просвітницьку функцію, що припускає знайомство аудиторії з культурними цінностями і досягненнями в найширшому сенсі. Навіть при характеристиці студентського радіомовлення цей аспект часто залишається в тіні. Освітній потенціал студрадіо явно недооцінюється, багато напрямів вимагають теоретичного осмислення, і також можуть бути застосовані на практиці. До таких напрямів можуть відноситися: трансляція освітніх програм, підготовка і перепідготовка журналістів на базі університетського радіо, реалізація корпоративних інтересів вищого навчального закладу у сфері освіти. Розглянемо ці складові детальніше.

**Трансляція освітніх програм** не є чимось новим, незвичайним для формату студентського радіо, так само як і для радіомовлення в цілому. Про це свідчить як зарубіжний, так і вітчизняний досвід.

Історія розвитку зарубіжного радіомовлення показує, що його освітній складовій приділялася серйозна увага.

Наприклад, у Великобританії, трансляція освітніх програм була розпочата вже через два роки після початку регулярного мовлення в 1922 р. Згодом освітній напрям в радіомовленні корегувала особлива Освітня рада (Educational Council). В Австралії з 1929 р. за підтримки освітніх установ країни виходила в ефір Австралійська радіомовна корпорація (Australian Broadcasting Corporation). Державний Департамент освіти бере активну участь в цих проектах з 1939 р. Нині усі школи і коледжі в обов'язковому порядку отримують інформацію про плани подібного роду трансляцій на кожний навчальний рік.

У Канаді — Канадська радіомовна корпорація (Canadian Broadcasting Corporation — CBC) почала вести «шкільне» мовлення на експериментальній основі відразу в декількох місцях. Позитивні відгуки отримали щоденні 20-хвилинні програми, призначені для шкіл. У 1941 р. ще один освітній проект мав успіх — «Farm Radio Forum», присвячений сільськогосподарській

проблематиці. Це була спроба вплинути на процес трансформації сільськогосподарських традицій, що склалися в країні.

Японія використовує радіо в освітніх цілях з 1933 р. Японська радіомовна корпорація (Nihon Hoso Kyokai — NHK) готує програми для дитячих садочків, початкової, середньої і вищої школи. Корпорація щорічно розсилає в навчальні заклади освітні передачі, випускає спеціальні брошури довідкового характеру про свою діяльність для викладачів, школярів і студентів. Японське радіо є джерелом додаткових знань і хорошою допомогою в освітньо-навчальному процесі.

Освітні програми в Малайзії виходять на декількох мовах - англійській, китайській, тамільській з понеділка до четверга.

Використання освітнього радіомовлення в країнах, що розвиваються, мало велике значення і стосувалося найрізноманітніших сфер громадського життя. Це могло бути сільське господарство, медицина, навчання грамотності, сімейне життя і так далі. Програми на радіо ставали джерелом знань шкільних предметах, наприклад, математики, правознавства, мови. У Таїланді радіо використовувалося для навчання математиці школярів, а також для підвищення рівня знань учителів. У Кенії розвивалися різноманітні курси заочної радіоосвіти, у Ботсвані таким навчали праву. «Освіта для дорослих» з використанням радіо розвивалась у багатьох країнах, найуспішніше це відбувалося в Малі, Мексиці, Болгарії.

Характеризуючи зарубіжний досвід, особливо слід виділити Сполучені Штати Америки, де освітнє мовлення розвивалося як на базі великих мережових, так і невеликих незалежних станцій. Програми освітнього характеру уперше вийшли тут в 30-х роках ХХ століття. Спочатку вони розміщувалися в ефірі великих корпорацій. Скажімо, Національна телерадіомовна компанія (National Broadcasting Company — NBC) випускала відомий свого часу проект «Music Appreciation Hour». Автори іншої передачі «American School of the Air» щодня розповідаючи про науку, музику, історію, літературу й інше. Вже до 1936 р. близько 200 станцій включили в сітку

мовлення освітні програми, хоча згодом їх кількість поступово знижувалася. Деяку позитивну динаміку можна спостерігати із 1945 р. з відкриття Fm-діапазону.

У Радянському Союзі формування освітнього сектору радіомовлення йшло за іншими принципами. Багато в чому це було обумовлено політичними й економічними особливостями розвитку радіо в тодішні часи. Відомо, що розвиток цієї галузі йшов централізовано, за радянських часів неможливою була поява приватних радіостанцій, що ведуть регулярні радіопередачі для масової аудиторії.

На початкових етапах становлення радіомовлення використовувалася такі форми подання інформації, як радіолекції. Вони присвячувалися проблемам літератури, мистецтва, питанням з інших сфер громадського життя. Частенько трансляції, скажімо, музичних творів супроводжувалися відповідними поясненнями спеціалістів.

Знаковим для освітнього напрямку в радянському радіомовленні став 1959 р., коли з'явився «Радіоуніверситет культури». Він отримав визнання у слухачів, його програми давали слухачам можливість систематично накопичувати знання, необхідні для сучасної людини. Немало просвітницьких програм вийшло в ефірі радіостанції «Юність», яка почала мовити в 1962 р.

З початком ринкових перетворень, починаючи з 1990-х років, вітчизняне радіомовлення кардинально перетворилося. Почав розвиватися недержавний сектор мовлення, з'являлися нові комерційні станції. Стало більш різноманітним і державне радіо. Проте об'єм освітнього мовлення помітно знизився. Акценти змістилися у бік програм із суспільно-політичною тематикою, присвячених гострим актуальним проблемам. Усе більш активно розвивалися станції, в котрих музика переважала над словом.

Проте, починає розвиватися студентське радіомовлення. Необхідно зазначити, що мінімальні технічні можливості для цього були у багатьох вишах: наявність динаміків на поверхах для сповіщення співробітників і студентів часто передбачалися правилами протипожежної безпеки, а

навчальні студії радіо і телебачення створювалися в тих вищих навчальних закладах, де існували факультети і відділення журналістики. З розвитком інтернету з'явилася можливість налагоджувати онлайн-мовлення. Кількість студентських станцій збільшується із року в рік.

Сьогодні в Україні існують достатньо багато студентських радіостанцій та радіопроєктів: OSTRADIO (Національний університет «Острозька академія», м. Остріг»), «412 radio» (УКУ, м. Львів), STEFANYK-FM (Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ), Радіо KBIT (Національний університет «Києво-Могилянська академія, м. Київ), RadioKPI (Національний технічний університет «Київський політехнічний інститут», м. Київ), Radio Universe (Запорізький національний університет, м. Запоріжжя), РАДІО «ЮНІТОН» (Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського), СумДУ (Сумський державний університет, м. Суми). Цей список, звичайно, не обмежується переліченими прикладами, і може бути продовжений.

Освітній процес у вишах зараз виконує не лише свою першочергову функцію, але й слугує студентам інструментом для досягнення певних життєвих цілей. Як правило, освіта не є показником підйому по соціальній драбині, переходу на більш високий рівень, хоча і свідчить про індивідуальні досягнення і може бути запорукою подальших досягнень. Студентська молодь займається особливою освітньо-інтелектуальною діяльністю: систематично накопичує, засвоює нові знання, навчається навичкам обраної професії. Студенти, здобуваючи освіту, проходять певну часову фазу формування особистої культури. Тому дуже важливо зараз шукати нові підходи і форми навчання, які змогли б не лише підвищити інтелектуальний та духовний рівень студентів, а й покращили б ефективність засвоєння студентами отриманої інформації, сприяли отриманню навиків, які знадобляться в роботі, ще під час навчання.

Доречним зараз, зважаючи на карантин, що був запроваджений через поширення коронавірусу, було б підкреслити таку можливість студентського

радіо, з яким воно могло б дуже добре справлятися, як дистанційне навчання. Студентське радіо, з усіма його платформами, інтернет-ресурсами, соціальними мережами — це чудовий інструмент, майданчик передусім для викладачів, аби комунікувати із студентами, пояснювати теоретичний матеріал в режимі прямого ефіру чи записувати повноцінні радіолекції на окрему тематику або ж предмет в цілому. Це далеко не нова технологія навчання, вона випробувана часом і практикою.

**Підготовка журналістів** безпосередньо стосується освітнього процесу, а також тісно пов'язана із специфікою роботи студентського радіо.

Багато студентських радіостанцій дійсно спочатку створювалися як учбові студії при факультетах або відділеннях журналістики. Сьогодні частина з них де-факто зберегла аналогічний статус. Це означає, що діяльність таких станцій інтегрована в освітній процес підготовки журналістів. Навчальний процес факультетів і відділень журналістики вибудовується так, щоб студенти придбавали ті або інші професійні компетенції безпосередньо в процесі роботи на студентському радіо.

Студентська молодь займається особливою освітньо-інтелектуальною діяльністю, яка виражається в систематичному накопиченні, засвоєнні наукових знань і оволодінні навичками тієї або іншої професії. Студенти, здобуваючи освіту, проходять деяку тимчасову фазу формування особової культури.

Дуже важливо шукати нові підходи і нові форми навчання, які зможуть не лише підвищити рівень духовної культури, проявити творчі здібності, але і збільшити ефективність освоєння студентами інформації, що вивчається, а також сприяти засвоєнню умінь, навичок, необхідних в професії ще в процесі навчання.

У восьмидесяті роки минулого століття в США і Англії були проведені дослідження, які показали, що «слухання лекції» дозволяє освоїти тільки п'ять відсотків інформації, а застосування активних і практико-орієнтованих навчання, — до вісімдесяти відсотків.

Практико-орієнтоване навчання передбачає створення у вищих навчальних закладах особливих форм (місць) професійної зайнятості студентів для виконання ними реальних завдань практичної діяльності за освоюваним профілем навчання.

Студентські ЗМІ, зокрема радіо, можуть бути таким практико-орієнтованим майданчиком для майбутніх журналістів, який дозволить студентам освоїти усі основні етапи професійної роботи.

В студіях студентських радіостанцій студенти освоюють ази професії радіожурналіста: займаються технікою мови, навчаються працювати з мікрофоном і диктофоном, вивчають програми для звукового монтажу, створюють повноцінні авторські радіоматеріали різних жанрів, об'єднують їх в радіопрограми.

Окрім цього, студентське радіо здатне допомогти студентам сформулювати і скоректувати, виразити і сформулювати свою думку, проявити свої творчі здібності.

Втім, багато вишів в Україні, які активно розвивають радіо, не готують професійних журналістів. Особливістю так званого «college» радіо є його своєрідна універсальність — він ефективний не лише для майбутніх медіа-фахівців, але й допомагає медикам, агрономам, юристам чи фізикам розвиватися, знаходити свою аудиторію і розповідати про себе.

**Реалізація корпоративних інтересів навчального закладу** передбачає грамотне його позиціонування через висвітлення діяльності в програмах радіостанції. Нехай ця діяльність в строгому значенні слова може бути і не пов'язана з освітніми проектами, проте донесення до аудиторії просвітницьких ідей, носієм яких є навчальний заклад, поза всяким сумнівом, не суперечить концепції освітнього мовлення і навіть в якомусь сенсі посилює її.

Можна виділити набір ознак, які дозволяють говорити про радіостанцію як про корпоративний ЗМІ певного навчального закладу:



- усебічне інформування про процеси, що відбуваються в навчальному закладі, залучення студентів і співробітників до корпоративної культури;
- створення умов для реалізації творчого потенціалу студентів, формування активної життєвої позиції, підвищення рівня освіти, корпоративної культури студентів;
- відображення політики навчального закладу в програмах станції (пропаганда цілей, цінностей, стратегій, формування іміджу)
- організація інформаційної взаємодії між структурними підрозділами навчального закладу

Корпоративні інтереси вищого навчального закладу враховуються при плануванні рубрик і підготуванню програм. Втім, незважаючи на це, не має бути мови про існування заборонених тем.

Радіомовлення у виші є одним із засобів реалізації його навчальної стратегії. Якщо, врешті, в університеті чи коледжі наявна радіостанція, адміністрації простіше та легше комунікувати із студентами та абітурієнтами, залучати до співпраці партнерів, провадити співпрацю на міжнародному рівні, налагоджувати зв'язки із громадськістю.

Різноманіття програм, готовність редакційного колективу до творчих експериментів дозволяє авторам, себто студентам або ж навіть викладачам, самовиражатися і розкривати свій творчий потенціал. При цьому робота вибудовується з урахуванням інтересів аудиторії, виробляються оптимальні і ефективні способи взаємодії із слухачами. Цільовою аудиторією є молодь від 16-ти до 21-го року, в силу цього особлива увага приділяється поширенню інформації через інтернет-сайти, обговоренню програм в соціальних мережах. Коментарі слухачів дозволяють виправляти помилки в програмах, врахувати зауваження і рекомендації, застосувати ідеї в наступних випусках. Така форма взаємодії із слухачем також є одним з каналів поширення корпоративної культури.

Таким чином, трансляція програм просвітницького характеру, підготовка журналістів на базі радіостудії, реалізація корпоративних інтересів навчальних закладів — усі ці можливості студентського радіо дозволяють реалізовувати різноманітні, у тому числі, звичайно, і освітні функції. Більше того, освітній потенціал студентського радіо проявляється найяскравіше якраз у рамках позначених напрямів. Проте існує чимало проблем, які вимагають вирішення. Умовно їх можна поділити на проблеми організаційно-технічного і теоретичного характеру.

До організаційно-технічних можна віднести таке важливе завдання, як інтеграція роботи університетського радіо в навчальний процес. Це питання надзвичайно актуальне передусім для відділень і факультетів журналістики, де ведеться підготовка майбутніх працівників журналістської галузі. Розробка концепції навчальних дисциплін і окремих курсів з урахуванням можливостей радіостанції, графіку і ритму роботи її співробітників - питання, що вимагає ретельного опрацювання. Це завдання не завжди вдається вирішити в силу неузгодженості навчальних планів, унаслідок відсутності безпосередніх зв'язків у викладанні теоретичних і практичних курсів навіть у рамках спеціалізованих факультетів і відділень, де готують журналістів. З іншими освітніми підрозділами студентські радіостанції, як правило, співпрацюють недостатньо тісно. Можливо, така співпраця могла б дати немало користі як для самих станцій (розширення аудиторії, збільшення джерел інформації і т. д.), так і для навчального закладу в цілому (залучення підрозділів до загальних освітніх проектів, розширення інформаційного поля і т. д.).

Вирішення цього питання нерозривно пов'язане з проблемами формування штатного розпису. Зазвичай радіостудії комплектуються лише технічними спеціалістами: техніками, звукорежисерами, інженерами. Втім, практика показує, що на студії необхідні також спеціалісти, які володіють редакторськими навичками, кореспонденти, викладачі, які б займалися із студентами, на практиці навчаючи їх та одночасно забезпечуючи найкращу роботу студії, підготовку програм для ефіру, їх трансляцію.

Актуальним питанням є також формування повноцінної технічної бази. Не багато вищих навчальних закладів мають звукоізольовані приміщення для студії, мають змогу виділяти кошти для придбання сучасного студійного устаткування, програмного забезпечення, професійних диктофонів. Часто у вишах місцем підготовки радіопрограм є звичайні «офісні» приміщення — навчальні аудиторії, не пристосовані для такої діяльності.

Список таких проблем можна продовжувати. Часто цим питанням надається недостатньо уваги з тієї причини, що професійному товариству не вдається показати їх актуальність і притягнути увагу адміністрації вишу. У науковому ж середовищі досі залишаються неопрацьованими деякі теоретичні положення, і це теж ускладнює формулювання завдань студентського мовлення, визначення пріоритетів. Однією з таких теоретичних позицій є розуміння освітньої функції як важливої типологічно-формуючої ознаки. Ця теза не знайшла відображення в науковій літературі.

## **РОЗДІЛ 2. ТИПОЛОГІЯ РАДІО. АНАЛІЗ СТУДЕНТСЬКИХ СТАНЦІЙ**

### **2.1. Типологічні підходи до вивчення радіо в системі ЗМІ**

Студентське радіо в Україні річ відносно нова, до початку 90-х років його існування було неможливим як масове явище. Проте до початку нового тисячоліття в Україні почали з'являтися економічні, технічні і соціальні передумови для становлення і розвитку студентського радіомовлення. Сьогодні у багатьох вищих навчальних закладах країни існує своє радіо, і кількість студентського станцій збільшується із кожним днем.

Засоби масової інформації в цілому є складною соціальною системою, що включає безліч множинних однотипних системних об'єктів. Як відмічає М. В. Шкондін, «кожна з цих множин вбирає в себе певну сукупність ЗМІ, схожих між собою. В той же час ця схожість відрізняє цю множину від ЗМІ, що входять в систему, інших» [32, с 57].

За останні десятиліття під впливом соціального середовища, що реформується, сталися істотні перетворення і в системі ЗМІ, тому сучасна система ЗМІ, її типологічна характеристика є предметом уваги багатьох дослідників сучасної журналістики. Типологія допомагає зрозуміти місце видань в системі ЗМІ, сприяє їх взаємодії, розвитку здорової, нормальної конкуренції, висвічує місце ЗМІ у рамках географічного, інформаційного, економічного, соціального простору, будь то межі України, регіону або міста.

Сьогодні типологічні дослідження системи засобів масової інформації передбачають створення її узагальненої моделі і зіставлення з реально діючою системою. «На цій основі відбувається опис і пояснення системи в цілому, структурних утворень, що входять в неї, і процесів, що діють в ній, виокремлення системоутворюючих зв'язків» — пише М. Н. Кім [33, с. 96].

При визначенні студентського радіо як типу ЗМІ і його місця в системі, типологія нас цікавить, перш за все, як метод наукового дослідження. Тут ми будемо дотримуватися визначення А. І. Аكوпова: «Типологія (в теорії журналістики) — метод наукового дослідження різних об'єктів журналістики (періодичних видань та інших засобів масових комунікацій, текстів, жанрів і

т. п.), призначений для їх систематизації, аналізу, моделювання, і прогнозування» [32, с. 53].

На думку М. В. Шкондіна, «для типології важливо не тільки сформувати в науковому дослідженні уявний аналог (модель) діючий в інформаційному просторі засобів масової інформації. Необхідно також сформувати їх ідеалізовану модель на базі сучасного наукового знання і зіставити реальне з ідеальним» [33, с. 55]. Тому, крім типологічної характеристики сучасного студентського радіомовлення, у третьому розділі нашої роботи ми представимо авторську розробку моделі студентської радіостанції Галицького коледжу імені В. Чорновола. Але спочатку необхідно визначити критерії типологічного аналізу студентського радіомовлення.

Типологія ЗМІ розроблялася в дослідженнях з теорії журналістики з 70-х років XX століття. У роботах А. І. Аكوпова [1, с. 54] були визначені поняття типології, типу, типологічних ознак, запропоновані і розроблені три методи типологічного дослідження: історико-типологічний, теоретико-типологічний та соціо-типологічний. Дані теоретичні дослідження були спрямовані для вивчення періодичних видань, тобто, друкованої журналістики, проте сучасними дослідниками журналістики використовувалися при типологічному аналізі різних видів ЗМІ.

Для дослідження радіомовлення метод типологічного аналізу застосовувався в роботах Ю. В. Костюка, Н. С. Барабаш, С. В. Беляєвого, Л. Д. Болотової, В. В. Гоян, О. Я. Гоян, Г. І. Ренської, А. А. Добчинського та інших.

Зазвичай дослідники ділять радіостанції за кількома ознаками: від змістовно-тематичної спрямованості до обсягу мовлення і охоплення аудиторії. Однак найбільш сильний вплив на компоненти системи радіомовлення мають саме «типоформуючі ознаки». До таких належать форма власності, мета радіостанції і аудиторія.

Саме ці три ознаки в різній послідовності створюють тип ЗМІ: або виникає мета, яка визначає мовника (власника) і слухацьку аудиторію, або

власник реалізує конкретну мету за допомогою мовлення радіостанції для певної аудиторії, або виділяється слухацька аудиторія, яку необхідно охопити, і для цього вибирається мета і визначається власник радіостанції. Кожен з цих трьох випадків можна ілюструвати багатьма прикладами. Таким чином, всі три типоформуючі ознаки тісно пов'язані одна з одною, але кожна з них може виступати первинною при формуванні типу радіостанції.

В своїй науковій роботі «Типологічні характеристики сучасного регіонального радіомовлення» [25, с. 17] Ю. В. Костюк радіостанції класифікує за наступними критеріями:

1) Соціальні:

- тип власності: державні, недержавні, комерційні, некомерційні;
- аудиторія: цільова, потенційна, зацікавлена, випадкова;
- трудовий колектив: менеджерський, журналістський, технічний;

2) Організаційні:

- спосіб поширення сигналу: дротові, ефірні, супутникові, інтернет-радіостанції;
- територіальний принцип: локальні, мережеві;

3) Творчі:

- формат: розмовні, музичні;
- тип мовлення: розмовні, музичні, розмовно-музичні, музично-розмовні;
- спосіб трансляції: транслятори, ретранслятори.

Також цікаву і доволі детальну класифікацію радіостанцій пропонує Л. Д. Болотова в своїй роботі «Вітчизняне радіомовлення на початку ХХІ століття: нові реалії і старі проблеми» [6, с. 89]. Автор класифікує радіостанції за приналежністю тому чи іншому власнику, за охопленням аудиторії і за змістовно-тематичною спрямованістю. За приналежністю власнику автор виділяє наступні групи радіостанцій: державні і недержавні. Серед прикладів названі радіостанції, що належать державі або таким структурам, як мерія, адміністрація області; належать некомерційним та іншим організаціям;

комерційні та приватні. Серед комерційних радіостанцій виділені мережеві радіостанції і ті, що належать різним холдингам.

За охопленням аудиторії класифікація здійснюється наступним чином: загальнонаціональні або федеральні радіостанції, регіональні, локальні (місцеві). За змістовно-тематичною спрямованістю Л. Д. Болотова пропонує наступну градацію радіостанцій: інформаційні, музичні, інформаційно-музичні, музично-розважальні. Однак в даній класифікації, як і в попередній, відсутня така типологічна ознака, як «мета» радіостанції, а також вторинні типологічні ознаки, що ускладнює визначення місця студентського радіо в системі радіомовлення.

А, до прикладу, дослідник Ю. В. Ключев [21, с. 66] не виділяє аудиторію як основну типоформуючу ознаку, а пропонує класифікувати сучасні радіостанції за наступними принципами:

- адміністративно-територіальний: загальнонаціональні, регіональні, місцеві;
- форма власності: державні, муніципальні, акціонерні, комерційні (приватні);
- технології мовлення: провідні, частотні, хвильові;
- програмний продукт (зміст, контент): змішані, новинні, музично-розважальні, релігійні.

У своїх працях Е. Р. Раскатова [40, с. 118] визначає типологічні ознаки, характерні як для всієї системи радіомовлення, так і для окремих груп радіостанцій, завдяки чому якраз можлива характеристика студентського радіо і виділення його як типу ЗМІ.

Е. Р. Раскатова виділяє три групи типологічних ознак для аналізу системи радіомовлення — типоформуючі, вторинні і формальні.

«Типоформуючі ознаки — це основний вид типологічних ознак, що безпосередньо впливають на виникнення, розвиток і трансформацію типу видання». До розряду типоформуючих ознак Е. Р. Раскатова відносить ті, які співвідносяться з соціальними чинниками, що створюють передумови

виникнення нових типів радіостанцій. Це — мета радіостанції, аудиторія, форма власності.

Вторинні типологічні ознаки — це ті ознаки, які характеризують тип радіостанції в залежності від типоформуючих ознак і визначаються ними. В цю групу увійшли формат радіостанції, змістовно-тематична спрямованість мовлення і жанрова політика.

Формальні — це ознаки, які характеризують тип видання за допомогою вимірюваних параметрів, що залежать від типу видання, типоформуючих і вторинних ознак» [40, с. 120]. Для радіостанцій вимірюваними можуть бути наступні параметри: обсяг аудиторії (кількість слухачів), обсяг мовлення за певний проміжок часу, наприклад, за добу, територія мовлення.

Е. В. Кравченко в дисертаційному дослідженні «Історія регіонального радіомовлення (на прикладі Краснодарського краю)» [26, с. 10], спираючись на типологічні ознаки, розроблені О. Р. Раскатовою, пропонує поділ радіостанцій за типоформуючими (власник радіостанції; мета мовлення; аудиторія), вторинними (формат мовлення; діапазон мовлення; склад творчого колективу; жанрова політика; звукове оформлення мовлення) і формальними (обсяг мовлення, територія мовлення) типологічними ознаками [26, с.12].

Д. А. Подобєд [38, с. 15] визначає для радіостанцій наступні типологічні ознаки:

- змістовно-тематична спрямованість;
- формат радіостанції;
- побудова сітки мовлення;
- технологія мовлення радіостанції.

Дослідник відзначає, що сучасне радіомовлення характеризується розвитком двох основних напрямків: інформаційно-аналітичного, тобто журналістики як такої, і розважального, який представлено здебільшого музичним мовленням, іграми та вікторинами. Мовлення музичних радіостанцій на 70-80% складається з музичних жанрів, які до журналістики ніякого стосунку не мають. Якщо на музичній радіостанції виходять тільки



випуски новин (з 8:00 до 21:00 один раз на годину), основним наповненням яких будуть короткі інформаційні повідомлення, некоректно відносити її до інформаційного радіо. У зв'язку з цим дослідник пропонує аналізувати радіостанції не за окремими жанрами, а за типом програмування в цілому, себто за програмним наповненням (змістовно-тематичною спрямованістю) передач.

Отже, найбільш сильний вплив на компоненти системи радіомовлення мають саме «типоформуючі ознаки, до яких відносять: форму власності, мету радіостанції і аудиторію. Вторинні типологічні ознаки — це ті ознаки, які характеризують тип радіостанції в залежності від типоформуючих ознак і визначаються ними» [22, с. 26]. При характеристиці студентського радіо ми будемо зупинятися на таких вторинних ознаках, як формат, змістовно-тематична спрямованість мовлення і жанрова різноманітність. Формальні — які можуть бути вимірюваними: обсяг аудиторії (кількість слухачів), обсяг мовлення за певний проміжок часу, наприклад, за добу, територія мовлення. Саме на ці три категорії ознак ми і будемо опиратися, аналізуючи студентські радіостанції України та розробляючи концепцію студентського радіо Галицького коледжу ім. В. Чорновола.

## **2.2. Типологічна характеристика студентських радіостанцій України**

Перед нами стоїть завдання окреслити основні ознаки студентського радіомовлення на конкретних прикладах станцій, визначити його особливості, які дозволять нам зробити висновок про те, що студентське радіо можна вважати окремішнім, цілком самостійним типом сучасних ЗМІ.

Для цього ми провели типологічний аналіз цілої системи студентського радіомовлення України, яка склалася на даний момент, базуючись на типологічних ознаках, визначених в попередньому підрозділі цієї роботи, себто: мета радіостанції, аудиторія, форма власності (типоформуючі ознаки); формат радіостанції, змістовно-тематична спрямованість мовлення та жанрова

політика (вторинні типологічні ознаки); обсяг аудиторії, обсяг мовлення, територія мовлення (формальні ознаки).

Визначимо, що в нашому дослідженні ми будемо розуміти під поняттям «формат» і зупинимося коротко на його основних ознаках, характеристиках.

Без згадки слова «формат» не обходиться, мабуть, жодна публікація, присвячена роботі радіостанцій. «Чітку спрямованість на цільову аудиторію станції забезпечує її формат як профіль, спеціалізація станції, та який характеризується однотипним мовленням протягом години, доби чи тижня» [3, с. 54].

Однією з найбільш ранніх формулювань, є спроба В. А. Сухарева дати дефініцію цього явища: «Формат — це концепція змістовних адресних та інформаційно-стилістичних критеріїв» [46, с. 24].

Доволі широким є визначення поняття «формат» К. Е. Строкача у роботі «Особливості формату мовлення навчально радіостанції (на прикладі студентського радіо «Діктум»)». «Формат радіостанції — це тип мовлення, спосіб існування станції в ефірі, напрямків на потреба цільової аудиторії. В поняття «формат» входять концепція мовлення, підбір музичних композицій, специфічний спосіб подачі новин, реклами, а також відбивки, заставки, манера роботи ведучих. Формат — це вміст ефіру кожної радіостанції» [47, с. 23].

Отож формат — це творча концепція радіостанції, що включає в себе зміст, ритми мовлення, естетичні норми програмування, манеру роботи ведучих та інші специфічні особливості організації передач, а також структурування програмних елементів відповідно до потреб цільової аудиторії. По суті, формат — це підбір і розташування програмних елементів (часто музичних записів) в послідовності, здатній залучити й утримати той сегмент аудиторії, в якому зацікавлена станція.

О. В. Антонова у підручнику «Радіожурналістика» поділяє формати на два види: розмовні та музичні [3, с. 99].

Інший варіант пропонує В. В. Смирнов, ділячи формати на широкі і вузькі [44, с. 158]. Однак це визначення зручно застосовувати щодо ефірних

радіостанцій з повним мовним днем. Студентське ж радіо дуже рідко має можливість виходу в ефір і обмежується певними часовими і просторовими параметрами (мовлення на перервах в корпусах вузу, або на поверсі, періодичне розміщення в мережі інтернет вже готового продукту). Однак випуски студентських радіостанцій мають певну форму, зміст, періодичність, а також цілі і завдання, аудиторну спрямованість, інакше кажучи, свою концепцію, тому ми вважаємо за доцільне використовувати визначення «формату» в якості одного з критеріїв аналізу радіостанцій.

Існує ще більш вузьке визначення формату, як музичної складової радіостанції, однак в нашому дослідженні ми не будемо детально на ньому зупинятися, тому що нам важливіше тематичне та змістове наповнення випусків. При аналізі радіостанцій за критерієм «формат» О. Р. Раскатова пропонує зупинятися на наступних його складових [40, с. 137]:

- інформаційній, що включає способи формування випусків новин, інформаційних та аналітичних передач;
- музичній, що включає відбір музичних творів, що звучать в музичних блоках, музичне оформлення радіостанції та підбір передач про музику;
- іміджевій, що складається з відбору голосів провідних програм і передач, створення ними ефірного образу і самореклами радіостанції;
- технологічній, що складається з процентного співвідношення музики, інформації та спонтанного мовлення, розподілу за часом і наповнення добових блоків мовлення і ритму мовлення.

При всій доцільності цих критеріїв слід врахувати, що вони були розроблені для ефірних радіостанцій з повним мовним днем. Студентське ж радіо має набагато менший обсяг мовлення, в деяких випадках випуски виходять тільки один раз в тиждень, тому, аналізуючи студентські радіостанції з точки зору формату, ми будемо більш докладно зупинятися на

інформаційній, і іміджевій, і менш докладно на музичній і технологічній його складових.

З одного боку, формат є досить жорсткою і взаємозалежною схемою, але практичний досвід уже неодноразово показував, що насправді він рухливий і постійно змінюється під впливом часу, творчості колективу радіостанції, накопиченого досвіду роботи, результатів досліджень цільової аудиторії і інших чинників. Форматування радіостанції — творчий і постійно триваючий процес, і в цій частині зміни можливі, і будуть тільки корисні, тому що не обмежуватимуть творчість на радіостанції. Особливо це стосується студентського мовлення, як ми вже говорили, студентство — це соціальна група, що складається з тимчасових елементів, які зібрані на період навчання у вузі, вона постійно оновлюється і змінюється, а разом з нею і автори студентських радіопередач. Необхідно також відзначити, що зміни можливі не у всіх складових формату. Це: музичне оформлення радіостанції, передачі про музику і музикантів, передачі інформаційного характеру, аналітичні передачі, голоси ведучих програм і передач, іміджева реклама, розподіл за часом і наповнення блоків мовлення, ритм мовлення. Зміни в цих складових формату слухач сприйме цілком адекватно. Однак зміна інших елементів формату може розчарувати і відштовхнути від радіостанції слухача, обдурити його очікування.

Таким чином, ґрунтуючись на типологічних ознаках, описаних в попередньому підрозділі і понятті формату радіостанції, ми проаналізували студентські радіо різних вузів України. Тепер виділимо основні характеристики студентського радіо як типу ЗМІ.

Мета радіостанції. Для студентського радіо основною метою є інформування, просвіта, формування корпоративної культури та ціннісних орієнтацій студента в період навчання у вузі. В Таблиці 1 наведені приклади того, як редакційні колективи студентських радіостанцій сформулювали свої цілі на сторінках в мережі інтернет, на сайті свого університету чи в нашому опитуванні.

Таблиця 1. Мета студентських радіостанцій

Назва радіо	Мета
<b>Ostradio</b> (Національний університет «Острозька академія», м. Острог)	Інформувати про всі університетські заходи, розвивати студентів університету за допомогою вечірніх радіопередач, популяризувати якісну україномовну та зарубіжну музику, покращувати зв'язки з громадськістю Національного університету «Острозька академія» та формувати його імідж.
<b>Stefanyk-fm</b> (Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ)	Навчати студентів працювати в радіоефірі, користуватися спецтехнікою та писати матеріали. А також поширення новин університету, країни та світу серед студентів, викладачів та працівників вишу.
<b>ЮНІОН</b> (Вінницький державний педагогічний університет ім. М. Коцюбинського, м. Вінниця)	Об'єктивно доносити до студентів і викладачів цікаву й необхідну інформацію, оперативно висвітлювати події навчально-виховного процесу, різних музичних, мистецьких та культурних заходів ВНЗ, розважати у вільний від навчання час.
<b>Radio KVIT</b> (Національний університет «Києво-Могилянська Академія», м. Київ)	Об'єднати студентство за допомогою музики й благодійності та заохотити його до відкриття нових горизонтів у жанрах музичних композицій.
<b>Universe</b> (Запорізький національний університет, Запоріжжя)	Виробити професійні навички та компетентності студентам спеціалізації «радіожурналістика»

З наведених прикладів видно, що цілі студентського радіо можна розділити на дві групи:

- ті, що спрямовані на різнобічне інформування студентської молоді, розвиток особистості студента (інтелекту, творчих здібностей) і формування активної життєвої позиції;
- ті, що спрямовані на залучення до корпоративної культури університету, створення відчуття спільності всередині студентської спільноти.

Таким чином, вже за чіткою метою студентських радіо, ми можемо зробити висновок, що студентські станції поєднують риси молодіжного та корпоративного ЗМІ: як молодіжне воно відповідає на інформаційні запити студентської молоді та дозволяє реалізувати її творчий потенціал, а як корпоративне — є інструментом реалізації стратегії вузу і його корпоративних завдань.

Форма власності. Для студентських ЗМІ поділ за цим критерієм актуальний на дві групи: ті, що були створені і діють за підтримки певного вищого навчального закладу і незалежні. Здебільшого студентські радіостанції належать певним вузам, їх засновником є керівництво чи один зі структурних підрозділів вищого навчального закладу. До прикладу, на сайті Острозької академії у розділі «Студентські організації» зазначено: «Ostradio — задум ініціативної групи при підтримці PR-відділу, спрямований на запуск та розвиток нового типу ЗМК студентства Острозької академії. Острадіо працює виключно на теренах Інтернету, введений в дію за підтримки адміністрації університету 2009 році» [42]. Подібну інформацію можна відшукати і на сайті радіо Universe: «Інтернет-радіо, що функціонує на базі факультету журналістики Запорізького національного університету» [43].

Більшість спроб організувати студентське радіо без підтримки будь-якого університету виявилися безуспішними. Втім, в Україні є приклади і успішного функціонування таких станцій.

Радіостанцію «412» заснували 2010-го року з ініціативи Романа Зайця. З 2010-го до 2016-го року станція мала назву «Радіо Вар'яти». Спочатку студентське радіо існувало окремо від Українського католицького університету, це виключно був проєкт компанії MJoy Multimedia. У 2017-му станція отримала назву «412» — від номера аудиторії 412 навчального корпусу УКУ, де розташована студія, хоч зараз ефір запускають і з інших корпусів вузу. «Radio 412» позиціонує себе як незалежну студентську станцію всеукраїнського масштабу. Керівником проєкту і надалі залишається Роман Заяць. Технічну підтримку як і раніше надає компанія MJoy Multimedia. Кожних півроку у створенні контенту беруть участь нові студенти УКУ: ведуть прямі етери, створюють авторські передачі, подкасти. Як стверджує Роман Заяць: «Студентський продукт може підходити не лише для практики знань, а й бути живим радіо зі своєю аудиторією, яка виходить за межі університету» [41].

Цікавим у цьому ключі є приклад «Radio KPI», яке було створене з ініціативи Департаменту навчально-виховної освіти «Київського політехнічного інституту» у 2009 році. До слова, у 2009 році радіо не так створили, як відродили, адже згадки про радіовузол вишу можна знайти ще у перших випусках газети «Київський політехнік» за 1927 рік. Перший повноцінний ефір на «Radio KPI» відбувся 1 лютого 2012 року. А вже 2015 року між студентами, які забезпечували функціонування станції та адміністрацією вишу стався конфлікт. 20 листопада студенти заявили, що «в умовах політики згортання свободи слова в КПІ продовження проєкту є неможливим», як наслідок — «Radio KPI» на певний час припинило функціонувати.

Цільова аудиторія у досліджуваних нами студентських радіостанцій — це студенти того вузу, в якому ведеться мовлення радіостанції, а за умови розміщення радіопрограм в мережі інтернет до них додаються студенти інших вузів, ба навіть, за певних умов, не тільки студенти. За даною типологічною ознакою студентські радіостанції можна класифікувати так:

Спрямовані на широку цільову аудиторію — студентську молодь України. До цієї групи можна віднести студентські інтернет-радіостанції з 24-годинним мовним днем (Ostradio, Stefanyk-fm, Radio Universe, «Юнітон»), а також студентські радіостанції, які мають подкасти на тому чи іншому Інтернет-ресурсі. «Radio 412» є симбіозом одного і другого.

Спрямовані на вузьку цільову аудиторію — студенти конкретного вузу. Це, як правило, радіостанції, які ведуть мовлення лише на території вузу, сьогодні таких мало, частіше буває навпаки: радіо представлене в мережі інтернет, але не існує «дротової» версії у виші.

Радіостанції змішаного типу, спрямовані як на вузьку, тобто проводять мовлення в корпусах вузу, так і на широку цільову аудиторію. Наприклад, радіо «КВІТ», «КПІ».

Зазначимо, що завдяки можливостям мережі інтернет у багатьох студентських радіостанцій з'явилася можливість зворотного зв'язку з аудиторією через соціальні мережі.

Ми розглянули основні типоформуючі ознаки, які мають найбільший вплив на концепцію радіостанції, зокрема студентської. Тепер перейдемо до вторинних ознак.

Формат, тематично-змістове наповнення і жанрове розмаїття студентського радіо. Як показує наше дослідження, з точки зору формату більшість студентських радіостанцій — музично-розмовні з новинами та певними рубриками. Інформаційна складова є «обличчям» студентської радіостанції. Випуски новин існують на всіх розглянутих нами студентських радіостанціях. В основному вони обмежуються подіями вузу, інформацією про міські події, що мають стосунок до студентства, однак якщо випуски виходять щодня, то зазвичай включають і події всеукраїнського масштабу. Здебільшого це тематичні випуски з новинами, які мають бути цікавими студентам певного вишу. Якщо говорити про тип новинних програм, то переважаючими є інформаційні програми, рідше зустрічаються інформаційно-аналітичні та інформаційно-розважальні.



До прикладу, в ефірі студентського «Campus radio» транслюється програма «Новини університету Шевченка». Складається вона із кількох рубрик і займає щоразу приблизно 20 хвилин ефірного простору. Ведуть «Новини» два ведучих, зазвичай, дівчина і хлопець. Для програми було створено спеціальну звукову заставку, та от перебивок поміж короткими новинними повідомленнями немає, через це інформаційний потік стає надто «сухим» та розміреним, а через мляву дикцію ведучих, радіопрограма видається штучною і затягнутою. Дещо незрозумілою є структура програми, яку можна розділити на такі блоки: короткі новини університету (3 хв), матеріали кореспондентів — себто репортажі із місця подій (7 хв), актуальне інтерв'ю (5 хв), огляд відкритих пар із відомими людьми (5 хв). Інформація, що подається у програмі здебільшого стосується університету, зрідка ведеться мова і про інші новини та теми всеукраїнського та світового значення, які так чи інакше все одно стосуються студентів. Найцікавішим у програмі «Новини університету Шевченка» є присутність думок і точок зору пересічних студентів в інформаційних матеріалах — тобто синхронів. Зауважимо, вони не завжди є доцільними і вдалим, прикладом слугує репортаж Софії Левченко за 07.12.2018 про День рідної мови. Після підводки журналістки студентка університету Анна Груздова ділиться своїми враженнями від святкування Дня рідної мови російською: «Интересно было ну типа насколько хорошо ты понимаешь украинскую литературу, насколько ты понимаешь писателей, много интересного узнала». Чи не доцільніше було пошукати студента, який міг би більше розповісти про рідну мову і володів би нею – питання риторичне, зауважимо, у репортажі цей синхрон — єдиний. Варто відзначити, кореспонденти записують синхрони на звичайні мобільні телефони, від цього страждає якість звучання, втім адміністрації на спецтехніку додатково витратитися не довелося, і це на нашу думку, виправдано.

Таким чином, інформаційна складова формату представлена на студентському радіо новинами з життя університету, основними подіями міста і країни, які важливі для студентської молоді. У зв'язку з цим ми можемо

виділити наступні види інформаційних випусків: ті, що містять інформацію тільки про події університету; доповнені новинами молодіжного життя міста, країни; доповнені розважальною інформацією.

Іміджева складова формату. Ведучими на всіх розглянутих нами радіостанціях є студенти університету. Тому і образ ведучого у них — це образ студента з активною життєвою позицій, який сміливо висловлює свою точку зору. У зв'язку з цим, модель мовної поведінки радіоведучих-початківців біля мікрофона проста і невимушена, а стиль мовлення максимально наближений до розмовного.

До прикладу, образ ведучого Радіо КПП у програм «G. G. Week» — це сумбурний, веселий і запальний студент, який цікавиться багатьма речами і хоче бути «наставником» над слухачами, не боїться говорити на будь-які теми, ба навіть гудити власний навчальний заклад, хоче бути виразником емоцій і думок студентської молоді, говорити у голос те, про що прості студенти мовчать. Манера ведення ефіру — легка, дещо величава. Два хлопці розповідають якісь цікаві факти, новини, коментують їх, висловлюють свою думку щодо всього, що діється навколо них. Оскільки програма виходить у прямому ефірі в Youtube, ведучі часто обмовляються, гублять хід своїх думок, іноді в ефірі панує тиша. Втім це дозволяє слухачам — таким самим студентам як і ведучі, відчувати себе у дружній атмосфері, максимально відкритися для сприймання інформації.

На радіо «Stefanyk-fm» ведучі теж обирають просту і невимушену манеру ведення ефіру, зберігаючи при цьому культуру мови. Як правило, ефір ведуть двоє ведучих: «Дорогі друзі, я нагадую, що у студії для вас працюють Діана Перепічка та Ярослава Шулепа. І зараз ми будемо говорити про основні екологічні проблеми України». Тут варто зазначити, що студенти далеко не ідеальні радіоведучі, не всім виходить чітко і гарно вимовляти слова, дехто обмовляється, занадто поспішає чи навпаки — не може вчасно підібрати потрібне слово. Втім, усе це можна пробачити, в цьому і сутність студентського радіо — вчитися на практиці, тут боятися нічого.

Також іміджевою складовою формату радіостанції є спеціальні фірмові короткі звукові сигнали, які мають допомагати ідентифікувати станцію, — джингли. На радіо «412» найпопулярнішими є досить прості: «Радіо 412» і «Радіо 412 — студентське». Окрім найменування станції більше нічого особливого вони у собі не несуть. Із більшою творчістю підійшов до цього колектив «Ostradio»: «Ostradio, мабуть, найкраще радіо в Острозі», «Ostradio слухаємо всією кімнатою», «Не важливо, де ти — на курілці чи у VIPi, Ostradio з тобою завжди». Значною кількістю слів вирізняються і джингли «Stefanyk-fm»: «Stefanyk-fm — студентське радіо Прикарпатського університету. З нами ваш день стане кращим!», «Студентське радіо Stefanyk-fm. Ми повідомимо останні новини!», «Прокидайся разом зі Stefanyk-fm», «В ефірі радіо Stefanyk-fm — найкраще студентське радіо».

Що стосується музичного та звукового оформлення студентських радіостанцій, то воно в більшості своїй досить просте, тому що найчастіше аудіомонтаж, запис заставок, перебивок, підбір музичних фонів здійснюється студентами самостійно, без допомоги професійних звукорежисерів. У багатьох рубрик студентських радіостанцій звукові заставки і відбивки взагалі відсутні, тому їх змушені оголошувати ведучі, приклад те ж «Stefanyk-fm»: «Ми продовжуємо, нагадую — з вами Діана Перепічка та Ярослава Шулепа. І зараз рубрика «Книга тижня». Сьогодні ми поговоримо про книгу...»

Технологічна складова формату багато в чому залежить від способу і загального часу мовлення студентського радіо. Так, в технологічній складовій формату «Ostradio» хочеться виокремити динамічний ритм мовлення. Часові рамки кожної рубрики 2-3 до 5 хвилин. Тут можна відмітити чітке виконання часового регламенту у кожній конкретній рубриці. А от «Campus radio» навпаки є доволі розміреним, повільним, плавним.

На нашу думку, для створення образу динамічного, молодіжного, студентського радіо і, відповідно, для залучення уваги аудиторії цій станції не вистачає саме динаміки, ритмічних перебивок, застосування способів залучення й утримання уваги слухачів. Не завжди музичний фон підбирається

вдало, в основному це спокійні мелодії, найчастіше такого фону взагалі немає. Деякі інформаційні рубрики дуже затягнуті. Помітні також огріхи монтажу і перепади в рівні звуку. Буває, що якість запису підводок ведучих надто відрізняється у різних ефірах, ми вже згадували про погану якість звучання синхронів, які записуються на звичайні телефони — і це, звичайно виправдано у новинах, коротеньких опитуваннях, коли такий запис триває всього кілька секунд, але неприйнятно в рубриці, коли запис поганої якості становить основу її контенту.

Музична складова формату студентських радіостанцій має схожі риси, як правило, це сучасна популярна в молодіжних колах музика, а також музика альтернативних напрямків. На радіо «412», «КПІ», «Ostradio», «Stefanyk-fm», значне місце в сітці мовлення відводиться сучасній популярній музиці. На радіо «Квіт» можна почути музику різних музичних напрямків у визначені години. Основу ефіру даної радіостанції становить саме музика, за напрямками перевага віддається поп-музиці, можна почути і рок, електронік, транс, хіп-хоп. Більшість студентських радіостанцій, а на україномовних усіх, пісень російською мовою в ефірі не почути.

Змістовно-тематичне наповнення. З основних змістовно-тематичних напрямків, що переважають на студентських радіостанціях, виділимо наступні.

Новини і події вишу. Існують на всіх студентських радіостанціях. В основному обмежуються подіями університетського життя і інформацією про міські події, що мають відношення до студентства, однак якщо випуски виходять щодня, то залучаються події загальноросійського масштабу. Про це ми говорили, розбираючи інформаційну складову формату студентських радіостанцій.

Навчальна, позанавчальна наукова діяльність. На багатьох студентських радіостанціях існують рубрики, що розповідають про підрозділи університету, про особливості навчального процесу, заходах позанавчальної та наукової діяльності. До прикладу на «Campus radio» є рубрика із назвою «Моя

хепістратура», де студенти Університету Шевченка, при якому діє радіо, розповідають про себе, про те, чому вирішили піти в магістратуру і що навчання у виші їм дало. Або ж рубрика «Поговоримо про Параграф» на «Stefanyk-fm», де студенти розповідають про різноманітні події, новини студентського осередку «Параграф».

Творча реалізація студентів. На кожній радіостанції існують рубрики про творчі колективи, про талановитих студентів, їх хобі і вподобання. До прикладу, в етері радіостанції Прикарпатського національного університету є шоу-талантів: «Прикарпатський має талант», також періодично студенти «ставлять» повноцінні радіоп'єси чи радіоказки.

Проблеми, що виникають в студентському середовищі (поєднання роботи та навчання, життя в гуртожитку, харчування в їдальні, створення сім'ї, взаємини з батьками, викладачами і однолітками) — велике зацікавлення цим — риса, притаманна багатьом студентським радіостанціям. В ефір «Stefanyk-fm» виходить окрема повноцінна програма «Анон», де ведучі озвучують анонімні питання студентів, є також програма «Студенти говорять». Окрім цього, існують рубрика «Студентські лайфхаки» — себто різноманітні поради студентам.

Пізнавальна тематика. В цьому напрямку зазвичай представлені рубрики про подорожі в різні країни, історії життя відомих особистостей, особливості поведінки домашніх тварин, особливості людських взаємин, навіть потойбічні явища стають предметом розмови. На «Stefanyk-fm» є дві рубрики під цю тематику: «Вчимо українську мову», «Чеська мова на Stefanyk-fm». На «Ostradio» виходить в етер рубрика «Який сьогодні день» про цікаві події в історії, які відбулися у цей день. На радіо «Юнітон» виходить програма «Українською прикольніше» — ведучі привчають слухачів говорити виключно українською, розповідають про цікаві словечка і фрази. У програмі «Енігма Львова» на «Radio 412» можна почути про таємничі та неординарні факти з історії міста.

Культура та мистецтво. У цій темі часто зустрічаються рубрики про музику, кіно, театр, літературу. Для тих, хто цікавиться сучасною поезією та прозою, на тому ж таки «Radio 412» у середу та п'ятницю у прямому ефірі виходить програма «Ліниві і ніжні», можна слухати її згодом і на soundcloud. На «Ostradio» виходила програма, приурочена Євробаченню, «Гарячими нотами Євробачення», виходить зараз «ProКіно». На «Stefanyk-fm» на цю тематику можна почути дві рубрики: «Фільм на вечір» та «Книга тижня».

Рекреативна тематика. Радіостанції, орієнтованій на молодь, така тематика необхідна. Насичений темп життя молоді, яка в значній своїй масі поєднує навчання з роботою, вимагає розважальних програм. Цілою їх низкою може похвалитися «Ostradio». «Хто зверху?» — прямий ефір, за жанром дискусія. Розглядаються питання стереотипів про чоловічу та жіночу частини студентства. Піднімаються питання гендерної рівності. «Ne Format» — спеціальна програма електронної танцювальної музики. «Пацанській Флекс» — за жанром — бесіда. Ведучі суто чоловічою компанією обговорюють актуальні теми. «LoveInOstroh» — за жанром — дискусія. Ефір присвячений темам на кшталт «за що ми любимо Острог», а також тут розповідають про нові заклади в місті, які необхідно відвідати. «Угадай за 10 секунд» — це розважальне шоу. Гість у студії повинен вгадувати пісні. Після цього визначається його рівень за шкалою від новачка до меломана. Під кінець він може отримати приз або покарання. Повинен передати естафету комусь із своїх знайомих. Слухачі теж активно долучаються до шоу. Пишуть свої варіанти відповідей. Найспритніші отримують подарунки. «Холостяк / Холостячки» — за жанром — інтерв'ю, ведучі запрошують популярних, але самотніх студентів до радіорубки, де на них чекають пікантні запитання від аудиторії.

Жанрова політика. Вихідними для визначення жанрової політики радіостанції, в тому числі і студентської, є наступні фактори: мета радіостанції, змістовно-тематична спрямованість мовлення, загальні тенденції розвитку системи жанрів радіожурналістики, цільова аудиторія і переважний

спосіб прослуховування радіопередач у певної групи слухачів. Виходячи з мети, радіостанцією вибираються ті жанри, які стануть найбільш ефективним способом публіцистичного впливу на студентське товариство для реалізації поставлених завдань. Змістовно-тематична спрямованість мовлення диктує відбір тих жанрів, які дозволять найбільш повно і глибоко розкрити студентську тематику, в зв'язку з цим і жанрова палітра студентського радіо досить різноманітна: в ній присутні як інформаційні, так і аналітичні, публіцистичні жанри.

Формальні типологічні ознаки. Склад аудиторії — це студенти і викладачі конкретного вузу, міста чи навіть всієї країни, в окремих випадках аудиторія виходить за межі «студентської». Територія мовлення відповідно теж може бути ширшою, ніж територія вузу чи міста завдяки можливостям інтернет-серверів. Обсяг мовлення теж різний — від кількох годин в тиждень до цілодобового мовлення.

Таким чином, на основі проведеної характеристики діяльності українських студентських радіостанцій, ми можемо дати характеристику студентського радіо як типу ЗМІ. Мета радіостанції — інформування, просвіта, формування корпоративної культури та ціннісних орієнтирів студента в період навчання у вузі. За формою власності більшість студентських радіостанцій являють собою ЗМІ, що було створене і діє за підтримки вишу. Аудиторія — студенти вузу, в якому мовить радіостанція, за умови розміщення радіопрограм в мережі — потенційна аудиторія значно збільшується. В більшості своїй студентські радіостанції — це інформаційно-музичні радіостанції, де новини, заздалегідь підготовлені рубрики та музичні композиції об'єднуються репліками ведучого. Музична складова формату студентських радіостанцій — сучасна популярна та рок-музика. Образ ведучого на студентських станціях, крім чисто технічного завдання пов'язувати радіоматеріали, підводити до конкретних програму, має ще інше значення, він задає певну нормативну домінанту для інших студентів, створюючи образ активного студента, який хоче поділитися своєю

інформацією з іншими, який розбирається в різних проблемах, дізнається думку аудиторії з актуальних питань. Він є таким собі наставником. З основних змістовно-тематичних напрямів, що переважають на студентському радіо, можна виділяти наступні: новини і події вишу, навчальна, позанавчальна наукова праця, творча реалізація студентів, проблеми, що виникають у студентському середовищі, пізнавальна тематика, культура та мистецтво, рекреація.

Особливістю студентського радіо є і те, що студенти самі готують радіопередачі від написання текстів до їх запису, підбору музичного оформлення і монтажу. В університетах, де існує або факультет, або кафедра журналістики, це відбувається в рамках навчального процесу, в інших випадках — у межах позанавчальної діяльності та творчої «самодіяльності». Звичайно, останнє негативно позначається на якості звучання більшості студентських радіопередач. Але важливим фактом є і те, що студентське радіо є практико-орієнтованим освітнім майданчиком, де студенти пізнають основи професійної майстерності, розуміють необхідність роботи з аудиторією, розвиваються як автори та ведучі.

Сьогодні студентське радіо є самостійним типом ЗМІ з притаманними йому специфічними характеристиками. На сьогоднішній день студентське радіо поєднує в собі риси як корпоративного, так і молодіжного ЗМІ і служить майданчиком для вираження і формування думки студентської молоді, підвищення рівня інформованості, формування корпоративного духу та вияву своїх творчих здібностей.



## **РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА КОНЦЕПЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ РАДІО ГАЛИЦЬКОГО КОЛЕДЖУ ІМ. В. ЧОРНОВОЛА «ГАЛИЦЬКЕ РАДІО»**

### **3.1. Концепція і модель «Галицького радіо»**

Під концепцією ми розуміємо сукупність усіх типологічних ознак студентського радіо. У свою чергу, модель студентського радіо — це процес взаємодії цих ознак і реалізація їх у виробничому процесі функціонування студентського радіо.

Концепція студентського радіо Галицького коледжу ім. В'ячеслава Чорновола, яке буде створене при кафедрі «Видавнича справа та медіакомунікації», включає в себе наступні складові, які були нами проаналізовані на прикладі інших студентських радіостанцій України: мета радіостанції, аудиторія, форма власності (типоформуючі ознаки); формат радіостанції, змістовно-тематична спрямованість мовлення та жанрова політика (вторинні типологічні ознаки); обсяг аудиторії, обсяг мовлення, територія мовлення (формальні ознаки). Дано детальну характеристику кожного з них.

Відповідно до типу, для студентського «Галицького радіо» були сформульовані цілі, що характеризують, його як корпоративне та молодіжне студентське ЗМІ:

- всебічно інформувати студентів Галицького коледжу про процеси, що відбуваються в навчальному закладі, залучення студентів до активності та корпоративної культури вишу;
- створити умови для реалізації творчого потенціалу студентства, формувати активну життєву позицію, підвищувати рівень освіти і культури особистості, корпоративної культури Галицького коледжу.

Оскільки засновником «Галицького радіо» є Галицький коледж ім. В'ячеслава Чорновола, то інформаційна політика станції, спрямована на реалізацію корпоративних цілей, повинна служити:

- пропаганді цілей, цінностей, стратегій коледжу;
- створенню відчуття приналежності до студентського середовища;

- інформуванню про процеси, що відбуваються в навчальному закладі;
- організації взаємодії між структурними підрозділами вишу.

У зв'язку з цим при плануванні тематико-змістовної складової концепції студентського радіо були розроблені програми, в яких надається можливість для виступу керівництва, керівникам різних підрозділів коледжу, а також розроблена тематика «круглих столів» за участю представників керівництва, викладацького складу та студентського співтовариства. Для цього необхідно сформулювати різні рубрики, що розповідають про діяльність факультетів, про різні заходи, що відбуваються у Галицькому коледжі. Також було враховано, що кореспонденти студентського радіо працюють і в інших корпоративних ЗМІ вишу, зокрема в газеті «Студlife»: в зв'язку з чим були розроблені рубрики, що висвітлюють їх діяльність.

Однак слід не забувати про те, що необхідний баланс в офіційній і неофіційній інформації, щоб радіо виступало не тільки як рупор керівництва, а представляло різні точки зору на проблеми: студентів, викладачів, керівництва. Найголовніше, студентське радіо повинно стати голосом студентів Галицького коледжу. Тому велика увага в концепції студентського радіо надається аудиторії і способам взаємодії з нею.

Цільовою аудиторією студентського радіо була визначена студентська молодь, яка навчається в Галицькому коледжі.

У якості потенційної аудиторії ми розглядаємо усе студентство країни, зрозуміло, при організації мовлення в мережі інтернет кількість потенційної аудиторії збільшиться у багато разів.

У першому розділі нашого дослідження ми довели, що редакції студентського радіо необхідно враховувати особливості молодіжної аудиторії, її ціннісні орієнтири, проводити активну роботу з аудиторією (опитування, анкетування, обговорення «круглі столи»), тим самим робити з радіослухача активного учасника обговорення проблем. Тому важливо проводити дослідження з вивчення інтересів і потреб аудиторії (опитування, фокус-

групи). Це допомагає формувати, оцінювати і коригувати змістовне наповнення радіостанції.

Перш ніж розробляти формат «Галицького радіо» і його змістовно-тематичне наповнення, необхідно було провести дослідження на виявлення смаків та інформаційних запитів аудиторії. Відповідно були проведені анкетні опитування щодо змістовно-тематичного і музичного наповнення радіостанції (Додаток А).

Всього в опитуванні взяло участь більше 50 студентів з першого по четвертий курс спеціальності «Журналістика». В ході цього дослідження нами були виявлені доволі неочікувані смакові уподобання аудиторії. Але перед тим, як розповісти про них, скажемо кілька слів про назву радіостанції Галицького коледжу — «Галицьке радіо». Придумана вона була доволі випадково близько одного року тому під час проходження навчальної практики на християнському радіо «Світанок». Оскільки подібних назв радіостанції не існує, а також вона перегукується із назвою самого коледжу, то вона видається нам підходящою. Про це свідчать і відповіді студентів на наше питання «Чи подобається вам назва студентського радіо Галицького коледжу — "Галицьке радіо"?» Сорок із п'ятдесяти одного опитуваного студентам відповіли: «Так, подобається».

На запитання «Яка тематика радіопрограм вас цікавить?» ми отримали такі відповіді. Лекції викладачів в ефірі «Галицького радіо» хотіло б чути всього лиш 5 % з опитаних 51 студента. Програми про спорт зацікавили 6 % аудиторії. Освітні та навчальні програми однаково з новинами та інформаційно-аналітичними програмами зацікавили по 19 % з опитаних. Кожен п'ятий студент хотів би слухати на «Галицькому радіо» розважальні шоу. Та найбільше ефірного часу — 31 % — наша потенційна аудиторія віддала різноманітним музичним підбіркам та програмам про музику. Відповідно варто детальніше розповісти, якій саме музиці студентська молодь Галицького коледжу надала перевагу. Одразу зауважимо, стилі і напрямки музики молодь вказувала найрізноманітніші, найважливіша умова, яка часто

була зазначена студентами — жодних пісень російською мовою. Ми з цим повністю згодні, втім не проти іноземних хітів — наприклад, англійською мовою. Отож, відповіді студентів можна поділити на кілька категорій.

За мовою: українська мова чи зарубіжні композиції, але табу на російську мову. За часом створення: майже усі студенти хочуть слухати сучасну музику, окремі не проти класики, здебільшого — в сучасній обробці. Щодо стилів музики, студенти вказали наступні: поп, рок, інді, реп, джаз, класика, фолк, чілаут.

Як бачимо, смаки у студентства специфічні і надзвичайно різні. Таким чином, були виявлені смаки і вподобання студентської аудиторії, необхідні для формулювання змістовної складової концепції і моделі студентського радіо і його формату.

Особливості формату «Галицького радіо». У створенні концепції і моделі студентської радіостанції формат відіграє надзвичайно велику роль. Без визначення концепції мовлення неможливе якісне функціонування радіостанції. Для створення студентської радіостанції необхідно продумати чотири складові формату: інформаційну, музичну, іміджеву і технологічну.

Інформаційна складова формату студентської радіостанції — це інформаційне наповнення ефіру, яке формується під впливом цілей студентського радіо. Основу цієї складової формату складуть програми про новини і події Галицького коледжу. Насамперед, це формування і планування випусків новин. Сучасний вищий навчальний заклад — це освітня система, у якій навчаються студенти різних спеціальностей. Студентське життя насичене подіями, про яких відомо далеко не кожному студенту. Тому випуски новин про основні події, що відбуваються у виші, на студентській радіостанції складають основу програми мовного дня. Вони доповнюються репортажами, звітами, коментарями, оглядами основних подій студентського життя.

Новинні випуски вузівського радіо мають такі функції:

- більш оперативно, ніж інші види студентських ЗМІ, інформують студентів, викладачів і співробітників вишу про важливі події, тим

самим, підвищуючи рівень загальної інформованості в навчальному закладі;

- створюють базу для усвідомленого ставлення студентів до освітнього процесу;
- дозволяють налагодити зв'язки між підрозділами університету, між технічними і гуманітарними спеціальностями;
- дозволяють своєчасно повідомляти інформацію від керівництва вишу, а також оперативно повідомляти адміністрації новини студентського життя швидше і повніше, ніж вони будуть представлені в підсумкових звітах керівників підрозділів вишу;
- дозволяють організовувати студентське життя, інформують про різні акції, події і заходи, в яких можуть взяти участь студенти.

Інформаційне поле, яке створює студентське радіо, одночасно стає місцем для дискусії, а аудиторія утворює форум для обміну зауваженнями і думками. Так, в новинах висвітлюються різні думки з тієї чи іншої актуальної події: офіційна позиція, думка експерта, опитування аудиторії. Отримана з випуску новин інформація може допомогти студенту визначити сферу або навіть сфери своїх інтересів, дізнатися, де і як реалізувати себе і, що важливо, знайти однодумців.

В рамках музичної складової формату студентської радіостанції вибираються музичні стилі, що відповідають потребам аудиторії. Крім того, в рамках музичної складової необхідно сформулювати просвітницькі рубрики про музичні напрямки, музикантів, сучасних виконавців, адже саме ця тематика найбільше цікавить студентів, що було виявлено нами в результаті анкетного опитування.

Іміджева складова формату студентської радіостанції включає в себе образ ведучих, голоси, які звучать в ефірі і саморекламу. Якщо ми хочемо привернути увагу аудиторії, забезпечити собі її довіру і прихильність, зробити студентів голосом студентського радіо, то образ ведучого повинен бути дуже наближений до аудиторії, а вона, в свою чергу, повинна максимально брати

участь в створенні радіопрограм. Тому ведучому студентського радіо повинна бути властива модель мовної поведінки біля мікрофона, розрахована на діалогічність, дружній, веселий і приємний тон. Також не варто забувати, що студент біля мікрофона, повідомляє слухачеві свої думки, стає для нього своєрідним зразком поведінки, це стосується і культури мови. Редакція має взяти для себе за правило пам'ятати про відповідальність перед аудиторією, адже мова ведучих студентської радіопрограми служить для однолітків прикладом того, як треба говорити, які вживати слова. Розуміння специфіки цієї роботи — важливий елемент успіху не тільки кожної конкретної рубрики, але і всього радіо в цілому. На студентському «Галицькому радіо» буде використовуватися публіцистичний і розмовний стилі мовлення, в рамках норм української літературної мови.

Важливе значення має звукове оформлення радіостанції. Заставки, джінгли та анонси постійних рубрик створюють у слухача образ радіо, формують уявлення про його основні завдання і цілі. Ми сформулювали кілька основних слоганів-джинглів, які будемо використовувати для кількох цілей: аби розмежовувати блоки програм, оживляти ефір, привертати увагу слухачів, налаштовувати їх на дружнє спілкування і приємну атмосферу слухання програм. Отже, джінгли радіостанції Галицького коледжу: «Галицьке радіо — студентське», «Лови хвилю позитиву! Галицьке радіо!», «Дізнавайся новини твого коледжу першим — Галицьке радіо», «Будь на позитиві! Галицьке радіо!», «Стрибай! Танцюй! Кайфуй! То є Галицьке, крихітко!», «Залишайся на хвилі релаксу. Галицьке радіо» (Додаток Б).

Розробляючи технологічну сторону формату студентської радіостанції, необхідно враховувати співвідношення музики, інформації й живого мовлення в ефірі, розподіл і наповнення блоків, а також ритм мовлення. Ми прийшли до висновку, що для досягнення поставлених перед радіостанцією завдань співвідношення інформації і музики має бути рівним.

Для грамотної організації мовного дня необхідно буде скласти ефірну сітку мовлення. Це допоможе впорядкувати роботу радіостанції і

зорієнтуватися авторам у підготовці випуску, організовувати слухачів, адже за кожною програмою у сітці закріплено місце і час.

Змістовно-тематичне наповнення програм студентського радіо. Відзначимо, що «Галицьке радіо» є практико-орієнтованим освітнім майданчиком. Робота студентського радіо передбачає таку організацію навчального процесу, коли студентам-журналістам надається можливість послідовно пройти шлях від кореспондента до випускового редактора. Це допомагає більш глибоко освоїти професію радіожурналіста. Тому всі рубрики та програми на студентській радіостанції розробляються і придумуються самими студентами. З числа студентів формується і редакція радіостанції. Саме редакція, виходячи з цілей радіостанції як молодіжного та корпоративного ЗМІ, виходячи зі своїх практичних (навчальних) завдань, повинна сформулювати основні рубрики та програми по кожному з змістовно-тематичних напрямків.

Розгорнуту систему рубрик і програм на студентському радіо необхідно розробляти, зважаючи на комплекс цілей і завдань, які ми сформулювали для студентського радіо. А також зважати потрібно і на виявлені шляхом анкетного опитування потреби і запити студентської аудиторії.

Виходячи з цього, в програмній сітці студентського радіо Галицького коледжу мають з'явитися програми і рубрики, спрямовані на:

- визначення позиції студента в студентському співтоваристві, залучення студентства до корпоративної культури вузу;
- популяризація освіченості, наукових знань і професійних навичок;
- формування позитивного ставлення до мистецтва і культури;
- прояв активної життєвої позиції;
- прояв творчих здібностей;
- висвітлення рекреаційної тематики.

Виходячи з інформаційних запитів аудиторії, крім вищезазначених, на студентському радіо також необхідні програми, рубрики про музику, кіно, моду, відпочинок, стосунки, розваги, музичні та розважальні програми.

Для визначення позиції студента в студентському співтоваристві, в ефір «Галицького радіо» виходитиме програма «Студенти: відверто». Присвячена програма актуальним для студентського життя проблемам, наприклад поєднання навчання і роботи, зміни та нововведення у навчанні і таке інше. Теми зможуть пропонувати самі студенти під анонсами, наприклад, у соціальних групах, ставити свої питання, які ведучий потім переадресує гостю-фахівцю. Також для того, аби студенти знайомилися одне з одним, формували групи за інтересами та поглядами, в ефір виходитиме рубрика «Мої три хвилини». Суть проста — кожен-першокурсник починаючи навчання в Галицькому коледжі, повинен підготувати коротку візитівку про себе, розповісти якусь цікаву історію з життя, розказати про захоплення і хобі, себто «познайомитися з Галицьким». Окрім цього, для першого курсу це буде першим знайомством із роботою редакції «Галицького радіо», «знайомством» з мікрофоном. Залучення студентства до корпоративної культури вузу виконують «Новини Галицького».

Функцію популяризації освіченості, наукових знань і професійних навичок виконуватиме цілий ряд програм і рубрик. Наприклад, у щоденній рубриці «Секрети успішного навчання» йтиметься про те, як легко засвоювати матеріал, запам'ятовувати інформацію, організовувати навчальний процес і таке інше. У програмі «Великі люди» йтиметься про видатних особистостей, які за допомогою своїх розумових здібностей і професійних вмінь зробили великий внесок у сучасність. «Цікаве про нас» — рубрика, спрямована на те, аби розповідати, зацікавлювати і мотивувати студентів здобувати фах, розповідаючи їх про переваги професії, її цікаві сторони. «Конспект» — рубрика, у якій розкриватимуться основні поняття і терміни різних навчальних дисциплін. Аби привчати майбутніх журналістів говорити правильно і без суржика в ефір виходитиме рубрика «Солов'їною крутіше!»

Функцію формування позитивного ставлення до мистецтва і культури виконуватиме програма «Про високе» у жанрі інтерв'ю. Студенти запрошуватимуть містян чи гостей Тернополя, чиє життя так чи інакше



пов'язане із мистецтвом і говоритимуть про нього. Про життя і творчість сучасних українських і зарубіжних письменників, художників, музикантів виходитиме рубрика «Живі класики». Аби популяризувати серед студентів читання, в ефір виходитиме рубрика «ПроЧитати». Враженнями від перегляду кінострічок можна буде поділитися у рубриці «Світло. Камера. Мотор» (Додаток Б). Послухати класичну музику в оригіналі чи в сучасній обробці можна буде у програмі «Ретроспектива». У програмі «Байдужі і спрагли» можна буде почути про життя і творчість українських поетів, а також почути їх вірші.

Прояву активної життєвої позиції студентів сприятиме рубрика «Думки в голос» — студенти зможуть висловити свою думку з тієї чи іншої актуальної проблеми. Оскільки робитиметься це за допомогою телефонних дзвінків і включень в ефір, а також повідомлень у соціальні мережі, редакція зможе налагоджувати тісніший взаємозв'язок із слухачами. Почути свій голос чи просто свої думки по радіо і дізнатися думки інших студентів, а також саме усвідомлення того, що твій голос і твоя думка мають значення, сприяють, на наш погляд, формуванню активної життєвої позиції у молоді та підвищують зацікавлення студентів до радіо як типу ЗМІ.

На прояв творчих здібностей направлена рубрика «З-під гострого пера», у котрій творчі студенти мають можливість зачитати свій вірш чи прозу. Рубрика «Всі свої» розрахована на більш широкі форми і жанри творчості — тут можна заспівати, зіграти щось на музичному інструменті і таке інше.

Відпочити від навчання і розважитись можна буде, слухаючи про новини із музичного світу у програмі «Ola-la ПроMusic» (Додаток Б). Музиці також присвячена програма «Made in Ukraine», у ній, окрім життєвого шляху сучасних українських музикантів, можна почути ще й їхні хіти. Виходитиме в ефір і рубрика про моду і стиль для студентів. Раз в місяць у п'ятницю на «Галицькому радіо» можна буде послухати «Галицький Stand Up» — творчість суто студентська, тематика жартів — різноманітна. Двічі в тиждень ввечері виходитиме музична підбірка композицій певного стилю.

Зауважимо, що тривалість більшості рубрик не має перевищувати 3-5 хвилин. Для програм часовий ліміт — 1 година. Адже проведене нами анкетування показало, що більше третини студентів готові витратити на прослуховування студентського радіо до години часу, 29 % — до 20 хвилин. Хоча, варто зазначити, що значна частина студентів готові слухати радіо і увесь вільний час, щоправда - у фоновому режимі (Додаток В).

У сітці мовлення програми мають розташовуватися таким чином, щоб висвітлити кожне тематичне спрямування. Сітка мовлення формується на місяць вперед, що дозволяє розпланувати час і періодичність виходу кожної рубрики, а також організувати роботу редакційного колективу.

Сформулювавши конкретні рубрики по кожному тематичному напрямку, звернемося до поняття «радіожурнал», який, за нашими спостереженнями, є найбільш розповсюдженою формою студентських радіопрограм. Дослідник жанрів і форм радіожурналістики В. В Смирнов визначає радіожурнал як своєрідне періодичне радіовидання, в якому об'єднані матеріали різних жанрів: інформаційні, аналітичні, художні [44, с. 140]. У випусках студентських радіостанцій, які ми аналізували в попередньому параграфі, можна визначити наступні ознаки, характерні для радіожурналу:

- звернення до певного кола слухачів;
- періодичність виходу в ефір: щодня (Srefanyk-fm) щотижня (Campus radio), кілька разів на тиждень (412 radio);
- тривалість випуску (в середньому від 10 до 40 хв);
- поєднання різноманітної тематики (новини вишу, позанавчальна діяльність, музика, книги, театр, спорт і таке інше);
- мобільна структура, яка дозволяє використовувати різні теми і жанри, поєднувати актуальні, розважальні та музичні матеріали;
- використання різних жанрів (опитування, інтерв'ю, репортаж, звіт і таке інше);

- присутність ведучого, що об'єднує різні матеріали і рубрики в єдине ціле;
- звукове оформлення: логотип, рубрики, заставки, розбивки, слогани, джінгли.

Студентський радіожурнал має наступну структуру:

- новини;
- кілька рубрик, згідно ефірній сітці кожного конкретного мовного дня;
- музичні композиції;
- репліки ведучого;
- звукове оформлення (заставка радіостанції, основні джінгли радіостанції, реклама постійних рубрик).

Приведемо приклад наповнення умовного випуску радіожурналу на «Галицькому радіо». Спочатку завжди звучить один із основних джінглів, себто заставка радіожурналу: «Галицьке радіо — студентське». Далі ведучий чи ведучі вітаються, після цього йдуть рубрики.

Постійні рубрики: «Новини Галицького» — ведучий розповідає про основні події з життя коледжу. Ця рубрика має чітке місце — нею радіожурнал завжди розпочинається. Далі можуть виходити в ефір «Секрети успішного навчання», «Живі класики», «ПроЧитати». Завершувати радіожурнал варто на позитивній ноті, наприклад, рубриками «Всі свої» чи новинами зі світу музики — «Ola-la ПроMusic».

Об'єднуються всі матеріали випуску наступним чином:

- репліками ведучого, який підводить під кожну наступну рубрику і служить «містком», що з'єднує різні фрагменти ефіру;
- перебивками, джінглами — це звукове обличчя радіожурналу. Наприклад: «Ви слухаєте Галицьке радіо. Будь з нами — будь собою».
- анонсами (рекламою) основних рубрик.

Важливим елементом в структурі випуску є рубрика. В ході аналізу змістовної частини мовлення українських студентських радіостанцій у

другому розділі, ми не раз помічали, що творці програм часто плутаються в термінах і не завжди розуміють, що ж вони створюють: радіопередачу, рубрику, радіопрограму. Тому ми вважаємо за потрібне запропонувати наше визначення сутності і функцій рубрики, які вона набуває в студентському радіожурналі.

Рубрика — складовий елемент радіожурналу, що несе в собі основне інформаційне навантаження. Форма радіожурналу дозволяє використовувати в його структурі випуску тематично різноманітні рубрики, об'єднані спрямованістю на студентську аудиторію. Відповідно до того, яку основну мету ставить перед собою кожна конкретна радіостанція (формування корпоративної культури, просвітництво студентів, допомога у вирішенні проблем, інформування про студентське життя, розвага) визначається і структура радіожурналу. Тематичні напрямки рубрик радіожурналу відповідають зазначеним вище тематичними напрямками інформаційної складової формату моделі студентського радіо. У структуру кожного випуску входять як постійні рубрики, які закріплені за певним днем, так і періодичні рубрики, що додаються в ефірний день, на створення яких потрібно або більше часу (аналітичні і документально-художні матеріали), або вони виникають у зв'язку з відгуком на певні події. Зупинимося докладніше на особливостях створення рубрики, адже вона, на наше переконання, є основною змістовною одиницею радіожурналу. При створенні рубрики, в першу чергу, визначається її мета, функції, тематичне спрямування, ступінь її впливу на аудиторію і способи взаємодії з нею.

Основні компоненти рубрики:

- назва;
- слоган (одне-два речення, що пояснюють назву і орієнтують на тематику рубрики);
- структура;
- сценарний план;
- жанри, які будуть використані в рубриці;

- звукове оформлення (заставка, перебивки, фон).

Максимальну ефективність рубрики забезпечують наступні чинники.

**Тривалість рубрики.** Ми прийшли до висновку, що в середньому рубрика повинна тривати не більше трьох-п'яти хвилин, щоб не втомлювати увагу слухача, і в той же час, щоб він зумів легко сприйняти інформацію. Окрім цього студенти не завжди мають час на довге прослуховування радіо. Відзначимо ще раз, що істотне значення при підготовці рубрики має **культура мови і радійного мовлення**. Розуміння специфіки роботи з мікрофоном на велику аудиторію — важливий елемент успіху не тільки кожної конкретної рубрики, але і всієї радіопрограми в цілому. Необхідно пам'ятати, що важлива не тільки фактична інформація, яка надходить слухачеві, а й **цілісний образ** рубрики, який складається з наступних компонентів:

**Текст рубрики.** Необхідно максимально полегшувати сприйняття тексту, адже у радіослухача немає можливості повернутися назад, перечитати фразу, як, наприклад, у читача. Для цього необхідно розбивати текст на смислові абзаци, між ними робити паузи. Потрібно уникати великої кількості імен, назв, дат, цифр, які не сприймаються на слух.

**Образ ведучого.** Обравши манеру спілкування зі слухачами: ведучий-друг, ведучий-наставник, ведучий-психолог або ведучий — «свій хлопець», необхідно продумати інтонацію і голосову подачу, що відповідає цьому образу.

**Звукове оформлення рубрики.** Грамотне звукове оформлення (заставка, музичний фон, використання шумів та записів) дозволяє максимально активізувати увагу аудиторії. Звукове оформлення об'єднує всі структурні елементи рубрики, допомагає розставити смислові акценти і відповідати духу аудиторії.

Як бачимо, рубрика як основна структурна і змістовна одиниця студентського радіожурналу, повинна максимально відповідати інтересам і потребам аудиторії, привертати увагу слухача і взаємодіяти з ним.

Важливим етапом при заключній роботі над рубрикою, програмою або радіожурналом є заповнення монтажного плану, де докладно розписується вся структура радіожурналу, всі його елементи, щоб він був цілісним і завершеним при аудіомонтажі.

Таким чином, відмінною рисою студентського радіожурналу є велика кількість інформації, яка дається як у вигляді коротких повідомлень, так і розгорнутих коментарів, репортажів та оглядів. У програмі відсутня жорстка структура, її komponування досить вільне — в цілому, це мозаїчна картина подій, представлена в різних жанрах, різними авторами. Форма радіожурналу, на наш погляд, є найбільш прийнятною формою мовлення студентської радіостанції. Вона дозволяє працювати в різних жанрах, зачіпати різні сфери життя, які цікавлять студентів, задіювати аудиторію для створенні аудіопродукту.

Опишемо творчий процес створення рубрики як складової частини радіожурналу на прикладі «Ola-la ПроMusic». Автор і ведуча рубрики — студентка четвертого курсу факультету «Журналістика» Ольга Статкевич. Ціль рубрики — інформувати студентську молодь про новини світу музики.

Творчий процес створення програми «Ola-la ПроMusic» складається з трьох етапів:

- підготовчий (вибір тем, збір інформації, прослуховування треків);
- робота над сценарієм випуску (розробка композиційної побудови, написання авторського тексту);
- запис і монтаж (студійний запис авторського тексту, підготовка музично-звукового оформлення, остаточний монтаж всіх складових елементів радіопрограми).

Авторка, працюючи на рубрикою, добирає музичні новини не лише певного регіону чи країни в цілому, але й закордону. Часто авторка використовує синхрони музикантів — бере їх із офіційних прес-конференцій. У матеріалі присутня авторська позиція, щодо висвітлених подій, проте важливо, аби інформація подавалася об'єктивно, а всі оцінки були

обґрунтовані. Структуру авторського тексту і всієї рубрики в цілому визначає монтаж і технічна робота зі звуком. Заставка для рубрики озвучена чоловічим голосом, її текст збігається із назвою рубрики: «Ola-la ПроMusic». Головна мета цієї заставки відмежувати цю рубрику від інших. Окрім цього, створений ще джінгл, яким завершується рубрика: «Новини світу музики — на Галицькому радіо. Ola-la ПроMusic». Особливої роботи над звуком потребують синхрони людей, адже вони записуються на звичайний мобільний телефон на вулиці, в стінах коледжу, під час концертів. Іноді потрібно зменшувати рівень гучності фонових шумів, вирівнювати рівень гучності різних коментарів. Якщо у тексті новини йдеться про презентацію якоїсь композиції, зазвичай вона повністю або хоча б частково звучить після слів ведучий. Якщо музики немає, поміж новинами звучить звукова відбивка. Сама ведуча читає текст під музичний фон. Зазвичай рубрика без музики триває до 5 хвилин, з композиціями — 10-15 хвилин. Після монтажу і додаткової обробки звуку окремих елементів рубрики, всі вони міксуються і зберігаються в форматі .wav чи .mp3 (Додаток Г).

Таким чином, на прикладі конкретної рубрики, ми бачимо, як відбувається процес створення студентських аудіоматеріалів, що, згодом, звучать в ефірі.

Ми вже говорили про те, що велике значення для роботи студентського радіо має тісний контакт з аудиторією. Для цього необхідна організація зворотного зв'язку з аудиторією. Інтерактивні методи зворотного зв'язку передбачають миттєвий або «відкладений» відгук аудиторії на запропоновану тему або конкретну програму за допомогою редакційної пошти, можливостей мережі інтернет, телефонного зв'язку.

Розглянемо, як за допомогою цих методів зв'язку на радіостанції Галицького коледжу реалізується «інтерактивний» контакт з аудиторією.

Редакційна пошта. Існує в електронному вигляді. У редакції є свій e-mail, куди будь-який студент може надіслати свого листа або повідомлення. Можливості мережі інтернет. Існує веб-сайт «Галицького радіо», де студенти

можуть писати свої думки, пропонувати ідеї, новини та коментувати записи. Існує також Фейсбук-сторінка, Телеграм та Інстаграм, завдяки яким теж відбувається комунікація з слухачами. Також існує «редакційний телефон», куди можна зателефонувати чи написати повідомлення у месенджер.

Також передбачені і іміджеві способи зворотнього зв'язку, що передбачають візуальне знайомство слухача з радіостанцією і її ведучими. Ці способи істотно відрізняються від попередніх тим, що крім отримання відгуку, вони мають на меті ще й саморекламу радіостанції. Так, на «Галицькому радіо» відбуватимуться різноманітні вікторини, а переможець за призом приходить до студії.

Важливим етапом при створенні студентського радіо є формування технічної бази. По суті, цей етап повинен випереджати всі інші. Для забезпечення радіомовлення необхідні:

- приміщення для студії;
- студійне обладнання;
- програмне забезпечення;
- канали і способи трансляції.

Створення технічної бази студентського радіомовлення неможливе без фінансування вишу або знаходження адміністрацією навчального закладу іншого джерела фінансування.

### **3.2. Окреслення мінімального штату працівників «Галицького радіо», організація роботи редакції**

Нами було проаналізовано чимало студентських радіостанцій України. У кожній із них робота організована по-своєму. Редакції станцій теж добряче відрізняються: кількістю працівників-студентів, віком студентів, приналежністю студентів, що працюють на радіо, до певної спеціальності чи факультету, залученням чи навпаки — відсутністю викладачів на «керівних» посадах станції.



Максимальний штат, серед опитаних нами станцій, у радіо «Квіт» — 57 працівників. Найменший — всього 5 працівників — у студентського радіо «Юнітон». Чи може свідчити велика кількість працівників про надзвичайний успіх станції або ж навпаки — коли працівників обмаль — про занепад радіо? Абсолютно ні. Але це, звичайно, впливає на масштаби мовлення. Так, радіо «Квіт» існує в інтернеті, у соціальних мережах, ютубі, «Юнітон» же можна почути лише в межах Вінницького педагогічного університету. Себто аудиторія першого — набагато ширша, відповідно для задоволення її інтересів необхідно більше працівників.

На «Stefanyk-fm» ведучими, авторами програм працюють щороку лише студенти другого курсу університету (в середньому — 20-30 людей). Наставник незмінний — викладач вишу. А от на радіо «Universal» задіяні певні студенти з усіх чотирьох курсів. На тому ж таки радіо «Квіт» редакцію очолюють самі студенти, викладацький колектив чи адміністрація на керівних посадах не задіяні.

Щодо переліку професій — то більшість станцій обмежуються такими: редактор, ведучі, звукорежисер. Часто одна людина поєднує кілька професій. Втім трапляються і редакції із доволі великим переліком професій, як ось наприклад, на «Ostradio». Загалом на станції працює 18 працівників: 1 діючий керівник, 1 керівник підрозділу внутрішніх та зовнішніх комунікацій, 1 заступник керівника та за сумісництвом програмний директор, 12 штатних ведучих, 1 позаштатний діджей, 1 позаштатний кризовий менеджер, 1 консультант із нагальних і кризових питань, який до цього працював керівником.

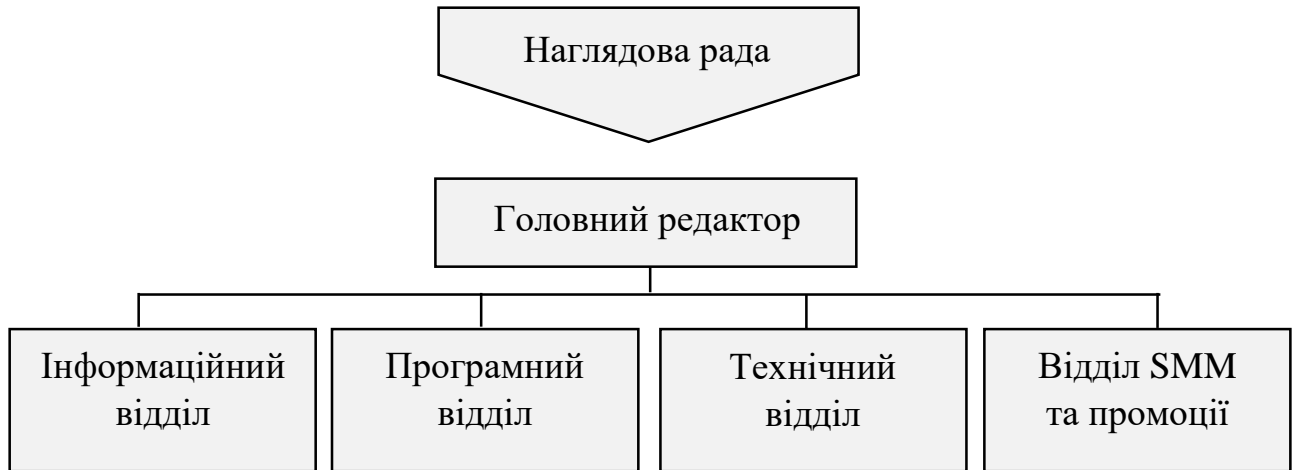
Ми вважаємо за потрібне залучати до роботи на студентському радіо не окремі курси, а всіх студентів з кільком причин. По-перше, це зробить радіо цікавішим для всіх курсів, оскільки на ньому працюватимуть різні за віком студенти із своїми вподобаннями та інтересами. По-друге, це покращить комунікацію поміж студентами різних груп. По-третє, це полегшить відбір працівників для радіо.

Передбачити точну кількість працівників, які потрібні для нормальної діяльності радіо Галицького коледжу, важко. Пишучи цю роботу, ми паралельно працювали над створенням аудіоматеріалів — у майбутньому певної частини контенту «Галицького радіо». Допомогали нам в цьому — деякі студенти коледжу спеціальності «Журналістика». Загалом наразі у нас вже є кілька штатних працівників, які обіймають кілька посад одночасно, зокрема: Ольга Статкевич — авторка програм та ведуча, Ірина Коцюба — музичний редактор, автор і ведуча, Аріадна Семенець — автор і ведуча, Роман Комінярський — редактор, контент-менеджер, звукорежисер, автор та ведучий — студенти 4 курсу, Софія Ярош — SMM-менеджер, дизайнер, авторка та ведуча.

Штатного розпису як такого на «Галицькому радіо» не існуватиме, студенти працюватимуть і практикуватимуться у вільний від навчання час. В подальшому необхідно буде узгодити та відкоригувати роботу на станції відповідно до навчального процесу. Багато практичних завдань, навіть із не надто наближених до радіо предметів, можна виконувати на базі радіостудії.

На станції діятиме дещо змінена лінійна структура управління. Викладацький колектив чи адміністрація коледжу керувати студентським радіо, творчим процесом не повинна, керівні посади на станції обійматимуть студенти. Такі керівники періодично змінюватимуться, таким чином у молоді буде можливість спробувати себе у ролі від рядового кореспондента-ведучого до головного редактора. Втім, зрозуміло, контроль із боку фахових викладачів і їх допомога студентам потрібні. Тож необхідно буде створити таку собі Наглядову раду, у яку входитимуть кілька викладачів кафедри «Журналістика» Галицького коледжу. Тож організаційна структура «Галицького радіо» виглядатиме так (Див. Рисунок 1).

*Рисунок 1. Організаційна структура «Галицького радіо»*



Тож на «Галицькому радіо» функціонуватиме 4 відділи: інформаційний, програмний, технічний, а також відділ SMM та промоції. Кожен із цих відділів очолюватиме керівник, який підпорядковуватиметься головному редактору. Інформаційний відділ відповідає за новини, інформаційні та інформаційно-аналітичні програми. Програмний відділ створює усі інші програми, передачі та рубрики. Працівники технічного відділу працюють над аудіозаписами, монтують програми, створюють звукові заставки та перебивки, контролюють якість трансляції ефіру. Працівники відділу SMM та промоції займаються введенням інтернет-сайту радіостанції, наповненням стрічок у соціальних мережах.

Розглянемо детальніше керівну посаду на станції — посаду головного редактора, зупинимося на його завданнях та посадових обов'язках. Отже, редактор «Галицькому радіо» бере участь у розробленні концепції мовлення, формує і розширює колектив, у процесі роботи з авторами програм консультує їх щодо структури і змісту сценарію, редагує матеріали авторів, перевіряє фактичний матеріал, бере участь у роботі творчої групи на стадіях виробництва аудіоматеріалів, прослуховує готові до ефіру матеріали, веде календарно-тематичний план, займається тактичним і стратегічним плануванням, координує роботу редакції, контролює дотримання вимог нормативних актів про охорону праці.

Музика для студентського радіо, як би бачимо із запитів аудиторії, відіграє надзвичайно важливу роль, тож грамотна музична політика станції — запорука успіху. Відповідальність за безпосередню реалізацію музичної політики несе музичний редактор. Також в його обов'язки входить музичне оформлення програм та рубрик, формування музичних збірок, постійне оновлення і підтримка плейлиста радіо.

Ведучі програм — обличчя будь-якої радіостанції. У їхні обов'язки входить ведення радіопрограм на високому рівні, підготовка програм, написання сценаріїв, підготовка попередньої верстки програми, написання підводок, бере участь спільно з творчою бригадою у прослуховуванні програм, їх редагуванні, бере участь у репетиціях, записах, працює у прямому ефірі. Варто виокремити посаду ведучих новин — їхні посадові обов'язки та вимоги дещо інші. Ці працівники передовсім мають правильно, чітко і з хорошою дикцією говорити, вони не створюють власну програму, втім тісно працюють із іншими працівниками інформаційного відділу, формують випуск новин, читають новини.

Кореспонденти забезпечують інформаційний відділ оперативною і точною інформацією, готують та ведуть репортажі з місця подій.

Режисер монтажу монтує випуски новин чи програми, опрацьовує звукові начитки ведучих, працює із сценаріями програм.

Звукорежисер на радіо бере участь у записах аудіоматеріалів, відповідає за технічну якість звуку, слідкує за точною артикуляцією і вимовою ведучих, підбирає музичне оформлення до програм, за необхідності здійснює виробництво і записування оригінальних звукових заставок для оформлення програм, контролює справність апаратури, звукової техніки.

SMM-менеджер — це спеціаліст, який працює із сайтом та у соціальних мережах. Його мета — популяризація радіостанції, тому він розробляє аргументовані стратегії її просування, шукає «вірусний» контент, нові способи притягнення слухачів.

Не дивлячись на те, що радіо — це такий тип ЗМІ, який розрахований на сприйняття інформації за допомогою слугу, у сучасному світі надзвичайно важлива і візуальне представлення станції, зокрема — на сайті та у соціальних мережах. За це відповідає графічний дизайнер (Додаток Д).

## ВИСНОВКИ

В проведеному нами дослідженні дана характеристика студентського радіо як типу ЗМІ. На сучасному етапі свого розвитку студентське радіомовлення міцно увійшло в структуру студентських засобів масової комунікації ЗМІ. З кожним роком подібних радіостанцій в Україні стає все більше і більше. Ми виокремлюємо студентське радіо як тип ЗМІ, передусім на основі формотворчої ознаки — аудиторії. Її специфіку, особливості поведінки, інтереси ми досліджували у першому розділі. Сучасні студенти націлені на кар'єрний ріст, високий соціальний статус, економічний успіх. З іншого боку, сучасна молодь володіє широким колом інтересів і величезними можливостями, а також — потенціалом для їх реалізації. Втім не кожний студент знає, як реалізувати свій творчий та інтелектуальний потенціал. Ми вважаємо, що студентське радіо може стати своєрідним майданчиком, який об'єднає студентів, де вони зможуть обмінюватися досвідом, визначати свої подальші життєві орієнтири.

У другому розділі дослідження ми даємо типологічний аналіз різноманітних студентських радіо України. Ми виявили, що цілєю лівовою частини таких станцій є інформування студентів, формування корпоративної культури і ціннісних орієнтирів у молоді, відпочинок і розважання у вільний від навчання час. За формою власності більшість станцій є такими, які були створені і діють при певному вищому навчальному закладі. Аудиторією є студенти вишу, у якому мовить радіостанція, а за умови розміщення програм в інтернеті — студенти й інших вишів. Іноді аудиторія виходить за межі студентства. Здебільшого студентські радіостанції тяжіють до формату інформаційно-музичних радіостанцій, де новини, заготовленні рубрики і програми, музичні композиції поєднують репліками ведучого в єдиний випуск. Типовою музичною складовою студентського радіо є сучасна популярна рок-, поп-музика. Образ ведучого, як правило, — це образ активного студента, який прагне ділитися інформацією з рештою, розбирається у різних проблемах, цікавиться думкою аудиторії. Проте часто

такі ведучі мають погану вимову, вживають суржик, діалектизми. Другим загальним недоліком студентських радіо є погане іміджеве оформлення, відсутність самореклами, анонсів рубрик і програм, джінглів, неякісний монтаж аудіоматеріалів. З Основних змістовно-тематичних напрямків, які є на студентському радіо, ми виділили такі: новини, навчальна, позанавчальна і наукова діяльність, творча реалізація студентів, проблеми молодіжного середовища, пізнавальна тематика, культура і мистецтво, рекреативна тематика.

У третьому розділі, на основі вивченого матеріалу, аналізу діяльності студентських радіостанцій України, розробили концепцію студентського радіо Галицького коледжу ім. В. Чорновола. Сподіваємося, вона буде використана при створенні такого ЗМІ у навчальному закладі. Концепція студентської радіостанції включає в себе складники, які біли нами проаналізовані на основі інших студентських радіостанцій. Це є ціль радіо, форма власності, аудиторія, формат, жанрове і змістовно-тематичне наповнення, об'єм мовлення, територія мовлення, об'єм аудиторії.

Також ми вже спробували створити кілька рубрик для майбутньої станції. Зокрема студенти запропонували робити рубрику про фільми «Світло, Камера, Мотор!» та про музику «Ola-la ProMusic». Студенти мали можливість спробувати попрацювати із професійною технікою, спробувати свої сили у монтажі аудіоматеріалів. Окрім цього нами частково вже продумана іміджева складова станції. Зокрема, ми створили кілька джінглів радіо, анонси, рекламу, заставки. Музичний редактор — теж студентка коледжу, створила кілька музичних підбірок. Також ми створили сторінку радіо у соціальній мережі, за допомогою неї поки що ми у будемо мовити. Оформлення сторінки, логотип та заставки під рубрики розробила студентка першого курсу Галицького коледжу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Акопов А. И. Методика типологического исследования периодических изданий. Иркутск: Издавництво Иркутського ун-ту, 1985. 96 с.
2. Андрій Куликов про студентське радіо. Режим доступу: <http://www.youtube.com/watch?v=JF6yFoybzxk> (12.03.20).
3. Антонова О. В., Кулініч О. О. Радіожурналістика : Навчально-методичний посібник для студентів спеціальності «Журналістика». Луганськ: Вид-во ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2012. 238 с.
4. Бараневич Ю. Жанры радиовещания. К.: Одесса, 1978.
5. Бикова М. В. Образовательные возможности современного университетского радио и проблемы их реализации // Научные ведомости. 2013. № 13 (156).
6. Болотова Л. Д. Отечественное радиовещание в начале XXI века: Новые реалии и старые проблемы // Телерадиоэфир: История и современность / Під ред. Я. Н. Засурского. М: Аспект Пресс, 2005. С. 147-162.
7. Вакку Г. В. Культурно-просветительская миссия регионального радио (на примере «Радио Чувашии») // Известия российского государственного университета им. А. И. Герцена. Санкт-Петербург: Російський державний педагогічний університет ім. А. І. Герцена. 2008. № 78. С. 91-96.
8. Владко В. Діти слухають радіо // Радіомовлення, слухання, техніка, аматорство. 1933. № 13.
9. Время работать на радио. Современная радиожурналистика в разных жанрах / За ред. Е. Н. Филимоновых. М.: Фонд незалежного радіомовлення. 2002. 192 с.
10. Гальперін Ю. Слово в эфире. М., 1962. 58 с.
11. Гаспарян В. В. Работа радиожурналиста (технология творчества): Навчальний посібник. М., 2000. 37 с.
12. Гоян О. Я. Основы радиожурналистики і радіо-менеджменту. К. : Веселка, 2004. 245 с.



13. Гоян В. В, Гоян О. Я. Студентське телебачення і радіо в Україні: формування нового медіаринку // Світ соціальних комунікацій: науковий журнал. 2013. Т 10. 68-71 с.
14. Гоян В. В, Гоян О. Я. Студентське телерадіомовлення в контексті розвитку медіаринку: український досвід// Теле- та радіожурналістика. 2014. Випуск 13. 31-37 с.
15. Гоян О. Я. Комерційне радіомовлення: журналістика і підприємництво в радіоефірі. К. : Інститут журналістики, 2005. 319 с.
16. Гоян О. Я. Студентське радіомовлення в Україні: уміти чути й бачити інших // Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Т. 50. С. 84-88.
17. Закон України «Про телебачення і радіомовлення» [Електронний ресурс]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12> (11.05.20).
18. Зарва М. В. Слово в ефіре. О языке и стиле радиопередач. М: Изд-во Искусство, 1971. 180 с.
19. Кійт М. Радіостанція. М., 2001. 462 с.
20. Карпенко І. Типологические и функциональные особенности сетевого радиовещания [Електронний ресурс] URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid-l980&level1=main&level2=articles> (16.05.20).
21. Ключев Ю. В. Радиожурналистика в социуме: ее современное состояние и прогноз // Вісник Санкт-Петербурзького ун-ту. Сер. 9. Вип.1. 2007. С. 109-114.
22. Колеснікова А. В. Типологическая характеристика современного студенческого радиовещания: дис. кандидата філологічних наук.. Тольятти. 2011. 196 с.
23. Колеснікова М. М. Периодические издания электронных сетей как вид СМИ (типологический аспект): Автореферат. Ростов-н/Д., 2002. 22 с.
24. Колодкін В. К вопросу об истории возникновения и развития интернет-радиовещания. Режим доступа: [www.relga.ru](http://www.relga.ru). (14.05.20)

25. Костюк Ю. В. Типологічні характеристики сучасного регіонального радіомовлення// Наукові записки Інституту журналістики. 2014. Т. 56. 30-34 с.
26. Кравченко Е. В. История регионального радиовещания (на примере Краснодарского края): Автореферат. Краснодар. 2007. 22 с.
27. Лизанчук В. В. Основы радиожурналистики: Підручник. К: Знання, 2006. 628 с.
28. Лизанчук В., Кузнецова О. Методи збирання і фіксації інформації в журналістиці. К. 199.
29. Любосветов Д. І. Радиовещание и аудитория: некоторые особенности взаимодействия // Вісник Моск. ун-ту. Сер. 10. Журналістика. 1999. №3. С. 3-16.
30. Ляшенко Б. Радио без тайн: Рассказ неизвестного диктора. М. 1990.
31. Мащенко І. Г. Хроніка українського радіо і телебачення. К. 2005.
32. Методы исследования журналистики. Ростов-н/Д, 1987. 154 с.
33. Методы исследования журналистики: збірник / Від. ред. Я. Р. Сімкін, Ростов н/Д: Видавництво Ростовського ун-ту, 1979. 160 с.
34. Миронченко В. Основы інформаційного радіомовлення: Підручник. К., 1996.
35. Мітчел С. Виробництво новин: телебачення і радіо. К. 2008
36. Музиря А. В эфире радиостанция «Юность». М.: «Искусство», 1979. 199 с.
37. Музырл А. Радиоочерк (к проблеме жанра и мастерства): Автореферат. М., 1973.
38. Подобєд Д. А. Современное радиовещание Ростова-на-Дону: становление, развитие, особенности функционирования (1992-2009 гг.): Автореферат. Ростов-н/Д. 2010. 23 с.
39. Радиожурналистика: Учебник. 3-тє видання, виправлене і доповнене / Под ред. Шереля А. А. М.: Изд-о МГУ. 2005. 478 с.
40. Раскатова Е. Р. Типологический анализ современного российского радиовещания. Воронеж, 2005. 183 с.
41. Сайт радіо «412». URL: <http://mjoy.ua/radio/412> (12.05.20)

42. Сайт радіо «Ostradio». URL: <https://ostradio.oa.edu.ua> (12.05.20)
43. Сайт радіо «Universe». URL: <http://universe.zp.ua/> (12.05.20)
44. Смірнов В. В. Формы вещания: Функции, типология, структура радиопрограмм: Учебное пособие для вузов. М. Аспект Пресс, 2002. 203 с.
45. Смолінський М. Запрошую вас до мікрофона. Чернівці. 2013.
46. Сухарева В. А. Отечественное радио в условиях демонополизации эфира (1985-1997) // Отечественное радио в современных условиях: збірник статей. М. 1998. С. 8-45.
47. Сухарева В. Радио в Интернете. М. : Среда, 1999.
48. Телерадиоэфир: История и современность / Під ред. Я. Н. Засурского. М.: Аспект Пресс, 2005. 239 с.
49. Томан І. Мистецтво говорити: Пер. з чес. 2-ге вид. К., 1989.
50. Филд С. Как писать для радио и телевидения. М., 1962.
51. Хоменко І. Оригінальна радіодрама: Навч. посіб. / За ред. В. Я. Миронченка. К., 2002.
52. Хоменко І. Радіойп'єса: Навч. посіб. / За ред. В. Я. Миронченка. К., 2002.
53. Шарилов А. В. Предпочтения радиослушателями различных типов передач и ожидания аудитории по размещению радиопрограмм (результаты социологического опроса). М.: ВГТРК, 1997. 67 с.
54. Шкондин М. В. Средства массовой информации: системные характеристики. М., 1995. 178 с.
55. Юркина Р. Форматы радиостанций URL: <http://www.intemews.kz/rus/bulletin/114/page04.htm>. (03.04.20).

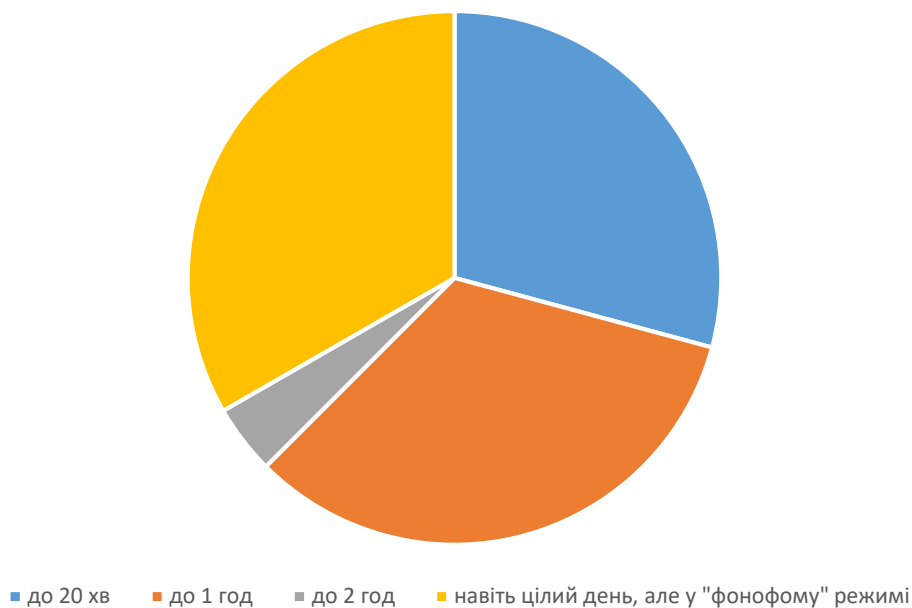
## **ДОДАТКИ**

Тематичне співвідношення програм, вказане студентами  
Галицького коледжу



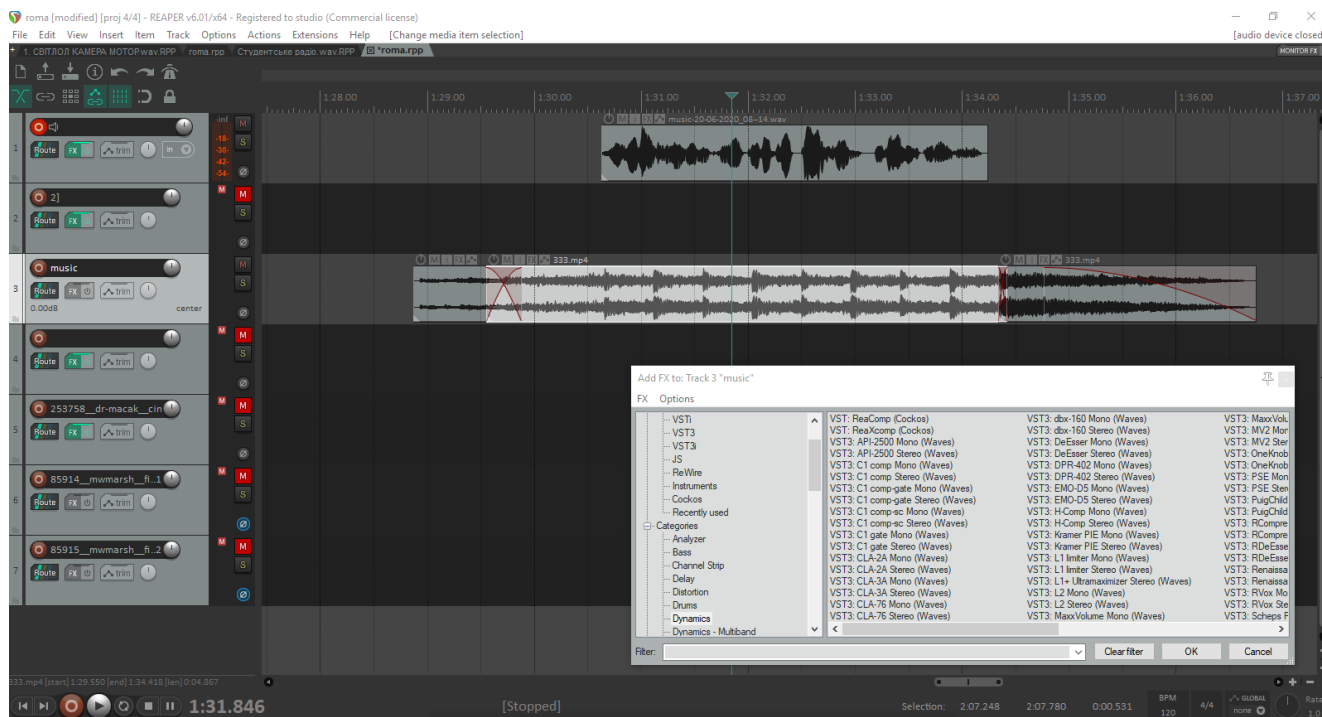
## Додаток – В

Скільки часу вдень студенти готові витратити на прослуховування радіо – відповіді на анкетування



## Додаток – Г

Монтування і зведення аудіоматеріалів у спеціальній програмі Reaper



Дизайнерське оформлення сторінки «Галицького радіо» у соціальні мережі Facebook. Автор — Софія Ярош.





## Рецензія

на дипломну роботу

«Студентське радіо: структура, жанрово-тематичне наповнення, специфіка роботи редактора»  
студента IV курсу відділення комп'ютерних та видавничих технологій

спеціальності «Журналістика»

Галицького коледжу імені В'ячеслава Чорновола

Комінярського Романа Миколайовича

Дипломна робота присвячена комплексному аналізу існуючих в Україні студентських радіостанцій та власне розробці концепції студентського радіо Галицького коледжу. Тема є актуальною, творчою та практично зорієнтованою.

Пропонована дипломна робота цілком відповідає темі та поставленим завданням. Студент чітко сформулював мету, завдання, об'єкт та предмет дослідження, практичне та теоретичне значення, а також джерела та методи, застосовані в ході дослідження.

У першому розділі Роман Комінярський окреслює явище студентського радіо в системі ЗМК, зокрема історію його становлення, понятійний апарат, цільову аудиторію, стратегію діяльності та освітні можливості студентського радіо і проблеми їх реалізації.

Другий розділ присвячений безпосередньо типології радіо та аналізу студентських станцій. Студент здійснив цілісну та цікаву характеристику студентського радіо в Україні.

Третій розділ, присвячений розробці концепції діяльності радіо Галицького коледжу, відзначаємо високою самостійністю та творчим підходом.

У роботі вартують уваги анкетне опитування, а також реалізовані фрагменти радіопрограм. Серед зауваг можемо відзначити недотримання наукового стилю в окремих частинах роботи. Також студент дещо непропорційно приділив увагу ролі редактора на студентському радіо, аспект дослідження якої був задекларований в темі дипломної роботи.

Однак загалом дослідження відповідає вимогам дипломної роботи та за належного захисту заслуговує позитивної оцінки.

Рецензент \_\_\_\_\_ канд. наук із соц. комунікацій Решетука Т. В.  
17.06.2020 р.



47